



L'armée invisible de Veolia

Alors qu'une campagne presse identifie, depuis le printemps, les domaines d'intervention de Veolia

(eau, énergie, propreté et transport), l'industriel étend sa prise de parole publicitaire à la télévision, avec un film signé BETC Euro RSCG. « Le public attend des grandes entreprises qu'elles prennent en

charge la protection des ressources menacées par le développement de l'activité humaine », explique Raphaël de Andreis chez BETC. Veolia, c'est 300 000 personnes, un chiffre industriel ! Mais où sont tous ces gens ? »

C'est l'angle retenu pour cette grosse production destinée à traduire la place de l'humain dans l'activité déployée. Une jeune fille très

nature traverse la ville à vélo sans repérer, par une suite de concours de circonstances, les équipes, pourtant nombreuses, dédiées aux activités d'assainissement. Des équipes grâce auxquelles elle peut se consacrer à sa promenade en toute insouciance. Arrivée à son bureau, elle constate avec surprise que la tache causée par son gobelet de café s'est autonettoyée... scène qui éclaire aussi particulièrement le téléspectateur. On comprend mieux le travail invisible auquel se livre cette petite armée. Du coup, la deuxième vision du film (et les suivantes) est plus riche, d'autant que, au départ, les rues désertes de la ville troublent un peu la réflexion. La musique minimaliste a été choisie pour ne pas troubler le regard. « C'est un genre de

musique qui n'existe pas en pub, alors que la plupart des genres musicaux ont déjà été préemptés, rappelle Fabrice Brovelli. Cette musique n'est pas trop envahissante et ne risque pas de lasser. »

Philippe André (Wanda) – qui s'est déjà livré à ce genre d'exercice, notamment avec la campagne Peugeot 407 Toys – a réglé au quart de seconde le ballet auquel ont participé jusqu'à 500 figurants. Tourné en quatre jours en Argentine, le spot a supposé les prises de vue concomitantes : au sol, sur un immeuble et en hélico.

Lancée en France et en Grande-Bretagne, et sur les grandes chaînes pan-européennes, cette première campagne TV de l'annonceur est prévue pour durer... **EG**