



ÉDITO

Une performance maintenue à un niveau élevé malgré la crise

2020 a été une année exceptionnelle à plus d'un titre !

À la crise sanitaire dont nous avons tous ressenti l'impact s'est en effet ajoutée une crise économique. Les variations des cours du pétrole de 67 \$/Bbl en début d'année, à 21\$ fin avril, puis 52\$ en fin d'année illustrent bien l'environnement si particulier que nous avons connu. Cette volatilité du prix du baril s'est accompagnée d'un net recul de la demande de produits pétroliers et plus généralement de l'économie.

Les ventes de Total Marketing France s'en sont évidemment ressenties. Au Réseau, le premier confinement s'est traduit par une forte baisse des volumes enregistrée au printemps. Nous avons ensuite retrouvé une activité presque normale à partir de juillet et jusqu'à la fin du mois d'octobre. Sur la fin de l'année enfin, la situation a évolué au rythme des décisions prises par le gouvernement pour lutter contre la reprise de l'épidémie.

Contrairement au Réseau, le Commerce Général a plutôt tiré parti du premier

confinement. En témoigne, par exemple, le niveau particulièrement élevé des ventes de fioul domestique sous le double effet de prix bas et du temps de présence des clients à leur domicile. Au deuxième semestre, en revanche, les volumes ont été plus en retrait.

Sur l'ensemble de l'année, notre performance commerciale s'avère correcte. Certes, les volumes ont diminué par rapport à 2019 mais ils sont en ligne avec le budget de référence tenant compte des répercussions du premier confinement. Il faut cependant souligner les difficultés de l'activité SFS (Shop Food & Services), qui n'a pas connu une reprise aussi vive que la distribution de carburant au début de l'été. En conséquence, les recettes nos pétrolières accusent un recul plus marqué.

Ne rien céder sur la maîtrise des dépenses

Compte tenu du contexte de crise que nous avons connu, la performance économique globale de Total Marketing France a été très bonne en 2020. Dans toutes les activités, nous avons su tirer profit des bonnes marges unitaires, particulièrement lors du premier semestre.

Malgré le confinement et son incidence sur les volumes, le résultat opérationnel net 2020 a finalement résisté de façon remarquable et s'est établi à 286 M€, proche du niveau de 2019, en excluant les événements exceptionnels.

Outre les éléments de volume et de marge, c'est également la très bonne maîtrise des frais (-9% vs budget initial) qui a permis d'atteindre ce résultat. Il est bien sûr essentiel dans un environnement de crise d'être capable de garder sous contrôle, voire de réduire les frais fixes et variables. Enfin, les efforts réalisés sur les dépenses d'investissement (-10% de CAPEX vs. budget initial) ont permis de maintenir un cash-flow net (après dépenses d'investissement) supérieur au budget.

Il va de soi que l'effort sur la maîtrise des dépenses devra se prolonger en 2021 dans la mesure où l'environnement demeure très incertain.

Ces réussites illustrent la résilience de Total Marketing France. Elles sont le fait de toutes les directions opérationnelles et fonctionnelles sans exception et n'auraient pas été possibles sans la mobilisation de tous les collaborateurs. Grâce à votre exemplarité, la continuité des opérations et des services indispensables à nos clients a été assurée dans le strict respect des règles sanitaires. Soyez-en sincèrement remerciés !

Emmanuel DE FOURNAS,
Secrétaire Général
de Total Marketing France



ÉVÈNEMENT

Journée Mondiale de la Sécurité



26 avril 2021

JOURNÉE MONDIALE DE LA SÉCURITÉ



Le lundi 26 avril prochain aura lieu la Journée Mondiale de la Sécurité (JMS), l'évènement annuel pour célébrer la Sécurité au sein du Groupe. Cette année, le thème de la JMS sera consacré au Feu Vert Sécurité, une des trois actions du programme HSE "Nos vies avant tout" (lire aussi l'article **Pleins phares sur le programme HSE "Nos vies avant tout"** paru en janvier, disponible en ligne).

Ne manquez pas la JMS en la réservant dès maintenant dans votre agenda !



L'essentiel sur les zones à faibles émissions mobilité

Pour répondre aux exigences réglementaires de santé publique liées à la lutte contre la pollution atmosphérique locale, de plus en plus de collectivités mettent en place des zones à faibles émissions mobilité (ZFE-m), limitant la circulation des véhicules estimés les moins "vertueux". Le pôle Affaires Publiques et Comptes Stratégiques de la direction MNE (Mobilités & Nouvelles Energies) vient de finaliser un livret pédagogique portant sur ce dispositif. Eclairage.

Paris, le Grand Paris, Lyon et Grenoble avaient déjà sauté le pas. En 2021, Aix-Marseille, Montpellier, Nice, Rouen, Strasbourg, Toulon et Toulouse vont à leur tour instaurer des zones à faibles émissions mobilité (ZFE-m).

Introduit par la loi d'orientation des mobilités (LOM) de 2019, ce dispositif a été créé pour réduire la pollution de l'air – NOx et particules fines. L'outil de régulation retenu est la vignette Crit'Air qui classe les véhicules en fonction de leurs émissions de polluants atmosphériques. Le dispositif peut être mobilisé par les collectivités souhaitant renforcer la protection de la santé de leurs habitants. Mais, là où les taux d'émission de polluants dépassent régulièrement les valeurs limites de la réglementation européenne, il prend un caractère obligatoire.

Dans le périmètre d'une ZFE-m, la restriction de circulation et de stationnement ne s'applique qu'aux véhicules estimés les plus polluants. "Ces véhicules identifiés par les vignettes Crit'Air les plus émettrices sont soumis à des restrictions qui, en fonction du choix des communes, peuvent être permanentes ou limitées à certains jours ou plages horaires, et ne concerner que certaines catégories de véhicules ou bien l'ensemble du parc", explique **Xavier BOURAT**, directeur adjoint du pôle Affaires Publiques et Comptes Stratégiques de la direction MNE.



Au moins 35 zones à faibles émissions d'ici à 2025

Année après année, les modalités d'application des ZFE-m tendent à se durcir. Fin 2020, le gouvernement a annoncé que les 35 agglomérations françaises comptant plus de 150 000 habitants devront mettre en place ce dispositif avant 2025. D'ici cette date, la compétence relative aux ZFE-m aura été transférée aux présidents d'intercommunalité afin de renforcer la cohérence des mesures prises au sein des territoires.

(1) Horaires d'interdiction selon typologie du véhicule : PL – 7/7 de 8h à 20h – VL, VUL et 2 roues du lundi au vendredi de 8h à 20h sauf jours fériés



Dans l'hypothèse où les propositions de la Convention Citoyenne pour le climat seraient inscrites dans la loi, certains véhicules pourraient faire l'objet d'une interdiction complète dans les zones concernées : avant 2023 pour les véhicules Diesel non classés et Crit'Air 5, 2024 pour les véhicules diesel Crit'Air 4 et 2025 pour les véhicules Diesel Crit'Air 3.

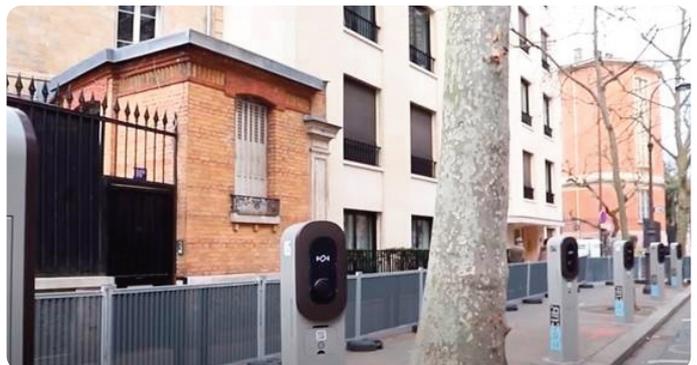
*"Aujourd'hui, les infractions aux restrictions de circulation échappent aux sanctions car elles ne sont pas contrôlées, souligne **Xavier BOURAT**. Mais le déploiement de caméras à reconnaissance de plaque va bientôt ouvrir la voie à la vidéo-verbalisation."*

Compte tenu de l'ensemble des évolutions attendues, les conducteurs n'ont d'autre choix que d'anticiper le renouvellement éventuel de leur(s) véhicule(s). "C'est particulièrement vrai pour les professionnels qui, à défaut, se couperont d'une partie de leur marché."

Des répercussions à prendre en compte pour TMF

Pour les activités de TMF, l'extension géographique et le renforcement des ZFE-m a plusieurs implications dont deux directes. La première tient à la transformation de notre réseau, qui devra répondre à l'évolution du parc de véhicules autorisés à circuler. "À titre d'exemple, Paris prévoit d'interdire les véhicules Diesel en 2024⁽¹⁾. Nous devons nécessairement en tirer les conclusions qui s'imposent et revoir notre offre de carburants et d'énergies de mobilité au sens large sur nos stations-service locales. Ce qui est d'ores et déjà engagé bien entendu, et nous permet par ailleurs de commencer à structurer des plans de développement de stations et de hubs de recharge électrique pour accompagner cette mutation", indique **Stéphane CHAMBON**, directeur Affaires Publiques et Comptes Stratégiques de la direction MNE.

La seconde implication concerne nos activités logistiques notamment celles des filiales du Commerce Général qui détiennent en propre un parc de plusieurs centaines de camions qui effectuent des livraisons dans toute la France : une flotte très spécifique que l'on devra faire évoluer dans le temps pour continuer d'être en mesure d'assurer, partout et à tout moment, les missions qui lui sont confiées sans restriction d'aucune sorte !





TRANSFORMATION DE NOS ACTIVITÉS

Autant de raisons qui ont conduit le pôle Affaires Publiques et Comptes Stratégiques de la direction MNE à élaborer un support de communication sur les ZFE-m. Ses destinataires seront, en priorité, les commerciaux qui traitent avec les clients opérant sur les périmètres concernés ainsi que les équipes du Réseau et du Commerce Général. *“Mais nous voulons, plus largement, informer tout notre écosystème interne, en actualisant les données très rapidement car l’environnement va être amené à évoluer très régulièrement à court et moyen terme”,* précise **Stéphane CHAMBON**.

Un nouvel outil de dialogue avec les clients et de prospection

Après quelques pages à visée pédagogique sur le dispositif et les vignettes Crit’Air, le livret d’information passe en revue les différentes ZFE-m identifiées à ce jour. Les éléments de calendrier et de couverture géographique – cartes à l’appui – y figurent avec le maximum de précision possible. Afin de permettre des mises à jour très fréquentes, le document

n’existe que sous format numérique. **Sa diffusion devrait se faire sur le portail WAT de TMF, avec la possibilité pour les commerciaux de le consulter sur le système d’exploitation dédié au suivi des clients.**

*“À terme, l’outil que nous allons mettre à disposition pourra servir à nourrir le dialogue commercial et la recherche de solutions co-construites pour s’adapter aux décisions des métropoles ou du gouvernement, prévoit **Xavier BOURAT**. Mais ce n’est pas tout : il sera également utile au travail de prospection, notamment dans l’accompagnement des professionnels à comprendre leurs besoins futurs et à les convaincre, par exemple, de l’intérêt de notre offre de bornes de recharge électrique dans le contexte actuel de révolution du paysage de la mobilité...”*

Consultez le livret d’information sur les ZFE-m mis à jour sur la version en ligne de L’aparté.



ENGAGEMENT SOCIÉTAL & ENVIRONNEMENTAL

Une offre Efficacité Énergétique pour vous !

Découvrez la nouvelle Offre Efficacité Énergétique dédiée aux collaborateurs de Total SE et ses filiales en France détenues à plus de 50% sur le site www.offreEE.total.fr en saisissant l’identifiant **offreEE** et le code d’accès **TOTAL-2021**.



TRANSFORMATION DE NOS ACTIVITÉS

Un réseau élargi pour que les ventes de bois flambent

Grâce à l’esprit d’initiative de Total Proxi Énergies Nord Est, l’ensemble des filiales de proximité du Commerce Général ont signé un partenariat avec l’enseigne Coccinelle. Laurent RITAINE (photo), responsable Développement Partenariat Bois chez Total Proxi Énergies Nord Est revient sur cette opération qui doit contribuer au développement de l’activité Bois.

Pourquoi Total Proxi Énergies Nord Est s’est-elle tournée vers l’enseigne Coccinelle ?

Sur le segment Bois (pellets et bûches), nous commercialisons l’essentiel des produits sous forme de palettes livrées directement chez les particuliers. Notre réseau était jusqu’à présent trop limité pour développer activement la vente en sac, qui représente une part importante du marché.





TRANSFORMATION DE NOS ACTIVITÉS



L'idée de démarcher des acteurs susceptibles de distribuer TOTAL Bûches Premium et TOTAL Pellets Premium s'est donc imposée. Notre objectif est de capter de nouveaux clients mais aussi de mieux servir ceux que nous livrons et qui ont besoin d'acheter des sacs pour démarrer ou finir leur saison de chauffe.

Les magasins Coccinelle présentaient le profil du client partenaire idéal : tout comme Total Proxi Énergies Nord Est, il s'agit de commerçants de proximité qui ont le souci de proposer des produits de qualité et de les valoriser. De plus, ils sont largement présents sur notre périmètre, avec 190 points de vente !

Quels ont été les arguments clés pour convaincre le prospect ?

Plusieurs facteurs ont joué en notre faveur. À commencer par la bonne réputation des produits TOTAL Premium et de la marque TOTAL en général. S'ajoute l'aspect économique. Lors de ma première rencontre avec un responsable de magasin Coccinelle, j'ai évoqué la possibilité d'étendre la vente à l'ensemble des enseignes au niveau national afin de garantir des tarifs compétitifs. Nous avons obtenu l'accord de la centrale d'achats sur ce principe. Le dernier élément de conviction, et non le moindre, concerne le service logistique. D'autres acteurs ont proposé à Coccinelle un produit proche du nôtre mais en imposant une livraison à la centrale d'achats, qui aurait dû organiser elle-même la fourniture des différents magasins. Grâce à la densité de son maillage territorial, le réseau des filiales de proximité du Commerce Général est en mesure d'approvisionner et de facturer chaque point de vente séparément. C'est ce que le client attendait.

Comment avez-vous procédé pour le montage de l'offre ?

Notre volonté était de construire une proposition commerciale solide et complète. Dans la mesure où Coccinelle souhaitait un tarif unique pour tous les magasins de France, Jacques VILAIN, chef de marché Bois à la direction du Commerce Général a consulté l'ensemble des chefs de marché Bois des

filiales de proximité : il fallait s'assurer qu'aucune d'entre elles ne se retrouve à vendre le produit sans en retirer le profit escompté.

Dans le détail, notre offre intègre trois composantes principales. Tout d'abord, un kit d'implantation destiné aux magasins (présentoirs de caisse, vitrophane, leaflets de comptoir, affiches). Ensuite, une mise en visibilité des magasins Coccinelle sur le site internet total-proxi-energies.fr. Enfin, une offre de lancement valable jusqu'à fin 2021 et consistant dans le remboursement de 30 euros pour l'achat de la première palette de TOTAL Bûches Premium et/ou TOTAL Pellets Premium.

Quelles sont les perspectives ouvertes par le rapprochement avec Coccinelle ?

L'offre a été déployée de manière effective à la mi-janvier 2021 et nous enregistrons déjà des volumes intéressants, ce qui est de bon augure. D'autant plus que l'enseigne Coccinelle fait évoluer son réseau, avec un nombre de magasins qui va aller en augmentant.

Nous avons, par ailleurs, initié d'autres démarches commerciales. Nous sommes en contact avancé avec des enseignes de jardinerie et de vente de matériaux, autant dire que la dynamique est lancée !



TRANSFORMATION DE NOS ACTIVITÉS

Nouveau succès sur le marché des stations privées au GNC

En septembre prochain, l'entreprise d'autocars alsacienne Kunegel se dotera d'une station d'avitaillement privée au GNC (gaz naturel comprimé). Elle pourra ainsi faire rouler les 40 véhicules de sa flotte verte en toute autonomie. Gros plan sur un projet où l'expertise de TMF et de la branche M&S est largement sollicitée.

Et de deux ! Après avoir installé une première station GNV (gaz naturel pour véhicule) en Auvergne-Rhône-Alpes pour le compte de l'entreprise de transport de voyageurs Berthelet, TMF récidive... Le client est un autre autocariste : Kunegel, acteur majeur de la mobilité en Alsace.

Ses véhicules circulent sur des lignes régulières et touristiques, mais aussi pour répondre à des demandes ponctuelles.





TRANSFORMATION DE NOS ACTIVITÉS

En septembre 2021, une partie de sa flotte – 40 véhicules – sera convertie au GNV. L'explication réside, pour partie, dans l'appel d'offre concernant la délégation de service public des lignes de bus et des transports scolaires sur le périmètre de la collectivité de Reichstett (Bas-Rhin). "Pour pouvoir répondre, les candidats sont tenus de choisir une motorisation alternative qui peut être l'électricité, le gaz naturel ou l'hydrogène, explique **Isabelle DEVRON**, responsable développement GNC (gaz naturel comprimé – une des formes du GNV) au sein de la direction MNE (Mobilités & Nouvelles Energies). *Kunegel s'est tourné vers le GNV, qui répondait mieux à ses besoins en termes d'autonomie et de coût mais aussi aux attentes de la collectivité en matière technique et économique.*"

Grâce aux faibles émissions atmosphériques des autocars au gaz naturel, l'opérateur préserve, par ailleurs, sa capacité à accéder à la ville et à la métropole de Strasbourg. Sur ce territoire, en effet, l'instauration d'une zone à faibles émissions mobilité se traduit par des restrictions de circulation pour les véhicules les plus polluants.

Limiter les déplacements à vide

Disposer d'une flotte écologiquement vertueuse est une chose. Avoir les moyens d'assurer son ravitaillement en est une autre. Non loin du dépôt Kunegel de Reichstett, une station AS24 proposera du GNC d'ici fin 2021. L'autocariste aurait pu recourir à cette solution. Mais les experts de TMF qui l'accompagnent dans le cadre du service de conseil Sérénis ont poussé une autre proposition consistant à construire une station GNC privative. Ce sont eux qui ont fait le lien avec l'entité d'**Isabelle DEVRON**, dont l'étude a confirmé l'intérêt de pouvoir ravitailler la flotte de manière autonome.

"Avec 40 véhicules à approvisionner, le besoin en volume justifie cette option sur le plan financier. Mais c'est également vrai sur le plan logistique, dans la mesure où l'installation aménagée sur le site de Reichstett permettra de limiter les déplacements à vide des autocars :

traverser une ville pour rejoindre une station peut prendre beaucoup de temps !"

Pour mener à bien le projet, TMF sollicite les compétences du département DCM (Développement Construction Maintenance) de la direction Réseau. Total Gas Mobility est également mobilisé. Centre de compétences du groupe Total dédié au gaz naturel pour la mobilité et au GNL à petite échelle et à usage industriel, il assure la fabrication du module.

Moins de dix minutes pour ravitailler

La station GNC Kunegel fonctionnera à partir de septembre prochain. Elle sera équipée de deux pistes de distribution et d'une borne d'identification pour le comptage du gaz par véhicule. "Grâce à un compresseur d'un débit de 800 m³/heure, les réservoirs des autocars seront remplis rapidement, avec un temps de charge inférieur à dix minutes", souligne **Isabelle DEVRON**. La capacité de stockage utile – 312 kilogrammes – a été déterminée pour correspondre à la taille de la flotte à ravitailler.

À noter que le point de vente AS24 situé à proximité pourra offrir une solution alternative au cas où l'installation exploitée par Kunegel serait à l'arrêt, par exemple pour des travaux de maintenance.

Le contrat signé par les deux parties établit une division précise des rôles et responsabilités : TMF fournit la molécule et porte les investissements, Kunegel paie la molécule et la mise à disposition de la station en s'engageant sur un volume minimum et une durée de contrat.

Ce modèle est appelé à se développer sur le territoire, puisque TMF ambitionne de mettre en service de deux à quatre stations privatives par an tout en continuant à développer le réseau de stations publiques distribuant du GNV.

Le GNV se fait une place dans le secteur du transport routier

Forte réduction des émissions d'oxydes d'azote, motorisation moins bruyante que celle des véhicules diesel, fiscalité avantageuse... Les atouts du GNV séduisent un nombre croissant de transporteurs. De nombreuses entreprises ont décidé de renouveler leur flotte de camions, véhicules utilitaires et véhicules dédiés au transport de personnes afin de développer son usage.

Des "têtes chercheuses" à l'assaut du marché du GNC

Les responsables développement GNC ont pour mission de contribuer à étoffer le réseau de stations privatives détenues par TMF. Pour cela, ils s'efforcent de détecter les opportunités sur le marché BtoB et accompagnent les équipes de vente (Mobilités & Nouvelles Energies, Commerce Général) afin de prospecter et d'attirer de nouveaux clients... avec lesquels il s'agira ensuite de nouer et d'entretenir une relation de confiance !



Nouvelle ère pour la gestion des écarts de stocks carburants

Lorsque la direction Réseau constate un écart de stocks carburants, elle transmet une demande de régularisation aux services compétents. Pour faciliter les échanges entre ces acteurs et améliorer la qualité du service rendu, une nouvelle application vient d'être introduite : Neo. Quelques semaines ont suffi pour lui assurer un joli succès !

Gestion des stocks carburants : un enjeu primordial

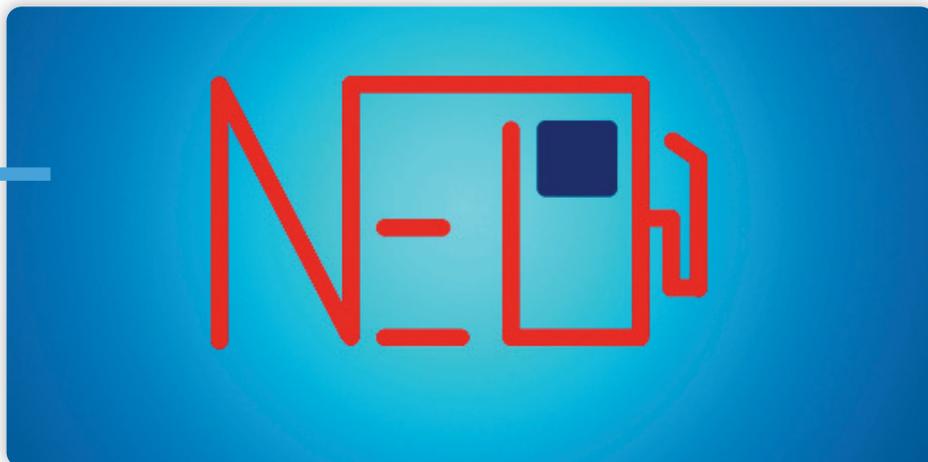
Entre les commandes planifiées pour les stations du Réseau et les livraisons effectives de carburant, il arrive que des écarts apparaissent. Ces derniers sont liés aux aléas susceptibles d'intervenir tout au long de la chaîne d'approvisionnement : erreur dans le chargement d'un produit, absence du gérant lors de la livraison, limitation de la capacité de stockage d'une station à la suite de ventes inférieures aux prévisions, etc.

"Quelle que soit sa cause, un écart de stock carburant donne systématiquement lieu à une demande de régularisation de la part du Réseau, explique **William SIEWE**, responsable du service Stocks et Mouvements Produits (SMP) Nord-Est à la direction Supply & Logistique France (SLF). L'enjeu est de gérer les produits de manière responsable et performante sur le plan économique, mais aussi de donner aux équipes de livraisons des informations fiables pour leur permettre d'optimiser leur prévisionnel de commande."

Traiter les demandes avec davantage d'efficacité

Jusqu'à présent, la gestion des demandes de régularisation (au nombre de 3 500 en 2019) faisait l'objet d'un processus lourd et complexe. Les échanges entre les acteurs – le Réseau, les deux centres d'organisation des livraisons (CROL), les deux entités SMP – se traduisaient par une forte volumétrie d'emails (près de 23 000 en 2019) et de fichiers Excel partagés. En contraignant les équipes à communiquer à distance, la crise sanitaire liée à l'épidémie de Covid-19 n'a fait que renforcer ces difficultés.

Pour pouvoir apporter davantage d'efficacité et de fluidité au circuit de traitement des demandes, l'idée s'est imposée de créer une application dédiée. "Notre choix s'est porté sur



la plateforme PowerApps, qui nous a permis de développer, dans des délais courts et pour un coût maîtrisé, une solution adaptée à nos besoins opérationnels", indique William.

Des processus standardisés et fiabilisés

L'application conçue et déployée à l'initiative du service SMP s'appelle Neo. Elle fonctionne selon le principe du ticketing. "Toute demande de régularisation s'accompagne de la création d'un "ticket" qui sert à coordonner, piloter et suivre les différentes interventions, depuis l'établissement de la fiche d'enquête jusqu'à la résolution du problème, résume **William**. Là où, auparavant, l'improvisation dominait, nous avons maintenant un schéma opérationnel très précis qui aide chacun à intervenir au bon moment et en disposant des bonnes informations."

Résultats : des temps de traitement revus à la baisse (grâce, notamment, à un accès plus rapide aux données concernant les différentes commandes), des échanges inter-services moins chronophages et la possibilité de suivre en temps réel les indicateurs de performance à l'échelle d'une station ou d'une zone géographique donnée.

Un déploiement plébiscité par les utilisateurs

Mis en production le 7 janvier, Neo n'a pas tardé à convaincre les 75 utilisateurs au sein du Réseau, des CROL et des entités SMP. La facilité d'utilisation, l'ergonomie de l'environnement de travail, la compatibilité de la solution avec les smartphones, la qualité de la restitution des parcours de livraison font partie des caractéristiques les plus appréciées.

Le succès est tel qu'une nouvelle version de l'application est en cours d'élaboration pour les activités opérationnelles de la filiale AS24, qui assure la distribution de carburant auprès des professionnels du transport.

À noter également : la diminution du nombre d'emails échangés dans le cadre de la gestion des demandes de régularisation. "Par rapport aux premiers mois des années précédentes, la volumétrie est quatre fois moins importante, remarque William. Quand on sait qu'un simple email sans pièce jointe émet environ 10 grammes de CO₂ dans l'atmosphère, soit l'équivalent du bilan carbone d'un sac plastique, on comprend que l'intérêt de Neo est aussi environnemental !"



Prescripteurs : devenez plus efficace et maximisez vos gains

L'équipe du département Achats de Total Marketing France vous présente son kit du prescripteur achats. Un projet construit collectivement par l'équipe Achats, soucieuse d'apporter plus d'efficacité et de méthode aux métiers et process Achats. Ce guide donnera aux prescripteurs, au travers de fiches pratiques et d'illustrations, les clés pour optimiser leurs achats tout au long du processus, tout en prenant en compte les règles Achats à respecter.

Politique Achats TMF, mode de gestion des catégories d'achat, seuils de délégation, différentes étapes d'un appel d'offres (du travail préparatoire avec rédaction du cahier des charges, en passant par les soutenances et les négociations, jusqu'au choix final du fournisseur), relations fournisseurs, aspects juridiques (vie du contrat)...

Retrouvez dans le document PDF (à retrouver sur la version en ligne) les règles indispensables à connaître pour toutes les personnes qui ont une influence sur le choix des fournisseurs et des produits ou prestations qui leur sont achetés.

Coûts moins élevés, meilleure qualité des produits et des prestations qui sont achetés aux fournisseurs, sécurité juridique des procédures garantie, gain de temps... votre acheteur veille sur beaucoup de points clés pour sécuriser les achats et diminuer la facture.

Vous ne savez pas à qui vous adresser ? Retrouvez sur la version en ligne toute la liste de vos interlocuteurs au sein du département Achats de TMF



Le rôle des Achats

Sécuriser l'achat : Les risques éthiques, juridiques, HSE, les délais de livraison, l'indisponibilité des produits, la mauvaise santé financière du fournisseur peuvent être lourds de conséquences.

Challenger le besoin : Cela vous agace parfois : vous savez ce dont vous avez besoin, bon sang de bois ! Et pourtant... Le besoin est souvent soit trop fermé, soit mal défini. L'acheteur s'assure de la complétude de la spécification, chasse la surqualité et ouvre la porte aux innovations.

Gérer la relation marché & fournisseur : Ouvrez les chakras ! Un large panel de fournisseurs apporte une bonne connaissance du marché et nous assure les bons prix par des prestataires compétents et fiables.

Contenir les dépenses : Ajoutez à ce cocktail appels d'offres et négociations... le tout premier rôle des Achats est de contribuer à contenir les dépenses de l'entreprise.

QUELQUES INFOS CLÉS

Périmètre Achats

- Catégories d'achat locales et pilotées
- TMF et ses filiales
- Tout référencement fournisseur
- Toute consultation d'un montant d'achat supérieur à 40 k€

Rôle du prescripteur dans l'élaboration du contrat :

- 1 - Evaluer les risques
- 2 - Exprimer la prestation attendue
- 3 - Participer à la négociation

> 40 k€

Si le montant d'achat excède 40 k€, vous devez contacter le département Achats afin de lancer une consultation (sauf si l'achat en question est couvert par une délégation à votre entité). Cette consultation sera soumise à approbation (voir fiche AO4 dans le guide ci-joint).

< 40 k€

Si votre montant d'achat est inférieur à 40k€, vous avez délégation pour acheter sans l'aide d'un acheteur. Vous devez cependant respecter les règles suivantes :

Moins de 5k€ :
demande de devis simple

De 5 à 40 k€ :
demande de devis, 3 offres minimum. Attention, vous devez conserver ces documents en cas d'audit de votre Direction

Le verbatim

“ 80% de la réussite d'un appel d'offres réside dans sa préparation ”

Alexandra LAFONTAINE,
chef du département Achats
de Total Marketing France



Protection des données personnelles (RGPD) : à vous de jouer !

Parce que nous sommes plus que jamais concernés, faisons le point avec **Luc HOBON, Data Protection Officer (DPO) pour Total Marketing France et ses filiales, sur les réalisations et les grands chantiers à venir en matière de protection des données personnelles.**



Les principales réalisations en 2020

1. Gestion des demandes d'exercice des droits des personnes concernées

Les personnes concernées par des traitements de données personnelles disposent de droits leur permettant de garder la maîtrise des informations les concernant : droit d'accès, de rectification, d'effacement, d'opposition, à la limitation, à la portabilité des données.

Il s'agit de vos prospects, clients, fournisseurs, partenaires... Et bien sûr, vous-même : en tant qu'employé.

Les personnes concernées doivent être informées de leurs droits et disposer d'un point de contact pour exercer leurs droits.

Vous disposez seulement d'un délai d'un mois pour répondre aux demandes.

Vous devez également apporter la preuve à tout moment que vous avez effectivement bien répondu et réalisé les actions adéquates (rectification, effacement...).

Comment répondre ? Est-il possible de rejeter une demande tout en respectant le RGPD ? Existe-t-il des modèles de courrier de réponse ? Comment tracer les échanges ?

[Consultez la procédure sur la version en ligne de L'aparté](#)

Vous disposez seulement de 72 heures pour notifier à la CNIL une violation de données personnelles qui est susceptible d'engendrer un risque pour les droits et libertés des personnes concernées.

Comment évaluer ce risque ? Quelles ressources pouvez-vous mobiliser ? Comment tracer toutes les décisions prises ? Comment notifier la violation à la CNIL et aux personnes concernées ?

[Consultez la procédure sur la version en ligne de L'aparté](#)



3. Accueil de l'autorité de contrôle CNIL

La CNIL peut réaliser à tout moment des contrôles sur tous les sites web en ligne, les applications smartphone, les réseaux sociaux, etc. Mais la CNIL peut aussi réaliser à tout moment un contrôle inopiné dans les locaux de l'entreprise. Vous devez alors démontrer que vous respectez bien les principes de la protection de données personnelles.

Qui accueille les agents de la CNIL ? Quelles ressources pouvez-vous mobiliser ? Qui doit répondre directement aux agents ? Comment tracer les échanges ? Qui signe le procès-verbal ?

[Consultez la procédure sur la version en ligne de L'aparté](#)



2. Gestion des incidents de sécurité et des violations de données personnelles

Une violation de données personnelles est un incident de sécurité qui entraîne (de manière accidentelle ou illicite) la destruction, la perte, l'altération, la divulgation non autorisée de données personnelles (transmises, conservées ou traitées d'une autre manière), ou l'accès non autorisé à de telles données.





4. Information / Sensibilisation / Formation

Nous devons démontrer à la CNIL que toutes les personnes qui manipulent des données personnelles ont été sensibilisées, informées ou formées à la protection des données personnelles : article paru dans le magazine interne TOTEM mag ; animation d'un atelier RGPD lors du Business Ethics Day du 10 décembre dernier ; formation auprès des assistantes de direction et information des correspondants communication de TMF pour ajouter les mentions d'information RGPD à tous les questionnaires ou enquêtes réalisés.



Les chantiers prévus en 2021...

S'assurer de la conformité RGPD dès la conception d'un projet.

Vous devez être capable de démontrer la conformité RGPD de toute application, tout outil, toute opération marketing, tout nouveau produit ou service qui utilise des données personnelles.

[Pour plus d'informations, contactez le référent protection des \(DPL\) sur la version en ligne de L'aparté](#)

Mettre en conformité les sites web et les applications mobiles avant le 31 mars 2021.

Il y a de nombreuses obligations à respecter : les mentions d'informations, les conditions générales d'utilisation (CGU), la charte de données personnelles et traceurs, le bandeau cookies et autres traceurs et pour finir la collecte du consentement.

Vous devez appliquer au plus tard le 31 mars 2021 les nouvelles lignes directrices de la CNIL sur les cookies et autres traceurs.

Pour plus d'informations, n'hésitez pas à visionner le webinaire "La conformité des sites Internet au RGPD" sur la version en ligne de L'aparté.

Définir le programme de contrôle des traitements pour TMF.

Nous devons démontrer que nous avons un programme de contrôle cohérent qui permet de garantir la conformité RGPD de l'ensemble des activités de traitement. Il est important de détailler qui contrôle quoi, quand, comment et de conserver les preuves de ces contrôles.

Pour lire l'article au complet, consultez-le [sur la version en ligne de L'aparté](#)



Sécurité : l'heure du bilan

2020, une année particulière pour tous mais qui révèle des résultats HSE encourageants. Bilan avec Emmanuelle KOSCHER, chef du département Sécurité Santé Sûreté.

Quel bilan feriez-vous de cette année de crise sanitaire pour TMF en matière de sécurité et de santé ?

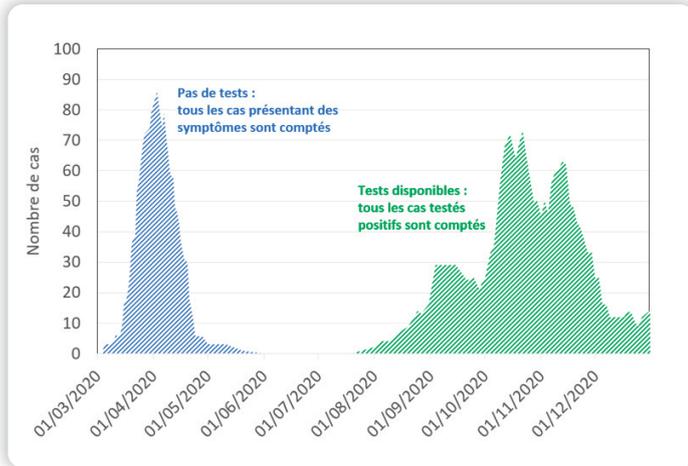
Il m'est impossible de faire un bilan sécurité – santé de l'année 2020 sans évoquer l'épidémie de Covid-19 qui touche les collaborateurs et activités de TMF.





D'un point de vue statistique tout d'abord, 400 collaborateurs de TMF ont déclaré la maladie en 2020. Ce chiffre est à considérer avec précaution car 40 à 50% des porteurs du virus sont asymptomatiques. De plus, le recensement des cas a évolué.

En début d'épidémie, les "cas probables", ceux présentant les symptômes, étaient comptabilisés et un très faible pourcentage d'entre eux ont été finalement confirmés. Depuis l'arrivée des tests de dépistage, on distingue à la fois les "cas avérés", c'est-à-dire confirmés par un test positif et les "cas contact". Malgré ces difficultés de comptage, la courbe du nombre de cas parmi les collaborateurs de TMF ressemble fortement à celle de la population générale.



Au-delà de ces considérations statistiques, l'épidémie a bouleversé nos façons de travailler. De nouvelles mesures de prévention ont dû être adoptées en stations-service, dans les dépôts, sur les chantiers, en livraison chez les clients ou encore dans les bureaux.

En 2020, TMF a enregistré 19 événements impactants le TRIR, contre 24 en 2019. Ce qui donne un TRIR de 1,12 à fin décembre. C'est un très bon résultat, meilleur que la cible fixée !

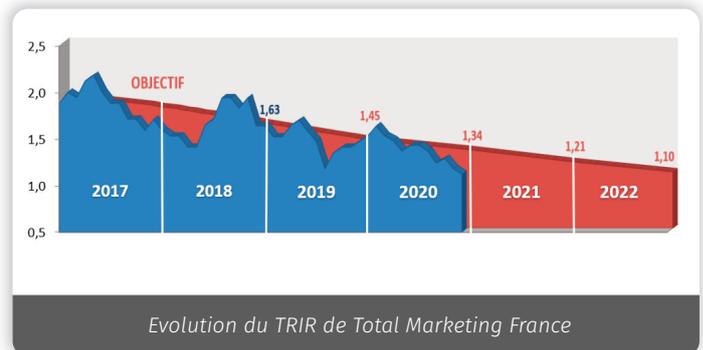
Il est important de souligner que contrairement à 2019, aucun événement TRIR n'est la conséquence de malveillance. Les actions de sensibilisation à la prévention des incivilités, engagées les années précédentes, ont donc porté leurs fruits. Elles seront bien sûr poursuivies en 2021 et étendues à tous les métiers, en particulier aux opérateurs de la direction Mobilités et Nouvelles Energies qui seront exposés aux incivilités sur la voie publique.

TMF compte également 8 événements à haut potentiel de gravité (High Potential events ou HIPO) parmi lesquels 5 sont des accidents de la route (4 poids-lourds et 1 véhicule léger). Ce chiffre confirme que la circulation routière est définitivement une activité à risques pour TMF. Ramené au nombre de kilomètres parcourus, il place TMF au même niveau que certaines filiales opérant sur des routes a priori moins sécurisées que les routes françaises. J'attire votre vigilance sur les progrès à mener avec nos partenaires transporteurs !

Annoncé dans le dernier numéro de L'aparté, le programme "Nos Vies Avant Tout" sera déployé très prochainement. Il concerne pour l'instant les travaux à risques mais sera étendu au transport.

Les tournées sécurité conjointes avec nos partenaires transporteurs, le rituel "Feu vert sécurité" qui bascule nos cerveaux du "mode routine" au "mode vigilance" et la vérification de l'application des règles de sécurité sont autant d'actions efficaces pour éviter les accidents liés aux travaux comme ceux liés au transport.

Gardons la conviction que tous les événements peuvent être évités !



Evolution du TRIR de Total Marketing France



A bon appétit... vient Argedis !

En créant une nouvelle société dédiée à la restauration, **Progeres**, Argedis marque un tournant dans son développement sur un secteur qui sera demain au cœur de ses activités.

Avec l'évolution du marché du carburant qui se tourne davantage vers l'électrique, **Progeres, filiale à 100% d'Argedis, se présente comme un véritable relais de croissance et offre de nouvelles opportunités de business.** Deux premiers sites opérés uniquement en restauration ont ouvert en janvier : Galande La Sablière (à Réau, en Seine-et-Marne) et Chien Blanc (Gissey-le-Vieil, en Côte-d'Or). Un troisième site va ouvrir en mars sur le relais Agen Porte d'Aquitaine (à Porteteny, en Lot-et-Garonne).





TRANSFORMATION DE NOS ACTIVITÉS

Cette stratégie basée sur l'investissement massif dans le secteur de la restauration sur routes et autoroutes se traduit également par **la mise en place de partenariats avec de nouvelles enseignes** ; par exemple, l'italien Stratto en novembre dernier sur le relais de Chantemerle. Les clients pourront aussi prochainement découvrir Crêp'eat et ses galettes de sarrasin, Flunch et sa variante sandwicherie (Flunch Café), Roberta Caffè ou encore Maison Pradier et Marie Blachère. Le tout nouveau concept Paul le Café avec ses recettes issues du terroir viendra également régaler les papilles des Français à la recherche de produits aux saveurs d'antan.



Mais la grande nouveauté cette année est l'arrivée d'une des enseignes de fast-foods les plus populaires : KFC sur le relais de Bosgouet Nord (dans l'Eure) au mois de septembre. Un vrai challenge pour les équipes qui vont devoir se former à de nouveaux process de préparation alimentaire. Une façon aussi de valoriser l'expertise sur la restauration rapide, qui est actuellement en discussion avec Burger King.. Les clients peuvent également trouver en

station un concept de restauration innovant : le foodtruck. Proposant les offres des enseignes telles que Charal ou Manhattan Hot Dog, ces camions de restauration sont en place depuis plusieurs années. Mais avec la crise sanitaire et la fermeture des restaurants, ils rencontrent un fort succès. A tel point que de plus en plus de sociétés d'autoroute sont désormais intéressées pour les gros pics d'affluence.

Une stratégie de développement qui représente **un défi de taille pour les équipes d'Argedis et promet de belles perspectives d'avenir.**

CHIFFRES CLÉS



Le nombre de restaurants exploités par Argedis sera de

215 d'ici 2022

(contre 199 en 2019)



sur 130 sites

(contre 121 aujourd'hui)



PERFORMANCE & EXCELLENCE CLIENT

Fraikin choisit Total Lubrifiants comme fournisseur privilégié

Total Lubrifiants poursuit son développement sur le marché des lubrifiants automobiles grâce à l'acquisition d'un client clé : Fraikin, leader européen de la location de véhicules industriels, utilitaires et commerciaux.

C'est au mois d'avril dernier que le groupe Fraikin, leader des véhicules industriels avec une flotte de 35 000 véhicules poids lourds et véhicules utilitaires légers, a choisi de faire confiance à Total Lubrifiants pour son approvisionnement en lubrifiants.

Total Lubrifiants a su se démarquer et faire la différence en proposant une gamme de produits de qualité et adaptée aux besoins du groupe. La plus-value qu'apporte Total sur les Certificats d'Economies d'énergie (CEE) a également été déterminante dans le choix de Fraikin. "Nous avons su montrer une seconde fois que nos produits Fuel Economy sont bien économiseurs de carburant et apportent ainsi une réduction significative de CO₂", souligne **Cyril GAMAND**, chef de Marché Transport à la direction Lubrifiants France.

Un réel atout qui permet aussi à Fraikin de réduire sa consommation de 0.17cts €/litre de carburant grâce au dispositif des CEE.



"Dès le début de l'appel d'offre, Total a mis à disposition des équipes de Fraikin un ingénieur spécialiste lubrifiants et un ingénieur commercial. Ce binôme a su analyser notre flotte, saisir nos besoins et nos contraintes pour construire une offre sur mesure que nous avons mise en place au sein de notre réseau depuis le 1^{er} février 2020", explique **Jérôme GAUTIER**, responsable Achat chez Fraikin.

Avec le rachat de Via Location⁽¹⁾ en octobre dernier, Fraikin s'impose comme le leader européen dans le secteur en élargissant considérablement sa flotte de véhicules. Un vrai enjeu stratégique de développement pour Total qui après la France se voit offrir de belles opportunités de croissance à l'international.

(1) Société spécialisée dans la location, l'entretien et la gestion de parc de véhicules utilitaires et poids lourds.

Nos filiales

COMMERCE GÉNÉRAL

Alvéa

charvet
lamurebianco

CPE
BARDOUT

CPO

fioulmarket.fr
Partout en France, le fioul au meilleur prix

TOTAL
PROXI ÉNERGIES
Nord Est

Stedis

udp
URBAINE DES PÉTROLES

YSBLUE

MOBILITÉ ET NOUVELLES ÉNERGIES

TEVGO

LUBRIFIANTS

TOTAL
LUBRIFIANTS
SERVICES
AUTOMOBILE

RÉSEAU

TOTAL
wash

TOTAL CORSE

Argedis