

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

PRYSMIAN DÉVOILE SA NOUVELLE IDENTITÉ AU NIVEAU MONDIAL EN ACCORD AVEC SON ENGAGEMENT : RELEVER LES DÉFIS LIÉS À LA TRANSITION ÉNERGÉTIQUE ET LA TRANSFORMATION NUMÉRIQUE.

Nouvelle identité de marque développée en partenariat avec Interbrand

Champs-sur-Marne, le 22 février 2024 - Prysmian, leader de la transition énergétique et de la transformation numérique, lance aujourd'hui, en collaboration avec Interbrand, un cabinet de conseil en marques reconnu depuis près de 50 ans, la nouvelle identité de marque du groupe : un atout crucial qui vise à soutenir et amplifier la nouvelle stratégie commerciale de Prysmian.

C'est une véritable évolution de la marque qui façonne l'orientation du groupe vers une nouvelle ère, dans le cadre de la stratégie « Connect, to Lead », présentée le 5 octobre dernier lors de l'évènement Capital Markets Day qui s'est tenu à Naples. En réalité, le nouveau graphisme de l'image de marque de Prysmian est un rappel quotidien de l'ambition et du sens des responsabilités du groupe à relier des millions de personnes à un avenir durable, et du respect de ses valeurs fondatrices.

La nouvelle identité visuelle du groupe est issue d'une profonde réflexion sur l'objectif de l'entreprise, visant notamment à saisir les opportunités de développement durable pour la planète et à mener la transition énergétique et la transformation numérique en développant des produits toujours plus résilients, hautement performants, durables et innovants, tout en créant une valeur tangible pour ses clients et les communautés et territoires dans lesquels le groupe opère. Pour Prysmian, le développement durable n'est pas seulement un moteur commercial, mais également un engagement à apporter une contribution pérenne en termes de protection de l'environnement et des personnes.

La nouvelle identité visuelle, principalement développée numériquement, reflète la détermination de la marque à adopter de nouvelles stratégies et un nouvel objectif d'entreprise. La forme du symbole dissimule un « p » et rappelle en outre le concept d'économie circulaire, tandis que la couleur dégradée du bleu au vert reflète l'engagement du Groupe dans le développement des énergies renouvelables. Le logo emblématique, conçu selon un design contemporain et dynamique, relie les concepts de tradition et d'évolution. L'ensemble du logo et le nouveau slogan « The Planet's Pathways » incarnent le rôle que Prysmian entend jouer dans la conception d'un avenir meilleur et dans le tracé de voies vers un avenir de plus en plus durable et numérique pour notre planète.

« Par cette nouvelle identité visuelle, nous alignons l'image de Prysmian sur les changements que connaît le Groupe et sur l'évolution rapide de notre secteur industriel, une évolution dont nous avons l'intention d'être le leader », commente **Maria Cristina Bifulco, Responsable des relations avec les investisseurs, Directrice du développement durable et de la communication chez Prysmian**. « Les défis et opportunités mondiaux auxquels nous faisons face nous obligent à mettre la force et l'expertise de notre organisation au service de nos clients, de nos partenaires et de toutes nos parties prenantes afin d'apporter de nouvelles formes d'énergie et d'information aux quatre coins de la planète. »

« Nous vivons une nouvelle ère dans laquelle les marques sont de plus en plus importantes et sont censées véhiculer le leadership et la responsabilité », déclare **Manfredi Ricca, Directeur Général de la stratégie mondiale, Interbrand**. « L'évolution de l'image de marque de Prysmian reflète sa prise de conscience et son engagement à jouer un rôle de premier plan dans la conduite de la transition énergétique et numérique afin de façonner un avenir meilleur pour notre planète. »

Prysmian

Prysmian, leader mondial de l'industrie des câbles et systèmes d'énergie et de télécommunication, est un acteur de référence dans la transition énergétique et la transformation numérique. Grâce à sa forte couverture géographique et à son vaste portefeuille de produits, à son expérience et son expertise éprouvées en matière d'innovation technologique, ainsi qu'à sa solide base de clients, le groupe est bien placé pour consolider sa position de leader et conquérir de nouveaux marchés en pleine croissance. La stratégie de Prysmian est parfaitement alignée sur les principaux moteurs du marché, en développant des systèmes de câbles résilients, hautement performants, durables et innovants pour les segments Transmission, Réseaux électriques, Électrification et Solutions numériques. Prysmian est une entreprise publique cotée à la bourse italienne, forte de près de 150 ans d'expérience, qui compte environ 30 000 employés, 108 sites de production et 26 centres de recherche et développement dans plus de 50 pays. En 2022, les ventes ont dépassé les 16 milliards d'euros. www.prysmian.com

Interbrand

Depuis plus de 45 ans, Interbrand est l'un des principaux cabinets de conseil en marques. Il est à l'origine de travaux emblématiques et a forgé de nombreux outils de développement de marques couramment utilisés aujourd'hui dans l'industrie. En collaboration avec les plus grandes marques du monde, l'équipe mondiale d'Interbrand, composée de penseurs et de créateurs, ouvre la voie à l'avenir du développement des marques. En transformant les clients en participants actifs, Interbrand aide ses clients à renforcer leurs marques de manière continue. Son approche leur donne la confiance nécessaire pour réaliser des changements emblématiques qui suscitent le désir et créent de l'utilité, en générant des résultats extraordinaires.

Interbrand fait partie du Brand Consulting Group d'Omnicom, qui siège au Communications Consulting Network.

www.interbrand.com

Pour de plus amples informations

Prysmian
Sabrina Fell
Responsable Marketing et Communication
sabrina.fell@prysmian.com