



ÉVÈNEMENT

TMF SOUTIEN LES JEUNES CRÉATEURS D'ENTREPRISE DU 92

En partenariat avec l'ADIE⁽¹⁾ 92, Total Marketing France soutient le programme "CréaJeunes" destiné aux 18-32 ans. Ce parcours d'accompagnement à la création d'entreprise permet aux jeunes de passer de l'idée à la réalisation concrète de leur projet, et si besoin d'obtenir un financement de l'ADIE. Il s'articule autour d'ateliers collectifs, concrets et interactifs, centrés sur la montée en confiance et la connaissance pratique du monde de l'entreprise.

Dans le cadre de sa politique RSE en faveur de l'insertion professionnelle des jeunes, TMF s'est engagée auprès de l'ADIE à apporter son soutien aux porteurs de projet. La première étape a débuté le 20 octobre dernier avec l'organisation d'un atelier de travail collectif sur le digital animé par Vincent LEBARBENCHON, manager du pôle Marketing Digital chez TMF.



Les 10 porteurs de projet ont ensuite été accueillis le 26 octobre au siège de Total Marketing France à Nanterre pour "pitcher" leur projet devant un jury de bénévoles. Huit collaborateurs de TMF⁽²⁾ se sont portés volontaires pour en faire partie, associés à deux représentants de l'ADIE, un collaborateur de Schneider Electric et un conseiller de Pôle Emploi. Cette demi-journée avait pour objectifs d'évaluer la capacité des jeunes à présenter leur projet, sa pertinence, de mesurer sa faisabilité et d'apporter des conseils pour sa mise en œuvre.

Le prochain rendez-vous est donné en mars 2018 avec l'organisation d'une exposition dédiée aux produits artisanaux de jeunes créateurs d'entreprise. Ce forum sera l'occasion de promouvoir leurs activités et de sensibiliser les collaborateurs à la microfinance.

(1) Association reconnue d'utilité publique qui aide les personnes n'ayant pas accès au crédit bancaire classique à créer leur entreprise grâce au microcrédit.

(2) Merci à Thierry DUTILLOY et Kelly LOUIS-FERNAND d'Argedis ainsi qu'à Marine ALANORE, Vincent LEBARBENCHON, Aurélie LE PORTZ, Sandrine DEMBELE et Marie LE BRETON.

PATRICK POUYANNÉ EN VISITE CHEZ CHARVET LA MURE BIANCO

Le mardi 7 novembre à Lyon, Olivier PHILIPPON, Président de Charvet La Mure Bianco, a eu le plaisir de recevoir Patrick POUYANNÉ, Président-directeur général de Total, en visite au siège de la filiale Combustibles et Énergies du quart Sud-Est de la France. Il était accompagné d'Alexis VOVK, Président de Total Marketing France, de Joël NAVARON, directeur Combustibles et Énergies et d'Alexandre MARCHAL, directeur des Affaires Publiques France.

Au programme de cette journée :

- l'inauguration de la Maison des Chapelains de la basilique Notre-Dame de Foyvière, dont la Fondation Total a soutenu la restauration ;
- une conférence-débat dans le cadre des "Journées de l'économie" de l'Université de Lyon ;
- la présentation par le Comité Directeur des activités de Charvet La Mure Bianco.

Après avoir passé en revue l'actualité du Groupe marquée par le lancement de Total Spring et donné sa vision du futur énergétique, Patrick POUYANNÉ a échangé avec les collaborateurs de la filiale.



LE PHOTOVOLTAÏQUE EN LUMIÈRE CHEZ ALVÉA

Alvéa, la filiale Combustibles et Énergies du grand Sud-Ouest spécialisée dans la distribution d'énergies⁽¹⁾, a franchi un cap en diversifiant son activité dans le solaire photovoltaïque. Elle agit dans le cadre d'appels d'offres lancés par l'État depuis septembre 2016 pour encourager le développement des projets photovoltaïques portant sur les bâtiments, serres, hangars agricoles et ombrières de parking.

L'offre d'Alvéa s'adresse principalement aux agriculteurs, qui constituent deux tiers du vivier de sa clientèle professionnelle⁽²⁾, pour les équiper de hangars avec un toit photovoltaïque. Alvéa propose deux autres types de produits : la couverture de terrains de tennis communaux et l'installation de centrales photovoltaïques au sol.

Alvéa démarché les clients dans la cible (agriculteurs, industriels, transporteurs, petites communes) et pour ceux qui sont intéressés par une offre, leur fait signer une promesse de bail. Elle s'appuie sur son partenaire Total Solar/Groupe Carré⁽³⁾ qui analyse et propose les projets lors des appels d'offres de la Commission de régulation de l'énergie (CRE).

La contribution d'Alvéa aux objectifs du Groupe est assez remarquable puisque depuis le lancement de l'appel d'offres de la CRE, 160 projets (pour 42 MWC) ont été identifiés parmi lesquels 50 promesses de bail signées pour 17 MWC⁽⁴⁾. Par ailleurs, Alvéa a signé trois centrales au sol pour une puissance totale de 55 MWC.

"Alvéa capitalise sur son portefeuille clients grâce à son ancrage territorial et conforte l'image d'acteur multi-énergies auprès d'une clientèle de proximité. Nous tirons pleinement parti du modèle intégré du Groupe, de la fabrication de



panneaux solaires avec sa filiale SunPower® à la commercialisation au client final", explique Annick NOBLE, directeur commercial d'Alvéa.

Cette diversification dans le photovoltaïque ouvre à Alvéa de belles perspectives de croissance !

(1) Alvéa commercialise du fioul domestique, des carburants, des lubrifiants, de l'AdBlue®, du gaz naturel, de l'électricité et des granulés de bois.

(2) Alvéa compte 30 000 clients professionnels dont 20 000 dans le secteur agricole.

(3) Total Solar, filiale de Total, développeur de projets solaires, s'est associée à Groupe Carré, un bureau d'études spécialisé en solaire photovoltaïque, pour répondre aux appels d'offres en faveur des énergies renouvelables.

(4) Le Watt crête (Wc) caractérise la puissance d'un panneau photovoltaïque.



DU NOUVEAU POUR PASSango

Total a présenté sa nouvelle offre de péage pour les professionnels du transport lors du salon SOLUTRANS, du 21 au 25 novembre.

Le télébadge PASSango qui couvre déjà la France, l'Espagne, le Portugal et le tunnel du Liefkenshoek, est prêt à être accepté en Belgique dans le cadre du prélèvement kilométrique VIAPASS. Il permettra également de circuler bientôt en Autriche, sur les ponts reliant le Danemark à la Suède, et en Allemagne dès 2018 !

Total vient ainsi faciliter la gestion du poste péage pour ses clients transporteurs professionnels en centralisant toutes les transactions réalisées en Europe et en simplifiant notamment la récupération de TVA. Ce télébadge permet également un accès à un service de géolocalisation des différents camions d'une flotte et à de nombreuses alertes associées.

Avec sa nouvelle offre de télépéage "à l'usage", Total innove et propose un prix par télébadge, par mois et par domaine de péage utilisé en dehors de la France. Cette approche unique à ce jour offre davantage de souplesse au gestionnaire de flotte qu'un abonnement classique.

LE CLUB TOTAL TRUCK, UN PROGRAMME DÉDIÉ À NOS CLIENTS ROUTIERS

En mars 2017, le Club TOTAL se réinventait en s'orientant vers une approche statutaire et personnalisée de la relation client.

Le programme est aujourd'hui scindé en deux offres pour satisfaire au mieux nos clients en stations-service : le **Club TOTAL** et le **Club TOTAL Bus Autoroute**.

"Néanmoins, avec un plein moyen de 160L de carburant et des habitudes de consommation qui leur sont propres, les chauffeurs de poids lourds représentent un segment de clientèle particulièrement stratégique. Nous avons donc prévu de leur proposer une offre personnalisée à travers un programme relationnel adapté à leur quotidien", souligne Julien DUMAINE, chef de produit Fidélisation et Capital Clients au sein de la direction Réseau et Cartes Pétrolières.

Fort de ce constat, deux ateliers ont été organisés réunissant des collaborateurs de TMF, d'entités et métiers différents ainsi que des exploitants de stations-service afin d'échanger sur le contenu de l'offre Club TOTAL TRUCK. *"De nombreuses idées sont ressorties de ces ateliers et viennent compléter nos études et réflexions sur la mise en place d'une offre évolutive et en adéquation avec les attentes de nos clients chauffeurs poids lourds",* conclut Julien.

Rendez-vous début 2018 pour le lancement officiel du Club TOTAL Truck !





Pour répondre aux nouvelles exigences en matière de lutte contre les incendies dans les dépôts pétroliers, une mise à niveau des installations fixes d'extinction automatique est effectuée sur la majorité des sites. La stratégie de défense s'appuie désormais sur une autonomie totale ; les dépôts seront en capacité de lutter contre un sinistre sans le concours des secours publics.

PLEINS FEUX SUR LA DÉFENSE CONTRE L'INCENDIE DES DÉPÔTS

"L'autonomie n'est cependant pas synonyme de désengagement des services de secours publics. En cas de sinistre, le chef de dépôt a toujours l'obligation de prévenir les sapeurs-pompiers, qui mobiliseront systématiquement leurs moyens pour renforcer le dispositif d'extinction du site", explique Laurent LEFÈVRE du département Risques Industriels à la direction HSEQ.

"Une étude a préalablement été menée sur chaque dépôt, en examinant tous les scénarios déclinés dans le POI⁽¹⁾ pour souligner les écarts avec les nouvelles exigences, et établir ainsi la liste des nouveaux équipements à installer", poursuit-il.

Cette mise en conformité nécessite des travaux importants qui portent majoritairement sur le remplacement des pompes incendie afin de disposer d'un débit plus élevé, ainsi que sur les tuyauteries d'alimentation et de refoulement. Par ailleurs, l'installation d'une pompe de

secours est rendue obligatoire pour pallier une avarie de matériel. L'autre part importante du chantier va porter sur les installations fixes d'extinction automatique à mousse, avec des débits plus élevés.

Conformément aux dispositions de l'arrêté ministériel du 3 octobre 2010 modifié, les 7 dépôts opérés de la direction Supply et Logistique France devront être conformes avant le 31 décembre 2018.

Les chantiers avancent bien. À Gennevilliers, Portes-lès-Valence, Valenciennes et Dijon, les travaux sont d'ores et déjà terminés. Ils sont programmés ou en cours sur les dépôts de Puget-sur-Argens, Courmon et Toulouse.

(1) Pour les sites classés SEVESO, comme par exemple les dépôts pétroliers, un Plan d'Opération Interne (POI) et un Plan Particulier d'Intervention (PPI) sont obligatoirement mis en place pour faire face à un risque grave, susceptible de conduire à un accident majeur.

TMF SE REPOSITIONNE SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX

Total Marketing France adopte une stratégie de repositionnement sur trois réseaux sociaux clés : Facebook, YouTube et LinkedIn autour d'un message commun **"Notre expertise au service de votre quotidien"**.

Sur Facebook, l'objectif est de donner rendez-vous régulièrement aux audiences ciblées à travers des conseils, et informations pour améliorer le quotidien de chacun sur des thématiques très variées : Total et vous, Newsjacking, à vos côtés depuis..., Portraits de collaborateurs, etc.

Avec YouTube, TMF veut déclencher le réflexe pour être efficace chaque jour en proposant des contenus plus ciblés, utiles et didactiques.



Quant à LinkedIn, la cible est davantage *BtoB* avec une stratégie éditoriale dont le but est de créer une relation de confiance tout en valorisant les produits et services de Total en France auprès des communautés (clients, prospects, candidats). Le déploiement de divers tests sur cette plateforme est prévu en 2018.

Bien que les objectifs de communication soient différents sur ces trois médias sociaux, ce nouveau positionnement est le reflet d'une ambition commune : promouvoir l'image de Total en France en créant une relation de confiance avec nos clients à travers de l'ensemble de nos business.

D'ELAN À TOTAL CONTACT, LA PROXIMITÉ PRÉSERVÉE

D'ici fin 2020, 560 stations ELAN, sur les 1 250 existantes⁽¹⁾, basculeront sous la marque TOTAL Contact. Même sous ces nouvelles couleurs, les points de vente ex-ELAN resteront gérés par les filiales de proximité de la direction Combustibles et Énergies (CEN).

Avec près de 60 % de stations ELAN implantées dans des cantons dont la densité de population est inférieure à 70 habitants par km², ce programme de transfert vise à densifier le maillage de stations-service de marque TOTAL en zone rurale. Acteur des territoires ruraux avec ses stations-service souvent adossées à une activité de type "mécanique/garage", ELAN partage avec TOTAL Contact le souci de proximité.

Une dizaine de stations ELAN passeront aux couleurs TOTAL Contact dès la fin de l'année.

Les équipes Développement Construction Maintenance du Réseau France, en collaboration avec l'ensemble des équipes siège et filiales de la direction CEN, seront à la manœuvre pendant trois ans pour assurer le déploiement de cette nouvelle image. Le rythme sera soutenu : 150 stations dès 2018, 200 en 2019 et 200 en 2020.

Ce projet permettra de donner une nouvelle dynamique et ainsi pérenniser la relation commerciale avec les exploitants.

(1) Avec 1 250 stations réparties sur l'ensemble du territoire, ELAN constitue le 2^{ème} réseau de distribution de carburants en France.

Dans le cadre du déploiement aux stations ELAN, l'image Total présente sur la photo est susceptible de modifications.



CHARTRE OBJECTIF CO₂ POUR CALDEO



1,2 TWhc de CEE

ont été délivrés dans le cadre du programme sur 2016-2017

En France, le transport routier de marchandises représente

10% des émissions de CO₂

Porté par le ministère de la Transition écologique et solidaire, en collaboration avec l'AFT⁽¹⁾, l'ADEME⁽²⁾ et les organisations professionnelles⁽³⁾, le Programme "Objectif CO₂, les transporteurs s'engagent" propose aux sociétés de transport de marchandises et de voyageurs une méthodologie globale et structurante de réduction des émissions de gaz à effet de serre et de polluants atmosphériques.

Ce programme est financé par Total, dans le cadre du dispositif des Certificats d'Économies d'Énergie, et s'inscrit dans une démarche plus globale visant à réduire les émissions de CO₂ et les consommations d'énergie des clients du transport routier de marchandises et de voyageurs.

Chartée depuis le 28 septembre 2017, CALDEO est la première filiale de TMF à adhérer à la charte "Objectif CO₂".

"Sur une période de 3 ans, nous nous sommes engagés à réduire nos émissions de gaz à effet de serre de 4,5 % et à réaliser un gain potentiel de 30K€ sur la consommation de carburant du groupe de véhicules poids lourds inclus dans ce programme", explique Alexandre RIO, responsable de la zone logistique Île-de-France et chargé du pilotage de ce programme chez CALDEO (voir photo ci-contre).

Pour CALDEO et les sociétés de transport de marchandises et de voyageurs, l'obtention de cette charte résulte d'une

déclinaison d'actions autour de 4 axes de progrès : véhicule, conducteur, carburant et organisation des transports. Elle constitue un atout économique de différenciation.

En présence de Michel CADOT (Préfet d'Île-de-France et de Paris), Gilles LEBLANC (Directeur régional et interdépartemental de l'équipement et de l'aménagement d'Île-de-France) et Joëlle COLOSIO (Directrice régionale Île-de-France de l'ADEME), CALDEO recevra le 7 décembre prochain, la charte "Objectif CO₂" lors d'une cérémonie officielle, à Paris.

Vous souhaitez vous aussi vous engager dans la Charte ?
Contactez : agnes.brodt@total.com

(1) Association pour le développement de la formation professionnelle dans le transport.

(2) Agence de l'Environnement et de la Maîtrise de l'Énergie.

(3) Organisations professionnelles du transport : FNTR - Fédération Nationale du Transport Routier, FNTV - Fédération Nationale du Transport de Voyageurs, OTRE - Organisation des Transporteurs Routiers Européens, TLF - Transport et Logistique de France, UNOSTRA - Union Nationale des Organisations Syndicales des Transporteurs Routiers Automobiles.

TOTAL SPRING À LA RENCONTRE DES COLLABORATEURS



Road show pour promouvoir l'offre Privilège de Total Spring dédiée aux collaborateurs du groupe Total et ses filiales en France.

14 DÉCEMBRE

Direction régionale de Lyon

18 DÉCEMBRE

Direction régionale de Nantes

19 & 20 DÉCEMBRE

Spazio

UNE QUESTION ?
UNE INFO À PUBLIER ?



CONTACTEZ
VOTRE CORRESPONDANT
COMMUNICATION

NOS FILIALES

CEN



CAP



LUBRIFIANTS



RÉSEAU

