



PRIX DE LA CRÉATION DE MARQUE

COM-ENT D'OR

EQUANS, EMPOWERING TRANSITIONS

Entreprise : EQUANS Agence : Babel

Date : 06-2021 / 06-2021

POURQUOI CETTE CAMPAGNE ?

Suite au départ d'Isabelle Kocher en février 2020, le groupe ENGIE décide de revoir entièrement son organisation et son offre. Signal fort de cette volonté de transformation, Jean-Pierre Clamadieu, président d'ENGIE, annonce aux marchés en juillet 2020 son souhait de se séparer de l'ensemble des activités de services du groupe. Les services d'ENGIE ce sont 74 000 collaborateurs sur 160 000 au total, répartis dans 17 pays et près de 12 Mds € de CA. Ce sont aussi des marques, le plus souvent historiques sur leur marché, de dimensionnement et de métiers très hétérogènes. Le chrono est lancé. Les



équipes de la stratégie et de la communication ont un an pour préparer la mise en vente de cet ensemble et créer la marque d'un leader mondial des services multitechniques.

POUR QUI ?

- Les acquéreurs potentiels : construire une marque qui accroît la désirabilité de l'ensemble et impacte positivement sa valorisation financière.
- Les publics internes : construire une marque qui fédère tous les collaborateurs du nouvel ensemble, fruit du rapprochement de marques et de métiers très hétérogènes.
- Le marché : construire une marque à la hauteur de la dimension et des ambitions d'un ensemble devenu, de fait, leader mondial des services multitechniques.



En tant qu'agence de stratégie de marque d'ENGIE, notre première mission a ainsi été d'évaluer, pour chaque scénario de marque identifié, sa valorisation financière dans le cadre de la cession, et de les analyser à l'aune de critères juridiques, de perception interne et externe, de cohérence business et de cohérence stratégique.

COMMENT ?

Phase 1 : conception et analyse des scénarios

Phase 2 : définition de la plateforme et de l'architecture

Phase 3 : création et déploiement de l'identité

Trois phases qui ont dû être menées de concert avec les directions existantes (ENGIE) ou créées durant le projet (EQUANS).

Un projet mené en trois phases

- Présidence et direction générale d'ENGIE
- Direction de la communication d'ENGIE
- Présidence et Comex d'EQUANS (créés au démarrage de la phase 2)
- Directions de la communication des pays (mobilisées en workshop lors de la phase 2)
- Direction de la communication d'EQUANS (créée lors des premières étapes de la recherche de nom).

En phase 3, l'agence a particulièrement dû faire preuve d'agilité pour concevoir et valider en un temps record (10 jours) un logotype et un territoire d'expression qui ont immédiatement fait l'unanimité.

QUELS RÉSULTATS ?

Un nom singulier qui exprime la mission d'EQUANS – The right answer for complex equations : accompagner ses clients dans les enjeux complexes liés aux transitions énergétique, industrielle et digitale. Un signe dynamique qui incarne ces trois transitions et les trois piliers de son action : power, connect, protect.

Une signature puissante – Empowering Transitions – qui place EQUANS du côté de ses clients pour leur donner les moyens d'agir dès aujourd'hui pour les trois transitions.

Une identité révélée avec succès aux collaborateurs et aux parties prenantes, pour une marque devenue un atout de taille dans le cadre de la cession : alors que la valorisation oscillait en janvier 2021 entre 4 à 5 Mds €, c'est finalement Bouygues qui acquiert EQUANS pour un montant de 7,1 Mds € en novembre 2021.

PROCESS DE COMMUNICATION RESPONSABLE

Conscients de notre impact environnemental, social et sociétal, l'agence a mis en place une politique RSE ambitieuse visant à développer de nouvelles pratiques professionnelles anticipant les attentes de la société et de nos collaborateurs, et à progresser sur le volet environnemental grâce à une réduction de nos émissions et une trajectoire carbone qui nous engage. Si cette création de marque n'a pas fait l'objet d'actions particulièrement remarquables, elle a été soumise, comme tout autre projet, aux pratiques vertueuses de l'agence qui ont permis la reconnaissance de notre politique, certifiée en 2021 Ecovadis Sustainability Rating Gold et Label Agences Actives 3/3.