



ÉDITO

Engageons-nous pour une décennie de transformation !

Allier les énergies du présent et celles du futur

Vous le savez, Total est devenu TotalEnergies. Nouveau nom, nouveau logo, mais surtout affirmation d'une dynamique. Si nous voulons rester maîtres de notre destin, **la meilleure tactique possible est d'intégrer pleinement le défi climatique dans notre stratégie**. Il nous faut donc réinventer la production et la consommation d'énergie **pour atteindre la neutralité carbone à l'horizon 2050**, en phase avec la société.

Cette transformation suppose de passer rapidement certains caps, que la Compagnie a formalisés. Grâce au développement de solutions multi-énergies, **les produits pétroliers ne représenteront plus que 35% des énergies vendues à nos clients en 2030 – contre 55% en 2019**. Dans le même temps, **le gaz passera de 40% à 50% et l'électricité de 5% à 15%**.

Pour mesurer l'ampleur du changement, il faut avoir en tête que le **mix énergétique mondial repose aujourd'hui à 80% sur les hydrocarbures...** Voilà pourquoi la transformation se fera nécessairement pas à pas, en donnant toute leur place aux énergies du présent, qui nous aideront à financer le développement des énergies du futur.

Des atouts de poids pour concrétiser notre ambition

Notre statut est celui d'un leader mondial dont les compétences techniques, d'ingénierie et de maîtrise d'ouvrage ont déjà contribué à de nombreuses réussites dans les nouvelles énergies. Nous tirons aussi notre force de notre modèle intégré, qui nous donne la possibilité de répartir le risque sur toute la chaîne de valeur et de bien connaître les mécanismes de marché. Cela reste vrai pour les nouvelles énergies, que la Compagnie entend à la fois produire et distribuer.

Il faut encore mentionner la puissance de notre marque, qui se traduit par un capital confiance majeur sur lequel nous pourrions nous appuyer, ainsi que la solidité de nos positions géographiques, particulièrement en Europe, en Afrique et au Moyen-Orient. Je n'oublie pas nos valeurs de sécurité, d'éthique et de solidarité, qui ont toujours constitué le ciment de nos succès.

Les piliers stratégiques vont soutenir le changement

Comment tout cela va-t-il se concrétiser à l'échelle de TotalEnergies Marketing France ? **La Transformation de nos activités** – l'un de nos quatre piliers stratégiques – sera parfaitement alignée sur celle de la Compagnie. En clair, nous allons continuer à diversifier nos offres dans les énergies du présent, et cela pour tous les métiers, mais aussi à développer les nouvelles énergies. Dès 2025, nous voulons atteindre 10% de parts de marché sur les bornes de recharge pour véhicules électriques et 25% pour le GNV.

Chacun des trois autres piliers stratégiques va servir de levier d'amélioration. C'est vrai pour **la Performance et l'Excellence Client**,



puisque nous devons assurer la sécurité des femmes et des hommes, mais aussi délivrer à l'heure et selon des coûts préalablement évalués pour être profitable dans tous nos secteurs d'activité. Notre « logiciel commercial » doit désormais reposer sur des objectifs de valorisation des produits plutôt que sur des objectifs de volumes.

C'est vrai, aussi, pour **l'Engagement Sociétal et Environnemental**. Le Développement Durable est votre action, individuellement et collectivement. En aidant les clients à se transformer et à réduire leurs émissions, en contribuant au développement économique des régions et à l'insertion des jeunes, vous participez aux objectifs de TotalEnergies Marketing France.

C'est vrai, enfin, pour **Better Together**, puisque nos points forts pour concrétiser la transition énergétique sont liés à notre compétence technique, à notre savoir-faire, à la façon dont nous menons nos projets et dont nous promovons le bien-vivre ensemble. Il faut absolument maintenir et conforter ces caractéristiques.

Armons-nous de flexibilité, d'empathie et d'envie

Comme toute transformation, la nôtre peut susciter des craintes. Oui, notre quotidien va potentiellement changer. Des repères, des automatismes, des réflexes sont ou seront perdus, d'autres leur succéderont après un temps d'apprentissage. Tout cela est parfaitement normal et j'en fais moi-même l'expérience.

Lorsqu'on fait face, collectivement, à un contexte où le nombre de repères tend à diminuer et le nombre de questions à augmenter, un changement de mentalité s'impose. **Ecoute, indulgence, empathie, accompagnement, volonté d'apprendre ensemble, capacité à abandonner le chemin sur lequel on s'est engagé si cela s'avère nécessaire : tels sont quelques-uns des mots-clés pour qualifier la posture à adopter**. Leur appropriation va sans doute nous conduire à réajuster les modes d'appréciation de la performance en interne.

Réalisons cette mue ensemble, en conservant l'esprit d'entraide et de respect mutuel qui fait notre force ! Les perspectives sont pleines de promesse. Nous vivons la transformation de notre compagnie pour inventer de nouveaux produits et proposer de nouvelles solutions. Il faut vivre ce moment avec enthousiasme et envie !



BETTER TOGETHER

Euro 2021 : Qui sera le champion du prono ?

Avec le "TMF Euro Challenge", vous êtes **plus de 1 400 à être entrés sur le terrain des pronostics et à avoir pris part de manière ludique** à l'Euro de foot 2021 qui a débuté le 11 juin dernier.

Débrief des pronostics de matchs, suivi des classements individuels et par équipes... ce jeu est un **vrai succès** ! En ces temps si particuliers, il permet de fédérer les équipes autour d'un événement sportif populaire.

A l'heure où nous bouclons ce numéro de L'aparté, nous connaissons l'affiche de la finale : Italie – Angleterre.

Consultez le classement général sur la version en ligne de L'aparté.

Au niveau du challenge par équipes, la **régularité du Commerce Général** impressionne depuis le début du concours, va-t-il être détrôné ?

Alors, prêt à aborder la dernière ligne droite de la compétition avec en point de mire la finale qui se tiendra le dimanche 11 juillet à 21 heures ? Visez juste pour les derniers pronostics !



Pour jouer, rendez-vous sur le site

<https://www.challenge-pronostics-sportifs-tmf.fr>

Qui sera le grand champion de ce jeu ? Retrouvez tous les classements finaux dans le prochain numéro !

Retrouvez la liste des gagnants par tour de jeu sur la version en ligne de L'aparté.



ENGAGEMENT SOCIÉTAL & ENVIRONNEMENTAL

Jetez ? Non, compostez !

Depuis un an, le relais du Mont Saint-Michel a installé un composteur pour les déchets alimentaires quotidiens de la station. Une démarche de valorisation initiée par les équipes HSEQ de TotalEnergies Marketing France en collaboration avec la filiale Argedis.

Retrouvez la vidéo sur la version en ligne de L'aparté.





Un outil "tout en un" pour piloter la mobilité des pros



En lançant la Carte Mobility Corporate, TotalEnergies Marketing France ambitionne **d'accompagner les professionnels tout au long de leurs déplacements**. Les entreprises disposent maintenant **d'une nouvelle carte de paiement pour toutes les dépenses de mobilité professionnelle de leurs collaborateurs** y compris pour ceux ne disposant pas de véhicule de fonction ou de service. Tous les frais sont remontés sur l'outil de gestion, permettant **de piloter le Total Cost of Mobility** et les collaborateurs disposent d'une solution permettant de ne plus avancer d'argent lors de leurs déplacements professionnels **et de gagner du temps**.

Une seule et même carte pour tous les collaborateurs et tous les frais de déplacement professionnel, un seul et même outil de gestion pour mieux maîtriser le budget mobilité de l'entreprise : aux gestionnaires de flotte, la nouvelle Carte Mobility Corporate apporte des **avantages significatifs**. Il leur est désormais possible, très simplement et rapidement, de paramétrer les plafonds selon les profils de collaborateurs, de gérer la TVA ou encore d'accéder à des fonctions de reporting avancé.

Côté utilisateurs, **la grande nouveauté du produit** lancé par TotalEnergies Marketing France est **la couverture de sept univers de dépense dans le réseau Mastercard** : hôtellerie, restauration, voyages, transports en commun, location de voiture, taxis et maintenance automobile. Avec des points d'acceptation répartis dans **210 pays – 120 000 bornes de recharge électrique et 17 000 stations-service en Europe**, les principaux péages... –, les utilisateurs bénéficient d'une **flexibilité et d'une facilité** d'usage inédites.

L'autre point fort de la Carte Mobility Corporate réside dans **l'application MyCard**, qui permet de suivre ses dépenses, de visualiser ses autorisations et même de scanner ses justificatifs – fini les notes de frais – depuis son smartphone. Un **gain de temps** appréciable !

À savoir : la carte est adaptée à toutes les typologies d'entreprise ainsi qu'à tous les profils de collaborateur, qu'ils disposent ou non d'un véhicule professionnel.

Retrouvez la vidéo de l'interview de Philippe CALLEJON sur la version en ligne de L'aparté.

Simplifiez votre gestion des frais de mobilité professionnelle Nouvelle carte Mobility Corporate de TotalEnergies

2 456€/an
dépense moyenne d'un salarié français en notes de frais
Banquette annuel L'Espresso 2019

53€
coût moyen du traitement d'une note de frais
Etude Traveler 360° publiée par American Express GBI 2018

Des besoins toujours plus variés
hôtels, restaurants, carburants, transport en commun, taxis, mais aussi des locations de véhicules ou encore de vélos...

Une seule et même carte
pour tous vos collaborateurs et pour tous les frais de déplacements professionnels

Un seul et même outil de gestion
pour réduire le temps passé au traitement des notes de frais et maîtriser votre budget

UN RÉSEAU ACCEPTEUR MULTI-ÉNERGIES ET MULTI-SERVICES
Pour toutes les dépenses pro !

3 500 stations TotalEnergies et partenaires en France

20 000 bornes de recharge électrique
+ de 1000 centres Wash

1500 parkings

TOUS les péages en France

Carte acceptée dans 210 pays

- Voyages
- Restaurants
- Hôtels
- Taxis
- Transports publics
- Maintenance
- Locations de véhicules

UN OUTIL DE GESTION DÉDIÉ POUR PILOTER ET MAÎTRISER VOTRE BUDGET

- Visualisation de la TVA
- Paramétrage des plafonds personnalisables par collaborateur
- Gestion des cartes
- Suivi des dépenses
- Analyse du TCM (Total Cost of Mobility)

UN GAIN DE TEMPS POUR VOS COLLABORATEURS

Simple et rapide !

- aucune avance de frais pour vos collaborateurs avec l'app MyCard
- Localisation de stations-services
- Consultation des autorisations
- Scan des justificatifs
- Historique des dépenses

Alice
Infirmière libérale

Mélissa
Directrice administrative dans une PME

Antoine
Manager dans une régie publique

Je souhaite gagner du temps pour le consacrer à mes patients. L'outil de gestion en ligne me permet de rembourser toutes mes dépenses professionnelles sur un seul outil et m'aide à calculer ma déduction fiscale.

Grâce à l'outil de gestion en ligne, j'ai accès à l'ensemble des frais de mobilité de mes collaborateurs, ce qui me permet de piloter et d'optimiser plus facilement les dépenses. La récupération de TVA est facilitée. Je gagne du temps et ce sont des économies pour toute l'entreprise.

Les déplacements professionnels sont plus zéro. Je n'ai plus besoin de saisir les notes de frais et d'attendre leurs remboursements.

PROFITEZ DÈS AUJOURD'HUI DE TOUS SES AVANTAGES

Collaborateurs :
Une seule carte pour tous les frais de déplacements professionnels
Pas d'avance de frais
Fini les notes de frais grâce au scan des tickets dans l'app MyCard

Gestionnaire :
Une seule solution personnalisable pour tous les collaborateurs
Gestion simplifiée de la TVA
Facture unique
Budget mieux maîtrisé

DÉCOUVREZ LA CARTE MOBILITY CORPORATE DE TOTALENERGIES
et les offres Mobility sur

mobility.totalenergies.com/fr

ou

+33 (0)1 84 94 84 84

Carte Mobility Corporate émise par la Cassa Fedérat de Crédit Mutuel Ciochem en coopération à l'initiative de la Caisse d'Allocations Familiales (CAF) et de la Caisse d'Allocations Familiales (CAF) de la région Île-de-France. Le service de gestion des cartes est assuré par la Caisse d'Allocations Familiales (CAF) de la région Île-de-France. Le service de gestion des cartes est assuré par la Caisse d'Allocations Familiales (CAF) de la région Île-de-France. Le service de gestion des cartes est assuré par la Caisse d'Allocations Familiales (CAF) de la région Île-de-France.



Kleber Malecot, une jolie prise pour les "Lubs"



TotalEnergies Lubrifiants Entreprise traverse une période faste : à fin avril 2021, son portefeuille s'était enrichi de **90 nouveaux clients** ! Une de ces conquêtes se distingue particulièrement : celle du concessionnaire **Kleber Malecot**. **Jean-Luc MAZOYER**, chef de secteur Ouest, et **Francis RODRIGUEZ**, directeur régional des ventes Bretagne/Normandie, expliquent pourquoi.



Francis RODRIGUEZ



Jean-Luc MAZOYER

Début 2021, TotalEnergies Lubrifiants Entreprise a signé un contrat avec Kleber Malecot. Quelle est l'origine de ce partenariat ?

Jean-Luc MAZOYER : Kleber Malecot est concessionnaire exclusif de la marque Volvo Construction Equipment. Il assure également la vente de machines agricoles Deutz Fahr et Case IH. Son activité se déploie sur une quinzaine de départements de l'Est à l'Ouest de la France. C'est un acteur qui représente un **potentiel d'affaires annuel de 200 m³**.

Cette possibilité s'est présentée de manière à la fois imprévue et naturelle. J'entretiens depuis plusieurs années de très bonnes relations avec l'ancien acheteur d'un concessionnaire agricole Claas. Qui, après avoir donné sa démission, a rejoint Kleber Malecot... Cette personne nous connaît bien et sait comment nous fonctionnons. Nous sommes entrés en **négociation en décembre 2020**, nous avons signé le contrat en février et les premières livraisons sont intervenues dès le mois de mars.

Francis RODRIGUEZ : Quand on sait que la plupart de nos contrats portent sur des volumes compris entre 5 et 20 m³, on comprend l'intérêt qu'a éveillé, dans nos équipes, la possibilité de travailler avec Kleber Malecot !

Quelles étaient les principales attentes exprimées par le client ?

J.-L. M. : Kleber Malecot était approvisionné en lubrifiants par la Genuine Volvo. Pour autant, il attendait **davantage de proximité et de réactivité de la part de son fournisseur**, par exemple pour pouvoir compter sur des mesures rapides et appropriées en cas de problème sur une livraison. Une autre attente prioritaire était d'**avoir un interlocuteur unique pour tous les sujets d'échange avec le Groupe**.

F. R. : Afin de maximiser nos chances d'emporter la décision, nous avons constitué **une équipe réunissant Jean-Luc, Christophe BONHEUR (chef de**

marché), Jean-Yves STAGNOL (ingénieur technico-commercial de la région Ouest) et moi-même. L'enjeu était de formaliser une **offre techniquement irréprochable** et de la chiffrer au juste prix. L'expérience d'un contrat de 400 m³ signé par la même équipe en 2017 avec le concessionnaire BPM Group (Mercedes) a été précieuse : nous savions que nous étions en mesure de gérer un acteur d'une telle taille et nous avons pu **capitaliser sur cette réussite**.

Qu'est-ce qui a fait la différence pour évincer la concurrence ?

F. R. : Outre le relationnel établi par Jean-Luc avec l'acheteur, je pense que notre **proximité commerciale et notre service technique dédié** ont eu un rôle déterminant dans la conquête de Kleber Malecot. Nous avons **signé pour cinq ans** et nous nous sommes engagés à livrer **les 13 sites** du concessionnaire en lui apportant des réponses sur-mesure dans des délais compétitifs.

J.-L. M. : On peut sans doute ajouter **l'étendue et la qualité reconnue de notre gamme de produits**, qui couvre tout le spectre des utilisations possibles, ainsi que notre capacité à animer le réseau du client. Une fois par an au moins, nous organiserons des **opérations marketing pour promouvoir nos lubrifiants auprès des clients de Kleber Malecot**. Tout cela nous a permis de prendre le dessus sur la Genuine Volvo mais aussi sur Igol, également présent chez ce client sur le secteur agricole. À signaler : notre nouveau client ayant des besoins en gazole non routier (GNR), **nous avons suggéré à la filiale CPO de pousser son offre de fourniture de carburant**. Un bel exemple de synergie, et un succès à la clé pour CPO...

À ce jour, quel bilan peut-on dresser du rapprochement entre TotalEnergies Lubrifiants Entreprise et Kleber Malecot ?

J.-L. M. : Sur le plan opérationnel, la machine est lancée puisque **nous avons déjà livré 60 m³**. Même si nous sommes confrontés, comme tous les acteurs du marché, à une pénurie de matières premières, nous faisons en sorte de **minimiser les effets collatéraux** sur Kleber Malecot. Sur le plan commercial, le gain de ce contrat **agrandit notre capital client** et nous place dans une dynamique intéressante. Cela nous donne de la confiance car ce n'est pas tous les jours que l'on se voit confier la fourniture de 200 m³.

F. R. : Comme chaque année, nous avons mis en œuvre un **plan de prospection** en vue d'identifier et de concrétiser de nouvelles opportunités. Structurellement, le marché des lubrifiants est en léger déclin. Nous devons **compenser cette tendance en gagnant des parts de marché**. Le fait d'avoir convaincu Kleber Malecot est donc une très bonne nouvelle. Mais en aucun cas une garantie pour l'avenir... Dans le commerce comme dans le sport, on remet les compteurs à zéro après chaque victoire !



La success story Belib' : un pari tenu !

Le 25 mars 2021, à quatre heures du matin, pour la première fois en France, sur un réseau en pleine exploitation, les équipes de TotalEnergies reprennent la supervision et l'opération des bornes de recharge électrique du réseau Belib' sans aucune rupture de service.

Découvrez les coulisses de cette success story en vidéo sur la version en ligne de L'aparté.



Accompagner la ville de Paris pour contribuer à l'essor de l'électromobilité

RÉSEAU BELIB'

Un vaste réseau à travers la capitale

- 50% de points de recharge disponibles en plus
- + de 2300 points de recharge répartis sur
- 443 stations Belib' avec des puissances de recharge allant de 3 à 50 kW

BELIB', CHACUN SON USAGE, CHACUN SON TARIF !

- 4 offres de recharge en fonction de la puissance des bornes pour s'adapter au mieux à vos usages
- Un accès facilité à la recharge grâce à un système de rotation des places de recharge
- 1 abonnement unique à seulement 7€/an

3 moyens de paiement disponibles :

- Carte bancaire
- Badge Belib' (à réserver et à échanger au moment de la recharge)
- Cartes d'opérateurs de mobilité (à réserver et à échanger au moment de la recharge)

DES ÉQUIPES DISPONIBLES ET COMPÉTENTES

- Un service client disponible 24/7 au 01 85 16 94 02 (appel non courtois)
- Une équipe de maintenance dédiée au réseau Belib'

UNE MOBILITÉ DURABLE

- ÉLECTRICITÉ VERTE** : certifiée à 100% renouvelable jusqu'à fin 2024, fournie par un parc de nouvelles centrales solaires en France
- RECYCLAGE DES ANCIENNES BORNES ADAPTÉES** : vers les filières adaptées, tout en récupérant un maximum d'éléments existants
- BORNES ASSEMBLÉES EN FRANCE** : afin de contribuer au développement des PME industrielles françaises.

UN RÉSEAU QUI SE RÉNOUVE ET S'AGRANDIT

Année	Jan 2021	Juin	Novembre	Décembre	Jan 2022	Jan 2025
Nombre de bornes	276	308	1100	1100	1100	1390

Grâce à l'application Belib', vous pourrez :

- ✓ Trouver et réserver* votre borne.
- ✓ Gérer votre abonnement*
- ✓ Gérer votre facturation simplement

*service réservé aux abonnés à 5

Disponible sur Google Play et l'App Store



Adieu les gants jetables, on s'engage sur du durable

TotalEnergies Marketing France a décidé de s'engager de manière proactive en proposant **une solution alternative** à l'utilisation de gants jetables dans les stations-service et ainsi **limiter l'impact environnemental**. Focus.

L'histoire commence lorsque les équipes Marketing-Réseau de TotalEnergies Marketing France ont cherché à réduire **l'utilisation du plastique dans les stations-service** et plus particulièrement des gants jetables. Consulté afin de connaître les offres du marché, le département Achats a réalisé **un premier sourcing** des fournisseurs potentiels permettant aux équipes du Réseau de mieux définir leur besoin et d'affiner leurs critères. **C'est en début d'année 2020 que l'appel d'offres pour l'approvisionnement en gants de piste réutilisables a été lancé.** Une fois le besoin défini et ajusté, le cahier des charges rédigé, place à l'analyse des offres et au choix du fournisseur. **C'est la solution proposée par la société Isa France⁽¹⁾ qui a été choisie en novembre 2020 avec pour objectif de supprimer les gants jetables dans toutes les stations TotalEnergies d'ici la fin du deuxième trimestre 2021.** Ils se sont distingués par la qualité de leur offre sur les aspects technique, marketing – produit et prix.

Considéré comme un EPI (équipement de protection individuel) indispensable à la sécurité des usagers en stations-service, **le gant réutilisable vient donc remplacer celui à usage unique.** Cette nouvelle solution sélectionnée remplit un certain nombre de critères : **résistance à l'abrasion, à la coupure par tranchage, ou encore à la perforation.** Mais ce qui a particulièrement fait la différence, c'est sa **fonction tactile de très haute sensibilité.** Un réel atout pour l'utilisation des écrans désormais



tactiles dans les stations-service du réseau TotalEnergies.

Ces gants sont également dotés d'une protection pour l'utilisation d'huiles avec un excellent grip leur permettant de saisir tout type d'objets glissants. **"Ils sont très élégants et la pochette qui va avec permet de les protéger pour la prochaine utilisation. Ce projet apporte une vraie valeur ajoutée en transformant ce qui aujourd'hui est une contrainte en opportunité et va permettre de réduire considérablement notre impact écologique"**, souligne **Sopheaktra DUONG**, acheteur au sein du service Achat Marketing Etudes et Négocier de TotalEnergies Marketing France.

L'adoption de la loi anti-gaspillage en février 2020 est venue confirmer la position de TotalEnergies Marketing France comme précurseur sur le sujet. **"En lançant ce projet, les équipes de la direction Réseau avaient déjà anticipé l'interdiction des produits plastiques en cherchant des solutions alternatives"**, conclut **Sopheaktra**.

Disponibles dans les stations depuis le mois de juin, ces gants réutilisables sont proposés à la vente pour les clients. Un beau projet d'équipe et un pas de plus pour TotalEnergies vers la neutralité carbone.

CHIFFRES CLÉS



90 millions
de gants jetés par an



pour un budget de
270 000 € / an

COMMENT ÇA MARCHE UN APPEL D'OFFRES (AO) ?

- **Clarification Besoins & Périmètre**
 - Définition du besoin (dans les grandes lignes)
 - Rédaction d'un Cahier Des Charges (CDC)
- **RFI (Request For Information)**
 - Sourcing fournisseurs + offres du marché
- **RFP (Request For Proposal)**
 - Analyse des offres
 - Négociation (business & contrat)
 - Attribution du Marché + Contractualisation
- **Suivi du déploiement du Contrat**
- **Réajustement du CDC / Besoin**

(1) Isa France est une société spécialisée dans la conception et le développement de vêtements de travail, d'uniformes et d'accessoires en tout genre à destination du personnel des entreprises et des administrations.



Pleins feux sur nos gisements de progrès !

TotalEnergies Marketing France transforme ses activités pour répondre à un objectif : aider ses clients à réduire leur empreinte carbone et à optimiser leur efficacité énergétique dans les domaines de la mobilité et de l'habitat. Pour renforcer l'efficacité de cette démarche, l'entreprise a voulu quantifier ses émissions de CO₂. Le point avec Laurent LAINÉ, chef du département Maestro & Excellence Opérationnelle à la direction HSEQ, et Maude CHAUSSEPIED, responsable Performance Environnementale au sein de cette même entité.



GREENHOUSE
GAS PROTOCOL

Pourquoi a-t-il été décidé de réaliser notre bilan carbone de l'entreprise ?

Laurent LAINÉ : Le volet Développement Durable est, plus que jamais, intrinsèque à notre business. L'objectif revendiqué par la Compagnie d'atteindre la neutralité carbone à l'horizon 2050 en Europe et sa transformation récente en TotalEnergies sont les signes d'un véritable ancrage dans la logique de transition énergétique.

Pour TotalEnergies Marketing France, devenir le partenaire de la neutralité carbone des clients suppose d'identifier les principaux postes d'émissions de CO₂ et les moyens permettant de diminuer ces dernières. C'est à ces conditions que nous garderons ou obtiendrons une position dominante dans nos marchés.

Il y a donc de très bonnes raisons pour réaliser notre bilan carbone !

Quels sont les acteurs mobilisés dans cette démarche ?

Maude CHAUSSEPIED : En interne, nous nous sommes appuyés sur les correspondants Environnement et leurs interlocuteurs en filiales. L'équipe du Contrôle de gestion, quant à elle, a fourni les données chiffrées sur les produits vendus, qui constituent des composantes importantes du Scope 3 (périmètre concernant les émissions indirectes associées aux activités aval, et notamment à l'utilisation des produits vendus). Nous avons, par ailleurs, fait appel à GreenFlex. Cette entreprise, spécialisée dans l'accompagnement de la transition environnementale et sociétale des entreprises et des territoires, est experte en réalisation de bilan carbone. Pour ce qui est de la méthodologie, nous avons choisi d'intégrer toutes les entités et filiales de l'entreprise, et de prendre 2019 comme année de référence – compte tenu du caractère non représentatif de l'exercice 2020.

Quels postes d'émissions ont été pris en compte ?

M. C. : La comptabilité carbone classe les émissions de gaz à effet de serre en trois périmètres : le Scope 1 (émissions directes), le Scope 2 (émissions indirectes associées à la consommation d'électricité de nos propres sites) et le Scope 3.



Le Scope 1 se rapporte notamment aux installations de l'entreprise et à ses véhicules (de fonction, poids lourds et utilitaires). Avec **32 ktonnes** en 2019, il ne représente pas une zone d'émissions extrêmement importante dans les activités de TotalEnergies Marketing France. C'est la flotte de poids lourds du Commerce Général qui se révèle la plus contributrice (**22 ktonnes**). La consommation d'électricité achetée, qui correspond au Scope 2, compte pour 3,2 kilotonnes.

La part la plus significative revient, de loin, au scope 3 et notamment à sa catégorie 11 (émissions liées aux produits vendus) : **53 373 ktonnes d'émissions de CO₂**.

Ce dernier, qui reste encore à compléter pour les 14 autres typologies d'émissions, est et restera évidemment au cœur de notre stratégie de réduction de l'empreinte carbone.



Comment le bilan carbone va-t-il servir de guide pour passer à l'action ?

L. L. : Même si, dans les grandes masses, les principaux enseignements ressortent, nous sommes encore dans la phase de collecte et d'analyse des données. Nous communiquerons très prochainement les résultats détaillés, dont les plans d'action pourront ensuite être déduits.

Mais, sur chaque périmètre, des démarches sont d'ores-et-déjà engagées en lien avec le Plan Long Terme 2020-2030.

Prenons par exemple le Scope 1 : un des projets consiste à basculer au GNV le parc de camions en flotte propre au périmètre du Commerce Général. Entre 2020 et 2030, cela représentera 7 camions « convertis » chaque année.

M. C. : S'agissant du Scope 2, diverses initiatives sont à l'ordre du jour. Citons le programme « Efficacité énergétique » sur le périmètre certifié ISO 50001 (avec un objectif de réduction des consommations de 10% entre 2021 et 2024) ou encore l'implantation de panneaux solaires photovoltaïques dans les stations-service.



TRANSFORMATION DE NOS ACTIVITÉS

Pour ce qui concerne la catégorie 11 du Scope 3, le but poursuivi est ambitieux puisque nous tablons sur une réduction des émissions de l'ordre de 40% d'ici à 2030. Pour y parvenir, nous devons mettre à disposition des énergies moins émissives et inciter nos clients à rendre leurs flottes plus propres.

Il s'agit donc de continuer à accélérer sur les produits biosourcés, les nouvelles énergies peu carbonées – GNC/GNL, hydrogène, pellets – et la mobilité électrique !

Pour les autres catégories du Scope 3, nous pourrions également, une fois la comptabilisation des émissions terminée (c'est une affaire de jours), mettre en place des actions ciblées (ex : déchets, transport...).

A bientôt pour concrètement parler des actions issues de ce bilan carbone.



ÉVÈNEMENT

La “minionerie” surfera dans les stations cet été !

Dès le 1^{er} juillet, ces drôles de petites créatures jaunes vont animer les stations-service du réseau TotalEnergies*.

Pour les clients non-clubistes ou avec un statut Silver :

Un plein de carburant de 25 litres minimum + 4,99€ = une serviette au choix

Quoi de mieux que le kit bébé pour équiper votre “bout’chou” cet été ? Comme chaque année demandez votre kit bébé gratuitement dans les stations TotalEnergies !

Du 1^{er} juillet au 31 août 2021, TotalEnergies lance son opération Kit bébé pour les enfants de moins de deux ans avec tout le nécessaire pour un voyage serein ! Rendez-vous dans les stations participantes** et demandez en caisse le kit correspondant à l'âge de votre enfant :

Kit 0-12 mois :

- Sac 0-12 mois “pieuvre”
- Calendrier de fruits et légumes de saison COMME DES PAPAS
- Culotte de bain HUGGIES little Swimmers
- Gourde de fruits : Pommes sans sucres ajoutés
- Jouet de bain “pieuvre”

Kit 13-24 mois :

- Sac 13-24 mois “Baleine”
- Calendrier de fruits et légumes de saison COMME DES PAPAS
- Culotte de bain HUGGIES little Swimmers
- Gourde de fruits : Pommes sans sucres ajoutés
- Jouet de bain “Baleine”



*Offre valable dans les stations aux marques TOTAL, TOTAL Access, TOTAL Contact, TotalEnergies, ELF, et ELAN participantes.

**Dans les stations-service du réseau TotalEnergies participant à l'opération, dans la limite de 250 000 kits bébé offerts, soit 125 000 kits 0-12 mois et 125 000 kits 13-24 mois. Un kit par enfant.

Nos filiales

COMMERCE GÉNÉRAL

Alvéa

charvet
lamurebianco

CPE
BARDOUT

CPO

fioulmarket.fr
Prestat en France le plus au meilleur prix

TotalEnergies
Proxi Nord Est

Stedis

udp
URBAINE DES PÉTROLES

YSBLUE

MOBILITÉS ET NOUVELLES ÉNERGIES

TEVGO

LUBRIFIANTS

TotalEnergies
Lubrifiants Services
Automobile

RÉSEAU

wash

TotalEnergies Corse

Argedis