



ÉDITO

Le plus important face à la crise : garder un état d'esprit positif

Le 30 octobre dernier, notre pays a dû se reconfiner pour faire face à la recrudescence de l'épidémie de Covid-19. Un nouvel épisode de confinement vécu comme un traumatisme par beaucoup d'acteurs industriels, inquiets de son impact sur leur performance économique et sur la pérennité de leur activité.

Qu'en est-il pour TMF ? La situation de notre entreprise doit s'apprécier sur la base d'éléments objectifs. Fin octobre 2020, notre résultat était à peu près en ligne avec celui de l'année précédente. Nous pouvons nous en réjouir car, au printemps dernier, une telle résistance ne semblait pas acquise.

La bonne tenue de notre performance économique est d'autant plus encourageante qu'il s'agit d'un indicateur clé sur la capacité de l'entreprise à investir dans le futur et à réussir la transformation de ses activités.

Cette capacité d'adaptation face à la crise sanitaire est le fruit de l'engagement de toutes les équipes. Celles du Commerce Général, par exemple, qui a obtenu d'excellents résultats en mars et avril. Celles des activités Réseau, Cartes Pétrolières et Lubrifiants, également, qui ont contribué au rebond de nos activités au moment du déconfinement. Je veux encore saluer les efforts qu'accomplissent nos collègues dans les stations, dépôts, activités de livraison et les commerciaux qui jouent un rôle clé pour assurer la continuité de l'activité et redonner confiance à nos clients.



Autres signes forts de résilience, cette année 2020 si particulière aura aussi été celle de nos premiers succès au titre des nouvelles énergies : retenu par la Ville de Paris pour l'exploitation du réseau Belib' par Enedis pour la plus grande part de ses bornes de charge, et tant d'autres contrats signés avec nos clients.

Dialogue et bienveillance à tous les niveaux

Les éléments que je viens d'énumérer illustrent la réactivité, la cohésion des équipes et l'adhésion générale à notre projet qui se sont manifestées dès les premiers temps de la crise. À l'heure où nous devons continuer à adapter nos façons de faire, ces forces se révèlent extrêmement précieuses.

Certes, la situation actuelle est difficile. Les collègues nous manquent ce qui, par parenthèse, démontre que la vie chez TMF est plutôt agréable !

Au-delà du respect strict des gestes barrières et des mesures sanitaires mises en œuvre par les autorités, cultiver une posture opiniâtre, combative, en réfléchissant aux moyens de sortir plus fort de la séquence actuelle, faire vivre le dialogue à tous les niveaux et user de bienveillance les uns envers les autres... Voilà quelques-uns des ingrédients que nous pratiquons collectivement pour diffuser une énergie positive à l'intérieur et autour de l'entreprise. Nos propres clients, nos parties prenantes et au sens large l'économie du pays en ont aussi bien besoin.

Sur l'ensemble de l'année 2020, la France devrait enregistrer une baisse du PIB de l'ordre de 10 %. Face à ce constat, les opérateurs économiques attendent le retour de la confiance, autrement dit le redressement du moral de nos concitoyens, qui dépend pour une part de notre détermination à affronter les épreuves.

Finalement, nous avons la chance de participer à la transformation d'une aussi belle maison que la nôtre. Les compétences de tous dans tous les domaines : commerciaux, techniques, financiers, informatique... sont des facteurs de succès sur lesquels nous devons capitaliser. Conscients de cette richesse, nous pouvons regarder l'avenir avec confiance.

Guillaume Larroque

Président de Total Marketing France



RAPPORT D'ENGAGEMENT SOCIAL ET ENVIRONNEMENTAL 2019

TOTAL MARKETING FRANCE

Le partenaire multi-énergies au cœur de nos territoires



Le nouveau Rapport d'Engagement Social et Environnemental est disponible

Total Marketing France (TMF) accélère sa transformation et dévoile ses ambitions dans son Rapport d'Engagement Social et Environnemental 2019.

*"TMF s'engage à accélérer sa transformation vers les activités "bas carbone". Cela repose sur toujours plus d'innovation, de prise en compte de notre impact sur les territoires et sur l'environnement ainsi que sur notre rôle au service de l'inclusion sociale, notamment auprès des jeunes. Ce rapport vous apportera des preuves de nos engagements qui font de **TMF votre partenaire multi-énergies de référence dans toutes les régions de France.**"*

Guillaume Larroque

Président de Total Marketing France

Ce document de référence a été construit autour de trois axes forts qui caractérisent l'engagement de TMF :



L'ANCRAGE TERRITORIAL



LA TRANSITION ÉNERGÉTIQUE



L'INCLUSION SOCIALE

5 raisons

de lire le Rapport d'Engagement Social et Environnemental

- 1 Il est en ligne avec la feuille de route de TMF et met en lumière la Responsabilité Sociétale de l'Entreprise (RSE), l'un des 4 piliers stratégiques de TMF.
- 2 Il traduit l'engagement RSE de TMF à travers des faits et chiffres marquants.
- 3 Il donne la parole aux collaborateurs et aux partenaires qui s'engagent dans la démarche, et vous invite à être acteur du changement.
- 4 Il prouve à nos parties prenantes externes que TMF agit et communique sur les sujets RSE (réponses aux appels d'offres, audits, etc.).
- 5 C'est un document évolutif et collaboratif qui n'attend que votre apport pour l'année prochaine !

> Téléchargez le rapport sur <https://laparte-tmf-filiales.total.fr>



Total signe la charte "Objectif 100 000 bornes"

Lundi 12 octobre, les acteurs de la mobilité électrique en France se sont réunis au ministère de la Transition écologique, à l'invitation de Barbara POMPILI (Ministre de la Transition écologique) et Jean-Baptiste DJEBBARI (Ministre délégué chargé des Transports).

Cet évènement intitulé "**Objectif 100 000 bornes**" avait pour but de confirmer les intentions de l'État de franchir le cap de 100 000 points de charge accessibles au public sur tout le territoire d'ici fin 2021, en écho aux annonces du chef de l'État, avant l'été, lors de sa prise de parole sur le plan de relance de la filière automobile.

Les acteurs de la filière automobile, autoroutière, de l'énergie – dont Total – et de la grande distribution y ont signé une charte les engageant dans cet "Objectif 100 000 bornes".

"Pour accélérer le passage à l'électrique, nous allons jouer sur deux leviers : faciliter l'acquisition d'un véhicule électrique, et faciliter son utilisation", a déclaré Barbara POMPILI lors de la conférence de presse.

Pour accélérer la transition vers les véhicules électriques et le déploiement de bornes de recharge sur tout le territoire, le gouvernement a fixé un objectif à 100 000 points de recharge ouverts au public d'ici fin 2021.

Au travers de la signature de la charte "Objectif 100 000 bornes", Total affirme sa volonté d'agir en faveur de la mobilité électrique.

À l'occasion de cet évènement, Guillaume LARROQUE, Président de Total Marketing France a annoncé le plan d'actions du Groupe pour accompagner le développement de la mobilité électrique en France.



Bornes de recharge électrique à Londres

Ce qu'il faut retenir de l'intervention de Guillaume LARROQUE

- **Objectif d'opérer 150 000 points de charge en Europe d'ici 2025, dont plus de la moitié en France.**
- **Total opère déjà aujourd'hui 10 000 points de charge en France**, l'objectif étant de doubler ce chiffre d'ici fin 2021.
- **Objectif d'équiper 500 stations-service TOTAL en aires de recharge rapide et haute puissance en Europe d'ici 2023**, dont 300 en France situées sur autoroutes, voies express et en zones urbaines. Une vingtaine de bornes sont aujourd'hui disponibles en stations-service, l'objectif étant de passer à environ 100 bornes d'ici fin 2021.



Total est présent sur tous les segments de la mobilité électrique :

- **La conception :** fabrication des bornes de recharge électrique AC (courant alternatif), majoritairement en France (Ardennes, Maine-et-Loire, Vendée).
- **L'installation :** en entreprise et au domicile des collaborateurs (tant dans les logements individuels que collectifs) en voiries et dans les établissements recevant du public, ainsi que sur les stations-service TOTAL situées sur autoroutes, voies rapides et zones urbaines et péri-urbaines.
- **L'exploitation :** le Groupe, en tant qu'opérateur de recharge, assure l'exploitation technique et commerciale de réseaux de points de charge, publics ou privés, que ce soit pour son compte ou le compte d'un tiers. Il est garant de l'accessibilité et de la disponibilité du service de recharge sur les bornes.

Quels usages ?

• Un usage public

Total est opérateur de recharge pour véhicules électriques sur le domaine public. Quelques exemples en Europe :

- Total a signé l'acquisition de la société Blue Point London auprès du groupe Bolloré, reprenant ainsi la gestion et l'exploitation du réseau Source London, le plus grand réseau de charge pour véhicules électriques de Londres avec plus de 1 600 points de charge.
- Total est opérateur du plus grand marché public de recharge pour véhicules électriques en Europe auprès de la Région Métropolitaine d'Amsterdam (objectif jusqu'à 20 000 points de charge).
- Total est un acteur de la recharge électrique à Bruxelles avec 200 points de charge installés et opérés.

Total a remporté l'appel d'offres de la Mairie de Paris portant sur la modernisation et l'extension du parc de bornes de recharge publiques pour véhicules électriques installées dans la capitale française. Total va ainsi opérer les 2 300 points de recharge du réseau Bêlib' à Paris (Zoom sur ce sujet à lire dans le prochain numéro de L'aparté).



Bornes de recharge électrique de la Région Métropolitaine d'Amsterdam



TRANSFORMATION DE NOS ACTIVITÉS

• Un usage professionnel

- Total est également positionné vis-à-vis de la clientèle professionnelle en proposant des bornes de recharge électrique pour les parkings d'entreprise et au domicile des salariés.

- Total a finalisé auprès du groupe Viessmann l'acquisition de Charging Solutions et devient l'opérateur en Allemagne de 2 000 points de recharge installés chez des clients professionnels, dont certains accessibles au grand public.

• Un usage public / professionnel en itinérance

Total installe et opère des bornes de recharge rapides et haute puissance (High Power Charge) dans ses stations-service avec un objectif de 500 stations équipées en Europe d'ici 2023.



Bornes de recharge électrique Haute Puissance (High Power Charge) installées sur la station-service TOTAL autoroutière de Limours-Janvry (Essonne)



Bornes de recharge électrique installées dans le parking Coupole Renault de La Défense

Les annonces du gouvernement

À l'occasion de cet évènement, le gouvernement a annoncé une série de mesures pour encourager l'usage des véhicules électriques :

- Une forte augmentation des aides sur les bornes de recharge électrique.
- La mise en place d'aide au rétrofit des bornes déjà installées.
- Une enveloppe de 100 M€ pour les bornes de recharge rapide sur les autoroutes et le réseau routier national.
- La mise en place d'un bonus de 1 000€ pour les véhicules électriques d'occasion.
- La suppression des véhicules Crit'Air 2 de la prime à la conversion : seuls les véhicules électriques, hybrides rechargeables seront éligibles à la prime.
- La mise en place d'un dispositif de micro-crédit, avec garantie de l'État, pour les ménages les plus modestes pour l'achat ou la location de véhicules peu émetteurs.



PERFORMANCE & EXCELLENCE CLIENT

Club TOTAL : toujours plus d'avantages pour les automobilistes

Le nouveau programme de fidélité Club TOTAL a été déployé le 1^{er} octobre dernier. Appuyé sur un système de points et une offre de cadeaux entièrement renouvelés, il vise à renforcer la proximité avec les clubistes, à recruter de nouveaux adhérents et à stimuler la dynamique commerciale des stations-service.

Depuis près de trente ans, le Club TOTAL récompense la fidélité de la clientèle des stations-service. Après s'être réinventé en 2017 grâce à l'introduction de statuts, ce dispositif opère aujourd'hui une nouvelle mue.



L'un des objectifs est d'augmenter le nombre de clubistes actifs – qui avait tendance à stagner autour de 600 000 – en mettant en place un programme plus attractif ainsi qu'un fonctionnement plus simple.

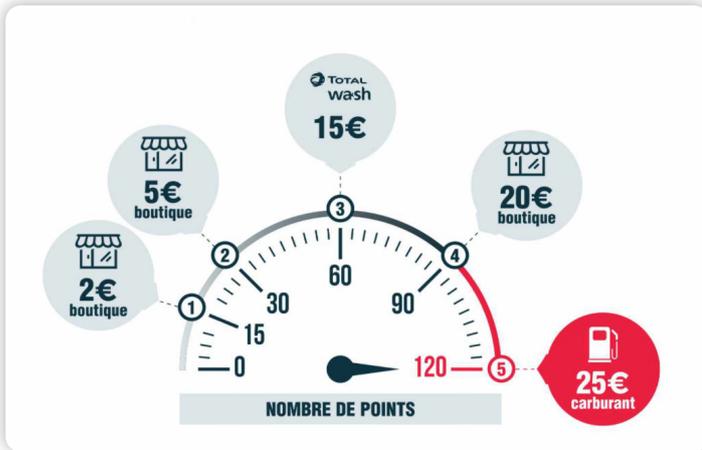


PERFORMANCE & EXCELLENCE CLIENT

Compte tenu, notamment, de la diversité des taux de marge en fonction des types de produits et des réseaux (TOTAL, TOTAL Access et ELAN) et le moyen de paiement, un long travail d'analyse des données et de modélisation a été nécessaire pour formaliser la nouvelle version du Club TOTAL.

Un programme plus généreux et ouvert

L'attractivité du nouveau programme tient, pour une part, à la création de la jauge cadeaux. Quand auparavant les clients devaient totaliser 10 pleins de carburant TOTAL EXCELLIUM pour bénéficier d'un cadeau, ils se voient maintenant offrir une remise en boutique dès le cinquième plein. Chaque palier franchi donne droit à un cadeau, allant par exemple jusqu'à 25 euros de carburant offerts.



Les achats de carburant Premier dans les stations TOTAL sont désormais comptabilisés, de même que le lavage et le café. Ces derniers font l'objet d'un barème de points valorisant les recharges dont les montants sont les plus élevés.

Le programme encourage également les passages en boutique puisque chaque transaction compte double dans le calcul qui détermine le statut du membre.

Autre évolution majeure : la jauge cadeaux s'ouvre aux stations TOTAL Access et ELAN, sur lesquelles il est à présent possible de cumuler des points. "L'extension du périmètre d'utilisation de la carte doit nous aider à fidéliser une large population de particuliers et de professionnels non encartés TOTAL Mobility et, ainsi, atteindre le seuil de 4 millions de clubistes en 2025, précise Jalil. C'est aussi un avantage concurrentiel pour le réseau dans son ensemble, notamment vis-à-vis de la grande distribution."

Une assistance dépannage enrichie

Autrefois limitée aux cas de panne technique, crevaison et accident, l'assistance dépannage du Club TOTAL s'enrichit avec la couverture de nouveaux sinistres tels que les pannes carburant ou électriques, les pertes de clés, les vols et les actes de vandalisme. Pour chaque plein de 25 litres minimum, les adhérents bénéficient d'une garantie de dépannage sans franchise kilométrique. Cette assistance est valable sur une durée de 30 jours (sur le réseau TOTAL) ou de 10 jours (sur les

	TOTAL excellium	TOTAL AUTRES CARBURANTS	TOTAL wash				coffee COMPTOIR DES AROMES		
	1 plein de 25 L min.	1 plein de 25 L min.	1 recharge de 15€	1 recharge de 25€	1 recharge de 35€	1 recharge de 65€	1 recharge de 10€	1 recharge de 20€	1 recharge de 30€
TOTAL	3 points	1 point	—	3 points	6 points	12 points	—	3 points	6 points
ELAN	1 point	—	—	1 point	2 points	4 points	—	1 point	2 points

réseaux TOTAL Access et ELAN). S'ajoutent plusieurs services premium. Figurent parmi eux l'aide à la rédaction d'un constat à l'amiable, la localisation du véhicule en fourrière et la prise en charge du taxi jusqu'à cette dernière. Et, pour la première fois, le Club TOTAL inclut dans son périmètre le remboursement des stages de sensibilisation à la sécurité routière, permettant ainsi aux clients de récupérer des points sur leur permis de conduire.

Une mécanique statutaire reconfigurée

La transformation du Club TOTAL concerne enfin la mécanique statutaire. Pour simplifier la communication sur les avantages spécifiques, le nombre de statuts a été réduit de cinq à trois : Silver, Gold et Platinum. Contrairement au programme précédent, il n'est plus nécessaire d'attendre sa date anniversaire pour changer de statut. La bascule se fait au fil de l'eau, dès l'atteinte du nombre requis de passages en stations-service.

Afin de faciliter l'appropriation du nouveau programme par les exploitants, de nombreux supports de communication sont mis à leur disposition : nuancier "Les incollables", dépliant "Les essentiels", formation ACTION!, etc. Les clients n'ont pas été oubliés. "Nous avons créé plus de 42 emails automatiques pour les informer de l'attribution d'un cadeau, de l'atteinte d'un statut ou du nombre de passages à réaliser pour y parvenir, souligne Jalil. À travers ce type d'actions, nous construisons une démarche marketing tournée vers la croissance de la valeur client".





Nouveaux bidons : les huiles moteur sous leur meilleur jour

Design modernisé, ergonomie améliorée, poids allégé, information enrichie et clarifiée... Total déploie une nouvelle génération de bidons de lubrifiants. Avec, à la clé, la promesse d'un quotidien facilité pour les conducteurs de véhicules légers, qu'ils soient particuliers ou professionnels.

La gamme de lubrifiants commercialisée par Total est reconnue pour sa qualité. Elle réunit des produits de haute performance adaptés aussi bien aux technologies des constructeurs qu'aux enjeux environnementaux. Encore faut-il, pour en tirer le meilleur parti sur le plan commercial, hisser les contenants au niveau des contenus... C'est l'objet du projet mondial Pure qui a été lancé fin 2016 en vue d'optimiser et de moderniser les bidons de lubrifiants.

Le résultat de cette démarche de longue haleine est aujourd'hui visible dans les points de vente. Une des évolutions les plus notables concerne le design et l'ergonomie. Les conditionnements supérieurs à 2 litres bénéficient maintenant d'une poignée verticale qui les rendent plus faciles à transporter et à manipuler. Les bidons de 5 litres bénéficient dorénavant d'un bouchon avec une aide au versage.

La nouvelle forme a aussi pour avantage de faciliter la mise en rayon, la prise en main et de limiter les contrefaçons, apportant ainsi des garanties renforcées en matière d'authenticité des produits.

Le packaging retenu par Total Lubrifiants se distingue par sa légèreté puisque 15 % de matières plastiques sont économisées par rapport aux contenants de la génération précédente. Au-delà de la réduction des coûts, cette démarche – de même que la fabrication des bidons en France – contribue à l'engagement pris par le Groupe de devenir la major de l'énergie responsable.

Mieux guider le consommateur dans son choix

Parmi les nombreux avantages des nouveaux bidons de lubrifiants figurent les nouveaux codes couleurs, la lisibilité et la facilité de lecture des informations des nouvelles étiquettes. Le consommateur est invité, dans un premier temps, à repérer la gamme qui lui convient sur la base d'un code couleur : bronze pour les produits d'entrée de gamme, argent pour les produits milieu de gamme, platinum doré pour les produits haut de gamme.

Il peut ensuite affiner sa recherche en consultant la nouvelle étiquette. "Unique en son genre, cette dernière évoque un tableau de bord automobile, avec les données essentielles disposées comme des voyants

NOTRE VISION DE L'INNOVATION



autour de la marque. Pictogrammes éducationnels sur les applications, types d'huile, bénéfices clients mais aussi viscosité, homologations constructeurs et QR code permettant de vérifier instantanément l'authenticité du produit : tout a été pensé pour mettre en avant l'excellence des huiles moteur au service du consommateur", explique Hélène NAYAGAM-DESCOURS, chef de projet Pure.

Parallèlement à ces évolutions, Total Lubrifiants a développé un site mobile de préconisation accessible via un code flashable sur un stop rayon. L'ensemble du dispositif marque un tournant dans la communication des informations sur les produits lubrifiants.

Un nom de marque à dimension internationale

Le dernier élément du changement réside dans la promotion de la marque internationale TOTAL QUARTZ qui s'affiche désormais sur tous les bidons à la place de TOTAL ACTIVA. "Cette substitution s'inscrit dans le cadre de la rationalisation des gammes opérée par la ligne métier lubrifiants au niveau mondial", souligne Hélène.



TOTAL HVO100 : une alternative immédiate pour réduire les émissions des moteurs Diesel

Dans sa démarche de transition vers les nouvelles énergies, Total Marketing France mise notamment sur le gazole d'origine 100% renouvelable TOTAL HVO100. Annabelle COLLIN, responsable Technique et Marketing Carburants au sein du département Communication et Relations Clients, et Marc DUNET, chef du département Ventes et Marketing à la direction Commerce Général, expliquent pourquoi ce biocarburant ouvre de nouveaux horizons.

Quelles sont les principales caractéristiques du carburant TOTAL HVO100 ?

Annabelle COLLIN : Il s'agit d'un gazole paraffinique, 100% d'origine renouvelable, fabriqué à partir d'huiles végétales ou usagées, ou encore de graisses animales. Par rapport aux carburants d'origine fossile, il permet de diminuer d'au moins 50% les émissions de CO₂ sur l'ensemble du cycle de vie du produit. Une autre particularité de TOTAL HVO100 réside dans son processus de fabrication par hydrotraitement, qui transforme les huiles en chaînes paraffiniques : les mêmes que l'on retrouve majoritairement dans le gazole conventionnel. Cette similarité fait que notre biocarburant peut être utilisé, en mélange ou en remplacement, dans tous les véhicules Diesel. Et cela sans la moindre adaptation... Les constructeurs de véhicules lourds ne s'y sont pas trompés : ils ont validé l'utilisation de TOTAL HVO100 sur la très grande majorité de leurs motorisations, en particulier celles répondant à la norme Euro VI.

TMF a lancé le HVO100 en 2018. Quel était l'objectif poursuivi ?

Marc DUNET : L'atout principal de notre produit est la forte réduction des émissions de CO₂ par rapport au gazole fossile. Il offre une alternative à ce dernier sans obliger les clients à investir dans l'adaptation de leurs véhicules ou à basculer sur le tout électrique ou une autre énergie. Pour cette raison, nous avons pensé que les flottes de transport public pouvaient être une très bonne rampe de lancement. De fait, les collectivités locales ont vite été sensibles aux vertus environnementales de TOTAL HVO100.

A. C. : Ce type de marché est un débouché logique dans la mesure où notre biocarburant n'est pas distribué à la pompe. En France, il s'adresse donc exclusivement aux flottes captives, qui comportent un ensemble de véhicules faisant l'objet d'une gestion commune et disposent d'équipements de stockage de carburant en propre.

Quelles raisons conduisent aujourd'hui TMF à étendre l'offre TOTAL HVO100 ?

A. C. : Il y a deux ans, des freins existaient à la diffusion du produit. La législation et la réglementation n'étaient sans doute pas assez incitatives pour orienter les clients vers TOTAL HVO100. De notre côté, nous avions à faire évoluer la logistique pour pouvoir envisager une distribution sur l'ensemble du territoire français. Nous percevons depuis quelques mois une évolution des attentes chez les clients qui affichent un objectif de réduction de leurs émissions de CO₂. D'où le choix que nous faisons de nous tourner, notamment, vers le secteur non routier.

M. D. : En effet, la demande se réveille et le moment est venu d'accélérer sur TOTAL HVO100. Plusieurs domaines d'activité manifestent leur appétence pour ce biocarburant. Après le transport routier de voyageurs et les flottes de bus dédiées au transport urbain viennent le transport routier de marchandises et les entreprises de travaux publics. C'est un secteur dominé par de grands groupes qui ont à cœur de promouvoir leurs efforts pour réduire leurs émissions, d'autant qu'ils sont poussés



TRANSFORMATION DE NOS ACTIVITÉS

dans cette direction par les chargeurs. Le secteur des travaux publics n'est pas en reste. Tous les engins de chantier roulant au GNR sont compatibles avec TOTAL HVO100. Et, là encore, les grandes entreprises sont déterminées à diminuer leur empreinte carbone.

De quel dispositif de communication s'accompagne l'élargissement de l'offre ?

A. C. : Lors du lancement de TOTAL HVO100, en 2018, nous avons conçu une brochure mettant en avant les avantages du produit pour répondre aux besoins spécifiques des opérateurs de bus et de camions. Ce support, mis à la disposition des forces commerciales, a récemment donné lieu à plusieurs déclinaisons. Le principe général reste le même mais le contenu vise, selon les cas, les acteurs du transport routier de marchandises, des travaux publics, de l'agriculture et des stations de ski – dans la mesure où notre gazole alternatif peut servir à faire rouler des dameuses. Nous allons, par ailleurs, mettre à jour l'information relative à TOTAL HVO100 sur l'ensemble des sites internet des filiales appelées à le commercialiser. Enfin, plusieurs clients parmi ceux qui utilisent déjà le produit nous ont demandé de les aider à communiquer sur leur engagement. Nous avons répondu en créant des stickers qu'ils pourront bientôt appliquer sur leurs véhicules.

Quelles entités sont en première ligne pour guider TOTAL HVO100 sur la voie du succès ?

A. C. : Nous avons à relever un défi d'ordre logistique, qui consiste à offrir à nos clients un accès pratique au produit sur l'ensemble du territoire à un coût compétitif. Mais ce n'est pas tout. Il importe, notamment, de continuer à obtenir les validations des motoristes et de consolider nos argumentaires et avantages marketing pour offrir une solution "clé-en-main" aux clients désireux de réduire leur impact carbone. Au Commerce Général, nous suivons aussi de très près les essais réalisés au sein de nos propres flottes de camions.

M. D. : La variété de ces enjeux justifie de coordonner les compétences de Supply et Logistique France, du Marketing Carburants, du Commerce Général, de SMR (Stratégie Marketing & Recherche, au sein de la branche Marketing & Services) et leurs homologues de la branche Raffinage-Chimie. Toutes les équipes concernées travaillent au sein d'un groupe multidisciplinaire qui se réunit très régulièrement depuis plusieurs mois. La mobilisation autour de TOTAL HVO100 a vraiment pris un tour collectif !

Les raisons d'une haute performance environnementale

Pourquoi le carburant TOTAL HVO100 permet-il de réduire sensiblement les émissions de CO₂ ?

Réponse : Les matières premières utilisées pour le produire ont capté pendant la photosynthèse du CO₂ déjà présent dans l'atmosphère. Ainsi, une partie des émissions liées à la combustion du carburant sont compensées. Compte tenu de sa composition chimique, TOTAL HVO100 contribue aussi à réduire les émissions des polluants réglementés, comme par exemple les particules (de l'ordre de 20%) et les NOx à la combustion.

TOTAL HVO100 OFF ROAD

Réduisez votre impact sur l'environnement

Choisissez un carburant 100% d'origine renouvelable

- REPLACE votre carburant habituel
- RÉDUIT les émissions de CO₂ et de polluants
- CONFORME à la norme EN 15941

TOTAL
Committed to Better Energy





Le Secrétariat Général de TMF lance la SG Academy

Achats, Certificats d'Économies d'Énergie, Finance, Juridique, Gestion du Patrimoine, Gouvernance, RGPD et Systèmes d'Information... Vous en saurez plus sur les métiers du Secrétariat Général de Total Marketing France grâce à la SG Academy.

Entretien croisé entre Emmanuel DE FOURNAS, Secrétaire Général de TMF et Isabelle ARNOULD, chef du département Coordination des Systèmes d'Information.

Quel est le concept de la SG Academy ?

Emmanuel DE FOURNAS : Nous sommes partis de plusieurs constats partagés avec nos équipes :

- En premier lieu, les métiers du Secrétariat Général sont peu ou mal connus et peuvent parfois faire peur à certains en raison de leur technicité.
- Nous sommes tous également confrontés à une perte de connaissance de certains process.
- Enfin, nous travaillons beaucoup en silo, sans toujours faire référence à l'expertise de nos collègues.

Suite à ces constats, il nous a semblé que donner la parole aux équipes du Secrétariat Général pour parler de leur savoir, de leur expertise, de leurs expériences et de leurs projets serait une véritable source de valeur et de transversalité pour tous les collaborateurs de TMF.

Cette initiative permet également de renforcer le sentiment d'accomplissement personnel et de reconnaissance des équipes du Secrétariat Général, besoin qui était ressorti à l'occasion du dernier Total Survey.

La SG Academy, c'est donc l'occasion de découvrir ou approfondir ses connaissances dans des domaines aussi variés que les Achats, les Certificats d'Économies d'Énergie, la Finance, le Juridique, la Gestion du Patrimoine, la Gouvernance, le RGPD et les Systèmes d'Information.

Et comment cela va-il se passer ?

Emmanuel DE FOURNAS : Nous avons voulu associer deux volets à la SG Academy :

- **La SG Academy**, ouverte à tous les collaborateurs de TMF, pour laquelle le sponsor est Isabelle ARNOULD.
- **Les P'tits Déj du SG**, qui sera un club privé, ouvert aux collaborateurs du SG ; L'occasion de moments conviviaux pour mieux connaître les activités de ses collègues et pourquoi pas imaginer une évolution de carrière vers un autre métier. Le sponsor des P'tits Déj' du SG est Thierry BERTAUD, responsable du département Affaires Commerciales auprès de Total Marketing France au sein de la direction Juridique Marketing & Services.



La liste des sujets de la SG Academy et des P'tits Déj du SG sera partagée chaque trimestre aux collaborateurs de TMF et/ou du Secrétariat Général et nous espérons que la SG Academy répondra à deux objectifs : apprendre et mieux connaître le Secrétariat Général.

Je vous laisse découvrir le programme de la SG Academy des trois prochains mois :

- Jeudi 26 novembre de 13h30 à 14h30 : **COCO, CODO, DODO, comprendre les modes d'exploitation du Réseau.**
- Jeudi 10 décembre de 13h30 à 14h30 : **Les indicateurs économiques pour les nuls.**
- Jeudi 28 janvier de 13h30 à 14h30 : **Le rôle d'équilibriste du Crédit Management face aux impayés.**

En tant que sponsor de la SG Academy, pouvez-vous nous expliquer comment celle-ci sera organisée ?

Isabelle ARNOULD : Les sensibilisations de la SG Academy auront lieu **un jeudi par mois, de 13h30 à 14h30.**

En raison de la Covid-19, ces événements se dérouleront pour le moment *via* Teams.

Dans les prochains jours, les collaborateurs recevront un mail les invitant à s'inscrire au moyen d'un formulaire Forms, pour assister aux trois premiers événements de la SG Academy qui les intéressent. Ils recevront ensuite une invitation dans leur agenda Outlook pour bloquer le créneau, avec le lien Teams pour rejoindre la SG Academy le jour J.

Nous espérons pouvoir bientôt organiser des réunions à la fois en présentiel au Spazio, ainsi qu'en virtuel sur Teams pour permettre à chacun, quel que soit son site ou son statut, d'accéder à nos événements.

Pour **les P'tits Déj du SG**, le principe est le même, ils auront lieu **un mardi par mois, de 9h15 à 10h**, d'abord en virtuel en attendant de pouvoir nous retrouver au Restaurant Club 562 du Spazio.

Nous travaillons en ce moment à la mise en place d'un SharePoint qui nous permettra de partager les replays et les supports de présentation de la SG Academy et des P'tits Déj' du SG.

J'espère que ce rendez-vous sera l'occasion d'échanges riches et instructifs pour tous. Connaissant le programme de 2021, j'ai hâte de pouvoir assister à de nombreuses sessions !



SLF au cœur de l'innovation

Déposées dans l'application Safety+, 3 idées proposées par des collaborateurs de la direction Supply et Logistique France ont été mises à l'honneur cet été.

Accessible à tous les collaborateurs du groupe Total, Safety + est une application interne où chacun peut poster localement une action significative. Qu'elle soit menée individuellement ou collectivement, l'idée peut être postée en utilisant une photographie ou une image accompagnée d'un texte.

Parmi les nombreuses idées déposées, deux actions collectives ont reçu la "Distinction Branche" et une troisième a été primée par le Comité directeur de la branche Marketing & Services (CDMS) :

Mise en place de lignes de vie sur une toiture tôle ondulée Agréées Normes Françaises – distinction Branche

Idee proposée par Fabrice SAINTON, adjoint au chef du dépôt de Toulouse. Afin d'effectuer les travaux d'étanchéité des toits de chargement des camions en toute sécurité, les équipes du dépôt de Toulouse ont cherché une solution technique de protection. Après avoir consulté différents fournisseurs, le choix s'est porté sur un système agréé Normes Françaises, de lignes de vie fixées sur les tôles ondulées. "Il s'agit d'une barre de fer (appelée ligne de vie) accrochée sur le toit, à laquelle sont vissés des fers plats. L'intervenant y est attaché avec un harnais pour effectuer les travaux", souligne Fabrice. Mises en œuvre en l'espace d'une semaine, ces lignes de vie ont permis de réparer la toiture tout en respectant les Règles d'Or du Groupe. "L'avantage que nous avons trouvé à ce type d'outil, c'est qu'il est facilement transposable à d'autres applications (ex : toit de stations-service)", conclut Fabrice.

La formation "Nettoyage Dégazage de réservoirs en dépôt pétrolier" – distinction Branche

Initiée par Didier MERCURI, responsable Pôle Procédures-Audit-Contrôles-Formation chez SLF. Cette formation s'adresse à l'ensemble du personnel exploitant des 7 dépôts opérés par Total Marketing France et exerçant au sein des services support du siège (Service Technique et Service Exploitation Méthodes). Elle a pour objectif de les sensibiliser sur toutes les étapes de cette opération critique, pour réaliser les travaux en toute sécurité.



"La distinction branche reçue pour cette formation est valorisante. Elle montre que nous sommes capables tous ensemble de nous mobiliser pour améliorer les choses. Cette distinction vient récompenser un travail important du département Dépôts de SLF ainsi qu'une étroite et fructueuse collaboration avec des entités transverses de Total (TLS, HSE, le centre de formation OLEUM de La Mède) et l'entreprise extérieure ORTEC. L'année de préparation pour cette formation a permis à l'ensemble des acteurs de mieux se connaître, pour déployer une formation très bien perçue par nos équipes (aussi bien sur les parties théoriques que sur les parties techniques sur site). Cela valorise aussi les pratiques suivies sur nos sites et montre notre détermination à réaliser les opérations de nettoyage dégazage de la manière la plus sécurisante possible. Au-delà du plaisir d'avoir mis au point cette formation, la plus grande fierté est que notre réalisation s'applique bien au slogan "La sécurité pour moi, pour toi, pour tous", explique Didier.

Mise en place d'un système de géolocalisation sur site – primée par le CDMS

Proposée par Loïc ADAM, chef du dépôt de Valenciennes, l'objectif de cette action est d'installer sur un PC dédié, le logiciel GEOLOC PRO permettant de localiser à tout moment les radios PTI (Protection Travailleur Isolé) utilisées par l'ensemble du personnel présent. Un numéro de radio est affecté à un Opérateur Polyvalent d'Exploitation (OPE) ou une entreprise extérieure. En cas de chute, malaise ou autre, le déclenchement d'une alarme dans le local d'exploitation informe d'une situation anormale sur le site. "Cet outil va nous permettre de localiser l'appareil qui est en alarme et ainsi gagner du temps sur l'intervention, sachant que le dépôt est très vaste", souligne Loïc.



Un vent de fraîcheur pour les boutiques du réseau DODO

Avec la volonté de se démarquer et de proposer une meilleure expérience client, Total Marketing France a lancé un nouveau projet de modernisation des boutiques en stations-service.

L'objectif est avant tout d'harmoniser et de moderniser l'ensemble des boutiques des stations-service du réseau DODO⁽¹⁾ (Dealer Owned, Dealer Operated), dont les fonds de commerce appartiennent à des tiers. Un univers sobre, des couleurs claires, des teintes chaleureuses (mobiliers aux couleurs naturelles du chêne), ces nouveaux espaces, inspirés du concept CONNECT, ont été créés début 2019 avec le support de la filiale Argedis, afin de mieux répondre aux attentes des consommateurs et rendre l'expérience client plus agréable en boutique.

"Des rayons bien distincts avec notamment des marqueurs visibles tels que caisse, coffee, manger ou encore auto permettent d'améliorer la visibilité des produits et de faciliter le parcours de nos clients dans la boutique", explique Vincent MINARD, chef du département Réseau Opérations DODO. Avec ce nouveau concept, l'enjeu est double : créer un vrai repère pour les clients à travers une identité visuelle unique à Total et apporter une dynamique de vente pour mieux les fidéliser. "Des espaces accueillants,



lumineux, modernes et épurés, le nouveau design donne au client l'envie de revenir dans nos stations. Un excellent moyen de développer le chiffre d'affaire et ainsi pérenniser l'activité", souligne Vincent.

Ce concept est déjà déployé dans 45 stations-service TOTAL du réseau DODO avec pour objectif d'atteindre les 50 stations à fin 2020⁽²⁾. Dès janvier 2021, les nouvelles réalisations évolueront vers le nouveau concept MOBILITY, ce qui permettra aux stations DODO d'être précurseurs dans le déploiement de ce nouvel univers pour le Groupe.

(1) Stations-service exploitées par des tiers : commissionnaires et revendeurs.
(2) Sur les 970 que compte le réseau DODO.

Nos filiales

COMMERCE GÉNÉRAL



LUBRIFIANTS

TOTAL
LUBRIFIANTS
SERVICES
AUTOMOBILE

RÉSEAU



TOTAL CORSE



