



STRATÉGIE

COUP DE PROJECTEUR SUR LA NOUVELLE IMAGE DU RÉSEAU ELAN

Alors que le projet Couleurs Territoires est en plein déploiement avec 160 stations ELAN qui basculeront sous la marque TOTAL Contact d'ici la fin de l'année, un autre défi attend les équipes de la direction Combustibles et Énergies : la modernisation du réseau ELAN.

"Le lancement du projet Couleurs Territoires est l'occasion de redonner un coup de 'peps' à l'image du réseau ELAN puisque sur les 1 250 stations, seulement 560 passeront aux couleurs TOTAL Contact. C'est donc le moment idéal d'apporter une nouvelle dynamique aux 690 stations ELAN restantes", souligne Michel MOLINARI, coordinateur du réseau ELAN.

Confronté à une problématique de baisse de fréquentation des petits commerces, le réseau ELAN doit mettre l'accent sur ce qui fait sa force : un service de proximité qui distribue un carburant de qualité supérieure. L'objectif est de conserver les valeurs de proximité, qualité, sens du client et professionnalisme, tout en modernisant le logo et l'image de la marque. Parmi les pistes graphiques retenues, une a fait l'unanimité auprès d'un panel de clients et d'exploitants de stations ELAN.

Ce nouveau logo est le résultat d'une réflexion créative poussée. La typographie du mot ELAN, plus ronde, humanise le logo; les bandes de l'arc-en-ciel évoquent la diversification et les différents services que l'on trouve en station ; les couleurs claires apportent plus de dynamisme.

La piste retenue évoque spontanément, chez les personnes interrogées, la nature (27% des réponses), la lumière (25%), le mouvement (22%) mais aussi la modernité et la nouveauté (20%). Il est jugé plus dynamique, plus moderne, plus joli, plus attrayant et plus lisible que le logo actuel.

Ce projet a également été porté par les filiales régionales de proximité qui ont chacune fait un appel d'offres auprès de fournisseurs référencés pour les travaux de mise aux couleurs. Un point d'honneur a par ailleurs été donné sur les aspects sécurité avec un niveau de consignes conforme aux exigences du Groupe.

"Les exploitants de station ELAN ont très bien accueilli ce projet et sont ravis à l'idée que leur station ait un tout nouvel habillage, ils savent que cela va redynamiser leur image", conclut Michel.



DPPV AUGMENTE SA CAPACITÉ DE STOCKAGE D'ÉTHANOL

Dans un contexte de forte croissance de la consommation d'essence, en particulier du SP95-E10, le dépôt pétrolier de Portes-Lès-Valence (DPPV)⁽¹⁾ a dû augmenter sa capacité de stockage en éthanol. En effet, DPPV est depuis fin 2014 dans une gestion contrainte d'approvisionnement et d'exploitation en éthanol par ses faibles capacités de stockage et l'augmentation des sorties (+60% en 5 ans).

L'installation d'une nouvelle cuve de 120 m³ va ainsi permettre de doubler le stockage en éthanol.

"Les capacités de stockage devenaient trop justes, et ce particulièrement pendant les périodes estivales où la demande de carburant est plus élevée. Cela va permettre d'apporter une plus grande flexibilité d'approvisionnement et nous pourrons ainsi gérer plus sereinement les besoins de nos clients sans risque de rupture et pourquoi pas dans un futur proche, proposer du E85 à partir de DPPV", déclare Franck COMTE, chef du dépôt pétrolier de Portes-Lès-Valence.

Cette action est le fruit d'un an de travail collectif associant au sein de la direction Supply et Logistique France les équipes du département Dépôts, de DPPV, du département Patrimoine

Etudes Pilotage et avec la collaboration des Achats, des métiers HSEQ et du bureau d'études ECCR⁽²⁾ pour la maîtrise d'œuvre.

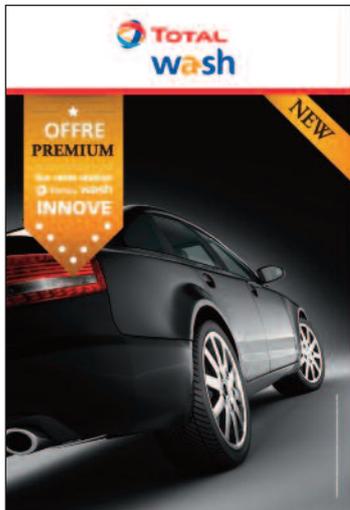
"Ce chantier, qui a été mené en toute sécurité, a fait l'objet d'une surveillance minutieuse notamment pour les travaux de fouille et les opérations de levage", précise Franck COMTE. Les travaux sont aujourd'hui quasiment finis : la cuve a été mise en fosse le 24 mai et la phase de raccordement des tuyauteries est terminée.

"On a profité de cette opération pour mettre à niveau certains équipements du site comme les installations de détection de fuites des cuves et les dispositifs coupe-feu sur les lignes de dépotage d'éthanol", ajoute Didier CHAMARD, chargé d'affaires au service Technique du département Dépôts.

Rendez-vous est pris en septembre pour la mise en service de l'installation.

(1) Dépôt pétrolier de Portes-Lès-Valence (DPPV) : Joint Venture détenue à 66% par Total Marketing France (alliance avec BP France et Thévenin Ducrot Distribution).

(2) ECCR : Etudes Calculs Conception Réalisation est la filiale d'ingénierie et le bureau d'études du groupe MATEN-SECOMOC.



TOTAL WASH SURCLASSE LE LAVAGE EN STATION

TOTAL Wash continue de se développer avec sa nouvelle offre de lavage premium et améliore la qualité perçue de la marque pour la plus grande satisfaction de ses clients.

Sur un marché très atomisé et disparate, TOTAL Wash s'affirme comme une offre de qualité, reconnue par le plus grand nombre. "Le lavage est une activité stratégique qui participe à l'équilibre économique de nos stations. C'est un vrai levier de croissance pour nos activités", souligne Pierrick BAUDRAIS, responsable TOTAL Wash.

Avec son nouveau concept de lavage Premium, Total ambitionne de devenir plus qu'un pétrolier qui fait du lavage : "Nous voulons devenir la référence, un expert reconnu en la matière", ajoute Pierrick. Pour ce faire, de nombreuses innovations technologiques corrigent les faiblesses du lavage à rouleaux classique et améliorent sensiblement sa qualité, sur les 5 programmes proposés. Une signalétique spécifique et des habillages aux couleurs gris/noir/or, s'inspirant des codes "premium", se chargent de signifier la montée en gamme aux yeux des clients.

Un bon moyen de se démarquer encore de la concurrence, en améliorant aussi la satisfaction et la fidélisation du client, tout en apportant un vrai levier de croissance du chiffre d'affaires.

L'offre est disponible dans les stations-service du Réseau mais également en dehors, grâce à une politique de franchise. 8 sites sont déjà ouverts. Objectif : 180 centres (existants ou à créer) aux couleurs TOTAL Wash d'ici à 2023.

CHIFFRES CLÉS



CALDEO LANCE UN NOUVEAU MODE DE RECRUTEMENT

En partenariat avec l'organisme de formation APTH⁽¹⁾, Caldeo lance un dispositif de formation et de recrutement innovant de ses futurs chauffeurs-livreurs.

Caldeo s'engage à recruter en CDI les futurs chauffeurs-livreurs à l'issue d'un parcours de formation de 6 mois, dans le cadre d'un contrat de professionnalisation alternant enseignements pratiques et théoriques. "Devant la difficulté de recruter des chauffeurs-livreurs possédant toutes les habilitations nécessaires, nous avons eu l'idée de les former nous-mêmes, en partenariat avec l'APTH. Au-delà du besoin de Caldeo auquel il répond, ce projet me tient particulièrement à cœur du fait de sa dimension sociétale : aider les jeunes et les moins jeunes à s'insérer professionnellement est très enthousiasmant !", explique Sophie ANDREUX-LECAT, directrice des Ressources Humaines chez Caldeo.

Un enjeu de taille

Ce nouveau mode de recrutement doit également permettre à Caldeo d'assurer la continuité de son activité et la livraison de ses clients dans les délais habituels tout en maintenant une qualité de service et une proximité avec ses clients. "Au vu de l'historique des départs⁽²⁾, il faudra remplacer jusqu'à 900 chauffeurs chez CEN⁽³⁾ au cours des 10 prochaines années, il est donc important d'anticiper et ainsi absorber les pics de demande", souligne Sophie.

Des perspectives d'évolution

Le chauffeur-livreur a un vrai rôle d'ambassadeur de Caldeo et du groupe Total avec par la suite de réelles possibilités de mobilité fonctionnelle (moniteur sécurité, gestionnaire matières, assistant d'exploitation, etc.) et géographique (périmètre national).

Les premières sessions de recrutement ont débuté en avril. Les candidats retenus passeront cet été le permis C, le début de la formation est quant à lui prévu pour septembre.



(1) APTH : Association pour la prévention dans les transports d'hydrocarbures. (2) 227 départs sur les 3 dernières années et 500 chauffeurs seront à la retraite dans les 10 prochaines années chez CEN (dont 50% d'ici 5 ans). (3) Combustibles et Énergies.

UN NOUVEAU VENU DANS LA CLASSE DES CARBURANTS TOTAL : LE HVO 100



Pour répondre à la réglementation européenne, 10 % d'énergie renouvelable doit être utilisée dans les transports en 2020. Plusieurs solutions répondent à cette notion "d'énergie renouvelable" dont le HVO (Hydrotréated Vegetable Oil – en français, Huiles Végétales Hydrotraitées).

C'est dans ce contexte que Total va lancer en septembre, la commercialisation en France de son nouveau carburant TOTAL HVO 100. Composé exclusivement de paraffines, composants principaux du gazole, ce biocarburant répondant à la norme EN 15940 est de fait totalement compatible avec les moteurs diesel actuels. Son utilisation concerne

uniquement les flottes professionnelles de véhicules et notamment le marché du transport routier de voyageurs (autocars et bus).

"Le lancement de TOTAL HVO 100, carburant de substitution diesel, marque une nouvelle étape pour accompagner nos clients professionnels dans leur transition énergétique", souligne Guilhem CREMEZI, ingénieur Applications Carburants au sein du département Communication et Relations Clients de Total Marketing France.

"TOTAL HVO 100 est un produit qu'attendaient aussi bien les clients professionnels que les prescripteurs (constructeurs) avant une bascule vers le gaz ou l'électricité", ajoute Elise THOMAZO, ingénieur Biocarburants à la direction Stratégie Marketing Recherche du M&S.

Avec TOTAL HVO 100, les entreprises de transport routier vont pouvoir réduire leur impact environnemental sans pour autant avoir à changer l'exploitation de leur flotte de véhicules.

Ce biocarburant présente trois principaux atouts :

1- Il est 100% d'origine renouvelable, produit à partir de matières végétales, résiduelles ou de déchets. Par conséquent, il réduit d'au moins 50% les émissions de CO₂ par rapport à son équivalent fossile ;

2- La structure moléculaire du HVO génère une combustion plus propre et donc des émissions de polluants réduites (NOx et particules) ;

3- Il est immédiatement utilisable dans les moteurs diesel actuels et présente donc l'avantage de ne pas à avoir à remplacer la flotte de véhicules ;

Le carburant TOTAL HVO 100 va être en partie produit à la bioraffinerie de La Mède (Bouches-du-Rhône) à partir d'une grande mixité de matières premières (huiles végétales type colza, palme, graisse animale et déchets).

Lire aussi l'article ci-dessous sur la bioraffinerie de La Mède.

"Ce projet est un bel exemple de collaboration transverse où les Commerces, la Recherche du M&S, le Supply, le Raffinage, la Logistique, les Achats et l'équipe HSE ont œuvré ensemble pour aboutir à la commercialisation de TOTAL HVO 100 un peu plus d'un an après les premières réflexions sur le sujet", conclut Mathieu ARONDEL, ingénieur Carburants Conventionnels à la direction Stratégie Marketing Recherche du M&S.

BIORAFFINERIE DE LA MÈDE : UN SITE TOURNÉ VERS L'AVENIR



C'est accompagné de Sant Eloi, revendeur et distributeur de carburants pour 15 stations-service TOTAL en Andorre, que l'équipe GCMP⁽¹⁾ de la direction Carburants Professionnels s'est rendue à la bioraffinerie de La Mède.

Annoncée en 2015 par le Groupe, la création de cette usine s'inscrit dans un projet de transformation globale de la plateforme, avec la volonté d'en faire un site unique en France, tourné vers des activités d'avenir, porteuses de croissance pour Total et pour la région.

En plus de ses activités majeures, la bioraffinerie comprendra :

- un centre de formation international sur installations réelles capable d'accueillir 2 500 stagiaires par an et qui a ouvert ses portes en octobre 2017 ;
- une ferme solaire de 8 MW, raccordée au réseau depuis le 14 décembre 2017 ;
- une unité de production d'AdBlue[®] de 50 000 m³, un additif qui réduit les émissions d'oxyde d'azote des poids-lourds, qui entrera en production cet été ;
- une unité de production de biodiesel HVO⁽²⁾ (Hydrotreated Vegetable Oil), qui sera opérationnelle à partir de septembre.

"Nous avons profité d'aller à la rencontre de notre client Sant Eloi pour organiser une visite sur la bioraffinerie de La Mède. L'occasion pour eux comme pour nous d'observer la raffinerie en complète métamorphose et d'avoir une vision plus concrète du projet", souligne André ZAFFIRO, chef du département GCMP.

La visite s'est déroulée en compagnie de Marc PINTAT, directeur général de Sant Eloi, David PORQUERES, directeur commercial, les gérants des stations-service TOTAL Andorre, et aussi de Yann CUSSET, directeur Carburants Professionnels, Btissame BENHAMMOU, déléguée commerciale et André ZAFFIRO.

"Une belle opportunité de montrer à nos clients, en toute transparence et dans un contexte privilégié, nos nouvelles activités et notre volonté de prendre une part active au développement des énergies renouvelables", conclut André.

- (1) Grands Comptes Marchés Publics.
 (2) TOTAL HVO 100 est un carburant produit à partir de matières premières végétales, résiduelles ou déchets.



TOTAL TRAVERSE PARIS EN 2CV⁽¹⁾

Le dimanche 22 juillet, Total Lubrifiants Services Automobile (TLSA), filiale Lubrifiants de Total Marketing France, était partenaire de la 11^{ème} Traversée de Paris.

Évènement organisé par l'association Vincennes en Anciennes, la Traversée de Paris estivale des véhicules d'époque est une grande balade de plus de 3h30 dans la capitale. Munis du "road-book" et arborant une plaque de rallye, les participants et leurs «bijoux» ont pris le départ devant le château de Vincennes vers 8h00. C'est à bord d'une 2CV surmontée d'un bidon d'huile de la gamme HTX Classic cars⁽²⁾, que Total s'est distingué des 800 véhicules présents. Le "road trip" s'est terminé sur la Terrasse de l'Observatoire de Meudon où les stands des partenaires et sponsors de l'évènement attendaient les passionnés de voitures anciennes pour échanger en parallèle du grand pique-nique champêtre traditionnel.

"Partenaire premium" de cette édition, Total sous sa marque ELF a ainsi présenté les produits de sa gamme de lubrifiants dédiés aux véhicules de collection : HTX Classic cars.

"Le carburant TOTAL EXCELLIUM SP98⁽³⁾ a été également présenté sur notre stand. L'idée était aussi d'échanger et d'informer les collectionneurs sur ce carburant et notamment sur la pérennité de sa présence dans nos stations car il est indispensable pour les véhicules essence. Une nouvelle brochure spécifique, expliquant ses bienfaits et avantages leur a été remise", souligne François-Xavier DAGNAS, responsable Communication Externe chez Total Marketing France.

- (1) La 2CV fête ses 70 ans cette année.
 (2) Gamme de lubrifiants pour les véhicules de collection, anciens ou récents qui se compose de trois familles de produits : HTX Collection, HTX Prestige et HTX Chrono.
 (3) Nouvelle génération de carburants qui nettoie le moteur et le protège durablement pour le rendre plus performant, plus économique et moins polluant.

CHALLENGE OBJETS CONNECTÉS : C'EST PARTI !

Nous vous invitons à proposer vos idées sur Build'INN autour de la question suivante :

"Quels sont les objets connectés que nous pourrions proposer à nos clients BtoB et/ou BtoC ?"

Vous avez jusqu'au vendredi 14 septembre inclus pour déposer toutes vos idées innovantes !

Les idées les plus prometteuses seront récompensées.

- 1^{er} prix : Montre connectée d'une valeur de 269,00 €
 2^{ème} prix : Bracelet connecté d'une valeur de 79,99 €
 3^{ème} prix : Google Home d'une valeur de 59,00 €
 4^{ème} et 5^{ème} prix : Chèques cadeaux FNAC d'une valeur de 30,00€

N'oubliez pas de liker et miser pour les meilleures idées jusqu'au 14 septembre inclus !

Pour plus d'informations, vous pouvez consulter le règlement du challenge sur la plateforme Build'INN.

Rendez-vous sur la **plateforme d'innovation collaborative Build'Inn** (rubrique "Challenges" : Objets Connectés) pour participer au concours.

Si vous ne parvenez pas à vous connecter sur Build'INN, merci de contacter votre correspondant Innovation.



UNE QUESTION ?
UNE INFO À PUBLIER ?



CONTACTEZ
VOTRE CORRESPONDANT
COMMUNICATION

NOS FILIALES

