



VENTE PAR AUTOMATE

NAVSA : UNE NOUVELLE IDENTITÉ POUR UN NOUVEL ÉLAN

Le 18 septembre 2020, NAVSA a donné rendez-vous – à distance – à ses adhérents ainsi qu'à l'ensemble des acteurs du secteur pour les Assemblées générales annuelles de la Fédération, dans un contexte inédit. Cela fut l'occasion pour la désormais renommée Fédération nationale de Vente et Services automatique de présenter sa nouvelle identité visuelle. Dénomination, logo, couleurs, typographie, site internet et réseaux sociaux : NAVSA consacre une nouvelle dynamique et affirme son rôle fédérateur auprès des professionnels du secteur.



UNE NOUVELLE DÉNOMINATION, REFLET DES MISSIONS DE L'ORGANISATION

Si NAVSA avait déjà amorcé le changement de désignation il y a quelques mois, l'appellation « syndicat national de vente et services automatiques » laisse aujourd'hui officiellement place à « fédération ». Depuis bientôt 70 ans, NAVSA s'engage pour la défense des intérêts de la profession auprès des pouvoirs publics et la promotion des femmes et des hommes qui font la distribution automatique en France. La volonté de fédérer a toujours été au centre des intentions de NAVSA. Aujourd'hui, elle réaffirme donc ses valeurs fondatrices en adoptant une dénomination qui correspond entièrement à ses ambitions !

UN NOUVEAU LOGO, À L'IMAGE DE LA PROFESSION



La charte graphique de NAVSA se modernise elle aussi. Le logo, élément fort de cette nouvelle identité, met en exergue le cœur de métier des professionnels du secteur. Il arbore également de nouvelles couleurs plus péchues, tels que le bleu pétrole et le jaune, et met ainsi en lumière le nouveau visage de la Fédération.

« Notre nouveau logo se veut plus stylisé, s'inscrivant dans une perspective de modernité. Il correspond au nouveau visage que nous voulons pour la Fédération. »

Diane Thomas,
Déléguee générale de NAVSA

PRÉSENCE SUR LE WEB



La mise en œuvre de la nouvelle charte graphique s'accompagne d'un renforcement de la communication digitale. Le site internet de la fédération va ainsi bénéficier d'une refonte totale dès le début d'année prochaine. Quant à la publication « NAVSA le Mag », celle-ci sera disponible en version numérique à partir de 2021.



Sur les réseaux sociaux, la fédération accentue sa présence. A travers son compte Twitter et sa nouvelle page LinkedIn, NAVSA renforce ses liens avec les professionnels du secteur et en noue de nouveaux.

Pour (re)voir la captation de la dernière Assemblée générale :

XX

SUIVEZ-NOUS SUR LES RÉSEAUX :



À propos de NAVSA : Créée en 1955, la Fédération nationale de Vente et Services automatiques (NAVSA) fédère l'ensemble des acteurs de la vente par automate en France : gestionnaires d'appareils, industriels fabricants et importateurs de matériel, fabricants de produits alimentaires et entreprises fournissant des services dits « associés » (monétique, gobelets, etc. ...). NAVSA compte plus de 240 entreprises adhérentes, qui emploient 55 000 personnes en France et réalisent un chiffre d'affaires annuel estimé à 3 milliards d'euros environ.

AGENCE DROIT DEVANT

Oanh Lecomte | lecomte@droitdevant.fr
Louise Comelli | +33 (0)1 39 53 00 02 | comelli@droitdevant.fr