



COMMUNIQUE DE PRESSE

AIRRIA CHANGE D'IDENTITE VISUELLE ET AFFICHE SON NOUVEAU LOGO SUR LE 4L TROPHY 2011

VISUELS ET PHOTOS SUR DEMANDE AUPRES DU SERVICE DE PRESSE

Paris le 10 février 2011 – AIRRIA, le premier réseau de franchise spécialisé en services IT et Télécom, sponsorise la voiture de deux étudiantes participant au 4L Trophy et affiche à cette occasion sa nouvelle identité visuelle.

UNE NOUVELLE IDENTITE VISUELLE POUR ACCOMPAGNER LE NOUVEAU POSITIONNEMENT D'AIRRIA

Le lancement en début d'année d'AIRRIA Store, la centrale d'achats et de référencement d'AIRRIA, est un virage stratégique pour le réseau. La nouvelle identité visuelle symbolise cette évolution et devient vecteur d'une image plus cohérente avec les axes stratégiques de développement du réseau.

« Notre ancien logo a été créé lors de la naissance d'AIRRIA en 2005. Aujourd'hui, il nous semblait un peu vieux et ne reflétait plus la culture et le dynamisme de notre réseau. A l'époque, notre objectif était de se distinguer des « plombiers, pompiers de l'informatique », aujourd'hui notre business modèle suffit à lui seul pour nous démarquer. De plus, les franchisés de notre réseau nous ont fait part de leur désir d'être plus visibles par leurs clients et prospects avec un logo plus facilement et plus rapidement identifiable. » souligne Antoine Jouve-Dréano, co-fondateur d'AIRRIA.

« Le réseau AIRRIA est organisé autour de quatre activités, proposant chacune des services différents. Ce nouveau logo, déclinable pour chacune d'elle, est également le signe de la cohérence et de la synergie qui domine au sein du Groupe AIRRIA. Aujourd'hui, notre nouvelle identité visuelle correspond à l'image que nous souhaitons donner à nos clients à travers les produits et services que nous leur proposons : elle est simple et claire. » conclut-il.

AIRRIA AFFICHE SA NOUVELLE IDENTITE VISUELLE SUR LA 4L DE DEUX ETUDIANTES QUI PARTICIPENT AU 4L TROPHY

Le 17 février 2011 aura lieu le départ de la 14ème édition du 4L Trophy, rallye étudiant sportif et humanitaire. Pour 2 400 jeunes participants (18/28 ans) qui tenteront de rallier Marrakech, il faudra parcourir 6 000 km en 10 jours, à bord d'une 4L, dans le désert marocain, avec pour seuls alliés : un road book, une boussole et une carte. Leur objectif : apporter 50 kg de fournitures scolaires aux enfants du Sud marocain.

Pour Meriem et Marine le départ se fera à bord d'une 4L sur laquelle s'affichera le logo AIRRIA.

Portée par l'enthousiasme de Pascale Weitzmann, franchisée AIRRIA sur la région parisienne, le Groupe AIRRIA a décidé de sponsoriser la 4L de deux étudiantes originaires de Châtenay-Malabry (92).

« Cet investissement est l'aboutissement d'une suite de rencontres qui m'ont donné envie de mobiliser la tête de réseau AIRRIA sur cette belle aventure. Le 4L Trophy affiche des valeurs de projet, d'engagement et de coopération, dans lesquelles les franchisés du réseau AIRRIA peuvent se reconnaître. »

La rencontre avec Jean-Pierre LISET, Président de l'association AAHTP (Amicale automobiles historique des travaux publics), a été déterminante. A travers l'opération qu'il mène, « Des métiers

d'homme au féminin », il souhaite favoriser l'accès pour les femmes à des métiers « dits d'homme » tels que le bâtiment et la mécanique. Dans ce cadre là, il a mis à disposition une 4L pour un équipage local et féminin : Meriem et Marine. Toutefois, les étudiantes avaient besoin de sponsors pour financer l'inscription au 4L Trophy, l'essence et, une partie de l'équipement. En tant qu'entrepreneuse dans un secteur assez peu féminin, j'ai été tout de suite emballée par ce projet! J'en ai parlé à la tête de réseau, et Olivier Coin et Antoine Jouve-Dréano, les co-fondateurs d'AIRRIA ont eu envie de me suivre.» commente Pascale Weitzmann.

AIRRIA a apporté près de 50% des fonds nécessaires à cette aventure, le reste étant réparti entre la mairie de Châtenay-Malabry et d'autres sponsors.

« Nous sommes très heureux de participer à ce projet. L'aventure que vont vivre ces deux étudiantes a pour objectif de véhiculer des valeurs qui sont proches de celles de notre réseau : la solidarité et l'entraide. L'accueil de ce projet par les autres franchisés du réseau a été plutôt bon et nous encourageons bien volontiers ce type d'initiatives.» conclut Olivier Coin, co-fondateur du réseau AIRRIA.

A propos de AIRRIA

Créé en janvier 2005, AIRRIA est le premier réseau national de franchise dédié aux services informatiques et télécoms, et propose aux entreprises et aux particuliers des prestations d'audit, d'élaboration de systèmes, d'installation, de configuration, de maintenance et d'assistance utilisateurs.

Suite au rachat de son concurrent GO-Micro en 2010, le réseau AIRRIA est constitué de 111 agences de proximité, réparties sur l'ensemble du territoire français. Pour couvrir les zones « blanches » (non couvertes par le réseau), AIRRIA travaille ponctuellement avec 1 400 techniciens référencés.

Le réseau d'AIRRIA s'organise en 4 grandes activités :

- AIRRIA Entreprises, qui s'adresse aux donneurs d'ordres nationaux (en sous-traitance de services en marque blanche) et aux entreprises multi sites (en intervention sur site) : 50% du CA
- AIRRIA Pro, qui propose des prestations de conseil, d'assistance et de formation, pour les TPE /PME de 1 à 150 postes de travail, les commerçants, les artisans, les professions libérales et les indépendants : 45% du CA
- AIRRIA Family, qui s'adresse aux particuliers : 5% du CA
- AIRRIA Store, la centrale d'achats du groupe qui permet au réseau AIRRIA de bénéficier des offres des partenaires (constructeurs, opérateurs, éditeurs) à des tarifs négociés.

Présent en France, en Espagne, au Portugal et en Belgique, AIRRIA travaille également avec des réseaux confrères dans 17 pays d'Europe et a réalisé un chiffre d'affaires de 10 millions d'euros en 2009.

Contacts Presse

AIRRIA	VP Communication
Olivier COIN	Charlotte Vanpeene
Co-fondateur	Attachée de presse
Tel : 06 77 69 36 06	Tél : 01 40 22 08 34
olivier.coin@airria.fr	cvanpeene@vp-communication.com
www.airria.fr	www.vp-communication.com