



STRATÉGIE

ARGEDIS : UNE ORGANISATION RENFORCÉE POUR DE NOUVELLES AMBITIONS



L'année 2019 marque un tournant pour Argedis, filiale de la direction Réseau et Cartes Pétrolières, avec une nouvelle organisation au service du business et du développement des activités Shop, Food and Services (SFS).

Un nouveau périmètre pour la direction Commerciale et Marketing...

Maillon clé essentiel des activités SFS du Réseau, la direction Commerciale et Marketing (DCM) d'Argedis contribue chaque jour à la mise en place d'une politique commerciale et marketing réussie en proposant sans cesse des nouveautés (concepts, offres, partenariats) sur le Réseau France. Au quotidien, l'objectif est de rendre son offre toujours plus attractive en étant à l'écoute des nouvelles tendances et en détectant les dernières innovations de produits et services.

C'est pour répondre aux fortes ambitions de croissance du Réseau que la DCM a pris en charge depuis le 1^{er} janvier, le pilotage de la politique commerciale et marketing de toutes les stations TOTAL et TOTAL Access en France.

Avec un périmètre de 2 200 points de vente (contre 180 auparavant), la DCM a fortement élargi son périmètre et s'est réorganisée en renforçant ses équipes pour répondre à ce nouvel enjeu. *"Nous mutualisons nos forces afin d'accroître notre pouvoir de négociation et d'attractivité auprès des marques tout en capitalisant sur la richesse des cultures et des bonnes pratiques de chacun des réseaux"*, souligne Carole PINHAS, directrice Commerciale et Marketing d'Argedis.

ONE DOP

En 2019 chez Argedis, fini la distinction entre la direction des opérations (DOP) Ville & Jalonnement et la DOP Autoroute ! Toutes les stations appartiennent désormais à la même direction des opérations : ONE DOP. L'objectif est de jouer la synergie des compétences de chacun.

"Regrouper toutes les stations-service sous une seule et même direction des opérations est un moyen de concentrer nos expertises et nos talents", explique Thierry DUTILLOY, directeur des Opérations.

Le Réseau COCO est désormais découpé en 11 régions pilotées chacune par un directeur de région et un adjoint. Les périmètres d'action des correspondants Sécurité Qualité Sécurité Environnement et des auditeurs ont été redéfinis pour favoriser les interactions avec les régions.

ONE DOP, c'est également un terrain de jeu plus attractif pour la construction des parcours de nos directeurs de sites qui sont aux manettes 365 jours par an.

En conjuguant la force de développement des activités SFS et le pilotage ciselé des charges, Argedis se met en capacité de délivrer une feuille de route ambitieuse qui est de doubler la performance du marché pour les 5 prochaines années.

TOTAL WASH : UNE ACTIVITÉ LAVAGE EN PLEINE TRANSITION

Marque référence sur le marché du lavage auto en France depuis 7 ans, TOTAL Wash poursuit son développement et devient une filiale de TMF à 100%.

Être au plus proche des exploitants, accompagner les développements en franchise hors station ainsi que la digitalisation de l'activité... C'est pour répondre à ces fortes ambitions que la filiale TOTAL Wash France a vu le jour le 14 février dernier.

Une structure qui a nécessité la mise en place d'une nouvelle organisation avec un vrai pôle de compétences lavage pour le Réseau France, et qui répond à trois grands enjeux :

- Étendre le maillage territorial en installant des centres de lavage au sein du Réseau et en dehors des stations-service. Aujourd'hui leader sur le marché, l'objectif est d'être présent sur l'ensemble du segment du lavage en continuant de développer les concepts hors station tel que le lavage à la main lancé en 2018 et la franchise Lotus ainsi qu'en explorant de nouveaux leviers (lavage Haute Pression, poids lourd, etc.).

- Digitaliser le parcours client : avec l'acquisition de la start-up Kleen en janvier, Total propose désormais de nouveaux services pratiques aux automobilistes. Une transition digitale indispensable pour mieux connaître les clients et adapter les offres.

- Sécurité des installations : sensibiliser tous les acteurs et plus particulièrement les exploitants avec la vérification quotidienne du centre de lavage et de son matériel afin de permettre le bon fonctionnement des installations, détecter les situations à risque et contrôler les organes de sécurité.

"Avec le rachat de Kleen, nous répondons à des enjeux stratégiques pour TOTAL Wash que sont la simplification du parcours client et la meilleure connaissance des consommateurs", souligne Pierrick BAUDRAIS. *"S'appuyer sur une structure experte dans la digitalisation du lavage est parfaitement en ligne avec nos ambitions de transition digitale"*, ajoute-t-il.

Pour développer la notoriété de la marque, de nouvelles campagnes de communication media sont prévues, ainsi que du sponsoring et de l'animation sur les sites, avec pour objectif de doubler le taux de notoriété d'ici 2025 pour atteindre 70%⁽¹⁾.

(1) Vs 35% suite à la dernière publicité télévisée.

CHIFFRES CLÉS

2013
PRÈS DE
700
STATIONS



UNE AUGMENTATION
DE + DE
300
STATIONS

À FIN 2019
1 019
SITES



OBJECTIF À FIN 2025
500 POINTS
DE LAVAGE
SUPPLÉMENTAIRES



TOTAL FLEET CONNECT : UN SUCCÈS POUR LE GROUPE ELIOR

Déployée depuis un peu plus d'un an auprès des clients professionnels, la solution de télématique embarquée TOTAL FLEET Connect, anciennement connue sous le nom de WayKonec, est aujourd'hui en test chez le groupe ELIOR. Retour sur le challenge éco-conduite et sécurité lancé auprès de 10 collaborateurs.

Doté d'une flotte d'environ 3 000 véhicules répartis sur l'ensemble du territoire français, le groupe ELIOR, engagé dans une démarche sociétale et environnementale et soucieux de diminuer son taux de sinistralité, a souhaité tester le dispositif auprès de quelques collaborateurs avant d'envisager un déploiement plus large.

Solution innovante permettant aux entreprises d'optimiser leur gestion de flotte et la sécurité de leurs conducteurs au volant, TOTAL FLEET Connect propose un boîtier physique embarqué qui enregistre les données issues des véhicules et les restitue aux gestionnaires sous forme d'alertes et de rapports analytiques.

Une application Smartphone complète le dispositif pour permettre aux conducteurs de faciliter la gestion de leur véhicule et d'améliorer leur comportement de conduite.

L'application leur propose une évaluation de leur comportement de conduite et un coaching personnalisé. Les données remontées par le véhicule permettent ainsi d'établir des scores "sécurité" et "éco conduite" et d'identifier les points d'amélioration sur lesquels ils devront travailler et pourront être accompagnés. C'est aussi un moyen de les confronter à leur mode de conduite et de les inciter à agir de manière plus responsable.

À l'occasion de la semaine de la sécurité routière, ELIOR a organisé avec le soutien des équipes TOTAL FLEET, un challenge auquel ont participé les 10 collaborateurs qui se sont portés volontaires pour équiper leur véhicule sur une période de 6 mois.



Trois d'entre eux se sont démarqués comme les meilleurs conducteurs du challenge et se sont vu remettre un prix lors de la journée sécurité organisée au siège d'ELIOR, le 14 mai. Une belle opportunité également pour les équipes de TOTAL FLEET Connect d'aller à la rencontre des collaborateurs et de faire connaître l'application au plus grand nombre.

Des tests sont également en cours avec la start-up française WeNow et la société Masternaut. Pour TOTAL FLEET Connect, l'aventure ne fait que commencer !



DU BALLON ROND SOLIDAIRE POUR L'INSERTION DES JEUNES

Le 19 mai, la Direction Régionale Sud-Est a participé à la 17^{ème} édition du tournoi de foot solidaire interentreprises organisée par "Sport Dans La Ville".

Partenaire de cette association depuis plusieurs années déjà, Total soutient Sport dans la Ville dans ses différentes actions d'insertion des jeunes par le sport. Les programmes proposés permettent de favoriser l'intégration sociale et professionnelle de 6 500 jeunes.

Motivés comme jamais, les collaborateurs footteurs de la Direction Régionale Sud-Est ont fait une équipe avec les jeunes de l'association. Un moment de partage très enrichissant comme le mentionne Charles ZECH, capitaine de l'équipe, "Le challenge a été double : sportif et humain !". Classé 10^{ème} sur 36 équipes engagées, l'équipe a su se démarquer et performer tout en jouant l'entraide et la solidarité sur le terrain !

Un grand merci à Christel JOFFROY, Raphael CHEVAUCHET et Charles ZECH qui ont répondu présent pour ce bel événement !

Cette action s'inscrit dans le 4^{ème} axe d'engagement de la démarche sociétale de Total Marketing France : Éducation et Insertion des jeunes.



**l'énergie
de faire +**
avec TOTAL

UN PAYSAGE NOUVEAU À DOUARNENEZ

C'est pour s'adapter à un marché en pleine mutation que le distributeur de carburants marins YSBLUE a décidé de stopper l'exploitation de six de ses cuves hydrocarbures. Installées à Douarnenez il y a plus de 60 ans pour certaines, leur démantèlement a démarré le 5 juin dernier.

Un chantier ultra-sécurisé, en coordination avec l'équipe HSEQ de TMF, pour lequel YSBLUE a fait appel à la société Le Dain de Poullan-sur-Mer spécialisée dans le traitement des déchets fer et métaux. Les machines ont ainsi commencé par attaquer la plus grande des cuves d'une capacité de 2 000 m³ en évitant toute nuisance sonore à l'encontre des riverains. Avant l'arrivée de la société Le Dain, l'équipe d'YSBLUE avait déjà depuis le début de l'année vidé et dégazé les cuves puis préparé le chantier de démantèlement.

"Notre capacité de stockage va ainsi passer de 12 000 m³ à 8 000 m³. Ce qui disparaît, ce sont les cuves qui contenaient du fioul domestique et du stock SAGESS" indique Jean-Loup THIVET, directeur d'YSBLUE.

"Tous les dix ans, nous avons l'obligation réglementaire de procéder à des contrôles de sécurité sur les cuves", explique Jean-Loup. Classé en "Seveso II seuil bas⁽¹⁾", le site fera l'objet d'une visite décennale en 2020. *"Il y a 10 ans, nous avions déjà engagé plus d'un million d'euros de travaux sur les douze cuves d'acier. Plutôt que de réaliser de nouvelles opérations d'aménagement, nous avons préféré renoncer à l'exploitation de ces cuves et investir dans un autre projet",* ajoute-t-il.

Les travaux en cours font l'objet de mesures de sécurité très strictes : un système APS⁽²⁾ a été mis en place pour surveiller en permanence les lieux, de manière à détecter toute situation à risque sur le chantier et aux alentours.



La cuvette qui regroupait les 6 cuves d'hydrocarbures sera recouverte de graviers. Un deuxième automate de distribution de carburant sera installé à la place du bras de chargement. Le tout sous le regard vigilant de la DREAL⁽³⁾. *"Les pêcheurs pourront venir faire le plein quand ils le souhaitent et gagneront ainsi en autonomie. Cet investissement montre que nous croyons toujours au dynamisme du port. Un deuxième automate pour les navires français, espagnols ou irlandais a du sens d'un point de vue économique",* conclut Jean-Loup.

(1) La directive Seveso est le nom générique d'une série de directives européennes qui imposent aux États membres de l'Union européenne d'identifier les sites industriels présentant des risques d'accidents majeurs, appelés "sites Seveso", et d'y maintenir un haut niveau de prévention.

(2) Solution digitale pour la surveillance à distance des chantiers. Il permet de détecter et corriger au plus tôt les situations ou comportements dangereux, afin d'éviter tout incident ou accident. APS permet également de visualiser à distance les chantiers sur un même site internet ou sur l'application.

(3) Direction Régionale de l'environnement, de l'aménagement et du logement de Bretagne.

CLMB FORME SES FUTURS CHAUFFAGISTES

Face aux difficultés de recrutement des chauffagistes et sur un marché qui subit une forte pénurie, la filiale multi-énergies Charvet La Mure Bianco (CLMB) a lancé, en partenariat avec l'école de production Boisard⁽¹⁾, un parcours professionnalisant.

Former ses propres chauffagistes en créant un parcours spécifique et faciliter ainsi l'insertion des jeunes tout en favorisant l'emploi de nouveaux collaborateurs au sein de la filiale est le double enjeu que s'est fixé CLMB au début de ce projet, il y a maintenant plus d'un an.

La formation "Maintenance en équipement Thermique Individuel" est le fruit d'une collaboration entre l'école de production Boisard et CLMB, qui pour cette dernière, a elle-même conçu, fourni et installé 4 systèmes de chauffage domestique sur lesquels sont formés les élèves. Après un cursus de 400 heures de formation mêlant pratique et théorie, les futurs chauffagistes doivent être capables d'effectuer la mise en service ainsi que la maintenance préventive et corrective des installations de chauffage domestique fioul et gaz.



Après une phase de recrutement longue et complexe qui a nécessité le déploiement de nombreux moyens, la toute première promotion a réuni 12 candidats⁽²⁾ qui ont été accompagnés individuellement par des tuteurs en filiales. *"C'était une belle promotion, très dynamique qui a vite avancé dans le cursus. C'est un bon début et une expérience réussie avec des formateurs qui sont satisfaits du résultat et de la motivation de leurs élèves",* souligne Hermann GREGOIRE, Directeur Services Techniques chez CLMB.

Caldeo, qui rencontre des difficultés de recrutement pour ce métier bien spécifique s'est donc associé à ce programme de formation. Quant aux autres filiales, Alvéa et CPE énergies n'ont pas d'activité chauffage et CPO dispose de son propre banc de formation. Pour DMS, c'est un projet qui fait son chemin : affaire à suivre !

(1) L'école Boisard propose une alternative aux dispositifs scolaires et d'apprentissage existants grâce à un concept de pédagogie innovant et professionnalisant.

(2) 9 candidats ont été recrutés par CLMB et 3 par Caldeo dont 1 femme – ce qui est assez rare dans ce corps de métier.



MONSIEUR ET MADAME : PRÉPAREZ-VOUS ILS ARRIVENT !

Bavarde, Costaud, Parfait, Princesse ou Heureux, c'est parce que nous sommes tous un Monsieur ou Madame que cette série humoristique a marqué les esprits de chacun.

Retrouvez votre "Monsieur et Madame" à partir du 1^{er} juillet dans les stations-service TOTAL, TOTAL Access, TOTAL Contact, ELF et ELAN participantes !

KIT BÉBÉ 2.0

Comme tous les étés, le kit bébé sera présent en station⁽¹⁾ du 1^{er} juillet au 31 août 2019. Cette opération sera largement visible sur Facebook et Instagram grâce à une collaboration inédite. Une campagne participative qui intègre l'humour et la nostalgie via le symbole des vacances : la carte postale. Sept jeunes parents influenceurs auront ainsi pour mission de solliciter leur communauté pour recueillir les "phrases pépites" prononcées par leurs enfants et de sélectionner les grands gagnants. Les citations retenues seront apposées sur la carte postale puis relayées sur Instagram. Les gagnants repartiront avec un kit bébé. Une manière innovante de valoriser le kit et viraliser la communication.

Des campagnes d'affichage et d'insertion presse (Parole de mamans, Magic maman, Esprit bébé et Parents) sont également prévues dès le mois de juillet.

Quant au contenu du Kit, de nouveaux produits font leur apparition : petit pot, gourde de fruits, cuillère colorée et brochure de la marque HIPPIE, petit ballon gonflable TOTAL, petite bouteille d'eau Volvic, un kit de 4 pansements pour les 13 à 24 mois et deux dosettes de sérum physiologique BIOLANE pour les moins de 12 mois. De quoi ravir les petites bouilles pour cette période estivale !

(1) Dans les stations-service du réseau TOTAL participantes à l'opération, dans la limite de 250 000 kits bébé offerts, soit 125 000 kits 0-12 mois et 125 000 kits 13-24 mois. Un kit par enfant.



UNE QUESTION ?
UNE INFO À PUBLIER ?



CONTACTEZ
VOTRE CORRESPONDANT
COMMUNICATION

NOS FILIALES

