



STRATÉGIE

L'ÉLÉPHANT TIRE SA RÉVÉRENCE



60 ans après avoir vu le jour, TOTAL GR change de nom pour TOTAL FLEET. En arborant le logo TOTAL FLEET depuis le 1^{er} janvier, un nouveau chapitre s'est ouvert pour les Cartes Pétrolières !

Dans un contexte concurrentiel accru et un marché de la gestion des flottes automobiles en mutation (recul du diesel, développement de l'électromobilité), l'univers de la Carte TOTAL GR a beaucoup évolué ces trois dernières années.

Retour sur ces derniers mois...

Le lancement de GR Analytics au printemps 2017 a marqué un tournant majeur pour TOTAL GR qui propose désormais aux gestionnaires de flotte une solution intégrée de pilotage et d'optimisation de leur parc automobile.

Avec l'acquisition par Total il y a huit mois de la start-up de télématique WayKonec, TOTAL GR a franchi une étape supplémentaire en ajoutant à son offre la connexion digitale automatisée au véhicule. Grâce à un boîtier embarqué, les données sont remontées et analysées en temps réel. Autre tournant majeur : TOTAL GR a récemment renforcé son offre de services en se tournant vers le multi-énergies pour répondre à l'ensemble des besoins de ses clients BtoB, quel que soit le type de véhicule (carburants traditionnels, GNV mais aussi recharges électriques). Avec le rachat de G2Mobility en octobre dernier (*lire L'aparté n°18 de novembre 2018*), Total propose maintenant à ses clients une offre intégrée, depuis la fourniture de l'énergie jusqu'au service de recharge électrique.

Et aujourd'hui...

"Dans ce contexte de diversification, il était temps pour nous de prendre un virage stratégique pour répondre aux besoins évolutifs de nos clients. La nouvelle marque TOTAL FLEET redéfinit le périmètre de la carte carburant TOTAL qui ne s'appuie plus seulement sur les fondamentaux (enregistrement des dépenses de carburant, parking, péage, lavage). Elle se veut être le reflet d'une carte qui donne désormais accès à une multitude de services et d'outils en vue d'optimiser la gestion de flotte", explique Gilles LANGLOIS, directeur Cartes Pétrolières France.

D'un point de vue marketing, le célèbre éléphant bleu et rouge GR tire sa révérence pour laisser place au nouveau logo TOTAL FLEET. "Choisir une nouvelle identité visuelle, c'est affirmer une ambition ! Le fait que TOTAL soit mentionné sur le logo marque une volonté de renforcer la filiation au Groupe. TOTAL FLEET bénéficie ainsi de la notoriété de la marque, au même titre que TOTAL Wash", décrypte Aurélie DOUBLET, responsable Marketing Cartes. Le passage du doré au rouge pour la couleur de la carte abonde également dans ce sens. Le mot "Fleet" (flotte en anglais) raccroche la marque à la catégorie de la gestion de flotte et lui confère une dimension internationale en devenant la marque européenne de l'activité Cartes. Quant à la présence d'une route dans le F de Fleet, c'est l'élément pictural du logo qui symbolise la mobilité.

Ce changement de nom est bien sûr soutenu par un important dispositif de communication auprès des clients et du marché. Ceux-ci ont été informés du changement de nom via un email qui leur a été adressé début janvier. Durant tout le mois de janvier, les stations sont aux couleurs de TOTAL FLEET à travers des affiches rappelant les services liés à la carte TOTAL : carburant, lavage, péage, parking, boutique. Le Salon Flotauto, qui réunira le 21 février prochain les professionnels de la gestion de parc automobile, sera le point d'orgue de cette campagne de communication pour le lancement de TOTAL FLEET.

"Cette nouvelle identité visuelle était une évolution nécessaire pour refléter notre dynamique actuelle et notre volonté d'accompagner plus efficacement nos clients", souligne Aurélie.

Toute la réflexion de cette nouvelle image est le fruit d'un travail collectif de deux ans mené par l'équipe Marketing Cartes en collaboration avec la direction Image Commerciale et Marques (Stratégie, Marketing, Recherche) et la direction Opérations Cartes Europe.

Avec le bel héritage laissé par TOTAL GR et le repositionnement opéré autour du marché de la gestion de

L'HISTOIRE DE TOTAL GR EN 5 DATES CLÉS :



CHIFFRES CLÉS LES CARTES PÉTROLIÈRES AU TOP !	+ 135 000 clients	35% des volumes du Réseau	180 M de transactions par an
+ 1500 clients recrutés chaque mois	50% du CA Total Wash	1 500 parkings acceptant la carte GR	+ DE 2M de cartes en circulation

PRÈS DE 1 000 CENTRES DE LAVAGE TOTAL WASH

CE QUI CHANGE AVEC LE NOUVEAU NOM ?

- TOTAL GR ► TOTAL FLEET
- GR Analytics ► Le portail TOTAL FLEET
- La Carte TOTAL GR ► La carte TOTAL
- Pro-Moove ► TOTAL FLEET Le Mag
- WayKonec ► TOTAL FLEET Connect
- Equipe TOTAL GR ► Equipe TOTAL FLEET

UN ACCÈS PRIVILÉGIÉ À UN LARGE RÉSEAU

Plus de **3 500 stations-service** partout en France



flotte et de la mobilité des professionnels, TOTAL FLEET dispose de tous les atouts pour continuer à bâtir sur les succès de ces dernières années. Tout cela en s'appuyant évidemment sur ce qui fait la force des Cartes Pétrolières : la densité du maillage, l'offre multi-services (avec l'électromobilité), la proximité clients et la qualité de service.

LA E-BOUTIQUE D'EGEDIS FAIT PEAU NEUVE

Lancée en 2014, la e-boutique d'Egedis, dédiée à la vente de fournitures et consommables pour les stations-service, fait peau neuve. Mise en service en fin d'année 2018, la nouvelle version améliore l'expérience utilisateur avec un design plus moderne ainsi qu'une meilleure ergonomie. Les clients peuvent y trouver plus de 200 références produits, dont les best-sellers : rouleaux pour distributeur automatique de carburant, biocide, absorbants hydrocarbures, stickers, poubelles, couvertures anti-feu, etc. Tout pour entretenir leurs stations et répondre aux obligations réglementaires. La gestion de la plateforme et l'animation du site sont également facilitées.

Objectifs de ce nouvel outil : conquérir de nouveaux clients, augmenter le panier moyen et développer *in fine* le chiffre d'affaires !



Joëlle BARLET et Thierry DUBOIS, Charvet La Mure Bianco

PORTER DES PELLETS N'AURA JAMAIS ÉTÉ AUSSI FACILE !

Récompensé lors de la cérémonie de remise des Trophées pour le Challenge Innovation Europe qui a eu lieu en novembre dernier, le Pratic'Bag est un sac ouvert sur le côté, conçu pour porter et déplacer un sac de granulés de bois pesant 15kg.

Proposé par Joëlle BARLET et Thierry DUBOIS de la filiale multi-énergies Charvet La Mure Bianco (CLMB), ce projet est né de remontées de clients insatisfaits du changement des sacs plastiques devenus moins faciles à manipuler (suppression de la poignée avec perforation pour les doigts). À la fois résistant, pratique et esthétique, il permet de verser directement les granulés du sac de pellets au poêle. Il possède deux grandes anses qui facilitent sa portée, ainsi qu'une fermeture velcro pour le maintenir fermé.

Les Pratic'Bag sont fabriqués en Inde tout en respectant les principes fondamentaux du travail et utilisent une matière naturelle noble et écologique : la toile de jute.

Distribué depuis février 2018, ce sac peut être proposé à tous les clients de CLMB : particuliers, professionnels, prospects et inactifs via des opérations marketing ou lors de foires et salons professionnels. Il a également été tout récemment testé par CPO et pourra être utilisé très prochainement par les autres filiales multi-énergies.

SÉCURITÉ

TLSA OBTIENT LE DIGITAL TRUST LABEL

Après Egedis en mars, Total Lubrifiants Services Automobile vient tout juste d'obtenir à son tour le Digital Trust Label. TLSA fait partie du cercle privilégié des acteurs qui incluent avec efficacité la sécurité informatique dans leur démarche et s'engagent de manière générale dans la cybersécurité. La filiale de la direction Lubrifiants France a su répondre aux exigences sûreté de ses Systèmes d'Information (SI), de traitement du plan d'actions suite à un audit et d'engagement des collaborateurs dans l'amélioration de la sécurité des SI.

Encore une belle source d'inspiration !



VAE : UNE INNOVATION RH POUR LE COLLECTIF



En partenariat avec le FONGECIF et la DIRECCTE, Charvet La Mure Bianco (CLMB) a lancé il y a quelques mois un projet de Validation des Acquis de l'Expérience (VAE) collectif proposé aux Conseiller(s) Energie en CDI. Retour sur ce succès.

Initiée en juin dernier par la filiale multi-énergies Charvet La Mure Bianco, la VAE en projet collectif a pour objectif de reconnaître par une certification l'expérience professionnelle acquise par les salariés concernés. 19 conseiller(s) Energie se sont ainsi lancé(s) dans l'aventure afin d'obtenir le diplôme officiel de Vendeur Conseil à Distance.

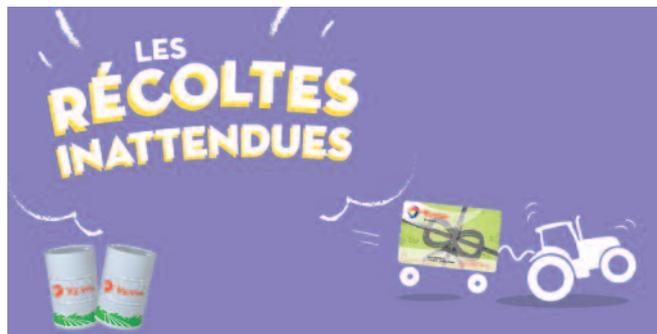
"Ce qui est innovant, c'est que les rôles sont inversés : ce n'est pas le salarié qui présente son diplôme à l'entreprise, gage de savoir, mais l'employeur qui l'accompagne pour que tout ce qu'il a acquis, appris dans le monde du travail se concrétise par un diplôme et soit une reconnaissance et des compétences acquises", précise Isabelle PARIS, DRH de CLMB.

Pour les collaborateurs, cette démarche initiée par CLMB est une très bonne idée. En effet, si une grande majorité des Conseiller(s) Energie connaissait ce processus de VAE, aucun ne se serait lancé seul dans ce

parcours. *"Cela demande du temps de faire toutes les démarches. Il y a aussi beaucoup d'administratif, c'est un processus lourd. Pour être honnête, sans CLMB, je n'aurais pas eu le courage de me lancer seul dans cette aventure",* explique un collaborateur.

Le fait que CLMB soit à l'origine de cette démarche a donc motivé la plupart des collaborateurs qui bénéficient ainsi de l'effet dynamique et stimulant du Groupe. D'autres facteurs ont pesé dans la balance : *"C'est avant tout pour ma satisfaction personnelle : obtenir -malgré mon âge- un diplôme de plus. Et aussi, il faut se l'avouer, épater mon mari et mes enfants en cas de réussite ! Personnellement, je n'attends rien de plus de CLMB. Le fait de nous offrir cette opportunité est déjà super. Et je sais qu'ils feront de leur mieux pour nous accompagner au cours du processus",* souligne une collaboratrice.

Avec un taux de réussite élevé de 68% pour CLMB (contre 55% au niveau national), cette première expérience très positive sera renouvelée en 2019.



RETOUR SUR UNE OPÉRATION FRUCTUEUSE POUR LES LUBRIFIANTS !

En septembre dernier, le département Entreprise de la direction Lubrifiants France a lancé sa plateforme marketing en ligne destinée à ses clients revendeurs. Retour sur l'opération "Les Récoltes Inattendues" couronnée de succès !

Avec cette plateforme, les clients professionnels ont la possibilité d'animer leur propre réseau, de générer du trafic en point de vente et d'améliorer la notoriété des produits aux marques TOTAL et ELF auprès du consommateur final.

Ciblée sur les professionnels de l'agriculture, l'opération "Les Récoltes Inattendues" s'est déroulée en fin d'année et avait pour objectif de leur permettre d'informer leurs propres clients des promotions opérées en point de vente. En plus d'une PLV mise à disposition des revendeurs agricoles, quatre SMS

pouvaient être envoyés et personnalisés pour y détailler les modalités de l'opération et les cadeaux à gagner.

"Les Récoltes inattendues" ont été un vrai succès puisque plus de 75 000 SMS ont été envoyés par les clients revendeurs agricoles. Cette action directe a permis de générer en l'espace d'un mois, le volume équivalent à une opération de deux mois en 2017.

Les retours sur l'appropriation de la plateforme sont très positifs puisqu'un professionnel sur quatre a procédé seul à la programmation de son opération.

La direction Lubrifiants Entreprise France ambitionne en 2019 d'étendre les services de sa plateforme à l'ensemble des marchés B2B et d'y relayer ses différentes opérations nationales comme locales.

AGENDA



À TOUS LES PASSIONNÉS DE VÉHICULES ANCIENS : CE SALON EST POUR VOUS !

Du 6 au 10 février, rendez-vous sur le salon Rétromobile où les équipes de Total vous accueilleront dans un décor des plus inattendus. Un programme haut en couleurs pour tous les passionnés de véhicules anciens :

- Présentation des carburants TOTAL EXCELLIUM, de la marque TOTAL Wash et de ses différentes offres (portique Premium, Centres de lavage "à la main").
- Présence de la marque de motos mythiques Brough Superior.
- Lancement du nouveau lubrifiant moteur HTX Generation dédié aux Youngtimers (véhicules des années 80-90) sous la marque ELF HTX Classic cars.
- Animation autour du centenaire de la marque Citroën.

Et bien d'autres animations que vous aurez le plaisir de découvrir sur place : Paris, Parc des Expositions de la Porte de Versailles, Pavillon 2.2 "à la station TOTAL". Pour en savoir plus, rendez-vous sur le site de Rétromobile.

UNE QUESTION ?
UNE INFO À PUBLIER ?



CONTACTEZ
VOTRE CORRESPONDANT
COMMUNICATION

NOS FILIALES

CEN				CAP		LUBRIFIANTS	RÉSEAU
						TOTAL LUBRIFIANTS SERVICES AUTOMOBILES	TOTAL CORSE