



Rueil, le 1^{er} février 2001

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

DOUBLE MÉDAILLE D'OR POUR LA COMMUNICATION DE VINCI

VINCI, N°1 mondial de la construction et des services associés, a remporté hier deux « Top Com d'or », l'un pour sa campagne de publicité, l'autre pour l'ensemble de sa stratégie de communication. Le Top Com 2001, cinquième édition du Congrès de la communication corporate business, rassemblait cette année l'ensemble de la profession à l'institut Pasteur (à Paris) les 30 et 31 janvier.

Les jurés qui examinaient les stratégies globales ont particulièrement apprécié la détermination de VINCI qui a construit toute sa communication à partir de son nouveau nom (rappelons au passage que le groupe s'appelait SGE jusqu'en avril 2000).

Ce nom, inventé par l'agence NOMEN présidée par Marcel Botton, apporte au groupe et à ses filiales une nouvelle ambition, une dimension internationale et une identité européenne, des valeurs d'inventivité, d'ingéniosité et d'humanisme.

Le jury qui jugeait les campagnes de publicité a récompensé le parti pris par un groupe qui a su casser les codes de la communication technique propres au monde industriel pour adopter un ton résolument orienté vers le grand public et utiliser le média télévision rarement emprunté par des groupes de construction (conception : Euro-RSCG BETC).

Tout au long de l'année 2000, la communication a constitué un élément de dynamisme fort, en particulier au moment du lancement de l'OPE sur Groupe GTM qui a permis à VINCI de devenir le N°1 mondial de la construction. Elle a surtout joué comme un puissant levier fédérateur pour l'ensemble des filiales de VINCI qui peuvent désormais revendiquer leur appartenance à l'une des plus belles marques européennes du moment.

Informations : www.groupe-vinci.com

Contact : Pierre Coppey
Tel +33 1 47 16 30 07
Fax +33 1 47 16 33 88
pcoppey@groupe-vinci.com