

# Alternance réalisée par Amélie Montoriol au sein de la Direction Innovations & Marchés :



## PRESENTATION DE L'ORGANISME D'ACCUEIL

### CONTRACT SCOPE :

Ressourcer le monde

### CONTRACT DATA

**Clients** : Collectivités/ Industriels/ Secteur Tertiaire et équipements

**Equipes mobilisées** : 202 800 salariés

**Durée** : Depuis 1853

### ACTIVITY SECTOR

L'ensemble des activités

### EXPERTISE

Recherche/Ingénierie/ /Commerce/ Supports/ Conseil/ Construction/ Environnement

#### Eau

**4532** usines de production d'eau potable gérées

**3442** usines de traitement des eaux usées gérées

#### Propreté

**570000** entreprises clientes (hors maintenance industrielle)

**719** unités de traitement exploitées

#### Énergie

**770** réseaux urbains et locaux de chaleur et de froid

**163000** installations énergétiques gérées

**4300** sites industriels gérés

Veolia est un Groupe industriel privé dont l'un des principaux piliers est le milieu naturel dont il est bénéficiaire et/ou responsable. L'Eau, l'Energie et la gestion des déchets sont les trois cœurs de métiers de Veolia, qui de fait, jouent un rôle fondamental dans le respect des normes environnementales en France et à l'International. L'implication de ses clients aussi bien les collectivités que les industriels vers des pratiques plus respectueuses de l'environnement, pousse le Groupe à être toujours plus à jour sur ses politiques environnementales et sociétales. Veolia est investi à travers le monde dans la lutte contre la disparition des ressources naturelles et dans la lutte contre le réchauffement climatique. C'est afin d'accompagner ces missions, que j'ai intégré la direction I&M.

La Direction Innovation & Marchés est organisée depuis septembre 2014 autour de 4 pôles :

- Stratégie & Marketing,
- le Business Développement (Industrie & Municipal),
- le bureau de conseil 2EI
- la Direction de la Recherche (VERI).

L'équipe Marketing a pour mission de soutenir le développement de nouveaux produits et services visant à répondre aux besoins d'innovation des clients, ainsi que d'accélérer le fort potentiel des produits, des services et des partenariats.

Le Knowledge Management (KM) se charge de transcrire, capitaliser et transmettre les connaissances, non seulement documentaires mais aussi celles des salariés. Le KM mène donc naturellement à la gestion de contenu et par son principe même repose sur l'idée de collaboration. C'est pourquoi les outils de travail collaboratif lui sont étroitement associés .

# Mission n°1 & Résultats

## « Business Support Plateforme »



### CREATION D'UNE PLATEFORME COLLABORATIVE

#### CONTRACT SCOPE :

Créer une plateforme multifonctions

#### CONTRACT DATA

**Clients** : Direction I&M / Correspondants/  
Commerciaux

**Equipes mobilisées** : Marketing +  
Business Développement + KM +  
Informatique

**Durée** : 6 mois

#### ACTIVITY SECTOR

L'ensemble des activités

#### EXPERTISE

Knowledge management + informatique

### The challenge

La direction Innovations & Marché a besoin d'un système de partage d'informations, accessible par toutes les BU et tous les pays, pour échanger entre le siège, les correspondants zones et les commerciaux de terrain. Les informations doivent être organisées par marchés et répondre aux besoins de la direction Marketing et de la direction Business Développement

### Veolia's solution

Pour répondre à ce besoin, le Knowledge management utilise la technologie Google. La plateforme propose aujourd'hui à l'ensemble du Groupe:

- Documents (présentations, comptes rendus, offres)
- Les contrats, Relationship road map
- Cartographie accessible depuis les contrats, les fiches référence
- Annuaire avec possibilité d'identifier des experts
- Forums
- Squelette / briques d'offres
- Liens avec des systèmes existants
- Formulaire d'inscription en ligne
- Un moteur de recherche performant

### The benefits for our client

Aujourd'hui les commerciaux et nos correspondants disposent d'informations sur des marchés précis et notre direction dispose d'un canal privilégié pour déployer ses nouvelles offres et ses outils.

## Mission n°2 & Résultats

# 150 « Case Studies » avant fin 2014



## VALORISATION DES OFFRES COMMERCIALES

### CONTRACT SCOPE :

Homogénéiser , reformater et valoriser les meilleurs références business

**Clients** : Direction I&M / Correspondants/ Commerciaux/ BU

### CONTRACT DATA

**Equipes mobilisées** : le KM

**Durée** : 4 mois et +

### ACTIVITY SECTOR

L'ensemble des activités

### EXPERTISE

Knowledge management

## The challenge

Les commerciaux et nos correspondants sont demandeurs de références de contrat. Jusqu'à aujourd'hui chaque BU, créait et diffusait ses références. Dans un soucis d'homogénéiser l'ensemble des références et dans une cohérence de nouvelle marque, le KM a pris en charge cette mission.

## Veolia's solution

- Pour répondre à ce besoin , le Knowledge management :
- Récolte les meilleures références
- Etablis un nouveau modèle
- Récolte les informations DD & RH pour mettre en valeur le bénéfice client
- Transfere et organise les informations

## The benefits for our client

Aujourd'hui les commerciaux et nos correspondants disposent d'une collection de références portant sur l'ensemble des marchés. La demande a été entièrement satisfaite en très peu de temps.

L'ensemble des BU sont aujourd'hui en possession du modèle et d'un modèle d'utilisation afin de mettre toutes leurs nouvelles références au nouveau format.

# Mission n°3 & Résultats Programme UICN



## ACCOMPAGNEMENT DE LA SNB

### CONTRACT SCOPE :

Formater et valoriser les techniques écologiques de gestion des sites industriels : 2 fiches ont été réalisées:

- Les espaces protégés en France
- Planter et entretenir des arbres, des haies et des arbustes

### CONTRACT DATA

**Clients :** Gestionnaire de sites & DDD

**Equipes mobilisées :** DDD et moi

**Duration :** 2 mois

### ACTIVITY SECTOR

L'ensemble des activités

### EXPERTISE

Biodiversité

## The challenge

En 2011, Veolia s'est également engagé en partenariat avec l'Union internationale pour la conservation de la nature (UICN) pour la mise en place d'une Stratégie pour la Biodiversité.

L'adhésion à la stratégie fut en 2011, la première étape destinée à informer, partager et étudier comment s'engager en faveur de la biodiversité, au-delà des seules exigences légales. La signature de ce document témoigne d'une adhésion à la vision, l'ambition, les orientations stratégiques, les objectifs et les principes de gouvernance de la Stratégie pour la Biodiversité de Veolia. Les objectifs et les ambitions de cette stratégie sont les suivants :

- Préserver et restaurer, renforcer et valoriser la biodiversité
- En assurer l'usage durable et équitable
- Impliquer tous les secteurs d'activités

## Veolia's solution

Publication de 2 nouvelles fiches du Guide de Gestion Ecologique des sites :

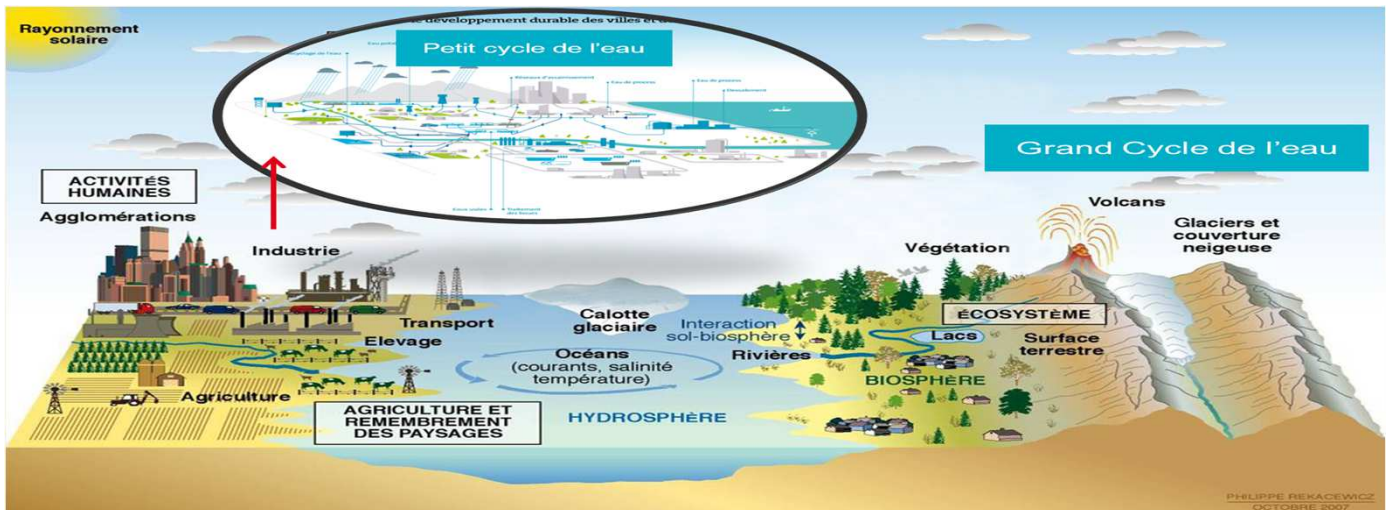
Il s'agit d'un fascicule, élaboré en 2011 qui présente les bonnes pratiques respectueuses de l'environnement et contribuant à la préservation et à la restauration de la biodiversité sur les sites de Veolia

## The benefits for our client

Il est support aux opérationnels pour aider à mettre en œuvre une gestion écologique sur leurs sites et à trouver des contacts adaptés à leurs problématiques.

## Mission n°4 & Résultats

# « Etude sur le Grand Cycle de l'eau »



## ETUDE MARCHÉ : INGENIERIE ECOLOGIQUE

### CONTRACT SCOPE :

Clients : Commerciaux et équipes I&M

### CONTRACT DATA

Marketing et moi

Duration : 2 mois

### ACTIVITY SECTOR

Eau

### EXPERTISE

Biodiversité & Ingénierie écologique

## The challenge

Les activités de Veolia Eau, sont traditionnellement positionnées sur le petit cycle de l'eau. C'est pour aller à la rencontre de nouveaux clients et de nouveaux marchés que la Direction Innovation et Marchés à souhaiter mener une étude conjointe entre la Direction de la Recherche et la Direction du Marketing.

## Veolia's solution

- Nous avons dans un premier temps, fait un état des lieux et une estimation des risques environnementaux qui pouvaient avoir un impact sur la production de nos clients ou sur le bien-vivre des villes et cela afin de déterminer la capacité à payer des clients.
- A cela nous avons dû intégrer la capacité de subvention de l'Agence de l'eau et des politiques publiques en faveur de l'environnement.

## The benefits for our client

L'ingénierie écologique et les diverses techniques développées dans le monde pourraient répondre à une partie des enjeux. Veolia utilise ces techniques mais cette pratique n'est pas encore très reconnue. L'étude de marché montre que nos clients n'y sont pas familiarisés. Grâce à cette étude, qui doit être approfondie, le Marketing veut convaincre les équipes commerciales et les clients, des bénéfices de cet outil.



## Conclusion

Le Groupe Veolia est en pleine mutation. Une nouvelle vision en a émergé, une vision plus proche des piliers du développement durable et des engagements.

L'année passée chez Veolia au sein de la Direction Marketing, m'a permis de mieux cerner les enjeux industriels et les enjeux des territoires. Grâce aux travaux collectifs, j'ai pu prendre part aux discussions et mes interventions fut constructives et apprécier.

Avec la présentation des références et l'étude des procédés techniques, les débats et la rédaction du cahier des charges de la construction de la plateforme Business j'ai augmenté ma capacité à comprendre les différents métiers de Veolia.

Nous étions également, le point d'entrer et les animateurs de l'ensemble des correspondants des zones pour ce sujet, ce qui fut très instructifs. Nous avons beaucoup appris au cours de nombreux échanges, sur les pratiques commerciales internationales..

Les différents travaux que j'ai effectués en collaboration avec la Direction du Développement Durable et avec le pôle ville de l'équipe Marketing, m'ont éclairé sur comment faire pour accompagner les offres de Veolia.

Deux choses sont ressorties principalement :

- Les clients attendent de Veolia, une démarche «développement durable » exemplaire
- Veolia doit pouvoir, avec une volonté d'innovation, faire de son exemplarité, une force de vente

La biodiversité et l'ingénierie écologique sont, à mon sens, des leviers, qui ne sont pour l'instant pas assez valorisées. Les pratiques ne sont pas assez connues des clients et le rôle de Veolia devrait être d'être leader sur cette question.

Veolia devrait pouvoir proposer des offres de gestion de l'eau, des déchets et de l'énergie à travers une gamme de procédés verts (la phyto-épuration, la phyto-remédiation...). Comme nous l'avons vu pour le « Grand Cycle de l'eau », la démarche débute. Elle doit à tout prix être accompagnée par une forte implication de 2EI et de la Direction de la Recherche. Cette orientation permettrait à Veolia d'apporter une expertise unique et à très grande échelle vis-à-vis de ses concurrents.

Enfin, la mouvance des organisations et le jeu de la transformation d'un groupe ou les sièges sont dans l'œil du cyclone, m'ont obligé à faire preuve de souplesse et d'adaptation.

### Commercial Use ONLY

Update: 2014

#### Contacts:

montoriol.amelie@gmail.com  
dominique.delis@veolia.com

Current contract:

