

Un **nouveau** nom

Un **nouveau** label

FÉDÉRATION DES
epl
ENTREPRISES
PUBLIQUES LOCALES

1 100 entreprises publiques locales en France
servir
le public
16 000 en Europe



Un **nouvel** élan

pour les Sem et les Sociétés publiques locales



Le changement d'identité concrétise une réflexion engagée il y a 16 mois par les différentes instances de la Fédération. Une charte des valeurs a été adoptée, plusieurs scénarios d'avenir ont été construits et une stratégie a été définie :
renforcer le potentiel de développement de notre modèle et conforter la liberté de choix des collectivités locales.

Parce que nous croyons à la pertinence et à l'avenir des sociétés à participation publique servant l'intérêt général,

Parce que le mouvement Sem s'inscrit dans une stratégie d'ouverture et de croissance conjuguant les dimensions locales, nationales et européennes,

Parce que les Sem et les Sociétés publiques locales partagent des valeurs fortes en phase avec les attentes actuelles des citoyens,

1 positionnement

Situer les entreprises publiques locales au centre des problématiques de **développement durable** et de cohésion des territoires.

3 objectifs

- **promouvoir** le partenariat public privé version Sem en France comme en Europe,
- **élargir** le statut de Société publique locale à d'autres secteurs que l'aménagement,
- **sécuriser** la place des élus dans ces dispositifs.

La Fédération des Sem devient la Fédération des entreprises publiques locales*



Ce nouvel élan est matérialisé par un label qui valorise le credo et la finalité de notre mouvement dans toute l'Europe : **Servir le public**

Chaque entreprise publique locale est invitée à l'adopter pour qu'il devienne la nouvelle bannière de notre mouvement, trouve un écho toujours plus large, et conforte, par ricochet, la position de tous.

* Assemblée générale extraordinaire du 23 janvier 2008 modifiant les statuts.



La nouvelle identité de la Fédération accompagne et traduit cette stratégie :

- **rassembler** toutes les formes de Sem et de Sociétés publiques locales
- **être le vecteur** de nos valeurs et de nos convictions.

Un plan de communication offensif impliquant l'ensemble des membres de notre Fédération et des associations proches va être mis en œuvre.

Il ambitionne de construire :

- un **discours clair et attractif** à l'attention des élus locaux,
- un **environnement favorable** aux Epl,
- un **éventail de solutions** pour optimiser leur communication.

Vrai/faux

Les Sem vont perdre leur identité.

Faux

Le statut Sem demeure et les Sem constituent la principale branche de la famille des entreprises publiques locales. Chaque Sem, chaque Spl conserve ses spécificités, son logo et son nom.

L'objectif n'est pas de niveler ou d'appauvrir l'identité de chaque entreprise adhérente, mais bien de la consolider en l'appuyant sur une marque,

Entreprises publiques locales, et un label, **Servir le public**, plus riches de contenu et plus lisibles que la simple évocation d'un statut difficile à appréhender.



Vrai/faux

Les régies et les établissements publics pourront adhérer à la Fédération.

Faux

La Fédération des Epl rassemble les sociétés à participation publique servant l'intérêt général. Sont directement concernées : les Sem et les Sociétés publiques locales, sociétés dont le capital est exclusivement détenu par des collectivités locales.

Ce statut est aujourd'hui réservé à l'aménagement ; la Fédération souhaite son extension à d'autres secteurs d'activité couverts par les Epl.

Ainsi la Fédération des Epl pourra proposer aux élus et collectivités locales une gamme élargie de solutions en faveur du développement des territoires.

Vrai/faux

Servir le public est la traduction française de la signature "Serving the public", déjà portée par le Ceep, le Centre européen des entreprises à participation publique.

Vrai

En déclinant ce label, la Fédération des entreprises publiques locales inscrit ses ambitions dans un contexte européen et invite les Sem et les SPL à afficher leur appartenance à un réseau fort de 16 000 entreprises, 1,1 million de salariés et 140 milliards d'€ de chiffre d'affaires.



Vrai/faux

Le label "Servir le public" est mis à disposition des adhérents qui souhaitent afficher leur appartenance à un réseau à dimension européenne fondé sur des valeurs communes.

Vrai

Une charte graphique très prochainement accessible sur le site eplenligne.fr invitera chaque Epl à décliner le label sur l'ensemble de ses supports de communication. Plusieurs versions de différentes couleurs et des préconisations d'utilisation seront téléchargeables.

Servir le public est aussi un site Internet (servirlepublic.fr) que la Fédération a dédié à l'actualité des Epl. Vos contributions sont nécessaires pour alimenter et promouvoir cette vitrine des actions des Epl.

Vrai/faux

L'ensemble du réseau, associations régionales, sectorielles et métiers, change de nom.

Vrai et Faux

Cette évolution identitaire relève de la souveraineté de chaque association. La Fédération appuiera le changement et l'adoption du label, notamment auprès des associations régionales. Déjà l'ADIRSEM, association des directeurs de Sem, est devenue fin janvier l'ADEPL, association des directeurs d'entreprises publiques locales.

Un nom porteur de nos valeurs

E comme entreprises

Performance, souplesse, réactivité, priorité donnée au client et capacité à innover sont la marque des Epl pour une gestion moderne des services publics locaux.

P comme publiques

Les collectivités locales - principaux actionnaires et clients - sont aux commandes. Le contrôle des élus, la transparence et l'intérêt général sont au centre des valeurs des Epl.

L comme locales

Créer les conditions d'un développement durable et solidaire des territoires, valoriser les ressources locales et mobiliser les acteurs économiques publics et privés : telles sont les priorités des Epl, dont les emplois et les centres de décision ne peuvent être délocalisés.



Un label symbole de nos convictions

- le **développement durable** et solidaire comme finalité,
- les **collectivités territoriales** comme moteur de l'action,
- l'**Europe** comme horizons de partage et de progrès.



Quelques dates clés

15 avril 2008

Conférence de presse nationale : annonce officielle du changement.

A partir de mi-avril

- Adaptation progressive des différents sites Internet :
 - Site institutionnel : fedsem.fr deviendra **lesepl.fr**
 - Site adhérents : semenligne.fr deviendra **eplenligne.fr**
 - Site d'actualité des Epl : **servirlepublic.fr**
- Lancement du site dédié à la création de Sem et de Sociétés publiques locales - **creerunesem.fr** - suivi, un mois plus tard, de celui du site **congresdesep.com**

Mai-juin

Début d'une vaste campagne de communication en direction :

- **des entreprises publiques locales** avec la diffusion d'un kit de communication contenant des propositions pour optimiser la communication de notre mouvement et les modalités d'utilisation du label Servir le public,
- **des élus, des collectivités locales** et de leur environnement qui impliquera tous les acteurs de notre mouvement.

3 et 4 juillet

Journées d'accueil des présidents à la Tour Eiffel, gérée par la Sete, Sem de la Ville de Paris : un événement majeur réservé aux présidents et administrateurs élus des Epl.

30 septembre, 1^{er} et 2 octobre

Le **Congrès des entreprises publiques locales** et les **Trophées des entreprises publiques locales** (à Lyon) succéderont au Congrès des Sem et au Concours des Sem d'Or.

3 et 4 décembre

Université des présidents, le nouveau rendez-vous annuel des présidents de Sem et de Spl sur le campus HEC





46, rue Notre-Dame des Victoires 75002 Paris
Tél. : 01 53 32 22 00 - Fax : 01 53 32 22 22
contact@lesepl.fr - www.lesepl.fr