

Communiqué de Presse

Paris, le 26 janvier 2015

Veolia fait campagne pour « Ressourcer le monde »

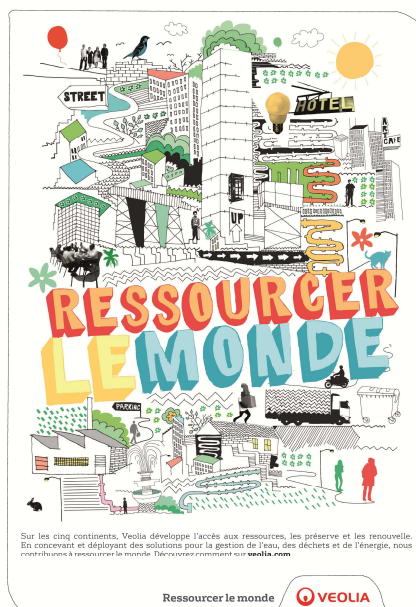
En avril 2014, Veolia a adopté une nouvelle signature « ressourcer le monde », traduisant le renouveau du Groupe et de sa communication. Cette signature fait l'objet d'une campagne en presse écrite et digitale lancée dès le 26 janvier 2015. Il s'agit de la première campagne menée par le Groupe depuis 5 ans.

Depuis trois ans, le groupe français Veolia s'est réinventé à travers une stratégie de développement axée sur sept principaux secteurs de croissance et une nouvelle organisation selon onze zones à l'échelle mondiale. Mieux positionné sur ses marchés, plus réactif vers ses clients, le Groupe bénéficie aujourd'hui d'une appellation unique : Veolia.

En avril 2014, Veolia a clarifié son positionnement via une nouvelle signature de marque qui traduit sa vocation : « Ressourcer le monde », signature traduite dans toutes les langues des pays d'implantation du Groupe. Le territoire d'expression de Veolia s'est structuré autour de trois piliers qui illustrent l'ensemble de ses activités : développer l'accès aux ressources, préserver les ressources et renouveler les ressources.

Une nouvelle charte graphique, des publications renouvelées ainsi qu'un nouvel écosystème digital autour d'un site web Veolia.com ont constitué les fondements de la nouvelle communication de Veolia. La création du hub social [#LivingCircular](https://twitter.com/LivingCircular) marque l'expression renouvelée du Groupe vers ses publics en se positionnant comme un contributeur au débat citoyen sur l'économie circulaire.

La campagne publicitaire qui démarre ce 26 janvier, propose une série d'illustrations urbaines déclinées dans la presse écrite et sur les médias digitaux, en France et à l'international.



Communiqué de Presse

Paris, le 26 janvier 2015

Signée Havas Paris, l'agence conseil de Veolia depuis 2004, la campagne décline cinq dessins de l'artiste britannique Rude. **Elle est composée d'un visuel générique et de quatre autres racontant chacun une histoire emblématique du nouveau Veolia entre eau, déchets et énergie, et ce, partout dans le monde :**

- La transformation du marc de café en énergie aux Pays-Bas,
- Le démantèlement des navires à Bordeaux pour en recycler les matériaux,
- L'alimentation d'un grand site industriel à Singapour par une boucle fermée de réutilisation presque à l'infini d'une même eau pour en économiser les prélèvements,
- La valorisation des eaux usées de Milwaukee en engrais.

C'est dans l'économie circulaire que Veolia puise son inspiration pour se réinventer et adresser ainsi les problématiques d'envergure des industriels et des territoires. Ces illustrations montrent une ville ludique où la nature cohabite sereinement avec l'activité humaine et les industries. Veolia souhaite ainsi transmettre **une vision optimiste des enjeux environnementaux et économiques auxquels le monde est confronté car il existe des solutions développées par le Groupe**. Certaines sont éprouvées, d'autres en cours de développement, mais il s'agit d'appréhender la question des ressources et de mettre en œuvre les leviers d'un nouveau modèle. Ces dessins permettent de mieux comprendre les interventions de Veolia, souvent peu visibles par le grand public, et qui se révèlent grâce au style très urbain du duo d'artistes britanniques Rude.

A propos de Veolia

Le groupe **Veolia** est la référence mondiale de la gestion optimisée des ressources. Présent sur les cinq continents avec plus de 187 000 salariés*, le Groupe conçoit et déploie des solutions pour la gestion de l'eau, des déchets et de l'énergie, qui participent au développement durable des villes et des industries. Au travers de ses trois activités complémentaires, Veolia contribue à développer l'accès aux ressources, à préserver les ressources disponibles et à les renouveler.

En 2013, le groupe Veolia a servi 94 millions d'habitants en eau potable et 62 millions en assainissement, produit 54 millions de mégawatheures et valorisé 38 millions de tonnes de déchets. Veolia Environnement (*Paris Euronext : VIE et NYSE : VE*) a réalisé en 2013 un chiffre d'affaires consolidé de 23,4 milliards d'euros*.

www.veolia.com

(*) Chiffres 2013 pro-forma non audités incluant Dalkia International (100%) et excluant Dalkia France. Hors périmètre et chiffre d'affaires de Transdev en cours de cession.

A propos de Havas Paris

Havas Paris est une agence de communication parmi les leaders en France. Emmenée par Agathe Bousquet, Présidente-Directrice Générale et Christophe Coffre, Président en charge de la création, l'agence de communication globale du réseau Havas Worldwide mène des missions globales, créatives, digitales et internationales au service de toutes les dimensions de la marque et de ses publics pour le compte de nombreuses entreprises et institutions. Dotée d'une intelligence historique des enjeux d'opinion, d'influence et de réputation, l'agence intègre également une communauté de savoir-faire et de talents autour du conseil, de la création et des contenus. En son cœur, un collectif de 70 créatifs, auteurs d'une création prolifique et protéiforme, fait vivre en cohérence, publicité, design, web, réseaux sociaux, événements, édition, contenus audiovisuels, médias éphémères... comme autant de champs d'expression.

A propos de Rude

Rude est le pseudo d'un duo d'artistes britanniques basés à Londres, mari et femme dans la vie (de leurs vrais noms *Abi & Rupert Meats*). Graphistes et illustrateurs mais aussi designers, ils signent des collections d'objets et

Communiqué de Presse

Paris, le 26 janvier 2015

de vêtements qui mêlent la typographie et illustration. Leur style plein de malice et de vivacité leur permet d'être repérés à la fois par des marques de rue, éditeurs de T Shirts, labels musicaux et des institutions culturelles comme le Tate pour une gamme d'accessoires, de vêtements et d'objets.

Contacts

Relations Presse

Laurent Obadia

Sandrine Guendoul

Marie Bouvet

Stéphane Galfré

Tél : + 33 (0)1 71 75 19 27/ 12 52

stephane.galfre@veolia.com