



## Label RSE : en ordre de bataille derrière un projet commun

**TotalEnergies Marketing France vient d'obtenir le label Engagé RSE, niveau "confirmé" de l'AFNOR. Une récompense et un sujet de fierté pour toutes les équipes, dont l'engagement en faveur de l'impact sociétal positif de l'entreprise a été remarqué lors de l'audit.**

Même si ces trois lettres sont abondamment utilisées dans le monde de l'entreprise, la **notion de RSE** n'est pas toujours définie avec précision. **De quoi parle-t-on exactement ?** En menant des actions relevant de la responsabilité sociétale des entreprises (RSE), **les organisations intègrent à leurs activités et à leurs relations avec les parties prenantes des préoccupations sociales et environnementales.** Autrement dit, la RSE est la contribution volontaire des entreprises aux enjeux du Développement Durable (voir encadré).

Depuis 2018 et la création d'une équipe dédiée à la RSE, TotalEnergies Marketing France a fait du chemin. *"Dans le cadre de notre réorganisation, début 2020, nous avons formalisé une feuille de route où la responsabilité sociétale a été déterminée comme le cœur de la stratégie. Aujourd'hui, c'est une dimension fondamentale pour la marche de notre business et la mobilisation des collaborateurs"*, explique Blandine RUTY, directrice Communication & Relations Clients.

**Quatre objectifs** ont été établis en déclinaison de la politique de Développement Durable de la Compagnie et de la Branche :

1. **Atteindre** la neutralité carbone en 2050 ;
2. **Jouer** un rôle moteur dans la transition énergétique ;
3. **Contribuer** à l'inclusion sociale ;
4. Et **renforcer** l'ancrage territorial de l'entreprise.

*"Ces priorités vont dans le même sens que nos orientations commerciales, et c'est là toute la force du modèle, explique Blandine. En conseillant aux clients d'adopter des solutions de mobilité et de chauffage propres et pérennes, par exemple, nous participons activement à la transition énergétique."*

### Gros plan sur notre valeur ajoutée citoyenne

Pour maximiser les chances d'atteindre les objectifs, **la démarche Développement Durable de TotalEnergies Marketing France repose sur la mise en œuvre d'un système de gestion de la qualité** qui associe quatre séquences. À la planification et au déploiement succèdent le contrôle – sur la base du suivi d'indicateurs clés – et le réajustement éventuel des actions prioritaires.

*"En termes de pilotage, nous nous appuyons sur un réseau de correspondants DD/RSE formés dans chaque métier. Par ailleurs, deux membres du Comité de Direction s'assurent que les enjeux de Développement Durable sont pris en compte au plus haut niveau de l'entreprise"*, précise Blandine.



Une fois réunis ces éléments garants d'une politique concrète et structurée, **TotalEnergies Marketing France a voulu aller plus loin en initiant un processus de labellisation.** L'ambition ? dynamiser et fédérer en interne, mais aussi se doter d'un outil de certification et de preuves permettant aux équipes commerciales de mieux valoriser notre engagement auprès de l'ensemble des parties prenantes. *"Comment sommes-nous perçus à l'extérieur ? Comment intégrons-nous la dimension environnementale dans nos projets business ? Quelle valeur ajoutée citoyenne apportons-nous ? À un moment où le souci de faire advenir un monde plus respirable est largement partagé, la réponse à ces questions est essentielle"*, souligne Blandine.

Mis au point par l'AFNOR, **Engagé RSE est un des labels de référence internationale** pour évaluer la maturité de la politique RSE des entreprises. **Se le voir décerner est un avantage compétitif** certain pour répondre aux appels d'offres. **C'est sur la base de son référentiel que TotalEnergies Marketing France a obtenu une étoile (niveau "engagé") en juin 2020.** Avant de franchir, tout récemment, un nouveau cap : **l'attribution de la deuxième étoile (niveau "confirmé")** au périmètre du siège, des directions régionales de Nantes et Lyon ainsi que des dépôts.

### Écouter, dialoguer pour mieux se transformer

Pendant plus d'une semaine, au cours du mois de juillet dernier, **deux évaluateurs de l'AFNOR ont interviewé près de 80 collaborateurs** sur leurs actions en matière de Développement Durable. Chaque direction a pu, notamment, présenter ses objectifs et ses indicateurs de performance. À noter que 12 parties prenantes externes se sont également prêtées à l'exercice d'évaluation.

**Le fort investissement du management et des équipes** au service de la démarche de TotalEnergies Marketing France n'a pas échappé aux évaluateurs. Ils ont d'ailleurs adressé leurs félicitations écrites à l'ensemble du personnel, en mettant en avant **"les progrès réalisés au travers des actions et des performances déjà atteintes dans le cadre des enjeux retenus."**

Également très remarquables : **la solidité des indicateurs de mesure** mis en place (un point crucial pour apporter la preuve que les engagements de l'entreprise sont suivis d'effets) et le travail réalisé afin d'identifier de nouveaux partenaires externes potentiels. *"Qu'ils soient économiques ou associatifs, privés ou publics, locaux ou nationaux, nous souhaitons entendre et dialoguer avec l'ensemble des acteurs en vue de pouvoir"*



## DÉVELOPPEMENT DURABLE

ajuster notre offre à leurs attentes et, plus largement, construire ensemble le monde de demain”, note Blandine.

Et maintenant ? Loin d’être une fin en soi, **la labellisation place l’entreprise sur une trajectoire d’amélioration continue**. Confrontées à un contexte global très évolutif, les équipes vont devoir redoubler d’exigence dans l’appropriation et l’animation de la démarche RSE. “La deuxième étoile est un encouragement à poursuivre et amplifier nos efforts”, confie Blandine. Avec cet horizon : **décrocher la troisième étoile (niveau “expert”) du label Engagé RSE** lors de la prochaine évaluation, prévue dans trois ans !

**“Ce qui est intéressant dans cette démarche Engagé RSE, c’est qu’elle nous a permis de bien nous structurer. Elle doit nous aider à progresser afin de produire des effets bénéfiques pour l’environnement et l’ensemble de nos parties prenantes. Encore un grand merci à toutes les équipes pour leur implication !”**

Guillaume Larroque, président de TotalEnergies Marketing France

### Le Développement Durable en quelques mots

**“Le Développement Durable répond aux besoins du présent sans compromettre la capacité des générations futures à répondre aux leurs.”**

Cette définition a été formulée en 1987 dans un rapport du Premier ministre norvégien, Gro Harlem Brundtland.

Aux entreprises désireuses d’améliorer leur impact sociétal, la norme internationale ISO 26000 fournit aujourd’hui des lignes directrices autour de sept questions centrales :

1. la gouvernance de l’organisation,
2. les droits de l’homme,
3. les relations et conditions de travail,
4. l’environnement,
5. la loyauté des pratiques,
6. les questions relatives aux consommateurs,
7. les communautés et le développement local.

[-> Pour en savoir plus : services.totalenergies.fr](https://services.totalenergies.fr)

## CHIFFRES CLÉS



1<sup>er</sup>

TotalEnergies Marketing France est la 1<sup>er</sup> société au sein de la Compagnie à obtenir le label Engagé RSE de l’AFNOR.



Jusqu’à 40%

C’est la part que peut représenter la RSE parmi les critères d’évaluation des appels d’offres.



9/10 Français

ont accès à une station TotalEnergies ou Elan dans un rayon de 15 kilomètres autour de leur domicile.



+ de 1M de clients

fréquentent les stations de notre réseau en France.



62,8M d’euros

c’est le montant investi par TotalEnergies Marketing France dans le dispositif CEE dédié à la lutte contre la précarité énergétique.



## TRANSFORMATION DE NOS ACTIVITÉS

### Pour un relooking chargé d’énergies !

Le 28 mai dernier, vous avez découvert **la nouvelle identité visuelle de TotalEnergies**. Elle est d’abord et avant tout l’incarnation d’une ambition. Celle de **notre transformation en une véritable compagnie multi-énergies**. TotalEnergies entend ainsi devenir un acteur incontournable de la transition énergétique **en plaçant le Développement Durable au cœur de sa stratégie, de ses projets et de ses opérations**.

Véritables vitrines de la Compagnie, **les stations-service ont un rôle majeur à jouer dans le déploiement de cette nouvelle image**. Inaugurées le jour même de l’annonce du nouveau nom, la station de La Défense, désormais 100% électrique, et celle de la Porte d’Aubervilliers (sur le boulevard périphérique de Paris) sont les deux premières à être passées aux nouvelles couleurs de TotalEnergies. Les équipes ont travaillé de nuit pour que tout soit prêt le jour J et rendre le logo visible.

**Avec un plan de déploiement ambitieux**, les équipes des départements CODO, DODO, Développement Construction Maintenance (DCM) et du Marketing travaillent en synergie depuis déjà plusieurs mois afin que



**les 2 600 stations-service que compte le Réseau France\* soient aux nouvelles couleurs à fin juin 2022**. Un challenge inédit qui nécessite une mutualisation des compétences de chacun des services et une implication constante. Les filiales WASH et Argedis ont aussi un rôle essentiel de relais et remontent des informations clés sur des aspects techniques et de sécurité.

A fin août, **l’objectif fixé de 320 stations-service aux couleurs de TotalEnergies a bel et bien été atteint** avec la priorité donnée aux stations-service sur autoroute pour maximiser l’impact visuel auprès des vacanciers cet été, ainsi qu’aux stations-service TOTAL Access à fort volume et aux sites présents sur le parcours du Tour de France<sup>(1)</sup>.

\*n’incluant pas les stations encore à la marque ELAN.



## TRANSFORMATION DE NOS ACTIVITÉS



“Jusqu’au 1<sup>er</sup> novembre, nous allons continuer de travailler avec les sociétés en charge de la fourniture et la pose des enseignes pour harmoniser les sites déjà aux couleurs de TotalEnergies tout en continuant le déploiement. Pour la suite, nous avons lancé un appel d’offres afin de faire entrer de nouvelles entreprises de pose sur le projet et accélérer considérablement le rythme de déploiement”, explique Nicolas LONGATTE, chef du département DCM.

Les travaux avancent donc à un rythme soutenu tout en maintenant les stations-service ouvertes aux clients. **Un défi de taille pour les équipes**

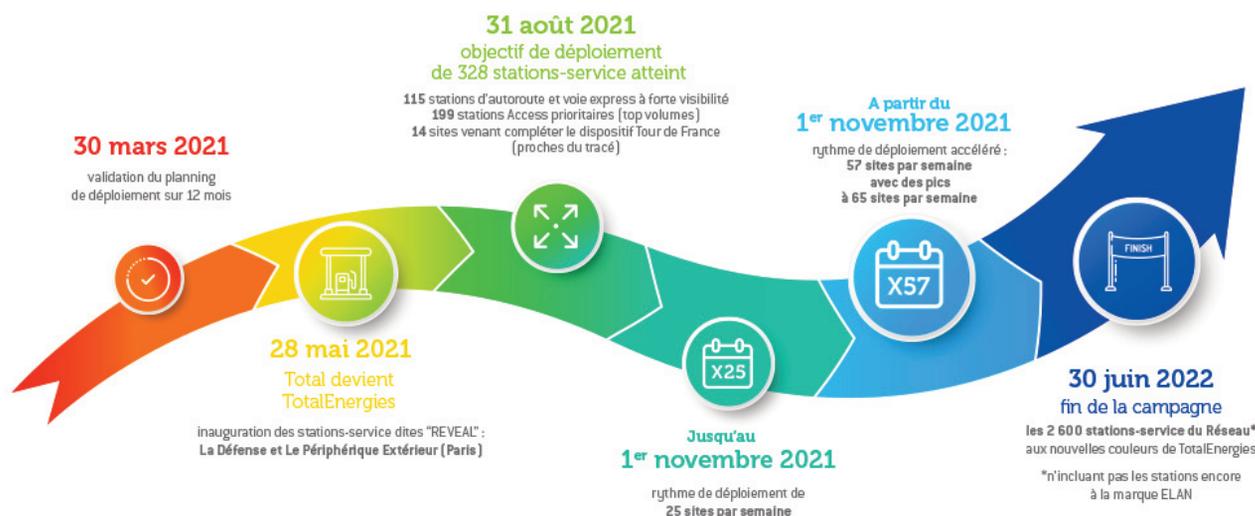
qui doivent aussi tenir compte de tous les aspects qu’un projet d’une telle envergure implique et réagir vite face à certaines problématiques rencontrées. En effet, **il faut rester vigilant sur le respect des conditions de sécurité des opérations en station ouverte** ; la capacité des enseignistes à produire les volumétries de matériel nécessaires sans avoir de rupture de stock ; à assurer les demandes sur-mesure pour certains sites, nécessitant parfois des études d’ingénierie spécifiques, etc.

“C’est un projet très transverse et fédérateur avec une vraie dynamique de travail d’équipe. Au-delà de la direction Réseau France, il implique aussi la direction Stratégie Marketing et Recherche du M&S<sup>(2)</sup> qui assure le développement de la marque dans les filiales à travers le monde. TotalEnergies Marketing France est pilote sur ce projet et notre rôle est d’assurer une homogénéisation dans le déploiement de cette nouvelle image sur le terrain, à la fois pour les aspects techniques, sécurité et maintenance”, souligne Jennifer LOISELAY, chef de projets Multisites au sein du département DCM.

**Un grand bravo aux équipes pour leur implication quotidienne** depuis le début du projet et leur ténacité. Une belle énergie collective qui fera, à coup sûr, le succès de ce projet.

(1) TotalEnergies sponsorise l’événement avec une équipe de cyclistes française : la Team TotalEnergies

(2) Branche Marketing & Services



## DÉVELOPPEMENT DURABLE

### Le nouveau rapport sociétal est arrivé

TotalEnergies Marketing France accélère sa transformation et présente sa démarche Développement Durable dans son rapport d’engagement social et environnemental 2020.

[>> Lire le rapport d'engagement social et environnemental 2020 sur la version en ligne](#)



Rapport d'engagement social et environnemental pour l'année 2020  
(édition septembre 2021)

TotalEnergies Marketing France  
Le partenaire multi-énergies au cœur des territoires





## DÉVELOPPEMENT DURABLE

**“L’ambition de TotalEnergies Marketing France est claire : devenir leader de la transition énergétique en France.”** Guillaume LARROQUE, Président de TotalEnergies Marketing France.

Nous vous invitons à parcourir ce rapport qui met en lumière de manière simple et concrète nos actions en matière de Développement Durable autour de 4 axes d’engagement :



Des exemplaires imprimés sur papier recyclé seront disponibles à la demande en vous adressant directement par mail au service RSE de TMF.

## 4 raisons de lire le Rapport d’Engagement Social et Environnemental

- Il met en lumière les faits et chiffres marquants de TMF, en ligne avec la stratégie Développement Durable de la Compagnie
- Il vous permet de communiquer à vos parties prenantes externes nos actions, nos certifications et nos labels
- Associé au label Engagé RSE de l’AFNOR, il est un véritable atout pour vos appels d’offre
- C’est un document évolutif et collaboratif qui n’attend que votre apport pour l’année prochaine !

[>> Voir la vidéo sur la version en ligne](#)



## TRANSFORMATION DE NOS ACTIVITÉS

### ÉCOL’car, un cas d’école du rétrofit

**Les entreprises de transport routier de marchandises et de voyageurs sont en recherche constante de solutions alternatives au Diesel pour décarboner leur mix énergétique.**

**Le transporteur Berthelet**, déjà équipé d’une flotte de véhicules fonctionnant exclusivement au bioGNC dans l’Est-Lyonnais, **a choisi de convertir au bioGNC ses autocars Diesel Euro V** dédiés au transport scolaire sur la région Auvergne-Rhône-Alpes. Pour cela, la société s’est associée au Centre de Recherche en Machines Thermiques **dans le cadre du projet ÉCOL’car. Expert dans la conversion des motorisations Diesel au GNV**, le CRMT conçoit, développe et commercialise des systèmes pour des motorisations fonctionnant avec des carburants alternatifs. Baptisé ÉCOL’car, en référence au fait que les autocars rétrofités<sup>(1)</sup>, plus respectueux de l’environnement, seront utilisés pour le transport scolaire. **Un choix de rétrofit stratégique** qui permettra à la société Berthelet de conserver sa flotte d’autocars et de pouvoir proposer aux autorités organisatrices de mobilité une solution plus écologique et économique. La promulgation, cet été, de la loi Climat et Résilience vient appuyer ce phénomène de rétrofit qui s’impose aujourd’hui peu à peu comme une évidence et **auquel TotalEnergies entend bien contribuer.**

C’est via le CITEPH, programme d’open-innovation qui facilite l’accès à des financements privés pour des projets innovants, soutenu par 14 sociétés leaders dont TotalEnergies fait partie, que la Compagnie finance le projet. En parallèle, **TotalEnergies Développement Régional a également contribué au projet via un prêt.** “Avec un prêt à taux 0% “transition écologique et énergétique” de 60 000 euros et un investissement de 150 000 euros, la Compagnie apporte un soutien considérable au projet”, explique Xavier BOURAT, directeur adjoint Affaires Publiques au sein de la direction Mobilités & Nouvelles Energies.

“Une initiative qui va nous permettre à plus long terme d’augmenter les volumes sur la station d’avitaillement privative au GNC que nous avons préalablement installée sur le site de l’entreprise Berthelet, à Genas (Rhône)”, ajoute Xavier.

**“Fort de plus de 20 ans d’expérience dans le développement des véhicules et moteurs alimentés aux carburants alternatifs, en particulier sur le segment des poids lourds et des engins non-routiers, nous avons décidé de nous lancer dans le projet ÉCOL’car pour apporter une solution au**



**besoin de conformité face aux réglementations qui se durcissent en faveur de l’environnement (ZFE dans les centres-villes)**”, explique Edoardo BASSANO, Directeur Général du CRMT. “Notre solution de rétrofit BioGNV présente de véritables avantages en comparaison, par exemple, avec des systèmes de rétrofit électriques ou hydrogène. En effet, **la maturité de la technologie GNV et des infrastructures existantes pour ces véhicules, rend notre solution fiable, immédiatement disponible, économiquement accessible et surtout respectueuse de l’environnement grâce à l’utilisation d’un biocarburant.** Le projet en question a connu un véritable succès dès son lancement, en obtenant un soutien financier non seulement de la part de TotalEnergies, mais également par des organismes publics comme l’ADEME. La Région AURA ainsi que de nombreux pôles de compétitivité ont également manifesté leur intérêt en attendant d’assister à la mise en route du premier véhicule rétrofité au GNV”, ajoute Edoardo.

**Présent au salon Solutrans du 16 au 20 novembre prochains**, TotalEnergies dévoilera aux professionnels le premier autocar rétrofité. Un projet pilote qui illustre une nouvelle fois la volonté de TotalEnergies d’accompagner les entreprises et les collectivités dans la transition énergétique de leur flotte sur le territoire.

“Un excellent tremplin qui nous permet aujourd’hui d’élargir les perspectives de développement au transport fluvial puisque nous venons de déposer une demande de financement auprès du CITEPH pour la motorisation électrique d’un des bateaux de la Communauté Portuaire de Paris”, conclut Xavier. Affaire à suivre donc...

(1) Le Rétrofit BioGNV est la transformation énergétique d’un véhicule Diesel déjà en usage pour le faire fonctionner uniquement au biogaz naturel, en effectuant des choix techniques adaptés au cas d’usage visé pour l’engin, dans le but d’améliorer sa qualité environnementale et/ou sa performance opérationnelle.



## Escalib : pour un gain d'espace et de sécurité

Sur le chantier de reconstruction de la station-service de la Porte d'Aubervilliers à Paris, **un escalier de chantier en colimaçon** a été installé pour faciliter et sécuriser l'accès à la toiture.

Déposée en mars dernier **dans l'outil Safety+** par Clément FUERTES, ingénieur Construction au sein du département DCM<sup>(1)</sup>, **cette idée a été primée fin août par le Comité de direction** de TotalEnergies Marketing France.

*"Escalib est une structure stable et sécurisée qui permet aux compagnons d'accéder à la toiture de manière sécurisée, tout en réduisant l'emprise de surface au sol par rapport à un échafaudage classique",* explique Clément.

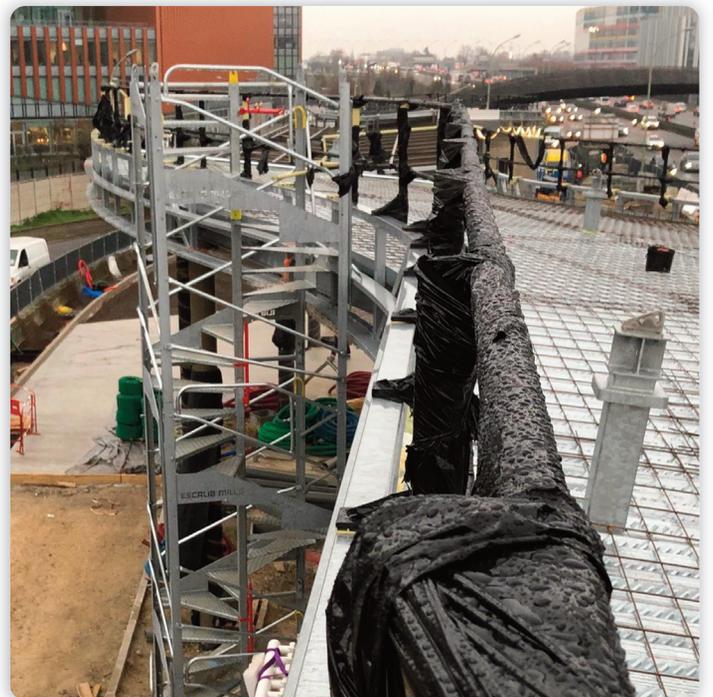
C'est sur cette station, enclavée entre le périphérique et les bretelles d'accès et de sorties, située sur le boulevard périphérique de Paris que cet escalier de chantier a été installé.

Les travaux ont été réalisés dans un environnement particulier, proche du public et avec un planning ambitieux. **La technicité du projet nécessitait de nombreux travaux en hauteur**, notamment pour réaliser la couverture de l'auvent, supportant une végétalisation intensive.



*"Une échelle d'accès était prévue à cet effet mais face aux multiples risques liés à son utilisation dans ce chantier à l'environnement complexe, nous avons opté pour la solution Escalib, le gain de ce dispositif sur le plan de la sécurité est indéniable",* souligne Clément.

Escalier en colimaçon métallique, son faible encombrement au sol facilite son installation notamment sur les chantiers exigus. Maniable et très pratique, son accès est facile et sécurisé et **permet de diminuer largement les risques liés aux travaux en hauteur.**



(1) Développement Construction Maintenance de la direction Réseau



## Place à la nouvelle STOP CARD

Pendre en compte **la notion d'éco-conception**, c'est s'engager pour la préservation de l'environnement. Une orientation qui se traduit aujourd'hui dans **la nouvelle STOP CARD de TotalEnergies composée à 100% de PVC recyclé.**

Une démarche **éco-responsable** qui entraîne **une réduction des émissions de CO2 de 100 kg et évite la production de 38 kg de déchets plastiques.**

En effet, le recyclage réduit le besoin d'extraction, de raffinage et de traitement des matières premières (le PVC est composé à 43% de dérivés de pétrole). La réutilisation de PVC usagé *via* son recyclage permet également de réduire la volumétrie de déchets plastiques.

L'utilisation de PVC recyclé aide ainsi à atteindre les objectifs d'efficacité des ressources et à préserver les ressources naturelles.

**Cette démarche s'inscrit dans la politique de Développement Durable de TotalEnergies Marketing France** qui vise notamment à réduire ses émissions de CO2. De plus, le plastique recyclé est produit en Europe ce qui réduit également les émissions associées au transport.

**Cette STOP CARD en PVC recyclé** offre la même qualité d'impression et la même durabilité que la carte en PVC vierge tout en présentant un impact moindre sur l'environnement.

**Les besoins de la STOP CARD** sont en cours de recensement par les assistantes du CODIR et les responsables HSEQ en filiales.

**Elles seront distribuées par le département Sécurité, Santé et Sûreté de la direction HSEQ.**

Pour toutes questions, vous pouvez contacter : Corinne JOUSSET.

## STOP CARD

Si vous observez une situation dangereuse, intervenez !



1 STOP CARD EN PVC

21 grammes



1 STOP CARD EN PVC RECYCLÉ

11 grammes



## TMF Euro Challenge : dans les coulisses de la victoire de Nadège

**Vous étiez près de 1 450 pronostiqueurs à vous défier sur la plateforme de jeu durant le mois de compétition de l'Euro de football.**

Arrivée dans le top 3 du classement à partir des huitièmes de finale, **Nadège VO VINH s'est hissée à la première place** du concours de pronostics en faisant preuve de **"good feeling"** et de persévérance. Entretien avec notre grande gagnante du jeu **"TMF Euro Challenge"**.

**1. Tout d'abord, félicitations pour ta victoire dans le concours de pronostics ! Peux-tu nous parler un peu de toi et te présenter en quelques mots ?**

Je suis chez TotalEnergies depuis maintenant 15 ans, dont la moitié chez TotalEnergies Marketing France dans le domaine de la Logistique, l'autre moitié à la DSI, aux Spécialités (les Bitumes) et un passage par l'Innovation. **J'occupe depuis maintenant un an le poste de manager projets SI et digitaux** au sein du Secrétariat Général avec pour rôle d'accompagner les différents métiers dans leurs projets informatiques.

**2. Es-tu une fan de foot ?**

Alors pas tout à fait, **je suis une grande joueuse** (non pas de foot) et j'adore participer à ce type de concours.

**3. Qu'est-ce qui, justement, t'a attiré dans ce concours ?**

Pour être honnête avec vous, je n'ai pas été dans les premières à m'inscrire. Lorsque j'ai vu le premier mail de lancement du jeu, je n'ai pas tout de suite pris le temps de le faire et **c'est la veille du début du concours, grâce au mail de relance (merci la com' interne !)** que je me suis dit : allez, je vais tenter ma chance !



**Avec TMF et ses filiales, Entrez sur le terrain des pronostics !**

Euro 2021 • Du 11 juin au 11 juillet

**4. De quelle manière préparais-tu tes choix lors des pronos ? Avais-tu une méthode pour choisir tes matchs ?**

Comme je l'évoquais juste avant, je ne connais pas grand-chose au foot et encore moins au jeu de chaque équipe, donc je n'ai pas réellement réfléchi chacun de mes pronostics. **Pour être totalement transparente, au premier tour, j'ai pronostiqué principalement au feeling, à l'intuition, et à ma grande surprise cela a plutôt bien fonctionné !** Il y a eu de grandes surprises durant cet Euro, certaines équipes se sont démarquées à des matchs alors que l'on ne les attendait pas. **Pronostiquer sans forcément connaître le jeu de chaque équipe a, je pense, été un atout pour moi lors de cette compétition.** Un autre point qui a joué en ma faveur : **les extras ballons que l'on pouvait utiliser en bonus à chaque tour de jeu.**

**5. N'as-tu jamais été influencée par ta famille ?**

Mon fils, qui adore le foot, a bien essayé de m'influencer. Pour la petite anecdote lors de la finale de la Coupe du Monde, il avait trouvé le score exact (4-2 pour la France), il en était assez fier et l'utilisait comme argument lorsque nous n'avions pas les mêmes choix de pronostics.



## ÉVÈNEMENT

### Mais j'ai voulu continuer dans ma lancée et faire confiance à mon intuition.

Au fur et à mesure qu'on avançait dans la compétition, je me persuadais en me disant "Ça a bien fonctionné depuis le début, alors pourquoi ne pas continuer et tenter de gagner ce concours par moi seule !".

### 6. T'arrivait-il de changer d'avis ou restais-tu toujours sur ta première impression ?

Tout au long du concours, je restais toujours sur ma première impression mais il est vrai que sur la fin, au fur et à mesure que je montais dans le classement, et voyant l'enjeu, j'ai douté. C'est notamment pour cela que, n'étant jamais très sûre de mes pronostics, j'ai toujours été assidue sur les questions corporate. J'ai d'ailleurs souvent utilisé le moteur de recherche de L'aparté qui m'a permis de trouver facilement l'information.

### 7. As-tu un pronostic à faire ressortir en particulier ?

Oui, le match Finlande – Belgique lors du 3<sup>ème</sup> tour ! J'ai fait un choix de cœur en pronostiquant la Belgique... Mon petit neveu qui habite là-bas était tellement déçu lorsque la Belgique avait perdu contre la France en demi-finale de la Coupe du Monde 2018, que j'ai voulu le soutenir et l'encourager. J'ai fait très peu de choix de cœur pendant ce concours mais celui-ci s'est avéré efficace.

### 8. Qu'as-tu pensé de ce challenge ?

J'ai été bluffée par la qualité de la plateforme. Attractive, ergonomique et vraiment simple d'utilisation. Les résultats sont donnés en temps réel et je n'avais pas besoin d'attendre le lendemain pour connaître le classement, ce que je trouve encore plus sympa !

Au-delà de cet aspect technique, ce type d'événement est très fédérateur et rassemble les équipes autour d'un thème fun.

Ça permet de nous sortir un peu de notre quotidien, de découvrir d'autres entités, d'échanger avec les collaborateurs sur un sujet hors de notre périmètre de travail, et ça fait du bien !

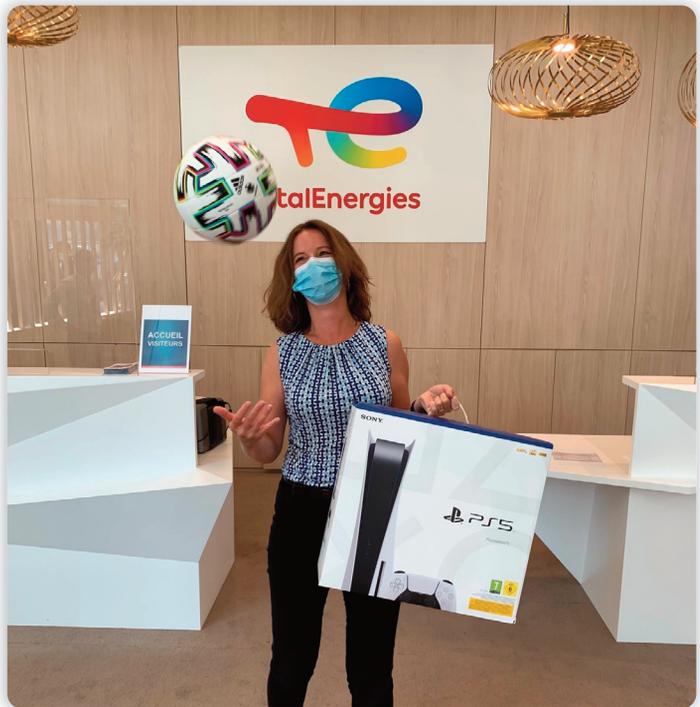
**Ce sont des moments conviviaux importants dont je pense nous avons tous besoin.**

### 9. Un mot pour la fin ?

**Faire confiance à son intuition et croire en soi.** Je suis d'autant plus fière de cette victoire car je ne me suis jamais laissé influencer.

**Je retiens aussi que la compétition était assez serrée** et que tout au long du jeu le classement a plus ou moins évolué. Je suis assez fière de **n'avoir rien lâché et d'avoir été assidue** car finalement si j'avais loupé ne serait-ce qu'un tour de jeu, je serais redescendue dans le classement et je n'aurais peut-être jamais atteint la première place.

[>> Découvrez le classement général sur la version en ligne](#)



## DÉVELOPPEMENT DURABLE

# Biosurveillance par les abeilles au dépôt de Valenciennes

Trois ruches ont été installées sur l'Entrepôt pétrolier de Valenciennes (EPV) par les apiculteurs de Beecity, société spécialisée dans la location et l'installation de ruches en entreprise. C'est au pied d'un arbre, à proximité des postes de chargement et des bacs d'essence qu'elles ont été installées. De cet endroit, elles pourront mener à bien leur mission : la biosurveillance.

### Pourquoi cette initiative ?

Alexandre FOSSE, chargé d'Affaires sites au sein du département dépôts de la direction Supply et Logistique France, qui a porté avec enthousiasme et persévérance ce projet de biosurveillance, nous explique "La Compagnie s'inscrit dans une politique environnementale ambitieuse et qui nous pousse à repenser nos méthodes d'exploitation, notamment par la mesure de l'impact de nos activités".



Pendant le butinage, les abeilles accumulent les polluants présents dans leur environnement et les rapportent dans la ruche, notamment certaines molécules intéressantes pour nos analyses, comme les HAP, COV et métaux. L'observation des marqueurs de stress des abeilles nous renseignera aussi sur l'impact de notre activité (lors du premier confinement, les apiculteurs ont noté une hausse de la production de miel et une baisse de la mortalité des abeilles).



## DÉVELOPPEMENT DURABLE



**L'installation des ruches à EPV et d'un rucher témoin** dans le secteur vont permettre, notamment par l'analyse comparée de deux à trois prélèvements par an sur la production de miel et par le suivi de la santé des ruchers, **de mieux connaître l'impact de notre activité sur l'environnement.**

Lors de l'installation des ruches, **l'équipe du dépôt de Valenciennes a bénéficié des conseils et d'informations de la part des apiculteurs** sur les abeilles, leur rôle, le fonctionnement d'une ruche et la production du miel.

Les abeilles vont pouvoir tranquillement prendre possession de leur nouvel habitat. L'installation de la ruche étant tardive dans la saison, Beecity a apporté du glucose, pour que les abeilles aient de quoi passer l'hiver si leur production de miel n'était pas suffisante d'ici là.

**La biosurveillance par l'abeille est normée AFNOR XP X 43-909.**

Les premiers prélèvements pour analyses ont été réalisés fin août. A suivre donc...



## Nos filiales

### COMMERCE GÉNÉRAL

Alvéa

charvet  
lamurebianco

CPE  
BARDOUT

CPO

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

TotalEnergies  
Proxi Nord Est

Stedis

udp  
URBAINE DES PÉTROLES

YSBLUE

### MOBILITÉS ET NOUVELLES ENERGIES

TEVGO

### LUBRIFIANTS

TotalEnergies  
Lubrifiants Services  
Automobile

### RÉSEAU

wash

TotalEnergies Corse

Argedis