



## STRATÉGIE



## UNE FUSION MARINE QUI DONNE LA PÊCHE !

Non, ce n'est pas un poisson mais une nouvelle bel et bien attendue qui a été annoncée le 1<sup>er</sup> avril dernier : la fusion entre les deux filiales de carburants marins SMCL et YSBLUE.

La SMCL<sup>(1)</sup>, en charge de l'avitaillement en gazole et lubrifiant pour la marine de la zone française, et YSBLUE, le leader de la distribution de carburants marins en France ne font désormais plus qu'un. Fortes de leurs savoir-faire complémentaires, les deux sociétés se sont associées pour proposer aux marins une offre et un service plus complets pour tout type de navires.

Une vraie force pour YSBLUE qui va ainsi bénéficier d'une logistique encore plus performante et apporter une réelle qualité de service.

Avec ce rapprochement, YSBLUE continue de déployer sa stratégie de diversification et d'innovation dans le monde maritime afin d'assurer une présence optimale sur tout le littoral français, de Calais à Menton. Une dynamique de croissance qui contribue au développement de l'attractivité du port de Boulogne-sur-Mer et au maintien de l'emploi.

### Chiffres-clés, les apports de la SMCL à YSBLUE :

- SMCL : 35 000 m<sup>3</sup> de gazole pêche
- Objectif : 100 tonnes de lubrifiants
- 740 m<sup>3</sup> de stockage sur le nouveau dépôt situé à Boulogne-sur-Mer
- 3 collaborateurs basés à Boulogne-sur-Mer



(1) SMCL : Société Maritime de Combustibles Liquides – filiale de la direction Carburants Professionnels – située à Boulogne-sur-Mer.

## FIOULMARKET.FR LANCE SON OFFRE D'ACHATS GROUPÉS

À l'occasion de la 20<sup>ème</sup> édition de la Fête des Voisins le vendredi 24 mai dernier, la filiale fioulmarket.fr, leader de la vente de fioul en ligne, a lancé son offre d'achats groupés. Une nouvelle opportunité pour les particuliers se chauffant au fioul domestique d'améliorer leur pouvoir d'achat en commandant groupé avec leur(s) voisin(s).

### Des prix du fioul en hausse

Après avoir connu une période de baisse de plus de 150€ pour 1000L entre octobre 2018 et janvier 2019, les prix du fioul domestique sont repartis à la hausse durant la saison hivernale et se sont poursuivis durant ce printemps plutôt frais. Aujourd'hui, **une commande de 1000L de fioul domestique ordinaire coûte 947€<sup>(1)</sup>** sur fioulmarket.fr.

Outre une météo plutôt fraîche depuis la mi-avril qui augmente les besoins de chauffage, ce prix élevé s'explique également par une actualité internationale tendue entre sanctions iraniennes et rétablissement de droits de douane sur la majorité des produits chinois aux États-Unis. Conscient de ce contexte défavorable et fidèle à sa volonté de proposer un combustible de qualité au meilleur prix, fioulmarket.fr a lancé cette année son offre d'achats groupés.

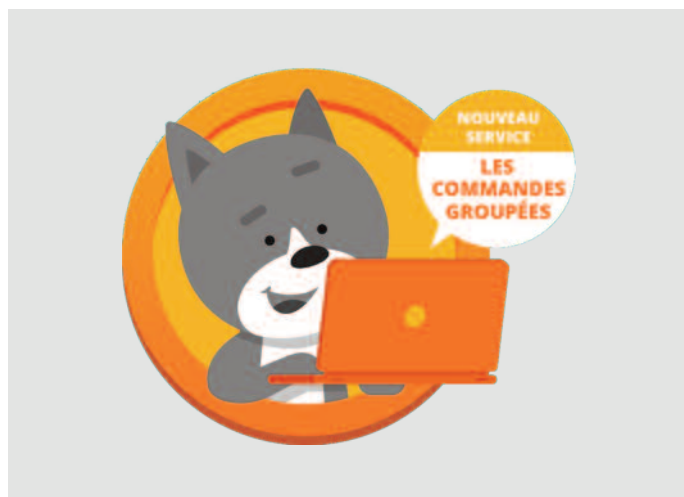
### Une commande groupée 100% digitale

Contrairement à d'autres acteurs digitaux du marché, Fioulmarket offre la possibilité de faire une commande groupée de fioul domestique de manière totalement digitale :

- **étape 1** : regrouper au moins 2 participants habitant la même commune
- **étape 2** : renseigner la somme du volume de fioul souhaité
- **étape 3** : sélectionner le type de fioul voulu (ordinaire ou Total Fioul Premier)
- **étape 4** : renseigner le nom, prénom, email et volume de fioul souhaité pour chaque membre du groupe

Pour effectuer cet achat, il faut au moins être deux et commander un volume minimum individuel de 1000L. Pour le particulier, **le gain est évidemment financier**. En commandant groupé, chaque foyer peut ainsi faire des économies de l'ordre de plusieurs dizaines d'euros sur une commande de 1000L avec une livraison sous 3 jours ouvrés. Quant au paiement, le client a la possibilité de régler jusqu'en 4 fois (comme pour une commande individuelle).

(1) En date du 20 mai 2019.



## CHARTER "OBJECTIF CO<sub>2</sub>" POUR LES FILIALES MULTI-ÉNERGIES

À l'instar de Caldeo en 2017, les filiales Charvet La Mure Bianco, DMS, CPO, Alvée et CPE énergies sont désormais "chartées Objectif CO<sub>2</sub>". Retour sur ce projet qui a nécessité une forte mobilisation.

Nous vous en parlons dans *L'après* du mois de novembre 2017, le programme "Objectif CO<sub>2</sub>, les transporteurs s'engagent"<sup>(1)</sup>, financé par Total dans le cadre du dispositif des Certificats d'Économies d'Énergie, est une démarche d'engagement volontaire des transporteurs souhaitant réduire leurs émissions de CO<sub>2</sub>.

Obtenu depuis le 28 septembre 2017 pour Caldeo, la charte "Objectif CO<sub>2</sub>" est un vrai objectif sociétal et environnemental et un atout économique de différenciation qu'il était important de mettre en place pour les autres filiales. L'idée était de capitaliser sur l'expérience de Caldeo, pilote sur ce projet, et d'enclencher la démarche dès l'année suivante pour les filiales multi-énergies. "Il aura fallu aller d'autant plus vite qu'avec le lancement d'un nouvel appel d'offres par l'ADEME<sup>(2)</sup> - dans le cadre du projet E.V.E.<sup>(3)</sup> - nous n'avons eu que le soutien partiel de l'AFT<sup>(4)</sup> avec qui nous avons collaboré pour obtenir la charte chez Caldeo", précise François PIGEON, coordinateur Logistique et Réseau à la direction Combustibles et Énergies.



Les filiales se sont donc fortement mobilisées pour lancer le projet dès 2018 et inscrire dans l'outil dédié, les différentes données permettant de répondre aux 4 axes de progrès d'obtention de la charte : véhicule, conducteur, carburant et organisation des transports.

"Les filiales se sont appuyées sur l'expérience de Caldeo en s'inspirant de sa feuille de route et en activant certains de ses leviers de performance", explique François.

Tout comme Caldeo, les filiales Charvet La Mure Bianco, DMS, CPO, Alvée et CPE énergies s'engagent sur une période de 3 ans à réduire leurs émissions de gaz à effet de serre avec un minimum de 4,5 % et à réaliser un gain potentiel de plusieurs centaines de m<sup>3</sup> de consommation de carburant des véhicules poids lourds inclus dans ce programme.

À travers "Objectif CO<sub>2</sub>", Total poursuit son engagement dans une démarche sociétale et environnementale, ainsi que la sensibilisation des chauffeurs-livreurs à l'éco-conduite.

### Quelques chiffres-clés chez Caldeo entre 2017 et 2018 :

- Réduction de la consommation de carburant de 42 m<sup>3</sup>
- 3 600 km de moins par mois pour les camions de 18 m<sup>3</sup> (gain sur les parcours à vide)

- (1) Ce programme est porté par le ministère de la Transition écologique et solidaire, en collaboration avec l'AFT, l'ADEME et les organisations professionnelles.  
 (2) Agence de l'Environnement et de la Maîtrise de l'Énergie.  
 (3) Programme d'accompagnement dont les actions mises en œuvre contribuent aux économies d'énergies.  
 (4) Association pour le développement de la formation professionnelle dans le transport.

## Q FOCUS

### UN NOUVEL EPI PREND PLACE CHEZ CPO

Nous ne rappelons jamais assez l'importance de porter un équipement de protection individuelle (EPI) pour prévenir des risques susceptibles de menacer la santé ou la sécurité.

Chez CPO, filiale multi-énergies de la direction Combustibles et Énergies, un nouvel EPI a récemment fait son apparition pour un meilleur confort des chauffeurs-livreurs.

Force est de constater que certains chauffeurs ressentent des douleurs localisées dans les bras, aux épaules et au cou lors des tractions du flexible de distribution sur l'épaule. Olivier BATARD, responsable HSEQ chez CPO s'est donc mis en quête d'un EPI pour soulager leurs douleurs.

Après quelques recherches et différents essais, l'EPI adapté s'est révélé être une épaulière avec un extérieur en Cordura<sup>(1)</sup> et un intérieur en mousse. Réversible gauche et droite, cette épaulière

dispose d'une ceinture ajustable sous le bras et au niveau de la poitrine afin de s'adapter à chaque morphologie.

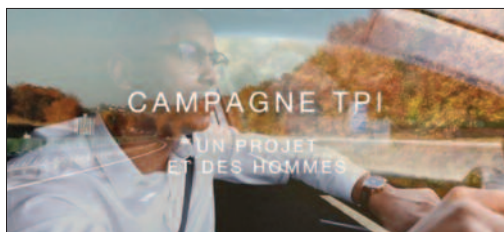
Testée en fin d'année par 5 chauffeurs de chez CPO, l'épaulière a fait l'unanimité et a ainsi été présentée au CHSCT<sup>(2)</sup> et à la médecine du travail en janvier 2019 pour validation finale.

"Nous sommes aujourd'hui fiers de pouvoir proposer cet EPI à tous les chauffeurs ayant un handicap ou une douleur localisée avérée et ainsi améliorer leur confort de travail au quotidien", souligne Olivier.

- (1) Marque déposée Invista, le Cordura® est un tissu synthétique solide et respirant. Reconnu pour sa résistance optimale à l'usure, il se lave facilement et sèche rapidement.  
 (2) Comité d'Hygiène de Sécurité et des Conditions de Travail.



### LA "CAMPAGNE TPI" : UN SUCCÈS PAS DÛ AU HASARD !



#### En quelques mots, qu'est-ce que la campagne TPI ?

Yohann GALAP, Chef de projets multi-sites, direction Réseau et Cartes Pétrolières, département Développement, Construction, Maintenance.

Pour comprendre la "Campagne TPI", il faut imaginer un projet complexe et surtout très long. Démarré en 2013, il se terminera fin 2019 par le déploiement dans toutes les stations. Il s'agit d'être à nouveau au top de ce que l'on peut offrir au client avec un TPI (Terminal de Paiement Interactif), que ce soit d'un point de vue pratique, marketing ou digital, tout en lui assurant des transactions de paiement sécurisées.

Elle met l'accent sur la phase de déploiement terrain, très opérationnelle. Nous avons à ce jour pris de l'avance dans le déploiement du projet.

#### Quels sont les principaux éléments qui ont contribué au succès de ce projet ?

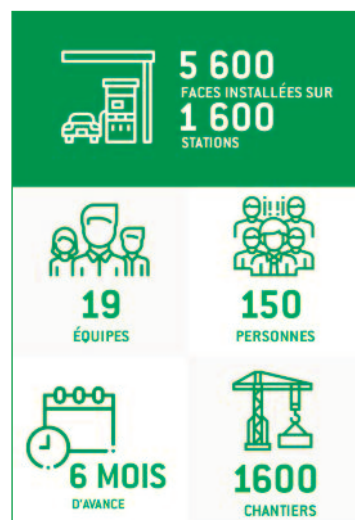
Christian VARESCON, Référent Excellence Opérationnelle TMF, Direction HSEQ.

Un facteur clé de succès a été l'accompagnement méthodologique à l'aide d'outils de l'Excellence Opérationnelle (ou Lean), de février 2015 à juin 2016.

Cet accompagnement a aidé à mieux maîtriser le projet, en définissant précisément le processus et les livrables nécessaires et en pilotant la réalisation du déploiement des TPI. Ceci a été rendu possible grâce au management visuel et ses rituels associés, assurant une réactivité permanente pour traiter tous les aléas.

On peut être fier et féliciter tous les acteurs de cet impressionnant projet !

### CHIFFRES CLÉS





## LA JMS 2019 CHEZ TMF EN IMAGES

“Objectif : Zéro accident mortel. Pour moi, pour toi, pour tous” était le thème de la 11<sup>ème</sup> édition de la Journée Mondiale de la Sécurité célébrée le 26 avril dernier par les 100 000 collaborateurs du groupe Total à travers le monde.

Chez Total Marketing France, de nombreuses animations pour promouvoir la sécurité ont rythmé la journée sur les différents sites (siège, Directions Régionales, dépôts et filiales), l'occasion pour certains d'accueillir des dirigeants du Groupe.

Momar NGUER, directeur de la Branche Marketing & Services (M&S) et Guillaume LARROQUE, directeur Réseau et Cartes Pétrolières chez TMF, sont partis à la rencontre des équipes sur le relais de Morainvilliers Nord. Sur les relais du Mans Nord et du Mans Sud, c'est Benoît LUC, directeur Europe au sein du M&S et Franck SCHMIEDT, président d'Argedis, qui ont rendu visite aux collaborateurs.



## SECURITÉ

### LE RÉSEAU TOTAL AGIT EN FAVEUR DE LA SÉCURITÉ ROUTIÈRE

À l'occasion de la semaine mondiale de la sécurité routière du 6 au 12 mai derniers, Total s'est engagé pour la sécurité au volant en lançant pour la première fois en station une campagne de sensibilisation des automobilistes.

En partenariat avec le Ministère de l'intérieur et la Sécurité Routière, cette campagne de communication a été déployée dans 1 200 stations-service du réseau TOTAL.

En plus des leaflets expliquant notamment les bons gestes pour une conduite en toute sécurité, des animations en collaboration avec Speedy et Carglass ont été proposées dans certaines stations-service :

- Vérification offerte des pneumatiques, usures et pression.
- Diagnostic offert du vitrage du véhicule.

En plus des habituelles affiches promotionnelles, des stop-rayons ont été mis en place pour valoriser les accessoires indispensables à la sécurité des conducteurs (triangles réfléchissants, gilets sécurité, anti-craquelure, etc.).

La sécurité est une priorité chez Total, au quotidien et face aux dangers de la route, restons vigilants et agissons ensemble contre le risque routier !



UNE QUESTION ?  
UNE INFO À PUBLIER ?



CONTACTEZ  
VOTRE CORRESPONDANT  
COMMUNICATION

NOS FILIALES

