

**VEOLIA REVIENT EN TV
AVEC UN FILM SIGNÉ HAVAS PARIS****UN RECIT POÉTIQUE ET OPTIMISTE POUR MIEUX DÉCOUVRIR ET
REDECOUVRIR LES MÉTIERS DE VEOLIA**

Après la révélation de sa nouvelle signature « Ressourcer le monde » en avril 2014 et le lancement d'une première campagne publicitaire en France et à l'international début 2015, Veolia reprend la parole pour faire la pédagogie des solutions et des activités du groupe et illustrer leur forte contribution à la lutte contre le réchauffement climatique est au coeur de son métier.

Outre une campagne presse et d'affichage, Veolia revient en télévision (1 x 30') pour la première fois depuis 2008 avec un récit poétique et optimiste diffusé en France et à l'international depuis fin novembre et tout au long du mois de janvier prochain. Si cette campagne multicanale, qui se déploie en TV, web, affichage, s'adresse en premier lieu aux leaders d'opinion et aux clients de Veolia, elle a aussi pour vocation de faire connaître les métiers du groupe au consommateur final, le grand public.

Dans la même veine créative que la première vague, l'optimiste et l'esthétique du film et des annonces sont signés du collectif RUDE. Le traité illustratif, qui permet une différenciation dans le paysage publicitaire, raconte des procédés industriels complexes désormais accessibles au plus grand nombre ; une approche simple, concrète et esthétique pour découvrir ou redécouvrir la mission et les métiers de Veolia.

Une ode aux métiers de Veolia

D'une durée de 30 secondes, le film TV et web rend concrète l'économie circulaire centrale dans la mission de Veolia. Si elles ne sont pas décrites dans le détail, le film présente les grandes étapes de transformation au cœur des solutions Veolia et nous plonge dans un univers humble et optimiste porté par une musique pop originale. Diffusé en France et à l'international (BBC Europe, Euronews), le film est relayé par un dispositif web sur des sites plus généralistes.

Une campagne presse et affichage qui renouvelle les solutions bas carbone.

Dans le prolongement de la campagne de janvier 2015, 5 nouveaux visuels complètent la gamme des solutions bas carbone pour se déployer cette fois dans un registre plus événementiel avec l'habillage de deux stations de métro à Paris. L'habillage intégral de la station de métro Franklin-Roosevelt pendant toute la durée de la COP 21 a offert une immersion grandeur nature dans l'univers de Veolia créé par RUDE : des paysages à la fois urbains et naturels, des humains, des animaux, ponctués de l'évocation de la présence de Veolia. Ces adhésivages plongent les usagers des stations dans le monde ressourcé de Veolia, tandis que des écrans racontent les solutions déployées pour le concevoir, jouant ainsi sur la complémentarité des deux supports.

« Ressourcer le monde », une vision optimiste et ambitieuse des nouveaux enjeux

La signature et mission du Groupe, « Ressourcer le monde », est une vision optimiste mais aussi ambitieuse des enjeux posés par la question des ressources. C'est pourquoi Veolia s'est attaché depuis le printemps 2014 à développer des contenus riches sur le site www.veolia.com autour de ses activités, afin que chacun puisse prendre la mesure de ses actions en faveur de la lutte contre le réchauffement climatique.