



 ÉDITO

 NOUVEAUTÉ

ÉDITO D'ALEXIS VOVK



Au 1^{er} janvier 2020, je prends mes nouvelles fonctions de directeur de la branche Marketing & Services. Autant dire que je vais rester très ancré dans les fonctions opérationnelles que j'ai pu exercer avec vous.

À mon arrivée déjà, je découvrais tout le professionnalisme, l'expertise, la mobilisation, l'esprit d'équipe et d'initiative des équipes de Total Marketing France, dans la gestion d'une crise de carburants.

C'est sur ces mêmes impressions et dans les mêmes conditions de crise que mon parcours chez TMF prend fin. La boucle n'est pas bouclée pour autant... Total Marketing France continuera de peser pour beaucoup dans le cadre de mon nouveau périmètre.

Je sais pouvoir compter sur votre engagement et n'ai aucun doute sur votre capacité à relever les défis majeurs de ces prochaines années au centre desquels ceux de la transition énergétique et du développement des nouvelles énergies.

J'ai pris beaucoup de plaisir durant ces années à travailler avec vous tous dans une ambiance aussi studieuse que chaleureuse.

L'histoire de TMF va continuer de s'écrire sous la direction du Codir France et de Guillaume Larroque, en qui j'ai toute confiance dans la poursuite de la croissance de TMF.

J'ai en mémoire le proverbe africain que je vous citais à mon arrivée : "Si vous voulez aller vite, allez seul. Si vous voulez aller loin, allez ensemble." Soyez fiers du chemin parcouru et gardez votre formidable énergie et votre enthousiasme car TMF et le MS iront loin ensemble !

À tous, merci !

TOTAL LUTTE CONTRE LE GASPILLAGE AVEC L'APPLICATION TOO GOOD TO GO

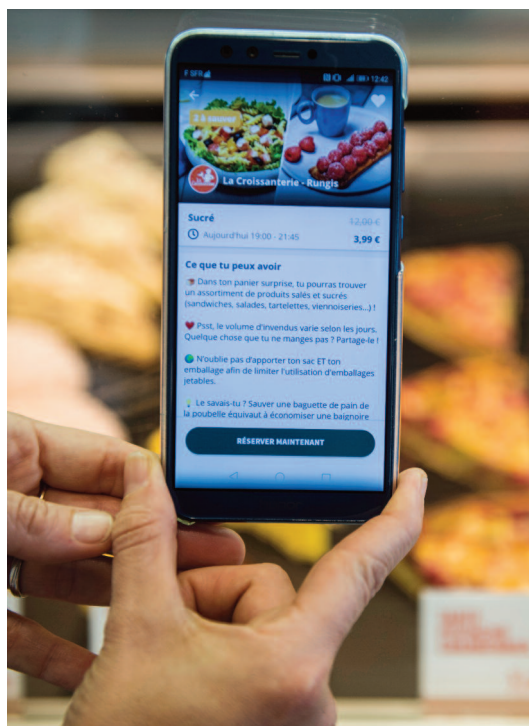
Un concept innovant qui s'intéresse enfin à l'anti-gaspi ! Avec l'application Too Good To Go, les invendus alimentaires ne sont plus jetés, mais écoulés. Les clients viennent récupérer leur "panier surprise", composé des produits du jour, c'est simple d'utilisation et aussi avantageux pour eux que pour les exploitants. Découvrez comment ce service a déjà séduit près de 150 stations-service TOTAL.

"Depuis septembre 2018, nous utilisons Too Good To Go qui nous permet de vendre 15 paniers par semaine. Cet éco-geste s'inscrit parfaitement dans notre démarche de responsabilité sociale et environnementale : happy hours chaque jour avec -50% sur les invendus, plus de sac et de gobelet en plastique ni de paille... des gestes simples qui devraient exister partout !" - Chrystel SALVATGE, gérante du Relais Sainte-Marguerite à Nice.

"Proposer à des prix inférieurs les produits invendus est une très bonne idée ! Bien que notre supérette soit petite, nous jetions régulièrement des invendus. Nous donnions jusque-là aux Restos du Cœur mais de façon irrégulière en raison de difficultés de déplacement et par manque de temps. Nous distribuons aussi aux clients les produits proches de leur date de péremption mais en jetons encore beaucoup trop. Too Good To Go est une belle initiative pour limiter les pertes" - Raoul KULLMANN, propriétaire-exploitant SARL ETS Bordonni et Cie.

"Avec Too Good To Go, les clients peuvent réserver la veille un panier de produits frais à prix réduit et le récupérer le lendemain jusqu'à 21h45. Depuis que nous testons l'application, nous vendons entre un et trois paniers par jour et j'ai déjà constaté une baisse de 0,5 point sur notre démarque. Nous valorisons nos produits en évitant de jeter : un recyclage positif, c'est l'avenir !" - Pilar FRANCOTTE, directrice du site de Rungis.

Utiliser Too Good To Go permet aux stations-service déjà engagées dans cette démarche d'améliorer au quotidien la gestion de leur stock alimentaire et de revaloriser leurs produits. Les équipes des premières stations-service qui ont adhéré au concept sont très enthousiastes et les résultats sont encourageants. L'ambition de Total est maintenant d'étendre cette collaboration avec Too Good To Go à l'ensemble des stations qui vendent des produits frais. Ce partenariat s'inscrit dans une démarche globale de lutte contre le gaspillage alimentaire. D'autres initiatives sont d'ailleurs à l'étude.



CHIFFRES CLÉS



TOO GOOD TO GO
A ÉTÉ CRÉÉE EN 2016



10 MILLIONS DE REPAS
ONT ÉTÉ SAUVÉS DE LA POUBELLE.
DONT 7 MILLIONS DE REPAS
EN FRANCE



139 STATIONS-SERVICE TOTAL
UTILISENT DÉJÀ L'APPLICATION

UNE INNOVATION QUI PÈSE !

Le "Lève-Plaque Aimanté (LPA)" a été récompensé en octobre dernier par le Comité de Direction de la branche M&S d'un Award HSE "Top Branche" pour le 2^{ème} trimestre 2019.

Comment ce projet est-il né ?

C'est lors d'une visite de sécurité auprès de Guy BALLUT, chauffeur-livreur chez CALDEO que Philippe BODILIS, directeur commercial à cette époque et président de la filiale DMS aujourd'hui, découvre l'ingénieuse idée du "Lève-Plaque Aimanté".

"Chaque jour, nous sommes amenés à soulever entre 10 et 20 plaques chez nos clients, c'est une action répétitive pour laquelle nous devons adopter des positions parfois dangereuses et inconfortables. J'ai donc tout bonnement pensé au principe du ramasse-boule utilisé par les joueurs de pétanque et je l'ai adapté", explique Guy.

"L'idée est simple mais il fallait y penser !", s'exclame Georges DELROCQUE, directeur technique et correspondant



Innovation chez CALDEO, qui sous les conseils de Philippe, s'est empressé de mettre en œuvre ce projet. *"Après de nombreuses recherches, j'ai vite compris qu'un tel objet n'existait pas sur le marché, nous avons donc travaillé à sa fabrication avec pour objectif de proposer aux chauffeurs un outil astucieux et facile à transporter",* ajoute-t-il.

"Aujourd'hui, le LPA que nous proposons permet de soulever et de déplacer les plaques en fonte ou métallique de moins de 60 kg. Il est compact, léger, tout-terrain et rapide à mettre en œuvre. Les bénéfices pour nos chauffeurs sont multiples : diminution des efforts, meilleure posture au travail, et ultra-pratique par sa petite taille qui permet de le ranger dans une poche", explique Georges.

Composé d'un aimant, d'une corde tressée et d'une poignée, le montage du LPA sera confié à l'ANRH - Association pour l'insertion et la Réinsertion professionnelle et humaine des Handicapés - de Nanterre.

Le début d'un avenir prometteur puisque 500 LPA ont été distribués auprès des filiales de proximité et la direction Commerce Général envisage d'en commander davantage pour le Réseau France et la Logistique, également intéressés. Cette initiative sécurité a récemment été présentée comme Safety Moment à l'occasion d'une prise de parole de Momar NGUER, directeur général du M&S.

Un grand bravo à Guy BALLUT et à Georges DELROCQUE pour sa mise en œuvre !

! RÉGLEMENTATION

EMBALLAGE DES PELLETS : LES SOLUTIONS DURABLES AU CŒUR DE L'INNOVATION

Lancé en mai dernier, un challenge Innovation proposait aux collaborateurs des 6 filiales de proximité du Commerce Général de faire travailler leurs neurones pour imaginer des solutions innovantes autour du thème "Comment donner une seconde vie aux emballages (sacs et palettes) que nous laissons à nos clients lors de la livraison de pellets ?".

Ce challenge a suscité un bel engouement parmi les collaborateurs de filiales de proximité puisqu'à l'issue de la première étape, 85 idées ont été déposées auprès des correspondants Innovation. Une première phase de sélection a été effectuée par un rapporteur nommé pour l'occasion. Huit projets ont finalement été retenus pour participer au sprint final et présentés le 16 octobre dernier au Spazio devant jury.

"Ce challenge, qui a généré beaucoup d'idées, est un formidable levier de motivation et de mobilisation des équipes autour de l'innovation", souligne Lara SOULIVET, Marketeur transverse au sein de la direction Commerce Général.

Le jury a finalement désigné trois projets gagnants.

1- Compostons nos sacs (CPE énergies)

Descriptif de l'idée : Utiliser des sacs compostables en bioplastique ou en papier kraft comme emballages pour les pellets et fabriquer un composteur à partir des palettes de bois.

Avantage : Valorisation d'un déchet en matière première végétale riche : le compost. Le sac recyclable, compostable permet de remplacer de manière écologique le sac en plastique.

Porteur du projet : Nicolas ROBIN (CPE énergies)

2- Un sac reste un sac (CPE énergies)

Descriptif de l'idée : Réutiliser les sacs de granulés de bois en sac poubelle en proposant aux clients un petit appareil "soude-sac" (aux couleurs de TOTAL Pellets Premium) pour une fermeture pratique et sûre du contenant une fois rempli de déchets.

Avantage : Moins de sacs plastiques, action citoyenne.

Porteur du projet : Elisabeth PESANTI (CPE énergies)

3- Un cercle vertueux (Charvet La Mure Bianco)

Descriptif de l'idée : Conservation par les clients de leurs sacs vides et leurs palettes (66 sacs de pellets par palette) jusqu'à la livraison d'un nouveau lot. Les palettes et sacs, récupérés lors de la nouvelle livraison par les chauffeurs livreurs, seront recyclés par des entreprises spécialisées dans le recyclage des déchets plastiques ou bois et par des associations dans le cadre d'actions écosolidaires.

Idéal pour

Chaudière Poêle Insert

CHIFFRES CLÉS SUR LE MARCHÉ DU BOIS

EN 5 ANS, ENTRE 2014 ET 2018, LES EMBALLAGES LAISSÉS AUX CLIENTS LORS DE LA LIVRAISON DE PELLETS REPRÉSENTENT :	336 000 PALETTES
	22,4 MILLIONS DE SACS

Avantage : Tout l'emballage (sacs et palettes) est recyclé.

Porteurs du projet : Valérie SOLTREY et Marie-Pierre SKERGET-PECQUEUR Christelle COLLIN, Hélène VOCANSON, Déborah FERRET, Françoise SENTER (Charvet La Mure Bianco).

Félicitations aux heureux lauréats !

Le jury se félicite du succès de ce challenge, et de la diversité des idées présentées pour inventer les solutions de demain plus écologiques, plus sûres et plus intelligentes. L'innovation participative a le vent en poupe dans les filiales de proximité du Commerce Général !

DONNÉES PERSONNELLES : QU'EST-CE QUE LE RGPD A CHANGÉ ?

Le Règlement Général sur la Protection des Données (RGPD) est entré en vigueur le 25 mai 2018. Il s'applique à tout organisme qui collecte des données personnelles sur des citoyens européens. Comment Total Marketing France s'applique à répondre à ces obligations de conformité ? Décryptage avec Luc HOBON, délégué à la protection des données (Data Protection Officer) pour TMF et ses filiales.

1- Qu'est-ce qui change pour Total Marketing France et ses filiales avec le RGPD ?

La protection des données personnelles existe depuis 1978 avec la loi dite "Informatique et Libertés". Le RGPD renforce le droit des personnes et la responsabilisation des entreprises sur les traitements des données personnelles. Nous devons adapter notre fonctionnement (processus, procédure, applications / outils, pratiques) pour intégrer les nouvelles obligations et être en conformité.

• Renforcement des droits des personnes concernées

- Plus de transparence : l'entreprise doit fournir des informations claires et sans ambiguïté sur la façon dont sont traitées les données personnelles
- Traçabilité du consentement (acte positif clair par lequel la personne concernée manifeste de façon libre, spécifique, éclairée et univoque son accord au traitement de ses données personnelles)
- Droit à l'oubli : obligation d'effacer les données personnelles sous plusieurs motifs dans les plus brefs délais
- Droit à la portabilité : récupérer ses données personnelles dans un format lisible pour les stocker ou les transmettre à un tiers

• Responsabilisation de l'entreprise qui traite les données (accountability)

- Obligation de rendre compte de sa conformité en documentant les traitements
- Tenue d'un registre des traitements
- Protection dès la conception avec le Privacy By Design et en plus, pour les traitements à risque, une analyse d'impact relative à la protection de données
- Notification en cas de violation des données personnelles
- Responsabilisation du sous-traitant
- Nomination d'un "Data Protection Officer"

• Sanctions renforcées et graduées

En plus de la limitation ou de l'interdiction d'un traitement et du risque réputationnel : amendes administratives jusqu'à 20 M€ ou 4% du chiffre d'affaires mondial de l'entreprise

2- Quel dispositif a été mis en place au périmètre de TMF et de ses filiales pour répondre à ces obligations ?

• Désignation des Responsables de Traitement (RT)

Un responsable de traitement définit les finalités et les moyens du traitement des données. Il donne des instructions et contrôle ses sous-traitants. Il dispose d'une connaissance métier lui permettant de maîtriser le traitement.

Au sein de TMF, il y a 9 responsables de traitement : le directeur général et chaque responsable des 8 entités : Commerce Général, Réseau et Cartes Pétrolières, Lubrifiants France, Supply et Logistique France, Secrétariat Général, HSEQ, Ressources Humaines, Communication et Relations Clients. Pour les filiales de TMF, le responsable de traitement est le dirigeant.

• Désignation des Data Privacy Liaison (DPL)

Chaque responsable de traitement désigne un référent données personnelles, appelé Data Privacy Liaison (DPL), qui est en charge de la mise en œuvre, au sein de son entité, du programme de protection des données personnelles du Groupe.

Les principales missions du DPL sont :

- tenir à jour le registre des traitements de son entité ;
- vérifier que les mentions d'information (transparence) sont à jour et que l'exercice des droits est opérationnel ;
- s'assurer que la protection des données personnelles est prise en compte dès la conception d'un produit ou d'un service (privacy by design et analyse d'impact relative à la protection des données) ;
- contrôler que les sous-traitants respectent bien le RGPD.

Les DPL peuvent faire appel au DPO pour les aider à accomplir leurs missions.

• Désignation du Data Protection Officer (DPO)

Pour répondre aux obligations légales, un poste de délégué à la protection des données (ou data protection officer) a été créé pour prendre en charge le périmètre de TMF et ses filiales. Luc HOBON occupe ce poste depuis le 1^{er} juin 2019. Il a pour mission de :

- 1- informer et conseiller les responsables de traitement ou les sous-traitants ainsi que les employés qui procèdent au traitement sur les obligations qui leur incombent ;
- 2- contrôler le respect du règlement et du droit national en matière de protection des données ;
- 3- être le point de contact pour l'autorité de contrôle (CNIL en France) sur les questions relatives au traitement, et à ce titre, coopérer avec elle (en facilitant l'accès par la CNIL aux documents et informations).

Qu'est-ce qu'une donnée personnelle ?



Il s'agit de toute information permettant d'identifier, directement ou indirectement, une personne physique :



Ces informations concernent aussi bien la sphère privée que publique, y compris professionnelle.

Qu'est-ce qu'un traitement de données personnelles ?

Il s'agit de toute opération, ou tout ensemble d'opérations, effectuée à l'aide de procédés automatisés ou non et appliquée à des données personnelles :



3- Quelles sont les principales actions déjà mises en place ou en cours au sein du périmètre TMF ?

L'inventaire des traitements a été réalisé. Chaque entité de TMF et chaque filiale dispose d'un registre de traitements qui doit être mis à jour dès qu'un changement intervient : ajout d'un nouveau service ou d'une fonctionnalité, changement de fournisseur ou de prestataire, changement d'application / outil, etc.

Une analyse de conformité RGPD des applications / outils existants est menée afin d'identifier puis de réaliser les actions de mise en conformité. La DSI de la branche M&S conduit ces travaux pour les applications où elle est partie prenante. Pour les applications dites locales (non gérées par la DSI MS), chaque responsable de traitement doit mener en direct ces travaux.

4- Quels sont les prochains chantiers ?

TMF et ses filiales doivent décliner de façon très pragmatique les 3 procédures Groupe suivantes :

- gestion de l'exercice des droits des personnes concernées ;
- gestion des incidents qui peuvent conduire à la notification d'une fuite de données ;
- accueil d'un agent de la CNIL lors d'un contrôle.

Pour les "traitements à risque", une analyse approfondie (appelée analyse d'impact relative à la protection des données) doit être réalisée. Les traitements concernés sont : la vidéosurveillance des stations, la vidéosurveillance des dépôts, la gestion du Handicap au sein de TMF et des filiales, le paiement des amendes (ANTAI) avec la plateforme Total FLEET.

Au-delà des obligations légales, le RGPD est une opportunité pour :

- rationaliser les données que vous collectez,
- optimiser vos traitements,
- renforcer la confiance avec vos prospects, clients, fournisseurs, partenaires, prestataires, salariés, candidats.

Les actions menées peuvent constituer un avantage concurrentiel et améliorer l'image de notre entreprise.

Pour toute question relative à la protection des données personnelles ou au RGPD, n'hésitez pas à contacter Luc HOBON.

SALON DES MAIRES ET DES COLLECTIVITÉS LOCALES : TOTAL, PARTENAIRE DES TERRITOIRES

Pour aller à la rencontre des territoires et présenter ses offres et services dédiés, Total a choisi de participer cette année, pour la première fois, au Salon des Maires et des Collectivités Locales (SMCL), qui s'est tenu du 19 au 21 novembre à Paris Expo Porte de Versailles.

10 entités commerciales du Groupe⁽¹⁾ y ont présenté leur savoir-faire et leurs dernières innovations au service des collectivités locales et régionales, des professionnels et du grand public : installation et gestion de bornes électriques, panneaux solaires, gaz naturel pour véhicule (GNV), économies d'énergie, innovation dans l'entretien de la voirie, gestion et maintenance des parcs roulants...

Le stand Total s'articulait autour de quatre pôles :

1 - Mobilités Nouvelles : rendre accessibles des solutions de mobilité innovantes

- TOTAL FLEET a exposé sa nouvelle offre électrique avec la carte TOTAL multi-énergies qui permet aux professionnels d'effectuer le paiement de la recharge sur un large réseau de 15 000 bornes de recharge électrique partout en France.
- Total a également mis en avant son offre Gaz Naturel pour Véhicules (GNV) en France dont le programme d'investissement prévoit 15 à 20 ouvertures par an dans ses réseaux de stations carburant TOTAL et AS24. L'objectif est d'opérer 350 stations GNV en Europe à l'horizon 2022, dont 110 stations en France, ce qui fera de Total le leader du GNV en Europe.

2 - Services & Proximité : être au plus près de ses clients

- Les équipes du Réseau ont présenté la Station TOTAL Autonome Rurale (STAR), concept innovant de station-service TOTAL pour le maintien des services de proximité en zone rurale.
- GreenFlex (filiale de Total) a présenté sa mission qui consiste à apporter ses expertises de conseil en stratégie, financement dans le domaine de la mobilité (bornes de recharge pour véhicules électriques) et d'accompagnement à la mise en œuvre de projets d'amélioration des performances énergétiques, environnementales et sociétales.

3 - Entretien des équipements : contribuer à une maintenance plus durable

- TOTAL Bitumes a présenté son offre de service MisterAsphalt pour la remise en état de la voirie (routes, chemins vicinaux, allées de jardin ou parkings).
- TOTAL Lubrifiants a mis en avant les services ANAC d'analyses d'huiles adaptées à toutes les activités : Agriculture, Pêche, Transports - Poids Lourds et Travaux Publics.



4 - Energies Renouvelables : produire et distribuer des énergies renouvelables

Total propose aux collectivités des offres qui permettent de valoriser les ressources de leur territoire en utilisant des énergies renouvelables (solaire, éolien, hydraulique, bois...).

Les filiales Total Quadran et Total Solar Distributed Generation ont exposé leur offre d'implantation d'éoliennes, de panneaux solaires en autoconsommation ou de centrales solaires pour une production d'électricité verte à une échelle locale.

Quant aux filiales de proximité de TMF, elles ont pu mettre en avant leurs solutions Bois de chauffage avec les bûches et pellets TOTAL.

Le salon a rencontré un franc succès et le stand Total a accueilli de nombreux visiteurs. De par sa présence, Total s'est assuré une belle visibilité en présentant aux élus locaux, collectivités, entreprises et particuliers ses innovations et expertises pour apporter des solutions d'accès à l'énergie sur-mesure aux territoires.

Sur le stand Total, les visiteurs ont également pu découvrir les actions menées par Total Développement Régional et Total Foundation montrant l'engagement sociétal du Groupe.

"Total au Salon des Maires et des Collectivités Locales, ce sont des solutions d'accompagnement, de la proximité, du service et du sourire", résume ainsi Alexis VOVK, président de Total Marketing France.

(1) Réseau TOTAL, TOTAL Bitumes, Total EV Charge, TOTAL FLEET, TOTAL Lubrifiants, Total Proxi Energies, Total Quadran, Total Solar Distributed Generation, GreenFlex, CEE – Certificats d'Économies d'Énergie. Total Développement Régional et Total Foundation étaient également présents.

OPÉRATION GRAND FROID POUR TOTAL EXCELLIUM DIESEL

Du 20 décembre au 9 mars, la nouvelle campagne TOTAL EXCELLIUM DIESEL GRAND FROID débarque avec son armée de super-héros pour combattre le froid de l'hiver.

Développer la notoriété du carburant, mettre en avant ses bénéfices et recruter de nouveaux clients restent les principaux objectifs de cette campagne.

Sur le ton résolument moderne et spectaculaire qu'on lui connaît depuis son lancement en avril dernier, TOTAL EXCELLIUM DIESEL revient cet hiver avec un dispositif de communication BtoC multimédia.

Dans les stations du réseau TOTAL :

- Une communication sur piste et en boutique dans les 812 stations du réseau TOTAL⁽¹⁾ du Grand-Est de la France : supports PLV, beach flags, surmontoirs en caisse, stop pistolet.

À la radio :

- Un spot commercial de 30 secondes sur les radios autoroutes avant chaque week-end et grand départ en vacances ainsi que sur les radios locales de l'Est de la France, selon les prévisions météorologiques.

Sur le digital :

- Une page dédiée sur le site total.fr mise aux couleurs de la campagne et des publications sur la page Facebook Total France.
- Sur YouTube avec un motion design présentant le produit TOTAL EXCELLIUM DIESEL GRAND FROID et ses avantages.

Grandes consommatrices du produit, les filiales de proximité de la direction Commerce Général vont également être actrices dans la promotion du carburant TOTAL EXCELLIUM DIESEL GRAND FROID via les équipes commerciales.



Le saviez-vous : pourquoi TOTAL EXCELLIUM DIESEL passe en mode hiver ?

Le gazole, par sa constitution, est un produit sensible au froid. Lorsque la température diminue, des cristaux se forment et peuvent obstruer le filtre à gazole. Ce phénomène peut entraîner des difficultés au démarrage voire un arrêt du véhicule après quelques minutes d'utilisation. Les gazoles sont habituellement formulés pour répondre à des conditions hivernales moyennes. Total va donc plus loin en adaptant la formulation de TOTAL EXCELLIUM DIESEL pour les régions les plus froides.

(1) Station-service TOTAL, TOTAL Contact, TOTAL Access et ELAN.

🔒 SÉCURITÉ



RÈGLE MAESTRO – ÉPISODE 2 : LA GESTION DES ÉVÉNEMENTS ET LE RETOUR D'EXPÉRIENCE HSE

Ce mois-ci, Jean-Philippe CABOT, coordinateur Sécurité Activités France et référent TMF sur le sujet, décrypte pour vous une nouvelle règle MAESTRO : "La gestion des événements et le retour d'expérience HSE".

Quel est l'attendu de cette règle HSE ?

Elle décrit le processus et définit les exigences minimales relatives à la gestion des événements HSE dans le domaine opéré du Groupe. Elle vise plus généralement à promouvoir le retour d'expérience HSE. Les objectifs : sensibiliser les collaborateurs à la maîtrise des risques liés à nos activités, améliorer le savoir-faire et la culture sécurité.

Quelles sont les exigences de cette règle HSE ?

Elle fixe 4 étapes à suivre pour la gestion des événements HSE :

- L'évaluation du niveau de gravité réelle et potentielle de l'événement à partir de la grille de cotation contenue dans cette règle. Selon les conséquences corporelles, environnementales, matérielles et médiatiques, des niveaux de gravité sont définis : mineur, modéré, sérieux, très sérieux, catastrophique/désastreux.
- La communication : les modalités d'alerte et de communication sont celles précisées dans les règles TMF relatives à la gestion des urgences et de la communication de crise.

- Le recueil d'informations et l'analyse des circonstances, des faits et des conséquences à réaliser selon la gravité réelle et potentielle de l'événement HSE.
- La production des documents de Retour d'Expérience HSE (Alerte HSE, REX HSE, REX Majeur, Bonne Pratique HSE). La validation et la diffusion de ces documents, ainsi que le suivi des plans d'actions associés sont traités par les Comités de Retour d'Expérience HSE (COREX HSE) locaux en filiale et pour certains d'entre eux, en COREX HSE France.

Quels sont les changements pour les sites et les filiales de TMF ?

Deux exigences à souligner :

- Lors de l'étape d'analyse, tous les sites et toutes les filiales de TMF ont désormais l'obligation d'utiliser la méthode d'analyse Arbre des causes ou méthode d'analyse équivalente des pertes de confinement tier 1 et tier 2 en dépôts opérés TMF et ses filiales (en plus des événements de gravité réelle ou potentielle ≥ 4)
- Toutes les filiales et entités de TMF doivent structurer leur processus de production et de validation des documents REX HSE. Elles devront également communiquer auprès de leur personnel sur ces documents et mettre en place des COREX HSE locaux mensuels.

Rendez-vous le mois prochain pour découvrir une nouvelle règle !

NOS FILIALES

UNE QUESTION ?
UNE INFO À PUBLIER ?



CONTACTEZ
VOTRE CORRESPONDANT
COMMUNICATION

COMMERCE GÉNÉRAL



LUBRIFIANTS



RÉSEAU

