

Suez Environnement fédère l'ensemble de ses activités sous une marque unique

Dossier de la rédaction de H2o
March 2015

À

Suez Environnement fédère l'ensemble de ses activités sous une marque unique pour accélérer son développement

Dixit

SITA, Degremont, Lyonnaise des Eaux, AGBAR, Aqualogy, United Water, Ondeo Industrial Solutions, SAFEGE, et une trentaine d'autres marques nées du développement à l'international et de l'intégration de nouveaux métiers. Suez Environnement a organisé ce matin au Carrousel du Louvre la première étape de son premier "Resource Revolution Tour" : un show de 70 minutes pour présenter sa nouvelle organisation, désormais entièrement fédérée sous une seule marque : Suez environnement, positionnée sur la gestion durable des ressources.

Fabien Cousteau, explorateur et océanographe, 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, fondateur de Sparknews et également co-auteur d'un best seller "L'espérance autour du monde" (éd. Pocket), récit du premier tour du monde à la rencontre des entrepreneurs sociaux sont venus prêter main forte à Jean-Louis Chaussade, directeur général de Suez Environnement pour parler du défi de la révolution de la ressource ; une révolution "circulaire, concrète et collaborative". Le show se poursuivra ce soir à New-York et demain à Beijing.

Cette révolution répond à trois objectifs majeurs : 1.

Simplifier une architecture multi-marques pour gagner en performance et en efficacité commerciale ; 2. Répondre aux nouvelles attentes des clients, collectifs ou industriels qui souhaitent des solutions globales pour faire face aux nouveaux enjeux environnementaux et sociétaux ; 3. Renforcer les convergences entre les métiers du groupe pour répondre aux enjeux d'une économie circulaire. Face aux nouveaux enjeux environnementaux, les métiers de Suez Environnement se sont profondément transformés, passant d'opérateur de services à gestionnaire de ressources ; les modèles de consommation et de production doivent être repensés pour passer d'une logique de consommation à une logique d'usage et de valorisation. Le passage à la marque unique accompagnera la stratégie du groupe, autour de ses quatre axes stratégiques : le Smart Water et les nouveaux services, l'industrie, la valorisation des déchets et le développement à l'international. Jusqu'à présent structuré autour de deux grands métiers, l'eau et les déchets, le groupe affiche désormais un positionnement centré sur la gestion durable des ressources articulée autour de quatre activités principales : la gestion du grand cycle de l'eau, le recyclage et la valorisation des déchets, les solutions de traitement de l'eau, le consulting pour un aménagement durable des villes et des territoires.

"La révolution 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 réalisé, en 2014, un chiffre d'affaires de 14,3 milliards d'euros.

À

Suez Environnement : le nouveau logo

Suez Environnement - 12-03-2015