**TOTAL PRESENTA IL NUOVO PROGETTO LUBRIFICANTI PER AFFRONTARE LE NUOVE SFIDE DI MERCATO**

**Milano, 7 maggio 2020** – Total presenta **un nuovo progetto lubrificanti** su cui il Gruppo ha lavorato con impegno negli ultimi due anni per migliorare l’efficienza e la funzionalità degli imballaggi delle sue gamme di prodotto in tutto il mondo, attraverso l’apporto di cambiamenti chiave attentamente studiati per aumentare la soddisfazione del cliente e la sicurezza e la sostenibilità dei propri prodotti.

Il progetto è stato avviato con due obiettivi principali: l'**ottimizzazione del packaging** e la **standardizzazione degli imballaggi** **delle gamme** prodotto, a supporto della **competitività** di marca sul mercato e il superamento di alcune sfide, come la **lotta alla contraffazione**, la **miglior gestione dei pallet** per il trasporto, l’**eliminazione di fuoriuscite di prodotto** e di **deformazioni irreversibili**.

Le principali modifiche hanno quindi riguardato: una **riduzione del peso** delle confezioni (almeno del 15% sul peso della materia prima), grazie a materiali più leggeri e resistenti; un **perfezionamento dell’ergonomia degli imballi** per una maggior maneggevolezza e rendimento della logistica; il **miglioramento della nomenclatura**, più esplicita e comprensibile sia per la forza vendita, sia per i clienti; una **razionalizzazione dei nomi commerciali**; un **restyling grafico delle etichette**, più funzionali e immediate.

Il design premium e innovativo nasce da un’attenta riprogettazione dei pack realizzata sulla base di un’approfondita indagine condotta sui clienti per comprendere le loro esigenze e le informazioni essenziali che l’etichetta deve riportare e trasmettere con chiarezza. Il concept creativo, quindi, rinnova e differenzia le gamme di lubrificanti Total evidenziandone gli specifici vantaggi e conferendo a Total un'identità più netta e una maggiore visibilità sugli scaffali.

**Il nuovo progetto lubrificanti** diventa, inoltre, il tramite per Total per portare avanti l’orientamento aziendale verso scelte consapevoli e responsabili, per perseguire uno **sviluppo sostenibile** in linea con i valori fondamentali del Gruppo: "Committed to better energy".

Da ciò deriva lo sviluppo di un **packaging più leggero**, ma con **maggior capacità e resistenza**, realizzato con **plastica riciclata** e che consente un **minor spreco di prodotto**, grazie al recupero fino all’ultima goccia del lubrificante. Un contributo significativo agli obiettivi di sviluppo sostenibile (SDG – Sustainable Development Goals), che si traduce in **oltre il 10% di riduzione dei gas serra** e in **26.000 tonnellate di CO2** evitate, a cui si aggiunge un contributo all'economia circolare e al programma anti-spreco, con **18.000 tonnellate** di risorse materiali risparmiate (grazie al riciclaggio e al minor peso delle confezioni) e **14.000 tonnellate** di prodotto non sprecato.

Le nuove confezioni sono contraddistinte da un design moderno e distintivo, interpretazione degli asset forti e unici del gruppo Total. I colori scelti per i packaging rientrano in una strategia globale e coerente in tutti i mercati, tesa alla facile identificazione delle gamme e a combattere la contraffazione. 3 i colori scelti: il **bronzo** per i prodotti entry-level; l'**argento** per i prodotti di fascia media; il **platino dorato** per l’alta gamma. Il nuovo design del pack consente inoltre di avere una dimensione dell'etichetta maggiore sulla parte anteriore della confezione, con più spazio per visualizzare e leggere informazioni sul prodotto, plus e dettagli tecnici.

Grazie a un QR Code, che permette lo scanner dei prodotti, le etichette sono inoltre autentificabili.

Per ciò che riguarda l’ergonomia, il **super security seal** (sigillo di sicurezza) è progettato per migliorare la tenuta e consentire l'autenticazione del prodotto, mentre il **tappo con beccuccio flessibile** permette di colare il liquido con un flusso e un dosaggio preciso evitando le perdite. L’ampia **maniglia laterale**, infine, facilita la presa e il trasporto del prodotto, nonché il versamento di lubrificante.

**Filippo Redaelli, Amministratore Delegato Total Italia,** ha dichiarato: *“****Il nuovo progetto lubrificanti*** *non è un semplice progetto di restyling del design degli imballaggi: l’evoluzione dei nostri pack si fa portavoce della volontà di Total di dare ai propri prodotti il più chiaro profilo sul mercato, mettendo al centro le esigenze del cliente e la continua ricerca di una crescita sostenibile. Per il nuovo concept dell'etichetta ci siamo ispirati all’esperienza di guida che i clienti possono avere al volante delle auto moderne in cui, grazie alla tecnologia, il guidatore viene costantemente informato attraverso il cruscotto. Allo stesso modo, la nostra etichetta si presenta proprio come un cruscotto che informa il nostro cliente, evidenziando gli usi e i vantaggi del prodotto, e offre a Total un'identità più chiara e distintiva”.*

La produzione dei nuovi imballaggi si è concentrata nei principali hub Total di **Francia, Belgio, Dubai e Singapore, ma anche in Italia**. I nuovi pack, disponibili in piccoli e grandi formati (da 0,25 fino a 10 litri) sono distribuiti sul mercato italiano **da aprile 2020**.

**Total in Italia**

Presente in Italia da oltre sessant’anni, il Gruppo oggi commercializza, attraverso **Total Italia SpA** tutte le attività di distribuzione carburanti, lubrificanti, LNG, fluidi e solventi speciali, attraverso la società **AS 24** i carburantiper i veicoli pesanti.

**Total E&P Italia SpA** e’ la filiale della Divisione Upstream del Gruppo Total, che opera il campo petrolifero di Tempa Rossa in Basilicata.

Le altre filiali del Gruppo, **Hutchinson** e **Gasket** nel settore dei materiali, **Saft** nel settore delle batterie e **Sunpower** nel settore dei pannelli solari, sono presenti nel territorio nazionale e rappresentano un elemento importante della offerta portata ai nostri Clienti.

**Il settore Marketing & Servizi di Total**

Total Marketing & Servizi sviluppa e distribuisce prodotti provenienti principalmente dal petrolio nonché tutti i servizi che posso esservi associati. I suoi 31.000 collaboratori sono presenti in 110 paesi, le sue offerte di prodotti e di servizi commercializzati in 150 paesi. Total Marketing & Servizi accoglie ogni giorno 8 milioni di clienti nella sua rete composta da oltre 16.000 stazioni di servizio in 65 paesi. 4° distributore mondiale di lubrificanti e 1° distributore di prodotti petroliferi in Africa, il settore Marketing & Servizi di Total si avvale per il proprio sviluppo di 50 siti di produzione nel mondo dove vengono fabbricati carburanti, lubrificanti, bitumi, additivi, e fluidi speciali

**Total**

Total è un’importante compagnia del settore energetico, che produce e commercializza carburanti, gas naturale ed elettricità a basse emissioni di carbonio. I nostri 100.000 dipendenti si impegnano per un’energia migliore, più sicura, più economica, più pulita e accessibile a quante più persone possibili. Attivi in più di 130 paesi, la nostra ambizione è quella di diventare il maggiore player per un’energia responsabile.

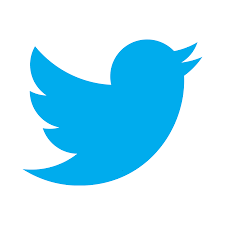
\* \* \* \*

**Contatti Total Italia**

Ufficio Stampa: ms.stampa@total.com

Sito web: [www.total.it](file:///\\main.glb.corp.local\RM-MIL$\Home\Home-MIL-4\J0125444\Desktop\www.total.it)

<https://twitter.com/total_italia>



**Nota**

*Questo comunicato stampa è pubblicato unicamente a fini di informazione, non ne possono quindi derivare conseguenze giuridiche. Le entità nelle quali TOTAL S.A. detiene direttamente o indirettamente una partecipazione sono persone morali distinte e autonome. TOTAL S.A. non si ritiene responsabilmente coinvolta per atti o omissioni provenienti dalle società sopracitate. I termini «Total», «Gruppo Total» che figurano in questo documento sono generici ed utilizzati unicamente a fini pratici con riferimento a TOTAL S.A. e/o alle sue filiali. Inoltre, i termini «noi», «nostri», «nostro» possono ugualmente essere utilizzati per fare riferimento alle filiali o ai loro collaboratori.*

*Questo documento può contenere informazioni e dichiarazioni fondate su dati e ipotesi economiche formulate in un dato contesto economico, concorrenziale e regolamentare. Possono rivelarsi inesatte nel futuro e sono dipendenti da fattori di rischio. Né TOTAL S.A. né alcuna delle sue filiali possono ritenersi obbligate ad aggiornare pubblicamente qualsiasi previsione o dichiarazione, obiettivi o tendenze contenute in questo documento, a seguito di nuove informazioni, eventi futuri o altro.*