

AIRRIA fait peau neuve et roule en 4L (pour la bonne cause)

- **Date:** 08-02-2011
- **Par:** Gérard Clech

Réseau de franchisés spécialisés en services IT et Télécom, Airria s'offre une nouvelle identité visuelle et sponsorise la voiture de deux étudiantes qui participent au 4L Trophy. Poelvoorde et Boon n'ont qu'à bien se tenir !



Le lancement en début d'année d'Airria Store, la centrale d'achats et de référencement d'AIRRIA, dont nous nous étions fait l'écho a été considéré par sa direction comme un virage stratégique pour le réseau. Elle a décidé du coup d'adopter une nouvelle identité visuelle. Une nouvelle identité qui veut symboliser cette évolution et devenir un vecteur d'une image plus cohérente avec les axes stratégiques de développement du réseau.

Antoine Jouve-Dréano, co-fondateur d'AIRRIA, explique : « 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. »

Il ajoute : «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.»

Des ailes dans le dos... Quatre même !

Pour se faire connaître et reconnaître, rien ne vaut un bon petit sponsoring sportif... Et quand il est lié à une voiture mythique (la fameuse 4L de Renault et son levier de vitesse à nul autre pareil...), à l'humanitaire et au charme de deux étudiantes, ça fait mouche ! Le 17 février va en effet avoir lieu le départ de la 14ème édition du 4L Trophy, rallye étudiant, sportif et humanitaire. Pour 2 400 jeunes participants (18/28 ans) il s'agira de tenter de rallier Marrakech en parcourant 6 000 km en 10 jours, à bord d'une 4L, dans le désert marocain ! Foin de GPS, par trop moderne, les seuls alliés des concurrents (et des deux concurrentes que

sponsorise Airria) : un road book, une boussole et une carte. Et un seul objectif : apporter 50 kg de fournitures scolaires aux enfants du Sud marocain.



Pour Meriem et Marine, les deux jeunes sponsorisées, le départ se fera donc à bord d'une 4L sur laquelle s'affichera le logo AIRRIA. Et elle ne sera pas boostée à la manière de celle de Dany Boon et Benoit Poelvoorde dans « Rien à déclarer » ! Porté par l'enthousiasme de Pascale Weitzmann, franchisée AIRRIA sur la région parisienne (que nous avons rencontrée à l'occasion de la journée des partenaires Cegid à Lyon), le Groupe AIRRIA a soutenu les deux étudiantes originaires de Châtenay-Malabry (92).

Pascale Weitzmann commente : « 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. »

eWEEK **CHANNEL INSIDER**



Ainsi 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. » a conclu Olivier Coin, co-fondateur du réseau AIRRIA.