

Marsella, el 14 de junio de 2007

**Internity, la marca de distribución directa del Grupo Avenir Telecom, presenta su nueva generación de tiendas**

**internity**  
TELEPHONIE - MULTIMEDIA



**Un nuevo concepto de tienda y un nuevo logo**

Impulsado por la Dirección General del Grupo Avenir Telecom y tras varios meses de preparación, el nuevo concepto Internity, concebido por la agencia Interbrand, acaba de ver la luz. Este nuevo concepto se implantará en 553 tiendas europeas del Grupo así como en los 500 nuevos puntos de venta previstos en el plan de desarrollo de la marca en un plazo de 3 años. La coherencia y la homogeneidad de la identidad visual de las tiendas contribuirán a reforzar la notoriedad y la influencia de la red en el plano internacional.

La evolución de los puntos de venta responde a varios objetivos: simplificar, aclarar, hacer accesible al consumidor, una oferta completa al tiempo que se crea para los colaboradores que participan cada día en el éxito de la marca, un entorno de trabajo motivador y valorizador. Este nuevo concepto le permite también a la marca aportar aun más valor añadido a sus colaboradores constructores y operadores, gracias a una presentación óptima de los productos y de los servicios distribuidos.

**Un logo multicolor**

El nuevo logo adopta un degradé de colores que va del azul cielo al rojo intenso. Este arco iris de colores luminosos, alegres y dinámicos simboliza el entusiasmo de la marca por aceptar los desafíos del futuro. El enfoque, extremadamente positivo, refleja la cultura de Internity y el universo high-tech en el que evoluciona.

## Un concepto de tienda moderno y profesional

Toda la organización y la señalización de la tienda están pensadas y diseñadas para generar sencillez, eficacia, energía visual y valorización de la oferta de los productos. El espacio de comercialización se ha depurado y todos los elementos de la señalización se han concentrado en las paredes y en los escaparates. El conjunto presenta una imagen más profesional, al tiempo que conserva el calor y el dinamismo que caracterizan a Internity desde su creación.

## Una señalización innovadora e ingeniosa

El movimiento y la modernidad están vehiculados por un largo friso mural que presenta a personajes jóvenes, a la última, sonrientes, que evolucionan con total sencillez en un universo high-tech. Este friso es modulable y las ofertas comerciales mensuales se intercalan armoniosamente entre los personajes en función de las necesidades.

## Pictogramas para una mejor comprensión

Se han creado algunos pictogramas que ilustran cada uno de los servicios ofrecidos y de las familias de productos vendidos en Internity para permitirle al cliente una identificación rápida, desde el momento en que entra en la tienda. Así, los pictogramas “Móviles de oferta”, “Taller informático”, “Lector multimedia” o “GPS”, por ejemplo, le ofrecerán a cada uno la posibilidad, de un solo vistazo, de localizar el universo al que desea dirigirse.

## Escaparates con un diseño especialmente estudiado

Se han creado mostradores acristalados más amplios para una mejor presentación de los móviles. Su inclinación permite una visión óptima de los productos y, un truco suplementario, un espejo se encuentra situado debajo de cada teléfono para que los clientes también puedan ver la parte trasera de los productos.

## Una segmentación del producto totalmente renovada

Se ha introducido una nueva segmentación por tipo de usos para permitirle al consumidor identificar rápidamente la oferta adaptada a sus necesidades: móviles fáciles de usar, fotófonos, musicphone, smartphones, etc. se encuentran claramente diferenciados gracias a los pictogramas y a los códigos de colores.

### **Nuevas etiquetas para los productos**

En el interior de los escaparates se han agrandado las etiquetas en un 80%. Internity pretende así ofrecerles a sus clientes la información lo más clara y detallada posible sobre cada uno de los productos comercializados.

“La claridad de las ofertas, la modernidad del concepto le confieren a nuestra marca una nueva dinámica, señala Jean-Daniel BEURNIER, Presidente del Grupo Avenir Telecom. El pasado 30 de mayo hemos abierto nuestra primera tienda Internity de nueva generación en Cascais, en Portugal y los primeros resultados son impresionantes, ya que hemos constatamos que, en los 15 primeros días, este punto de venta ha incrementa su media de cifra de negocios en aprox. un 50%”.

La transformación global de la red en los 6 países en los que la marca Internity se encuentra presente se terminará a finales de 2008.

#### ***Sobre Avenir Telecom***

*Avenir Telecom es uno de los principales distribuidores europeos de productos y servicios de telefonía móvil. El Grupo distribuye teléfonos móviles, abonos y accesorios directamente en su red de 553 tiendas en propio en la marca Internity (distribución directa) y entre una clientela de hipermercados y de distribuidores independientes (distribución indirecta).*

*Avenir Telecom emplea a 2769 personas en 7 países: Francia, Bélgica, Reino Unido, España, Portugal, Rumania y Bulgaria.*

*Avenir Telecom se cotiza en Eurolist – compartiment B (Euronext Paris).*

*La acción Avenir Telecom forma parte de los índices CAC All shares, CAC Mid & Small 190, CAC Small 90, IT CAC, Next 150, Next Economy y SBF 250.*

*ISIN: FR0000066052*

*Reuters: AVOM.LN*

*Bloomberg: AVT:FP*

### **Contactos Inversores y Accionistas: Agnès Tixier / Carole Alexandre**

Tel: +33 4 88 00 61 32

Fax: +33 4 88 00 61 00

email: [calexandre@avenir-telecom.fr](mailto:calexandre@avenir-telecom.fr)

### **Contactos prensa: agencia ELIOTROPE**



*Emilie Fajnman-Sacksick / Grégory Krumm*

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

*email: [fajnman@eliotrope.fr](mailto:fajnman@eliotrope.fr)*

*151, rue du Fbg St Antoine - 75011 Paris*

*[www.eliotrope.fr](http://www.eliotrope.fr)*

**Página web: [www.avenir-telecom.com](http://www.avenir-telecom.com)**