

# Suez Environnement fÃ©dÃ“re lâ€™ensemble de ses activitÃ©s sous une marque unique

Dossier de<br /> la rÃ©daction de H2o  
March 2015

Â

Suez Environnement fÃ©dÃ“re l'ensemble de ses activitÃ©s sous une marque unique pour accÃ©lÃ©rer son dÃ©veloppement

Dixit

SITA, DegrÃ©mont, Lyonnaise des Eaux, AGBAR, Aqualogy, United Water, Ondeo Industrial Solutions, SAFEGE, et une trentaine d'autres marques nÃ©es du dÃ©veloppement Ã  l'international et de l'intÃ©gration de nouveaux mÃ©tiers. Suez Environnement a organisÃ© ce matin au Carrousel du Louvre la premiÃ¨re Ã©tape de son premier "Resource Revolution Tour" : un show de 70 minutes pour prÃ©senter sa nouvelle organisation, dÃ©sormais entiÃ©rement fÃ©dÃ©rÃ©e sous une seule marque : Suez environnement, positionnÃ©e sur la gestion durable des ressources.

Fabien Cousteau, explorateur et ocÃ©anographe, Diana Filippova, connector, Navi Radjou, co-auteur du best-seller "Jugaad

Innovation: Think Frugal, Be Flexible, Generate Breakthrough Growth", et Christian de Boisredon, entrepreneur social, fondateurÂ de SparknewsÂ et Ã©galement co-auteur d'un best seller "L'espÃ©rance autour du monde" (Ã©d. Pocket), rÃ©cit du premier tour du monde Ã  la rencontre des entrepreneurs sociaux sont venus prÃªter main forte Ã  Jean-Louis Chaussade, directeur gÃ©nÃ©ral de Suez Environnement pour parler du dÃ©fi de la rÃ©volution de la ressource ; une rÃ©volution "circulaire, concrÃ©te et collaborative". Le show se poursuivra ce soir Ã  New-York et demain Ã  Beijing.

Cette Ã©volution rÃ©pond Ã  trois objectifs majeurs : 1.

Simplifier une architecture multi-marques pour gagner en performance et en efficacitÃ© commerciale ; 2. RÃ©pondre aux nouvelles attentes des clients, collectivitÃ©s ou industriels qui souhaitent des solutions globales pour faire face aux nouveaux enjeux environnementaux et sociÃ©taux ; 3. Renforcer les convergences entre les mÃ©tiers du groupe pour rÃ©pondre aux enjeux d'une Ã©conomie circulaire. Face aux nouveaux enjeux environnementaux, les mÃ©tiers de Suez Environnement se sont profondÃ©ment transformÃ©s, passant d'opÃ©rateur de services Ã  gestionnaire de ressources ; les modÃles de consommation et de production doivent Ãªtre repensÃ©s pour passer d'une logique de consommation Ã  une logique d'usage et de valorisation. Le passage Ã  la marque unique accompagnera la stratÃ©gie du groupe, autour de ses quatre axes stratÃ©giques : le Smart Water et les nouveaux services, l'industrie, la valorisation des dÃ©chets et le dÃ©veloppement Ã  l'international. Jusqu'Ã  prÃ©sent structurÃ© autour de deux grands mÃ©tiers, l'eau et les dÃ©chets, le groupe affiche dÃ©sormais un positionnement centrÃ© sur la gestion durable des ressources articulÃ© autour de quatre activitÃ©s principales : la gestion du grand cycle de l'eau, le recyclage et la valorisation des dÃ©chets, les solutions de traitement de l'eau, le consulting pour un amÃ©nagement durable des villes et des territoires.

"La rÃ©volution de la ressource va impliquer une grande et profonde transformation de nos

sociétés comme les révolutions industrielle et digitale ont pu le faire. Il s'agit donc pour Suez environnement de répondre aux futures attentes de nos clients et de faire converger nos métiers pour anticiper et accompagner ces changements. En tant qu'acteur majeur de l'économie circulaire, nous devons mettre au service de cette révolution nos expertises pour proposer une offre globale permettant une gestion optimisée des ressources. Désormais, ce seront les 80 000 collaborateurs du groupe qui incarneront cette mission avec fierté et conviction sous une marque unique, Suez environnement", a déclaré Jean-Louis Chaussade, directeur général de Suez Environnement.

Désormais, les clients de Suez environnement n'auront plus qu'un seul interlocuteur pour l'ensemble des services offerts par la multinationale et ne devront plus s'adresser à chaque filiale. "Dans chacun des 70 pays où nous sommes présents, nous allons installer des équipes transversales capables de proposer à nos clients des offres combinées en matière d'eau, de propreté et d'énergie", explique M. Chaussade.

#### Avant

de prendre cette décision, le groupe a négocié un prolongement de dix ans (plus cinq ans renouvelables) de l'accord de licence - gratuit - qui le lie à GDF Suez, propriétaire de la marque Suez et premier actionnaire du groupe, avec 35,7 % de ses actions.

#### Suez

environnement alimente 92 millions de personnes en eau potable, 65 millions en services d'assainissement, assure la collecte des déchets de près de 50 millions de personnes, valorise 14 millions de tonnes de déchets par an et produit 5 138 GWh d'énergie locale et renouvelable. Avec 80 990 collaborateurs, le groupe est présent sur les cinq continents ; il a réalisée, en 2014, un chiffre d'affaires de 14,3 milliards d'euros.

À

Suez Environnement : le nouveau logo

Suez Environnement - 12-03-2015