

Marseille, le 14 juin 2007

Internity, l'enseigne de distribution directe du Groupe Avenir Telecom, présente sa nouvelle génération de magasins

internity
TELEPHONIE - MULTIMEDIA



Un nouveau concept magasin et un nouveau logo

Sous l'impulsion de la Direction Générale du Groupe Avenir Telecom et après plusieurs mois de préparation, le nouveau concept Internity, imaginé par l'agence Interbrand, a vu le jour. Il concernera les 553 magasins européens du Groupe ainsi que les 500 nouveaux points de vente prévus dans le plan de développement de l'enseigne à 3 ans. La cohérence et l'homogénéité de l'identité visuelle des magasins contribueront à renforcer la notoriété et la puissance du réseau sur le plan international.

L'évolution des points de vente répond à plusieurs objectifs : simplifier, clarifier, rendre accessible pour le consommateur, une offre pléthorique tout en créant pour les collaborateurs qui participent chaque jour à la réussite de l'enseigne un cadre de travail motivant et valorisant. Ce nouveau concept permet également à l'enseigne d'apporter encore plus de valeur ajoutée à ses partenaires constructeurs et opérateurs grâce à une mise en avant optimale des produits et services distribués.

Un logo multicolore

Le nouveau logo adopte un dégradé de couleurs allant du bleu ciel au rouge vif. Cet arc-en-ciel de couleurs lumineuses, gaies et dynamiques symbolise l'enthousiasme de l'enseigne à relever tous les défis de l'avenir. L'approche, extrêmement positive, reflète la culture d'Internity et l'univers high-tech dans lequel elle évolue.

Un concept de magasin moderne et professionnel

Toute l'organisation et la signalétique du magasin ont été pensées et conçues dans un souci de simplicité, d'efficacité, d'énergie visuelle et de mise en valeur de l'offre produits. L'espace de commercialisation a été épuré et tous les éléments de signalétiques ont été concentrés sur les murs et dans les vitrines. L'ensemble présente une image plus professionnelle, tout en conservant la chaleur et le dynamisme qui caractérisent Internity depuis sa création.

Une signalétique innovante et astucieuse

Le mouvement et la modernité sont véhiculés par une longue frise murale qui présente des personnages jeunes, branchés, souriants, évoluant en toute simplicité dans un univers high-tech. Cette frise est modulable et les offres commerciales mensuelles s'intercalent harmonieusement entre les personnages selon les besoins.

Des pictogrammes pour y voir plus clair

Des pictogrammes illustrant chacun des services offerts et des familles de produits vendus chez Internity ont été créés, pour permettre au client une identification rapide, dès son entrée dans le magasin. Ainsi, les pictogrammes « Mobiles bonnes affaires », « Atelier informatique », « Lecteur multimedia » ou « GPS » par exemple, donneront à chacun la possibilité, en un clin d'œil, de repérer l'univers vers lequel il souhaite se diriger.

Des vitrines au design spécialement étudié

Des comptoirs vitrés plus larges ont été spécialement créés pour mettre en valeur les mobiles. Leur inclinaison permet une vision optimale des produits et, astuce supplémentaire, un miroir est disposé sous chaque téléphone pour que les clients puissent également voir la face arrière des produits.

Une segmentation produit entièrement repensée

Une nouvelle segmentation par type d'usages a été mise en place, pour permettre au consommateur d'identifier rapidement l'offre adaptée à ses besoins : mobiles simples d'utilisation, photophones, musicphone, smartphones etc... sont clairement distingués grâce aux pictogrammes et aux codes couleurs.

De nouvelles étiquettes produits

A l'intérieur des vitrines, les étiquettes ont été agrandies de près de 80%. Internity entend ainsi apporter à ses clients l'information la plus claire et la plus détaillée possible sur chacun des produits commercialisés.

«La clarté des offres, la modernité du concept vont insuffler à notre enseigne une nouvelle dynamique, indique Jean-Daniel BEURNIER, Président du Groupe Avenir Telecom. Nous avons ouvert notre premier magasin Internity « nouvelle génération » le 30 mai dernier à Cascaïs au Portugal et les premiers résultats sont impressionnants, puisque nous constatons une augmentation du chiffre d'affaires réalisé par ce point de vente de près de 50% en moyenne sur les 15 premiers jours! »

La transformation globale du réseau dans les 6 pays où l'enseigne Internity est présente sera achevée fin 2008.

A propos d'Avenir Telecom

Avenir Telecom est l'un des principaux distributeurs européens de produits et services de téléphonie mobile. Le Groupe distribue des téléphones mobiles, abonnements et accessoires directement dans son réseau de 553 magasins en propre à l'enseigne Internity (distribution directe) et auprès d'une clientèle d'hypermarchés et de revendeurs indépendants (distribution indirecte).

Avenir Telecom emploie 2769 personnes dans 7 pays : France, Belgique, Royaume-Uni, Espagne, Portugal, Roumanie et Bulgarie.

Avenir Telecom est coté sur Eurolist – compartiment B (Euronext Paris).

L'action Avenir Telecom fait partie des indices CAC All shares, CAC Mid & Small 190, CAC Small 90, IT CAC, Next 150, Next Economy et SBF 250.

ISIN: FR0000066052

Reuters: AVOM.LN

Bloomberg: AVT:FP

Contacts Investisseurs et Actionnaires : Agnès Tixier / Carole Alexandre

Tel: +33 4 88 00 61 32

Fax: +33 4 88 00 61 00

e-mail: calexandre@avenir-telecom.fr

Contacts presse : agence ELIOTROPE



Emilie Fajnman-Sacksick / Grégory Krumm

Tel : 01 53 17 16 43 – Fax : 01 53 17 16 41

e-mail : fajnman@eliotrope.fr

151, rue du Fbg St Antoine - 75011 Paris

www.eliotrope.fr

Site Internet: www.avenir-telecom.com