



STRATÉGIE

TMF ENTRE AU CAPITAL DU DÉPÔT DE ROUEN PETIT-COURONNE

Le 13 juillet dernier, Total Marketing France est entrée au capital du Dépôt Rouen Petit-Couronne (DRPC) à hauteur de 30 %, nouant ainsi une alliance avec Bolloré Energy, qui restera actionnaire majoritaire à 70 %.

Dépendant fortement jusque-là du dépôt pétrolier de PLUBIS à Rouen, TMF avait besoin de disposer d'une alternative en Normandie. En dehors du dépôt de Ouistreham (Calvados) de sa filiale de la direction Combustibles et Énergies DMS, TMF ne possédait pas de participation significative dans un dépôt de cette zone. Cette opération va ainsi lui permettre de renforcer son maillage logistique et de mieux répondre aux besoins de compétitivité exprimés par ses commerces.

Située aux portes de la région parisienne, la "Basse Seine" constitue une zone clé dans laquelle DRPC jouera très vite un rôle stratégique : connexion au réseau de pipelines Le Havre/Paris (TRAPIL), apports directs sur la Seine, capacités importantes de stockage...

DRPC a repris la partie bacs de stockage de l'ancienne raffinerie Shell puis Petroplus de

Petit-Couronne. Ce site de 170 ha disposera d'une capacité de stockage d'hydrocarbures de 630 000 m³ et d'une toute nouvelle gare routière. "Les travaux de réhabilitation du site sont en cours et s'achèveront dans un an. DRPC sera un dépôt totalement nouveau à forte fonctionnalité (exploitation, maintenance...) et à mettre en place, en respectant nos exigences de sécurité et de qualité. De grands défis attendent donc DRPC !", explique Yannick CHEVALIER, du département Patrimoine Etudes Pilotage de la direction Supply et Logistique France, et en charge de ce projet d'acquisition.

Bénéficiant d'une situation géographique privilégiée, Petit-Couronne a tous les atouts pour devenir l'un des plus gros dépôts commerciaux au nord de la France.

Prendre-voies est donc pris début 2018 pour le démarrage de l'activité sur DRPC, nouvel acteur dans la chaîne logistique de TMF.



Gare routière en cours de réhabilitation

PRODUCTION D'ADBLUE® CHEZ ALVÉA !

Alvéa, filiale de la direction Combustibles et Énergies de Total Marketing France, qui se diversifie déjà dans la distribution de gaz naturel et d'électricité verte pour les professionnels, les granulés de bois et l'énergie photovoltaïque, s'est lancée en février 2016 dans la fabrication d'AdBlue® sur son site de Montpouillon (Lot-et-Garonne).

Avec une capacité de production maximale de 70 000 m³ par an, l'usine® de fabrication d'AdBlue® d'Alvéa couvre une zone de chalandise qui s'étend sur tout le grand Sud-Ouest.

Du producteur au consommateur

Cette nouvelle implantation industrielle dans le Massif central a permis de renforcer le maillage du réseau de production d'AdBlue® en optimisant la disponibilité de ce produit sur le territoire national. Ainsi, avec une usine au plus

près du consommateur, les coûts de transport se trouvent réduits, tout comme le prix du produit au final.

"L'AdBlue® est un produit de faible valeur marchande dont le prix peut sensiblement varier selon les coûts de transport et de distribution. L'optimisation de la chaîne logistique revêt donc un caractère très important", souligne Christophe GAUMER, chargé de production à l'usine de Montpouillon chez Alvéa.

Avec sa propre unité de production d'AdBlue®, Alvéa tire profit d'un nouveau marché en plein essor. Et l'entrée en vigueur au 1^{er} septembre de la norme Euro 6c intégrant le nouveau cycle WLTP (World Light Duty Test Procedure), qui durcit un peu plus encore la réglementation sur la dépollution des moteurs Diesel, va considérablement augmenter la consommation d'AdBlue®. De belles perspectives pour Alvéa !



(1) L'AdBlue® est un additif qui permet de diminuer les émissions d'oxydes d'azote (NOx) des moteurs Diesel, en transformant jusqu'à 85 % des NOx en vapeur d'eau et en azote. AdBlue® est une marque déposée du Verband der Automobilclubs (VDA).
(2) Usine de Montpouillon d'une capacité de stockage de 140 m³.

QUAND DMS PASSE AU VERT

Du 8 au 10 septembre s'est tenue à Marny-lès-Compiègne (Oise) la 4^{ème} édition des Terres de J'm, la plus grande fête agricole en plein air d'Europe autour des finales nationales de labou, événement organisé par le syndicat Jeunes Agriculteurs.

Total Marketing France y était à nouveau présent en tant que fournisseur de nombreux produits pour l'agriculture. Cette année, c'est la filiale de la direction Combustibles et Énergies DMS qui était à l'honneur !

"Total accompagne les agriculteurs depuis 60 ans. Evolution des réglementations, exigences de plus en plus fortes en termes d'efficacité énergétique... Nous adaptons continuellement nos offres pour répondre à leurs besoins très spécifiques", explique Laurent SEILER, responsable du Comité agricole de Total Marketing France.

Cette manifestation d'ampleur, à laquelle ont participé de nombreuses entreprises, a été

l'occasion pour DMS d'échanger avec ses clients ainsi que les différents acteurs agricoles et collectivités.

"Au-delà de notre implication et de notre volonté à continuer de nous inscrire comme un partenaire essentiel du monde agricole, nous avons pu promouvoir nos différents produits et services", souligne Laurent DELCLOY, Directeur Régional des Ventes Seine Oise chez DMS. Parmi les produits phares, citons TOTAL Fioul Premier, TOTAL Traction Premier et TOTAL Pellets Premium.

DMS a reçu de nombreux visiteurs sur son stand dont 1 324 ont participé au jeu "La roue de la fortune" soit autant de contacts qui seront exploités afin d'essayer de concrétiser de nouvelles ventes.

"Ce fut une belle aventure commerciale qui a permis d'essayer notre productivité et de développer nos parts de marché pour l'ensemble de nos produits commercialisés", conclut Magalie HOLLEBECQ, responsable Marketing chez DMS.



Dider DUBOIS, directeur général de DMS, Delphine GEONET, directrice commerciale de DMS et les équipes DMS présentes sur place ont accueilli Stéphane TAVERT (Ministère de l'Agriculture), Alexis VIVK (Président de Total Marketing France) et Johnny DUBOIS (Président du Syndicat Jeunes Agriculteurs).

BILAN EN QUELQUES CHIFFRES



15 700 LITRES
DE TOTAL FIOUL PREMIER



22 PALETTES
DE PELLETS



10 000 LITRES
DE GAZOLE



4,7 TONNES
DE LUBRIFIANTS



26 800 LITRES
DE TOTAL TRACTION PREMIER



17 CONTACTS
GAZOLE À CONCRÉTISER
(4 HEURES 3 GAZ)



11 CONTRATS
D'ENTRETIEN EFFECTUÉS

Ces chiffres sont pour de la vente de produits et services. Ils ne sont pas cumulés. Les chiffres sont en milliers.

(1) Gazole non routier destiné aux engins agricoles et de travaux publics.



MOBILISATION TOTALE FACE AUX INCENDIES

Des stations TOTAL du Sud-Est de la France ont été réquisitionnées par les maires et les capitaines de pompiers. Certaines d'entre elles, comme à Pertuis (Vaucluse), sont restées ouvertes 24/24 pour recevoir les colonnes de pompiers et participer au ravitaillement.

La population de Pertuis s'est également mobilisée, via les réseaux sociaux pour

déposer aux pompiers de quoi se restaurer à la station.

Dans le Var, la station-service de Ramatuelle a elle aussi été sollicitée par les pompiers du Golfe de Saint-Tropez pour les incendies qui ont eu lieu cet été à Bormes-les-Mimosas.

Une belle initiative commune, reconnue et appréciée des pompiers.

UN BEAU TOURNOI ET DEUX BEAUX VAINQUEURS

Le samedi 23 septembre s'est déroulée la 3^{ème} édition de la Coupe de France de foot à 5 au centre Elite 5 Soccer de Nanterre.

20 équipes se sont affrontées toute la journée dans une ambiance conviviale et un esprit solidaire.

Bravo à tous les joueurs pour leur performance sur le terrain et une mention spéciale pour les deux finalistes de ce tournoi : les Léopards de Total Afrique, renforcés par quelques anciens joueurs professionnels, et les Lyon de TME.

ont symboliquement remis la coupe aux "Lyon", première équipe de TME.

Alexis VIVK, Président de Total Marketing France, ne pouvait pas mieux résumer cette belle journée : "Notre tournoi de foot est un événement qui se veut fédérateur. Cette année, le plateau était brillant et varié avec notamment une belle représentation des filiales de TME. Le football est ici vecteur de valeurs morales importantes telles que l'esprit d'équipe, la discipline, le respect des autres et le fair-play... autant de valeurs partagées par le Groupe".





DES CENTRES DE LAVAGE WASHEMENT INDÉPENDANTS

Fort de son succès, TOTAL Wash tend aujourd'hui à se développer hors des stations-service, pour étendre son maillage territorial. "Nous avons déjà près de 1 000 stations TOTAL qui offrent du lavage, mais nous souhaitons nous diversifier et aller vers une clientèle de centres de lavage indépendants, sans station-service", explique Philippe LUCET, chef de projet pour les nouveaux centres TOTAL Wash. L'objectif serait d'ouvrir 300 sites en dix ans, avec des reprises et des créations de centres de lavage indépendants.

Le lavage autonome, le multiprogramme, une borne pour distribuer des jetons, recharger les cartes TOTAL Wash et TOTAL GR, vendre du café et des produits d'entretien automobile, sont autant de services proposés par ces centres de lavage. Cinq sites sont actuellement en cours de test, dont quatre dans la région Nord-Pas-de-Calais (Lomme, La Bassée, Fouquières-lès-Lens, Armentières) et un autre à Fuveau (Bouches-du-Rhône).

LANCEMENT

AVEC FUEL ECONOMY, LES AGRICULTEURS VONT JUBILER !

Toucher et récompenser directement le consommateur final, tel est l'objectif de la nouvelle opération FUEL ECONOMY lancée depuis le 15 septembre par les Lubrifiants France auprès de leurs clients professionnels (revendeurs et concessionnaires) du marché agricole. Une première !

À l'achat d'un produit de la gamme FE, un bon numéroté est remis au client final par le revendeur. "Le client final s'inscrit sur un site dédié à l'opération pour recevoir des cartes JUBILEO, récompensant ses achats de lubrifiants. Ceci permet également

de mieux connaître le consommateur final grâce aux données enregistrées. Une belle opération croisée entre le Réseau et les Lubrifiants", explique Alexandra AUBERTIN, chef de projet Marketing au département Entreprise de la direction Lubrifiants France. La carte JUBILEO est valable dans les 3 500 stations-service TOTAL, TOTAL Access et ELAN pour l'achat de carburant et d'autres services proposés en boutique.

Pour en savoir plus sur l'opération, rendez-vous sur total.fr.



Jusqu'à
40€ OFFERTS
en carte
Jubileo*

SÉCURITÉ



PRENEZ DE LA HAUTEUR, EN TOUTE SÉCURITÉ !

Après le lancement des Règles d'Or reformulées en obligation et interdiction en avril dernier, découvrez tous les deux à trois mois une campagne thématique HSE.

Ce mois-ci, il s'agit de la Règle d'Or n°10 : les travaux en hauteur.

Rendez-vous sur la Toolbox HSE : www.toolbox-hse.total.com

UNE QUESTION ?
UNE INFO À PUBLIER ?



CONTACTEZ
VOTRE CORRESPONDANT
COMMUNICATION

NOS FILIALES

