



NOUVEAUTÉ

DE L'ADBLUE® À LA POMPE POUR LES VÉHICULES LÉGERS



Destiné à l'origine aux poids lourds, l'AdBlue®(1) est aujourd'hui de plus en plus utilisé par les véhicules légers (VL) équipés de moteurs Diesel nouvelle génération.

Pour répondre à la norme Euro 6d-TEMP qui entrera en application en septembre 2017, les constructeurs automobiles vont progressivement commercialiser leurs nouveaux véhicules légers Diesel en technologie

SCR(2), pour une bascule totale de leurs gammes en septembre 2018. Ce système de dépollution limitant les émissions d'oxyde d'azote (NOx) va engager les acquéreurs de nouveaux véhicules Diesel à faire le plein d'AdBlue® régulièrement. D'abord distribué exclusivement en bidon de 5 ou 10 litres dans les stations, l'AdBlue® est aujourd'hui disponible à la pompe dans une dizaine de points de vente, ce à un prix plus attractif. "Afin de faciliter l'expérience client en station, nous avons disposé les volucompteurs AdBlue® et gazole côte à côte", précise Christophe GAGLIANO, chef de produits carburants à la direction Réseau et Cartes Pétrolières.

Dans un marché encore naissant, l'objectif est en premier lieu de cibler les

stations-service à fort intérêt, c'est-à-dire où il y a un potentiel important de rouleurs VL (taxis, VTC, artisans) et proches de zones commerciales, industrielles et touristiques.

240 STATIONS

ÉQUIPÉES AUJOURD'HUI DE POMPES ADBLUE®

DONT 230

EN PL

ET 10

EN PL/VL

» OBJECTIF À HORIZON 2018



280
STATIONS
AU GLOBAL

DONT 40
EN VL

(1) AdBlue® est une marque déposée du Verband der Automobilindustrie (VDA).
(2) Selective Catalytic Reduction.

OFFRES DU MOMENT

C'EST LES SOLDES SUR TOTAL.FR !

Jusqu'au 8 août, profitez des soldes d'été sur la e-boutique total.fr !



SÉCURITÉ

LANCEMENT DU THÈME 3 DE #SAFEDRIVER

Depuis mars, une campagne de sensibilisation #SafeDriver aux risques routiers est déployée dans toutes les branches du Groupe avec la diffusion d'un thème tous les deux mois :

- **THÈME 1 - MARS / AVRIL** : Je contrôle mon véhicule avant chaque départ
- **THÈME 2 - MAI / JUIN** : J'attache ma ceinture avant de démarrer et je ne me sers plus de mon téléphone
- **THÈME 3 - JUILLET / AOÛT** : Je garde une distance de sécurité avec le véhicule qui me précède

L'objectif de cette campagne est de rappeler les règles de base de la conduite et l'importance de les respecter, d'encourager le changement des pratiques et des comportements, en l'accompagnant d'une démarche participative et d'échanges sur le terrain. Elle vise tous les collaborateurs de Total et contractants qui utilisent les véhicules (légers et lourds) dans le cadre de leurs fonctions.



LA SATISFACTION CLIENT AU CŒUR DE LA STRATÉGIE DE CROISSANCE DE FIOULMARKET.FR

Plus de 4 ans et demi après son lancement, fioulmarket.fr poursuit sa croissance ! Avec près de 16 000 avis clients⁽¹⁾ et une note moyenne de 4,6/5 sur les 12 derniers mois, le site de vente en ligne de fioul domestique emporte l'adhésion chez les consommateurs. Cette note a un fort impact pour inciter des nouveaux clients à commander sur le site d'autant que le panier moyen est important.

L'activité promotionnelle a battu son plein en mai et juin. En effet, dans une période creuse pour les ventes de fioul, fioulmarket.fr surfe efficacement sur l'actualité ! Le "Jeu du Grand Chelem", mis en place lors de Roland Garros, en est un bel exemple, avec plus de 8 000 inscrits au tirage au sort pour gagner des commandes de fioul. "Ce type d'opération nous a permis de doubler nos ventes par rapport à

l'année dernière sur la même période. L'intérêt est aussi de lisser un peu plus les volumes tout au long de l'année", précise Fabien MEINSTEIN, directeur commercial de fioulmarket.fr.



Pour faire face aux creux d'activité, fioulmarket.fr organise aussi des ventes flash où les internautes peuvent profiter de réductions sur leurs commandes. "À l'occasion du Tour de France, nous avons organisé un Tour régional des ventes flash. Du 1^{er} au 23 juillet, nous avons suivi la caravane du Tour et proposé une vente flash à chaque nouvelle étape traversée

par les coureurs", souligne Camille ROUMEJON, responsable du pôle web de fioulmarket.fr.

Et pour satisfaire les nouvelles attentes des clients, les idées ne manquent pas chez Fioulmarket.fr ! Le site a lancé mi-juillet son

programme de parrainage. Ainsi, les clients peuvent gagner 25 € en recommandant le service à une personne qui souhaite commander du fioul. Le filleul bénéficie lui aussi d'une remise de 25 € sur sa commande. Au-delà d'une politique de prix attractive appliquée tout au long

de l'année, les actions de fidélisation et de conquête de nouveaux clients portent leurs fruits. En développant davantage encore sa notoriété sur les réseaux sociaux (Facebook, Twitter), fioulmarket.fr espère atteindre la barre de 4,7/5 à fin 2017.

FIOULMARKET.FR EN QUELQUES CHIFFRES CLÉS

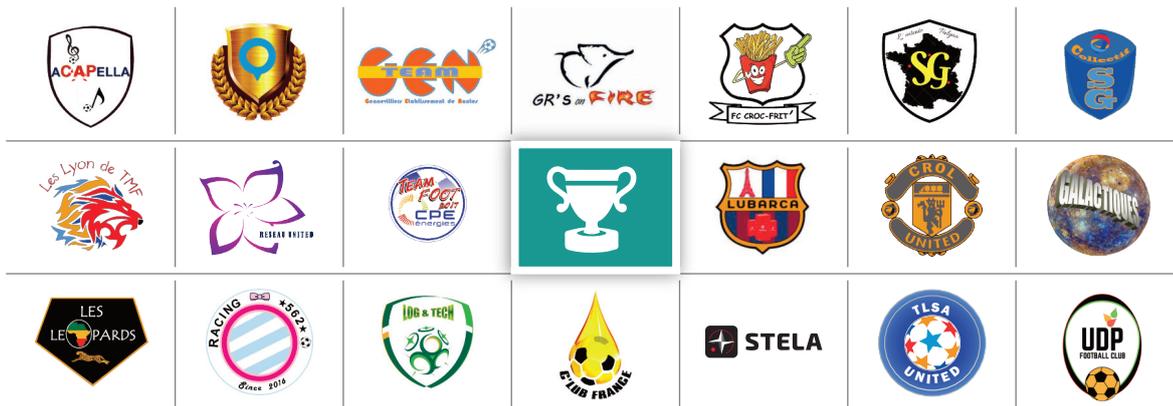


(1) Les avis clients sont collectés par l'intermédiaire d'Avis Vérifiés, organisme indépendant certifié AFNOR.

ÉVÈNEMENT

20 ÉQUIPES EN LICE : LA COUPE FAIT LE PLEIN !

Nous vous l'annonçons dans le dernier numéro, voici la liste des équipes engagées pour la 3^{ème} édition de la Coupe de France TMF de foot à 5 qui aura lieu le 23 septembre prochain.



VICTOIRE AUX 24H DU MANS

Les 17 et 18 juin derniers, les lubrifiants TOTAL ont largement contribué à la victoire de l'Aston Martin V8 Vantage GTE aux 24 heures du Mans. En effet, Total a joué un rôle prépondérant en proposant un grade 40 pour le lubrifiant moteur et les résultats ont été immédiats ! Un gain de puissance significatif par rapport au produit utilisé auparavant, ce qui fut décisif en qualifications avec la pole position signée Darren Turner. Les caractéristiques du produit ont également permis de diviser par deux la consommation d'huile moteur. Entre les essais libres et la course, une cinquantaine d'analyses de lubrifiants moteur et de la boîte de vitesses ont été réalisées pour offrir à Aston Martin Racing des diagnostics en temps réel.

UNE QUESTION ?
UNE INFO À PUBLIER ?



CONTACTEZ
VOTRE CORRESPONDANT
COMMUNICATION

NOS FILIALES

