



ÉDITO

Mobilité électrique : une offre pour tous les besoins

Le développement de l'électromobilité s'accélère au périmètre de TMF avec les succès de deux appels d'offres majeurs auprès de la Ville de Paris et d'Enedis.

Points de recharge électrique : une offre pour tous les besoins

Le développement de la mobilité électrique s'accélère très vite, de 5% en 2025, la part des véhicules électriques en Europe va monter à 20% en 2030 et à 95% d'ici à 2050 ! Total accompagne cette révolution de la mobilité, en écho à l'ambition d'atteindre la neutralité carbone pour l'ensemble de notre production et des produits énergétiques utilisés par nos clients à l'horizon 2050.

Le modèle intégré du Groupe nous place en bonne position pour devenir un acteur incontournable de l'électromobilité avec la branche Gas, Renewables & Power pour la production d'électricité, et avec Saft pour la fabrication de batteries électriques pour véhicules. Et côté Marketing & Services, nous développons une offre de points de recharge répondant aux besoins de ses clients particuliers et professionnels : sur leur lieu de travail, dans l'espace public, dans les zones commerciales ou dans notre réseau de stations-service.

Pour la France, cette ambition se décline en objectifs précis. Guillaume LARROQUE, Président de TMF, les a rappelés lors de la signature de la charte "Objectif 100 000 bornes" à travers laquelle l'État affirme sa volonté de passer le cap des 100 000 points de charge accessibles au public d'ici fin 2021.

Le développement se poursuivra dans les années suivantes. En additionnant les projections des directions Mobilités & Nouvelles Energies, Réseau, Commerce Général et Lubrifiants France, nous



totaliserons près de 100 000 points de charge en France en 2025 – 150 000 en Europe pour le Groupe.

Pour les bornes accessibles au public, il est essentiel, outre les grands pôles urbains, de développer un maillage couvrant l'ensemble des territoires grâce à l'installation d'équipements de recharge rapide et haute puissance (HPC – High Power Charge) sur les axes routiers majeurs (autoroutes et routes nationales). Une vingtaine de ces bornes sont actuellement disponibles sur nos stations-service. Elles seront environ 100 à fin 2021 et 300 en 2023 (500 en Europe).

Deux modèles complémentaires

Pour adresser nos offres de mobilité électrique, nous avons mis en place une organisation commerciale associant deux modèles d'affaires. Le premier est un modèle traditionnel de vente de biens et de services dans lequel nous commercialisons les bornes mais aussi l'ensemble des services associés : opération, installation, maintenance, supervision et assistance utilisateur. Les clients ciblés sont essentiellement les entreprises, que la réglementation oblige à réduire les émissions de leurs flottes de véhicules de service et de fonction. Ce sont nos clients

historiques de la carte TOTAL, ils utilisent progressivement la carte TOTAL avec son option multi-énergies qui permet de recharger son véhicule sur plus de 100 000 bornes électriques en Europe. Les forces de vente de TOTAL MOBILITY sont particulièrement mobilisées pour commercialiser ces nouvelles offres. Pour cela, elles s'appuient sur le support technico-commercial apporté par cinq chargés d'affaires.

Le second modèle s'adresse aux collectivités locales et aux syndicats d'énergies souhaitant déployer des bornes en voirie sous le régime de la concession, ou sur les parkings d'établissements recevant du public, de centres commerciaux, d'hôtels ou restaurants ayant l'obligation de proposer un service de recharge à leur clientèle. Sur ce périmètre, nous mobilisons une équipe dédiée de six ingénieurs développement.

Tout récemment, la direction Mobilités & Nouvelles Energies a remporté deux grands succès sur chacun des deux modèles d'affaires. Tout d'abord, en gagnant l'appel d'offres lancé par la Ville de Paris pour opérer 2 300 bornes de recharge. Ensuite, en étant retenue par Enedis à l'issue d'une consultation portant sur 2 800 bornes en supervision. Plus de 5 000 bornes au total : un chiffre encourageant qui démontre la crédibilité acquise par notre entreprise sur le secteur de l'électromobilité !

Il reste quelques (nombreux !) challenges à relever mais toutes les équipes sont mobilisées aussi bien pour vendre nos solutions que pour les installer et les exploiter.

Philippe CALLEJON

Directeur Mobilités & Nouvelles Energie



Paris retient Total pour ses bornes de recharge publiques

En remportant l'appel d'offres de la Mairie de Paris, Total va opérer les 2 300 points de recharge publics pour les véhicules électriques du réseau Bélib'.

La Ville de Paris fait confiance à Total pour gérer les bornes publiques

Total vient de remporter l'appel d'offres de la Ville de Paris portant sur la modernisation et l'extension du parc de bornes de recharge publiques dédiées aux véhicules électriques. C'est la récompense d'un engagement sans faille pour répondre aux attentes de la capitale française.

Après Amsterdam, Bruxelles et Londres, Paris ! La liste des grandes agglomérations européennes choisissant l'expertise de Total pour accompagner l'évolution des mobilités de leurs concitoyens ne cesse de s'allonger... Fin novembre, le Conseil de Paris a annoncé sa décision de confier au Groupe la gestion pour dix ans de son réseau public de stations de recharge sur voirie – qui regroupe Bélib', dont il reprend le nom, et Autolib'.

Cette concession de services couvre la fourniture, l'installation et l'exploitation technique et commerciale des infrastructures. À terme, 2 300 points de recharge seront opérés, soit une augmentation de 56% par rapport au parc actuellement en service.

Dans le cadre de son offre, la direction Mobilités & Nouvelles Energies de TMF s'est engagée à moderniser les équipements existants et à installer des hubs de recharge rapide au sein de parkings souterrains.

"Par ailleurs, nous avons fait en sorte de proposer des tarifs de recharge attractifs et adaptés aux différents usages des conducteurs de véhicules électriques dans la capitale, souligne Maxime DUPAS, chef du département Développement Commercial à la direction Mobilités & Nouvelles Energies. Cet effort sur les tarifs s'ajoute à la mise en place d'un parcours client simple

et efficace et à la formalisation de garanties en matière de disponibilité des installations et de qualité de service."

Pour permettre aux utilisateurs de bénéficier d'une recharge électrique 100% renouvelable, Total s'est engagé à développer un parc de centrales solaires en Île-de-France et de le dédier à la couverture des besoins de Bélib'.

Au chapitre des points forts qui ont pesé sur l'issue de la consultation figurent encore la création d'un design spécifique pour les bornes et le totem de paiement, la mise en place d'une structure de maintenance mobilisant des équipes internes ou encore l'engagement à développer le portefeuille de clients abonnés Bélib'.

"La confiance accordée par la Ville de Paris signe une des premières réussites commerciales de notre jeune direction, qui n'existe que depuis mars dernier, précise Maxime DUPAS. J'adresse mes remerciements et mes chaleureuses félicitations à toutes celles et à tous ceux qui ont contribué à l'élaboration et à la promotion de notre offre !"

Le futur réseau Bélib' en chiffres

423 stations représentant 2 329 points de recharge :

- 1 270 points de recharge Bélib' déjà déployés
- 2 1 830 points de charge neufs (d'une puissance de 7 kW)
- 3 140 points de charge neufs dédiés aux deux-roues motorisés (3 kW)
- 4 10 hubs de recharge rapide installés dans 10 parkings souterrains (50 kW)



Une mobilisation territoriale pour la tempête Alex

Le territoire des Alpes-Maritimes a connu un événement climatique sans précédent. La tempête Alex qui a durement touché, le 2 octobre dernier, les vallées de la Vésubie, de la Roya et de la Tinée par son exceptionnelle violence, a profondément affecté le territoire, endeillant des familles et engendrant des dégâts matériels immenses.

Depuis les premières heures de cette catastrophe, le département des Alpes-Maritimes a appelé à une mobilisation spécifique en faveur des entreprises, des commerçants, des artisans et des agriculteurs qui font vivre ces vallées et villages afin de contribuer à la reprise de l'activité économique dans les endroits sinistrés.

En coordination avec la direction régionale Sud-Est et Total Développement Régional, la filiale de proximité Charvet La Mure Bianco s'est mobilisée pour participer aux mesures d'urgence et répondre à la demande de la préfecture des Alpes-Maritimes et de la Métropole de Nice Côte d'Azur. Des produits pétroliers essentiels au désenclavement des villages sinistrés sur les secteurs de la vallée de la Roya et de la Vésubie ont été fournis, avec notamment :

- 1 500 litres de Gazole Non Routier (GNR) pour la préfecture des Alpes-Maritimes (livraison à l'aéroport de Nice pour être hélicoptérés sur les zones sinistrées)
- 2 palettes de pellets et 140 litres de lubrifiants pour la Métropole de Nice Côte d'Azur.



La livraison chez les clients particuliers et professionnels sur ces secteurs sinistrés a été assurée tant que cela était possible, ainsi que la fourniture en GNR sur les nombreux chantiers en cours.

Directement touchée par la crue dévastatrice de la rivière de la Vésubie, la station-service TOTAL Contact a été emportée et entièrement détruite mais n'a heureusement eu aucune victime. Le gérant de cette station, mise aux couleurs TOTAL en 2019, bénéficiera de l'accompagnement de Charvet La Mure Bianco pour sa reconstruction future.

Cette collaboration se poursuit aussi avec les entités locales de Total qui se tiennent à la disposition des autorités publiques pour apporter appui et compétences à la cellule de crise de la Métropole de Nice Côte d'Azur.



Station-service TOTAL Contact - Avant



Station-service TOTAL Contact - Après



Marché Enedis : une promesse d'ancrage dans le paysage de l'électromobilité

Depuis quelques semaines, TMF est l'un des deux opérateurs exclusifs chargés d'accompagner Enedis dans l'électrification de sa flotte de véhicules en France métropolitaine. L'occasion d'asseoir la crédibilité opérationnelle de l'entreprise tout en valorisant son offre de produits et de services.





TRANSFORMATION DE NOS ACTIVITÉS

Enedis, qui assure la gestion du réseau de distribution d'électricité en France, est un acteur engagé dans le développement de la mobilité électrique. Cette filiale à 100% d'EDF détient aujourd'hui la deuxième flotte électrique du pays avec environ 2 200 véhicules. Elle affiche un objectif élevé : convertir la totalité de son parc et faire rouler 14 500 véhicules électriques d'ici à 2030.

Corollaire de cette ambition, les 3 200 points de charge opérés jusqu'à présent par Izivia – filiale à 100% d'EDF – devront être modernisés, standardisés et complétés par de nouvelles infrastructures. Pas moins de 9 500 points de charge sont visés à terme.

La concrétisation de la démarche d'Enedis implique enfin la mise en place d'un outil de supervision performant pour pouvoir gérer les infrastructures à distance et de manière efficace.

Sur l'ensemble de ces sujets, la direction Mobilités & Nouvelles Energies s'est appliquée à formuler une réponse pertinente dans le cadre de l'appel d'offres mobilité électrique lancé par Enedis. Celle-ci inclut la fourniture de nouvelles bornes et de services mais aussi, et c'est une spécificité de ce marché, la reprise en opération des bornes tiers existantes. Le groupe de travail a réuni notamment les équipes Développement Commercial Nouvelles Energies, Opérations Nouvelles Energies, Marketing et Cartes Ventes Nationales. Total EV Charge*, qui conçoit les solutions de recharge pour le compte des filiales commerciales du Groupe, s'est engagé dès le début du projet. Son apport a été déterminant pour respecter le cahier des charges et, plus tard, mener à bien les phases de pré-déploiement. La direction Juridique a, elle aussi, apporté sa contribution. Six mois de travail collectif ont été nécessaires pour parvenir à une offre complète incluant notamment des prestations d'audit de site et de conseil, la fourniture de matériel, le déploiement d'un système d'information, la mise en place de services pour la gestion des points de charge (SAV, hotline) et l'animation de formations destinées au client.

La carte TOTAL multi-énergies, un atout maître

Après trois mois de tests et de validation des aspects techniques et des niveaux de services, Enedis a choisi de répartir le marché – deux ans plus deux autres en option – entre deux opérateurs. Si Izivia se voit attribuer une partie du périmètre, TMF frappe un grand coup en remportant 216 sites répartis sur 11 directions régionales, parmi lesquelles la région parisienne. Le lot obtenu par le Groupe couvre environ 2 000 points de charge soit l'équivalent de 65% du parc existant d'Enedis.

"Nous avons en face de nous un client qui est un expert de l'électricité. En choisissant Total pour l'accompagner dans le développement de la mobilité électrique, il nous délivre un signe de reconnaissance. Ce succès est d'autant plus notable que notre concurrent partage avec Enedis la même maison mère", souligne Gilles POURET, chef de projet Grands Comptes – AO Enedis EV.

Quels ont été les facteurs clés permettant à TMF de se distinguer ? Tout d'abord, la capacité à analyser finement les attentes d'Enedis, et à mobiliser l'agilité requise pour y répondre au mieux. Sur ce point, l'expertise de Total EV Charge – gage de fiabilité technique de l'offre – et l'ancrage commercial de la direction Mobilités & Nouvelles Energies ont formé une association gagnante. L'entreprise a aussi pu s'appuyer sur son offre complète de mobilité électrique à destination des entreprises, commercialisée notamment via la carte TOTAL multi-énergies. Cette dernière donne déjà accès à plus de 20 000 points de charge publics en France, à des outils de suivi des dépenses et d'optimisation du TCO (Total

Cost of Ownership) et à un dispositif de facturation unique sur le portail TOTAL MOBILITY dédié. C'est donc un atout supplémentaire pour les gestionnaires de flotte.

Un enjeu de performance sur les premiers mois

Pour TMF, un des principaux enjeux sera de capter la croissance du parc de points de charge dès le démarrage opérationnel du marché. Pour cela, une organisation spécifique a été mise sur pied.

"Les chefs de secteur Mobilités & Nouvelles Energies ont la mission de porter et de valoriser nos offres commerciales, explique Sophie VERGNE, chef du département Ventes Nationales à la direction Mobilités & Nouvelles Energies. Il leur appartient de maximiser le potentiel de développement de chacune des directions régionales Enedis, notamment sur le volet services qui générera les revenus récurrents."

Autre priorité : déployer un support et des formations produits adaptés. *"Compte tenu de la forte dimension technique du marché, avec notamment des points d'attention autour de la supervision et de la configuration des solutions de gestion des infrastructures, notre accompagnement est très attendu, précise Maxime DUPAS, chef du département Développement Commercial à la direction Mobilités & Nouvelles Energies. Il est essentiel d'être au rendez-vous fixé par le client pour le rassurer sur notre capacité à délivrer durant les deux prochaines années."* Plus deux années supplémentaires si affinités...

* La ligne de métier Total EV Charge assure le développement, la fourniture et l'assistance technique des services et des solutions en lien avec l'activité mobilité électrique.

Le plan de déploiement Total-Enedis en chiffres

Potentiel de marché :

- 90 sites audités chaque année
- 400 nouveaux points de charge fournis chaque année par Total EV Charge
- 800 nouveaux points de charge supervisés chaque année
- 3 600 points de charge opérés potentiellement par Total d'ici à 2024





Les marques Total de nouveau à l'honneur

Pour la 5^{ème} année consécutive, Total fait partie du palmarès Meilleure Enseigne 2021 et conserve sa place de numéro un dans les deux catégories :

- “Stations de lavage automobile” pour la marque TOTAL WASH avec une note en progression de 7.23/10.
- “Stations essence” avec TOTAL et TOTAL Access qui enregistrent respectivement les notes de 7.21/10 et de 7.30/10, toutes deux en progression par rapport à l'année passée. Ce sont les meilleures notes jamais obtenues pour les 3 marques !

Cette enquête, menée chaque année par le magazine économique Capital, analyse plus de 2 000 marques en interrogeant près de 20 000 consommateurs sur trois critères : l'attention portée à la clientèle, le niveau d'expertise des enseignes et le taux de recommandation. Une belle reconnaissance de la part des consommateurs et une nouvelle distinction pour Total qui vient confirmer l'investissement des équipes en stations et dans le Groupe pour assurer une qualité de service optimale aux clients.



Cette distinction sera mise à l'honneur dans les jours à venir sur le site internet de Total et via les réseaux sociaux, puis au mois de mars 2021 en stations-service TOTAL et TOTAL Access avec un dispositif de PLV spécialement conçu pour l'occasion. Le personnel en station portera également un badge aux couleurs du label à nouveau décroché !



KIVENKOI : une première chez TMF !

Support inédit des produits et services de Total en France, KIVENKOI est l'outil clé pour les forces de ventes et les collaborateurs en contact avec les clients. Gros plan sur cette nouveauté !

Nouvelles structures, nouveaux produits, nouveaux services... le Groupe est en mouvement perpétuel. Raison pour laquelle il n'est pas toujours facile d'avoir une vision claire et globale de l'ensemble des activités déployées. Le KIVENKOI a pour vocation d'y remédier. Issu d'un patient et minutieux travail de collecte, ce document à usage interne recense l'ensemble des entités commerciales de Total en France ainsi que les produits et services commercialisés et permet de répondre plus facilement aux demandes de mise en relation avec d'autres métiers. Offrant à tous les collaborateurs du Groupe une meilleure connaissance de Total en France, le KIVENKOI s'inscrit dans la philosophie One Total, Better Together.



Utile et fonctionnel, le KIVENKOI a également l'avantage d'être accessible 24/24 – que ce soit sur WAT ou sur l'intranet des différentes filiales. Il fera l'objet de mises à jour semestrielles afin de prendre en compte les évolutions touchant les produits, les services ou les organisations.



Un service Consommateurs à toute vitesse !

Vous en doutiez ? Que croyez-vous, le service Consommateurs en a encore sous la pédale et remporte pour la 12^{ème} année consécutive le trophée "Élu Service Client de l'Année 2021" dans la catégorie "Services aux automobilistes".

Une victoire à nouveau remarquable, puisque sur les 45 catégories, Total est la seule dorénavant à comptabiliser 12 victoires consécutives !

Ce nouveau succès souligne l'implication constante des équipes à l'atteinte de l'un de nos objectifs communs : **être le champion de la proximité**. Il est le reflet d'une mobilisation sans faille pour fournir le meilleur service aux consommateurs.

Ce trophée a été obtenu sur la base d'une enquête mystère menée par **l'institut d'études BVA** :

- **6 semaines de tests** entre le 31 août et le 10 octobre 2020.
- **160 contacts** répartis entre 100 appels téléphoniques, 30 e-mails, 10 navigations internet, 10 conversations par chat et 10 contacts sur les réseaux sociaux.
- Jusqu'à **17 critères d'évaluation** par contact.

Une diversité de demandes portant sur :

- **Les produits** : carburants, additifs, lubrifiants, fioul domestique, gaz naturel, pellets de bois, bornes électriques, etc.
- **Les services** : réseaux TOTAL, TOTAL Access, ELAN, TOTAL Wash, les cartes TOTAL, le Club TOTAL.
- **Les activités du groupe Total** : les différentes directions, les sujets Corporate, la Compétition, le Recrutement, la Communication, la Fondation.

Le service Consommateurs est le point de contact BtoC de Total en France.

Rencontre avec les équipes qui sont, chaque année, les ambassadeurs de ce succès

Marine SANTINI et Mireille KNIGHT, conseillères du service Consommateurs de TMF – Nanterre

12 victoires consécutives ! Quel est votre secret pour garder une telle constance ?

L'esprit sportif et la bonne humeur aussi souvent que possible ! C'est un marathon de 6 semaines, qui demande préparation et entraînement ! Plus sérieusement, une bonne cohésion entre les équipes du Spazio et de Poitiers qui sont en première ligne ! La mise à jour des procédures et des FAQ tout au long de l'année nous permet également d'être réactifs le moment venu et sur les différents canaux où nous sommes sollicités : appels téléphoniques, e-mails, formulaires de contact, Facebook, Chat.



Si vous deviez mettre en avant trois points forts du service Consommateurs ?

- La réactivité : la prise en charge rapide du consommateur, notamment sur Facebook où le temps de réponse a nettement diminué cette année, 1h05 au lieu des 2h recommandées par le concours.
- La disponibilité : prendre le temps de reformuler la demande et de personnaliser la réponse.
- La qualité : une vraie qualité d'écoute et de réponse apportée afin de créer un lien de confiance avec le client.

Mention spéciale à nos collègues de l'équipe Digitale de TMF grâce à qui nous avons obtenu l'excellente note de 19,47/20 pour la navigation "internet". Un vrai travail d'équipe !

Delphine FERCHAUD et Aude NEUMANN, managers opérationnels du service Consommateurs chez Armatix – Poitiers

Comment étiez-vous organisés lors de cette première période de confinement ?

Delphine : Nous avons une partie de l'équipe en télétravail et une autre sur site. Nous sommes revenues à 100% avec Aude lorsque les tests ont commencé, afin d'être au plus près de nos équipes. Lors du premier confinement, nous avons mis en place un tchat commun via une plateforme accessible à toute l'équipe qui nous a permis d'échanger régulièrement et de rester un maximum en contact.

Juste avant l'élection, qui cette année a été décalée fin août, les conseillers ont répondu à un quiz permettant de valider leurs compétences déjà acquises lors de formations réalisées au cours de l'année.

Cette période de confinement a été un bon exercice pour l'équipe qui a su s'adapter à cette situation inédite et rester soudées pour assurer une qualité de service optimale.





PERFORMANCE & EXCELLENCE CLIENT

Quelles actions ont été mises en place pour animer et motiver les équipes ?

Aude : Chaque jour, nous envoyons les résultats de l'activité à l'équipe et nous mettons régulièrement en place des animations pour favoriser la cohésion et développer les compétences. Allier l'utile à l'agréable, voilà ce qui nous inspire !

C'est toujours avec une certaine excitation et un réel engouement que nous préparons cette élection avec l'objectif d'apporter la meilleure réponse à nos clients. Il représente chaque année un vrai challenge où notre volonté reste avant tout d'assurer la continuité de service et la satisfaction client.

Avec la crise sanitaire que nous vivons, il n'est pas toujours aisé de continuer à mettre en place des animations mais nous en gardons quelques-unes en tête :

- Une journée à thème par mois : Halloween, Noël... l'objectif est de fédérer les équipes autour d'un thème convivial ou original.
- Le Rallye Poitiers – Paris : les collaborateurs doivent chaque jour franchir des étapes de manière ludique et instructive. Le Rapid FAQ est celui qui remporte le plus de succès auprès des équipes. Le but étant de répondre à des questions le plus rapidement possible en cherchant l'information dans notre base documentaire que nous utilisons quotidiennement. Un excellent moyen de développer l'esprit de compétition tout en continuant à se former.



PERFORMANCE & EXCELLENCE CLIENT

Le suivi des audits entre dans une nouvelle ère

Depuis le 1^{er} juillet 2020, la direction Commerce Général dispose d'un outil de référence pour préparer, réaliser et suivre les audits de contrôle interne. En résulte une simplification des processus qui permet de gagner en efficacité et en vitesse d'exécution. Gros plan.

Raison d'être

Chaque année, les contrôleurs internes des filiales du Commerce Général réalisent une centaine d'audits sur différents sites : dépôts, agences, antennes, zones logistiques et directions régionales de vente. L'objectif est d'aider les services à renforcer leur maîtrise opérationnelle en évaluant leurs processus de contrôle et en formalisant des propositions d'amélioration.

"Auparavant, chaque filiale gérait ses audits au moyen d'une grille qui lui était propre, en utilisant des documents Word ou Excel, expliquent Franck BOURHIS, responsable Organisation, Méthodes et Contrôle Interne à la direction Commerce Général et Camille SAINT-JALMES, apprenti Contrôle Interne et Méthodes qui a participé au projet. Il nous a paru nécessaire d'harmoniser et moderniser ces processus, en proposant notamment un modèle de rapport unique susceptible de faciliter les comparaisons entre filiales et le déclenchement rapide des nouvelles missions." OSCAR (Outil de Suivi Commun d'Audits et de Recommandations) est le produit de cette démarche.

Champ d'utilisation

Accessible sur tablette et PC, OSCAR est un outil en ligne dont l'usage implique une connexion internet. Les contrôleurs peuvent renseigner données et commentaires durant leur mission sur site puis terminer leur rapport en rentrant au bureau. Mais l'intérêt de l'outil ne s'arrête pas là.



"Un audit peut déboucher sur l'établissement de non-conformités qui donnent lieu à des recommandations. S'ensuit un dialogue entre l'auditeur et l'audité. L'une des valeurs ajoutées d'OSCAR est qu'il prend en charge ce dialogue en offrant un accès partagé aux interlocuteurs, qui ont ainsi la possibilité de consulter et réagir à leurs remarques respectives." L'outil est précieux, également, pour le suivi des plans d'action post-audit dans la mesure où il centralise l'ensemble des indicateurs d'avancement.

Fonctionnalités

Création de nouveaux points de contrôle, importation des points de contrôle d'un audit précédent, recherche par mots clés, affectation de plusieurs destinataires et responsables d'action, visualisation d'une ancienne observation ou recommandation... À travers l'une ou l'autre de ces actions, l'utilisateur a la possibilité d'introduire un supplément de flexibilité dans la réalisation de ses audits. Il en va de même au moment de la rédaction du rapport final, grâce à des fonctionnalités de mise en forme du texte, d'insertion d'images et de fichiers ou de classement des observations (par domaine, priorité ou conformité...). *"OSCAR se distingue aussi par son interface interactive, qui sert notamment à adresser des notifications relatives au suivi des recommandations et à donner une vision de l'historique de ces notifications."*



Évolution

Une première version a été lancée début 2018 mais elle répondait surtout aux besoins du siège et était peu utilisée par les contrôleurs des filiales. En octobre 2018, Franck BOURHIS a réuni ces derniers en vue d'identifier les clés pour améliorer l'outil et le rendre appropriable. "Une gestion plus souple, une utilisation plus simple, une meilleure ergonomie : telles étaient les attentes principales. Sur la base de cette feuille de route, nous avons travaillé en mode AGILE et participatif pendant douze mois et les filiales ont vraiment joué un rôle important dans la mise en place de cette nouvelle version". Au départ, 46 évolutions avaient été listées. À mesure que les essais étaient menés et les remontées des contrôleurs intégrées, leur nombre est monté à 80. "Tous les mois, les participants expérimentaient les nouveautés pour vérifier qu'elles étaient conformes à leurs souhaits. Pour la plupart, cette séquence a servi de stage d'auto-formation à l'outil déployé depuis juillet dernier !".

Diffusion

Après la mise en production d'OSCAR en juillet 2020 et l'accompagnement de sa prise en main au sein des filiales, le temps est venu de sa promotion au-delà des frontières du Commerce Général. "De la même manière que nous partageons toutes les bonnes pratiques en interne, nous souhaitons mettre en lumière cet outil. Outre les bénéfices apportés en termes de fonctionnalités, il a pour lui d'être peu coûteux et donc intéressant pour des entités de TMF", confie Franck BOURHIS. D'ici quelques mois, la direction HSEQ pourrait être la première à l'adopter moyennant quelques ajustements. En attendant, peut-être, une diffusion plus large au sein de TMF et du groupe Total.



Mode Grand Froid activé pour TOTAL EXCELLIUM DIESEL

Disponible dans plus de 1 000 stations TOTAL, TOTAL Access, TOTAL Contact et ELAN dans tout l'Est de la France, le carburant TOTAL EXCELLIUM DIESEL Grand Froid c'est :

- Une protection renforcée contre les effets du froid
- Une température limite de filtrabilité de $-20^{\circ}\text{C}^{(1)}$
- Une protection prouvée sur véhicules



Sur le ton moderne et spectaculaire qu'on lui connaît depuis son lancement l'année dernière, la campagne de communication TOTAL EXCELLIUM DIESEL Grand Froid débarque à nouveau avec son armée de super-héros sur les supports digitaux et dans les stations.



En digital :

- Une page dédiée sur le site total.fr aux couleurs de la campagne
- Des publications sur la page Facebook Total France
- Un motion design présentant le produit TOTAL EXCELLIUM DIESEL Grand Froid et ses avantages sur YouTube et Facebook
- Une mise en avant sur le site Caradisiac et les applications Waze et Total Services.

En station : beach flag, stop pistolet, affiches et diffusion du teaser dans certaines stations.

Mais ce n'est pas tout, Total adapte aussi son carburant pour les poids lourds en proposant TOTAL EXCELLIUM DIESEL Grand Froid. Un dispositif de communication là aussi bien rodé avec une nouvelle campagne d'affichage "Vous excellez dans votre métier. Il excelle par grand froid." médiatisée sur LinkedIn et total.fr.

Grandes consommatrices de ce produit, les filiales de la direction Commerce Général vont également être actrices dans la promotion via un dispositif de communication renforcé : diffusion sur leurs sites web et dans leurs newsletters, et mise à disposition des nouveaux supports de communication (affiche, bonnes pratiques et argumentaire) pour les équipes commerciales.

(1) La température limite de filtrabilité fait référence à une mesure normalisée en laboratoire caractérisant le comportement à froid d'un gazole.



BETTER TOGETHER

“Mon Beau Sapin” n’attend que vous !

À vous de jouer

Vous avez été sage, la hotte du père Noël est pleine et vous avez déjà pensé à vos menus pour les fêtes... Alors venez jouer avec nous et proposez votre photo sur le thème “Mon Beau Sapin”.

N’hésitez pas à vous glisser sur la photo en tenue de fête ou avec votre pull de Noël, laissez parler votre imagination ! (Lire le règlement du jeu, sur la version en ligne)

Vous avez jusqu’au mardi 5 janvier pour nous envoyer votre photo à l’adresse mail :

ms.tmf-communication@total.com et tenter de remporter l’un des 30 lots mis en jeu.



Nos filiales

COMMERCE GÉNÉRAL



LUBRIFIANTS

TOTAL
LUBRIFIANTS
SERVICES
AUTOMOBILE

RÉSEAU

