

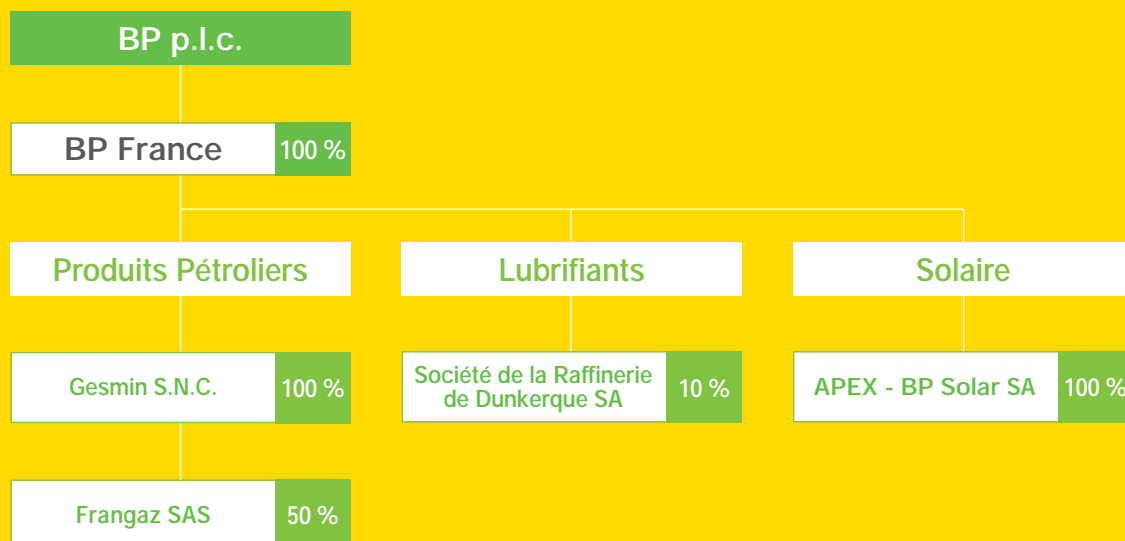


## Panorama 2007 des activités de BP en France



# Le Groupe BP en France

au 31 décembre 2007



## Conseil d'Administration

### Administrateurs

#### Patrick Haas

Président Directeur Général de BP France

#### Jean-Baptiste Renard

Group Vice President Europe  
Groupe BP

#### Thierry Rondeau

Fuels Marketing Controller  
Groupe BP

#### Jacques-Henri Wahl

Ancien Directeur Général de la BNP  
et membre du Comité de Direction Générale de la BNP

#### Michel de Fabiani

Administrateur de Rhodia, Vallourec,  
Star Oil Mali,  
Ebtrans, SEMS (Maroc),  
Vice-Président de la Chambre de Commerce Franco-Britannique  
et Président du Cercle Economique Sully

François Bellanger

### Secrétaire

#### Nathalie Bourseau

Directeur Juridique de BP France

### Commissaires aux comptes

Titulaires

Ernst & Young Audit  
Christian Comeran

Suppléants

Philippe Coquereau  
Gabriel Galet

# sommaire

## Panorama 2007

Panorama de l'exercice ..... 2

Message du Président ..... 3

Le contexte ..... 5

### Activités pétrolières

Fuels Marketing ..... 6

Le Réseau de stations-service BP ..... 7

Les fiouls et les carburants avancés BP ..... 9

BP Bitumes, acteur majeur du marché ..... 10

Les lubrifiants moteurs ..... 11

Les lubrifiants industriels ..... 12

Gaz de Pétrole Liquéfiés ..... 14

Air BP ..... 15

BP Marine ..... 16

Approvisionnements et transports massifs ..... 17

Logistique ..... 18

**Activités solaires** ..... 19

Hygiène, sécurité et environnement ..... 21

Réhabilitation des sites et sols ..... 22

Ressources humaines ..... 22

Diversité et intégration ..... 23

Communication ..... 24

**Perspectives 2008** ..... 24

# BP France en 2007

## Panorama de l'exercice (en millions d'euros)

<b>Données consolidées</b>	<b>2007</b>	<b>2006</b>
Chiffre d'affaires (hors tous droits et taxes)	7 217	7 223
Résultat net (part du groupe)	23	65
Marge brute d'autofinancement	69	-26
Capitaux propres du Groupe au 31/12	679	673
Effectif du Groupe au 31/12	1 602	2 280
<b>Activités consolidées</b>		
Résultat d'exploitation	34	-67
Coût de renouvellement / dépréciation des stocks	53	-29
Résultat d'exploitation économique	-19	-38
Traitement en raffinerie (en millions de tonnes)	-	1
Tonnages vendus de produits (en millions de tonnes)	12,0	12
- dont marché intérieur	12,0	12

# Message du Président

**Créé en 1921, BP France est l'un des principaux acteurs pétroliers dans l'Hexagone. Nos activités se sont étendues en 2000 à l'énergie solaire photovoltaïque avec Apex-BP Solar. BP France commercialise une large gamme de produits et services à la marque BP et Castrol en s'appuyant sur des réseaux de vente efficaces et sur une plateforme approvisionnements et logistique robuste et des équipes expertes.**

2007 a été encore une fois une année très mouvementée pour l'industrie et plus particulièrement pour BP.

Les cours du brut sont passés de 54 \$ par baril au début de l'année à plus de 95 \$ en fin d'année avec des passages proches de 100 \$, enregistrant ainsi un nouveau record historique.

Les raisons en sont connues, à savoir croissance économique mondiale toujours très soutenue notamment en Inde et en Chine, limitations de l'offre disponible, système de raffinage et impact psychologique de tensions géopolitiques au Moyen-Orient et ailleurs dans le monde.

Ainsi, pour nos clients automobilistes, transporteurs, compagnies aériennes, transporteurs maritimes, entreprises, collectivités et particuliers, le coût de l'énergie a une nouvelle fois considérablement augmenté et souvent pesé sur leurs comptes d'exploitation et budgets.

Bien que les taxes, stables cette année, aient atténué la hausse des prix des matières premières, les prix à la pompe ont augmenté de plus de 17 centimes cette année, soit 16 % environ, ce qui est tout à fait considérable.

Ces niveaux de prix de l'énergie peuvent sembler excessifs, tant pour les consommateurs que pour l'économie en général, mais ils sont probablement la nouvelle donne de notre monde, le signal de la fin de l'énergie relativement bon marché.

Il est généralement difficile de répercuter à nos clients les hausses de cette amplitude, mais cela a été possible cette année, la qualité de nos produits et nos services ayant rendu ces hausses plus acceptables.

2007 a été la première année d'existence de notre nouvelle division **Fuels Marketing**, qui, réunit l'ensemble de nos activités carburants et fiouls que ce soit à travers notre réseau de stations-service, nos revendeurs fiouls ou via nos clients "négoce".

En 2007, ces activités ont été mises à rude épreuve par trois facteurs importants, les hausses importantes de coût de produit liées aux hausses du brut ; la contraction du marché du FOD (-11 %), conséquence directe de l'hiver doux, et par l'incorporation accélérée des agro-carburants car l'objectif national de 3,5% en 2007 s'est avéré pénalisant du fait des capacités d'incorporation disponibles.

Ceci étant, et grâce à la mise en place de la nouvelle organisation intégrée et la poursuite de nos offres innovantes notamment avec nos produits premium

**BP Ultimate** et **BP Superfioul**, le résultat opérationnel de l'activité **Fuels Marketing** a été satisfaisant.

D'autre part, les initiatives commerciales de nos équipes **Convenience Retailing** dédiées à l'exploitation des stations-service autoroutières et à forte activité boutique (8 à Huit) ont également permis à BP France de répondre avec succès aux nouvelles attentes de notre clientèle en termes de produits et services de proximité.

En 2007 nos activités **Lubrifiants** ont atteint pour la première fois depuis plusieurs années un niveau de rentabilité satisfaisant, traduisant à la fois la pertinence de nos efforts de recentrage sur nos marchés clé automobile, transports et industrie et la grande qualité des produits et services associés à nos marques BP et Castrol.

L'activité **Bitumes** a été très performante grâce à une coopération efficace avec la raffinerie Ineos de Lavéra, et la commercialisation de produits de qualité auprès des professionnels de la construction de routes.

**BP Marine** spécialisée dans la vente de fiouls soutes et de lubrifiants aux compagnies maritimes a connu en 2007 une année record en termes de volumes, avec plus d'un million de tonnes commercialisées et des résultats satisfaisants.

**Air BP**, dont la part de marché reste toujours excellente, a renouvelé tous ses contrats majeurs avec les principales compagnies de transports aériens.

Nos activités **IST** (Approvisionnements) et **Logistique** ont été particulièrement sollicitées cette année, notamment pour l'incorporation d'agro-carburants.

BP France a poursuivi en 2007 la montée en puissance de son programme d'incorporation d'agro-carburants dans ses essences et gasoils à hauteur de 3,5 % (contre 1,75 % en 2006) en ligne avec le calendrier du gouvernement français. En 2008, cette expansion se poursuit avec un objectif national de 5,75 % soit avec 2 ans d'avance sur le calendrier de la Directive Européenne.

Parallèlement BP France a lancé en 2007 la commercialisation de deux nouveaux agro-carburants :

- le **BP B30** carburant diesel qui contient 30 % d'Ester Méthyllique d'Huile Végétale (EMHV) destiné aux flottes professionnelles de transport.
- le **Superéthanol E85** avec l'ouverture de 7 stations-service équipées pour commercialiser ce nouveau carburant à haute teneur en éthanol (jusqu'à 85 %) spécialement étudié pour les véhicules type flex-fuel.

Ces initiatives renforcent encore le positionnement d'innovateur reconnu à BP que ce soit au travers de sa gamme de carburants haute-technologie **BP Ultimate** qui réduit les consommations et les émissions polluantes, le **BP Superfioul**, fioul domestique haute-performance et l'ensemble des gammes lubrifiants BP et Castrol. Tous ces produits sont le fruit de recherches à long-terme effectuées dans les laboratoires BP à travers le monde.

Exercées au travers de Frangaz, société commune en association avec Vitogaz l'un des indépendants spécialisés dans le domaine du gaz, les activités GPL de BP se sont donné les moyens de proposer une nouvelle offre gaz sur le marché français de la bouteille GPL avec les marques BP ou sous la marque de partenaires distributeurs telle qu'Energaz.

Dans le solaire photovoltaïque, notre filiale Apex BP Solar a pris part activement à l'équipement de sites raccordés au réseau d'électricité en France métropolitaine, dans les DOM-TOM et en Afrique. Avec la mise en place d'un nouveau cadre d'incitations introduit par les pouvoirs publics permettant désormais aux particuliers d'accéder à l'offre solaire en France métropolitaine, de nouvelles perspectives de développement de nos activités photovoltaïques se confirment sur le reste de la décennie. Ainsi Apex BP Solar envisage de doubler son niveau d'activité en 2008.

En 2007 nous avons cédé notre usine de fabrication de polystyrènes de Wingles, cette activité ne correspondant plus à notre stratégie pour la France.

Parallèlement, nous avons encore renforcé notre programme d'investissements qui ont atteint un niveau record de 35 millions d'euros en 2007 notamment pour la sécurité et la protection de l'environnement mais aussi pour accroître nos positions logistiques avec la prise de participation dans le dépôt pétrolier de DP Fos ce qui devrait nous permettre de renforcer notre présence commerciale dans la région PACA.

Notre transformation c'est aussi une recherche déterminée de la simplification de nos structures et de nos façons de travailler - un objectif clé présent dans nos habitudes de travail au quotidien.

Nous avons consacré une grande partie de 2007 à mettre en place quelque 400 solutions identifiées lors des sessions "stopper, changer, simplifier" auxquelles se sont rajoutées les idées suggérées par le personnel tout au long de l'année.

Notre projet pour BP France c'est également l'évolution de nos comportements et de nos attitudes - rigueur dans l'exécution, travail d'équipe, écoute du marché, innovation commerciale, respect de l'environnement. Ensemble, ces piliers culturels de BP France sont les fondements de notre transformation en société de marketing.

En termes de visibilité de notre marque, nous avons bénéficié en 2007 pour la 2<sup>e</sup> année consécutive du 1<sup>er</sup> podium des constructeurs du championnat mondial des rallyes avec l'écurie BP Ford aux couleurs BP Ultimate et Castrol.

Nous avons également bénéficié des effets de notre partenariat avec l'EURO 2008 qui favorisera la promotion de notre marque distinctive Castrol dans le domaine des lubrifiants.

En 2007, nous avons poursuivi et approfondi nos actions solidaires que ce soit avec la Croix-Rouge française, la Sécurité Routière et l'AFM pour le Téléthon. Ces actions ont d'autant plus de sens qu'elles ont toutes été menées avec le personnel nos clients et le grand public.

En 2007, le personnel de BP France ainsi que l'ensemble du réseau de stations-service BP se sont mobilisés aux côtés du Téléthon dans un vaste élan de solidarité. Ce partenariat a permis notamment grâce aux actions entreprises dans l'ensemble de notre réseau de stations-service et du grand public, de recueillir des fonds au bénéfice de l'AFM. Un chèque de 310 000 € a ainsi été remis à l'AFM Téléthon lors du Téléthon pour la recherche et la guérison des maladies génétiques.

Parallèlement, nous avons poursuivi notre action dans la communauté avec la Croix-Rouge Française en associant notre personnel et nos clients à un programme d'envergure en faveur de la formation aux gestes qui sauvent. Ainsi à fin 2007, quelque 250 exploitants de stations-service autoroutières BP avaient suivi une formation de certification de 14 heures aux premiers secours et plus de 200 autres membres du personnel un stage d'initiation aux "gestes qui sauvent" incluant une formation à l'usage de défibrillateurs.

BP France poursuit sa politique d'investissement social, permettant à tout membre du personnel de s'investir dans une action de bénévolat de son choix ou d'effectuer des dons de solidarité à des organismes avec le soutien de la fondation BP.

Tony Hayward, qui a succédé en mai 2007 à John Browne à la tête du groupe BP, a initié une simplification de l'organisation groupe en regroupant les segments en 2 entités majeures - Exploration - Production et Raffinage-Marketing.

Trois priorités essentielles ont été définies pour BP à l'échelle mondiale, sécurité dans nos opérations, les personnes, et la performance. En matière de Sécurité des Opérations, un vaste programme de validation de nos process et procédures se met en place afin ce que notre groupe soit un leader de la sécurité à l'instar de notre réputation en matière d'environnement.

BP entend rester une référence pour sa vision énergétique à long-terme, sa stratégie de développement durable, et ses engagements en matière d'éthique et de protection de l'environnement.

Au sein du groupe, BP France a déjà largement entamé sa transformation et sa simplification. Cette mutation se poursuivra en 2008, en marche pour renforcer notre volonté d'ancrer notre repositionnement en société de marketing de taille compétitive, performante et pérenne.

Je pense que 2008 sera l'année qui confirmera le succès de cette transformation.

**Patrick HAAS**

*Président Directeur Général*

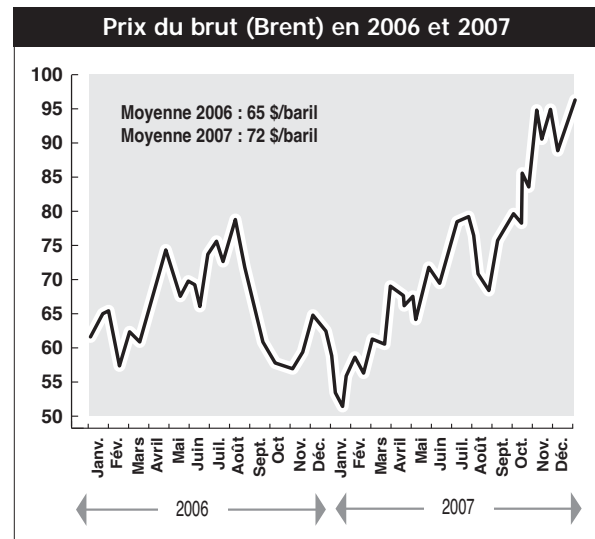
# Le contexte

## Environnement économique en 2007

- L'économie mondiale a poursuivi un rythme de croissance très soutenu, (+4,6 %) entraînant dans son sillage la demande d'énergie (+2,0 %).
- la demande pétrolière mondiale a progressé de 2 % contre 1 % en 2006.
- le marché pétrolier a été influencé par le contexte au Moyen-Orient, la discipline et le manque de capacités excédentaires de l'OPEP, la situation politique au Venezuela et au Nigéria.
- dans un contexte d'incertitudes sur l'offre et en l'absence de surcapacités de production, les marchés pétroliers sont restés fortement orientés à la hausse sur pratiquement toute l'année.
- les prix du pétrole ont atteint de nouveaux records : le prix du Brent a oscillé entre 54 et 100 dollars ; les prix des principaux produits pétroliers ont également franchi de nouveaux seuils historiques.
- le prix moyen du Brent s'est établi à 72 dollars par baril en moyenne sur l'année contre 65 dollars en 2006, 54 dollars en 2005, 38 dollars 2004 et 29 dollars en 2003.

## Marché des produits pétroliers

- l'économie française a progressé modérément avec une croissance de +1,9 %.
- la consommation française de produits pétroliers a diminué de 1,5 % à 84,2 millions de tonnes.
- le recul des consommations d'essences se confirme (- 4,5 %), la progression du gasoil se poursuit (+ 3,3%) et la consommation globale en carburants augmente de 1,3 %.
- le gasoil représente presque 76% des carburants commercialisés en France.
- les ventes de carburateurs ont progressé de 3,2%.
- les ventes de fioul domestique ont reculé de 11,3 %.



# Fuels Marketing

Depuis 2007, l'organisation Fuels Marketing regroupe les activités de distribution de fiouls et carburants de BP sur le territoire français (hors activités internationales telles que BP Marine et Air BP), en liaison étroite avec différents services fonctionnels de BP notamment approvisionnements, logistique ou service à la clientèle.

## Repères

### Négoce - Grands comptes

- Clients constitués d'hypermarchés et indépendants de l'énergie en France ;
- Un partenariat avec la raffinerie Ineos de Lavéra ;
- Plus de 4,5 millions de m<sup>3</sup> en 2007 répartis entre des ventes par transport massif et enlèvements camions.

### Revendeurs

- Distribution de Fioul Domestique et Gasoil via un réseau de clients revendeurs dont environ 300 partenaires BP Superfioul, la référence qualité et performance du marché du fioul domestique en France ;
- Des ventes de 1,7 million de m<sup>3</sup>.

### Transport Commercial

Cette activité qui sert les flottes professionnelles est divisée en 2 canaux de vente :

- Activité vrac auprès d'environ 150 clients ;
- Activité carte pétrolière permettant à une clientèle de 7000 clients d'entreprise et de particuliers de s'approvisionner dans les stations-service BP en France et à l'étranger, notamment grâce à l'atout de la carte BP Plus Routex.

### Activités carburants pour

#### le Réseau de stations-services BP

- 1,5 million de m<sup>3</sup> commercialisés en 2007 dans les 435 stations-service BP
- Les carburants haute-technologie BP Ultimate
- Superéthanol E85: un maillage en place avec 7 stations-service équipées
- 104 points de vente équipées en GPL-carburant

## Environnement commercial

- En 2007 les cours brut et des produits pétroliers ont fortement progressé tout au long de l'année passant de 54 dollars à plus de 91 dollars par baril en fin d'année. Les prix des carburants ont progressé de l'ordre de 13 à 14 % TTC avec une hausse sur l'année de 16 centimes pour le gasoil et de 17 centimes sur l'essence sans plomb. Le marché des carburants a progressé de 1,3 % sous l'effet combiné d'une nouvelle progression gazole (+3.3 %) et de

la poursuite du recul des ventes des supercarburants (- 4.5 %). La concurrence est restée très vive avec une nouvelle progression de la part de marché des grandes surfaces qui s'établit à 58 %.

- La demande de fioul domestique a reculé de 11% suite à l'hiver 2007 exceptionnellement doux.
- L'incorporation d'agro-carburants dans les essences (éthanol ou ETBE) et le diesel (EMHV ester méthylique d'huile de colza) a marqué une accélération en 2007 avec une obligation de 3,5 % (en valeur énergétique) suivant le plan gouvernemental français.
- la France a adopté une politique ambitieuse d'incorporation d'agro-carburants qui s'appuie sur une incitation au niveau de la TIPP assortie d'une taxe (TGAP) en cas de non respect des objectifs. Le coût global a été significatif pour BP France pour honorer ces obligations d'incorporation d'agro-carburants.

## Développements significatifs

- Finalisation de la mise en place des équipes commerciales et nouvelles organisations;
- Arrêt quasi-total de la distribution de fioul lourd au départ de Lavéra ;
- Arrêt technique pendant de 3 mois de la ligne d'import du terminal de Frontignan, qui a limité les activités de Trading autour du dépôt.
- Programme d'investissements important avec notamment la prise de participation minoritaire dans le Dépôt Pétrolier de Fos, l'équipement des dépôts de Vitry et Frontignan en capacité d'incorporation d'éthanol et d'EMHV, le lancement de la filière Superéthanol E85 et du BP B30 gazole dédié aux flottes professionnelles et qui contient jusqu'à 30% d'agri-carburants.

## Négoce - Grands comptes

Pour la troisième année consécutive, les contraintes d'incorporation d'agro-carburants introduisent une nouvelle donne dans notre approche du marché, notamment sur les essences. Dans ce contexte, l'activité Négoce n'a pas pu contracter les volumes équivalents aux années passées notamment dans les ventes massives de la zone Trapil et Est. Depuis le 31 décembre 2006, BP a cédé sa participation dans la raffinerie de Reichstett. Ceci s'est traduit en 2007 par une réduction de nos activités Négoce sur la Région Est, même si la totalité des volumes à la marque n'a pas été affectée. L'activité sur les ventes par camion a été soutenue.

## Revendeurs

Les ventes de ce secteur, principalement fioul domestique, ont souffert de conditions climatiques exceptionnellement douces pendant l'hiver ainsi que d'un été maussade affectant les activités agricoles. Au total l'année 2007 se solde par une contraction des ventes de fioul domestique de 14% par rapport à 2006 mais avec de fortes disparités selon les régions. Si la part de marché de BP s'est établie à 8%, nous avons maintenu les ventes de notre produit phare BP Superfioul dont nous avons célébré le 20<sup>e</sup> anniversaire avec les partenaires revendeurs de la marque.

## Transport commercial

- En dépit d'un marché défavorable, nous continuons d'enregistrer une progression de notre activité cartes qui représente en moyenne 20% des volumes vendus dans nos stations-service. Malgré les nombreux changements qui touchent le secteur du transport, cette tendance se renforcera en 2008 notamment du fait de la mise en place de notre offre internet permettant à BP d'offrir à ses clients gain de temps, souplesse et sécurité dans la gestion de leur poste carburants.
- Les volumes vrac sont en léger retrait par rapport à 2006. En juin, BP a confirmé son rôle d'acteur majeur dans le développement des biocarburants en France en lançant le BP B30 qui apporte une réponse aux transporteurs et collectivités locales soucieux d'évoluer vers des carburants moins polluants utilisant des agro-composants de très haute qualité.

# Le Réseau de stations-service BP

**En 2007, le Réseau de stations-service de BP France a poursuivi sa stratégie de différenciation fondée sur la proximité, l'offre de produits et services innovants aux automobilistes. Une nouvelle organisation a été mise en place avec la création des entités *Fuels Marketing* permettant d'optimiser sur tout le réseau la chaîne de valeur carburants et parallèlement *Convenience Retailing* dédiée à l'exploitation des stations-service à forte activité boutique à savoir les stations-service autoroutières et les stations-service arborant l'offre 8 à Huit.**

### Repères

- 435 stations-service dont 50 autoroutières
- un réseau concentré sur ses marchés stratégiques: 2<sup>e</sup> réseau en Ile-de-France, une très forte présence dans les zones urbaines des régions Rhône-Alpes et Provence Alpes Côte d'Azur ainsi que sur les réseaux autoroutiers
- toujours une longueur d'avance en matière de carburants différenciés avec les carburants haute technologie "BP Ultimate"
- la carte de fidélité "Bienvenue" et des offres marketing attractives
- 1,5 million de m<sup>3</sup> de carburants commercialisés
- des gammes de produits boutique et de services répondant aux besoins de proximité, notamment avec les enseignes "8 à Huit" et "Proxi" en partenariat avec Carrefour, l'enseigne Speedy et la carte de lavage BP
- des résultats sécurité et environnement encore améliorés
- un programme de fidélité attractif
- des partenariats forts avec la Croix-Rouge, la Sécurité Routière et le Téléthon

### Organisation et évolution des canaux de distribution

BP a repositionné ses équipes autour de deux pôles d'excellence Fuels Marketing et Convenience Retailing avec chacune une expertise spécifique - d'une part optimisation de l'offre carburants (prix, qualités, offres marketing et distribution) et d'autre part l'expertise des offres boutique et services de proximité, les deux entités pouvant ainsi développer leurs compétences spécifiques à leur métier.

Concernant la gestion des sites, nous avons poursuivi en 2007 un programme d'optimisation des canaux de distribution démarré en 2006 consistant à céder la propriété de certains points de vente aux exploitants-partenaires.

Parallèlement, un certain nombre de nos sites dotés de boutiques "8 à Huit" jusqu'alors gérés en direct ont été confiés en gérance à leurs exploitants avec un impact positif en termes de chiffre d'affaires et de rentabilité.

Le nombre de stations-service aux couleurs BP est passé à 435 points de vente compte tenu du désinvestissement d'une quinzaine de sites non stratégiques au cours de 2007. Les volumes commercialisés par BP France sont en léger recul à 1,5 million de mètres cubes.

Les marges sur les activités carburants ont souffert de la concurrence exacerbée sur les prix dans un contexte de hausse continue des prix tout au long de l'année.

Les activités boutique et services sont en progression soulignant le succès de l'offre de proximité développée par BP depuis plusieurs années notamment au travers de partenariats avec les enseignes 8 à Huit (50 points de vente en milieu urbain), Proxi (50 stations-service autoroutières) et Speedy.

## Un positionnement distinctif, des offres innovantes

Dans ce contexte, BP a poursuivi avec détermination sa politique de différenciation par qualité de ses produits et de ses services et ses efforts de productivité avec notamment l'optimisation de ses canaux de vente.

### Boutiques & Partenariats

La nouvelle organisation Convenience Retailing dédiée à l'exploitation de stations-service autoroutières et de boutiques 8 à Huit a permis de constituer des équipes focalisées sur les activités de proximité performantes.

Ces nouvelles équipes spécialisées ont mis en oeuvre la simplification des process organisationnels permettant un développement marketing significatif et ciblé sur les ventes de produits & services de proximité au travers des enseignes 8 à Huit, Proxi et Speedy.

Le chiffre d'affaires boutique s'est développé aussi bien au sein des 52 boutiques 8 à Huit que dans les 50 boutiques à l'enseigne Proxi dans nos stations-service autoroutières.

### Investissements

Nos investissements sont restés ciblés sur la reconstruction de la station-service autoroutière de Saint-Ambreuil en Bourgogne sur l'A6, en partenariat avec Elixor, et la construction de la nouvelle station-service de Croix-Raux sur l'A29 en Picardie. Nous avons également modernisé plusieurs boutiques et veillé à assurer une maintenance de qualité et la propreté de nos stations-service.

Parallèlement, un programme de modernisation de nos volucompteurs a été mené dans la majorité de nos points de vente en 2007.

## Programme de fidélité et marketing

Nos programmes de fidélisation ont continué à jouer un rôle important d'animation de nos offres et de communication avec nos clients. Le programme Bienvenue a été entièrement modernisé en 2006 avec sa mise en ligne offrant ainsi aux automobilistes une communication interactive sur site internet, permettant la gestion centrale des points de fidélité et l'enregistrement de nos clients avec accès à leur compte par internet ou par centre d'appels.

### Téléthon

Pour la 4<sup>e</sup> année consécutive, BP France s'est associée à l'Association Française contre les Myopathies (AFM) en mobilisant son personnel, ses clients et l'ensemble de son réseau de stations-service dans une vaste chaîne de solidarité pour le Téléthon. Sur les deux derniers mois de l'année, l'ensemble des 435 stations-service BP se sont transformées en centres de collecte animés par le personnel.

Cette mobilisation au profit du Téléthon a permis de remettre un chèque de 310 000 euros à l'association AFM au cours du Téléthon retransmis sur France 2.

## Sécurité & Environnement

La sécurité sur nos stations-service demeure une priorité majeure.

En 2007 nous avons atteint une performance exceptionnelle en matière de sécurité sur nos stations-service avec un niveau très satisfaisant en termes de nombre d'accidents et blessures, grâce à la poursuite de nos programmes de formation et de sensibilisation.

En 2007 un effort particulier a été porté sur le contrôle des stocks de carburants en station afin de prévenir tout risque lié à la présence des vapeurs de carburant et pour prévenir tout potentiel de fuite d'hydrocarbures.

Dans ce sens, une grande campagne de sensibilisation de nos responsables de zones et de nos exploitants a été menée. Parallèlement les investissements de remise à niveau de nos installations (remplacement de tuyauteries, installation de jauges électroniques et de détecteurs de gaz). Nous avons également mené de nombreuses opérations d'épreuve des tuyauteries.

Des campagnes de sensibilisation à destination des exploitants de nos stations-service ont été menées afin de maîtriser les risques d'agression.

# Les fiouls et les carburants avancés BP

## BP Ultimate nouvelle génération

Lancé en novembre 2004 et déployé sur la quasi-totalité du réseau, BP Ultimate a été le premier carburant haute technologie introduit en France. Véritable succès avec 1 client sur 3 faisant le choix BP Ultimate, cette gamme de carburants avancés répond aux attentes des automobilistes soucieux à la fois d'économies de consommations, de propreté moteur et du respect de l'environnement.

Fruit de recherches permanentes dans les laboratoires BP, la gamme BP Ultimate - diesel et sans plomb - a intégré dès 2006 des nouvelles avancées permettant des réductions des émissions polluantes (jusqu'à 35 % d'hydrocarbures imbrûlés en moins) et une réduction sensible des consommations (jusqu'à 36 km de plus par plein).

Ce succès conforte le positionnement de la marque BP en tant que leader sur le segment des carburants haute technologie pour un plus grand respect de l'environnement.

## BP B30 : un nouveau biodiesel destiné aux professionnels de la route

Toujours à la pointe en matière de développement d'énergies propres et performantes, BP France a lancé en 2007 la commercialisation d'un nouveau biodiesel : le BP B30, carburant diesel qui contient 30% d'EMHV (Ester Méthylique d'Huile Végétale) destiné aux flottes professionnelles de transport.

Avec son nouveau BP B30, BP France souhaite accompagner les entreprises dans leur démarche pour l'environnement. BP distribue ce nouveau produit incorporant des esters issus de plantes (graines de colza et tournesol) permettant de réduire les émissions de CO<sub>2</sub> sans aucune modification technique des véhicules (mais dans le respect de normes d'utilisation préconisées par les constructeurs de véhicules industriels). Le BP B30 contribue significativement à diminuer les émissions de CO<sub>2</sub>, de fumées et de suies des flottes de véhicules tels que les bus et camions dédiés aux activités de propreté, notamment le ramassage des ordures ou le nettoyage urbain. L'usage de ce produit est pour l'instant uniquement disponible pour les flottes avec des moteurs compatibles.

BP confirme ainsi sa position d'acteur majeur sur le marché des bio-carburants et souhaite notamment accompagner les sociétés privées et publiques dans leur engagement environnemental, pour le développement durable.

## Superéthanol E85

Parallèlement à l'incorporation de bio-composants (éthanol, ETBE, EHMV) à hauteur de 3,5% en valeur énergétique dans l'ensemble de la gamme essences et diesels, BP a démarré en 2007 la commercialisation du Superéthanol E85 dans 7 de ses stations-services. Ceci a permis à BP de constituer un maillage de points de distribution conformément aux engagements pris en 2006 lors de la signature de la Charte gouvernementale pour le développement de la filière Superéthanol E85.

Le Superéthanol E85 est un nouveau carburant à haute teneur en bio-éthanol (jusqu'à 85 %) spécialement étudié pour les véhicules type flexfuel qui peuvent rouler indifféremment au Superéthanol E85 et à l'essence sans plomb 95 et 98 ou à tout mélange de ces produits.

## BP Superfioul

Leader sur le marché français du fioul domestique haute technologie, BP a célébré en 2007 les 20 ans de son produit phare, BP Superfioul. En 1987, BP France a été le premier à lancer un fioul haut de gamme en France avec BP Superfioul offrant une triple innovation :

- De meilleures performances : nette amélioration du démarrage à froid du matériel agricole et amélioration de la combustion dans les chaudières
- Un produit plus respectueux de l'environnement : réduction des émissions de fumées sur les tracteurs et nette diminution des suies dans le matériel de chauffage.
- Une réduction des consommations allant jusqu'à moins 10%.

20 ans après, BP Superfioul se distingue toujours sur le marché grâce à ses performances exceptionnelles mais également par une offre de services associés :

- carte de fidélité donnant droit à des garanties sur le matériel qui fonctionne au BP Superfioul
- des offres combinées et des partenariats.

BP France distribue depuis plus de 50 ans du fioul domestique et commercialise aujourd'hui le BP Superfioul exclusivement via un réseau de 270 partenaires, revendeurs-conseillers privilégiés.

# BP Bitumes, acteur majeur du marché

## Repères

- 350.000 tonnes/an (route)
- Une large gamme de produits :
  - bitumes conventionnels,
  - bitumes modifiés par des polymères (Olexobit),
  - liants spéciaux de renforcement ou anti-ornières (BP Structur),
  - bitumes pour asphaltes coulés,
  - liants clairs (BP Color).
- Un support technique sur mesure
- Une expertise technologique
- 5 sources d'approvisionnement en France et une couverture nationale

## Des volumes en croissance sur fond de forte volatilité

Le marché de la route a connu une nouvelle année de croissance. Les principales sociétés de construction routière ont affiché des carnets de commande bien remplis et l'activité a été très soutenue tout au long de l'année.

L'année 2007 a également été marquée par une très forte augmentation des prix du brut et des coûts de produit. BP Bitumes a su s'adapter à ces tensions et renforcer sa position sur un

marché très concurrentiel.

En s'appuyant sur des relations étroites de partenariat avec ses clients, BP Bitumes a poursuivi sa stratégie de croissance et s'impose désormais comme un acteur majeur sur le marché.

Une collaboration technique sur mesure, un service adapté et répondant efficacement aux attentes des clients ainsi que le souci permanent d'améliorer la fiabilité des opérations sont les fondamentaux qui ont permis d'atteindre les objectifs de croissance ambitieux.

La performance sur le plan financier pour l'année 2007 est très satisfaisante.

## Augmentation de la demande en produits spéciaux : une tendance qui se poursuit

Les ventes de produits spéciaux (grades durs et Multigrades) ont à nouveau fortement progressé en 2007. Notre capacité à répondre à cette demande croissante nous a permis de développer des offres commerciales solides et de nous démarquer vis à vis de nos principaux concurrents, ce qui permet d'envisager des perspectives favorables pour l'avenir.

# Les lubrifiants moteurs

## Repères

- 2 marques : BP et Castrol
- 47 000 m<sup>3</sup> commercialisés en 2007
- 1 500 articles
- 3 000 clients
- 10 % de part de marché
- 3 nouvelles gammes de Lubrifiants Castrol (Marché Grand Public, Marchés Professionnels & Moto) avec une offre de service associée unique sur le marché à l'attention de nos clients professionnels : Castrol Professional, incluant formation en ligne, outil SMS, conseil après vente, expertise technique...). Programme promotionnel et notoriété de la marque renforcés dès la fin de l'année 2007 par le biais du partenariat avec l'Euro 2008

## Marché GMS, centres-auto et stations-service BP : une nouvelle gamme en 2007

En 2007, le marché de la GMS (grandes et moyennes surfaces) et des centres-auto s'est une nouvelle fois contracté d'environ 6% en volume. Toutefois, compte tenu de la montée en gamme et des augmentations de tarifs, cette activité progresse en valeur. La mise en place de la nouvelle gamme de lubrifiants pour le Réseau de stations-service a été un fait marquant de 2007. Outre la rationalisation de l'offre, l'introduction de la gamme premium "Edge" a renforcé la force de notre marque Castrol et contribué à soutenir notre résultat économique. Une troisième hausse en 12 mois de nos tarifs a permis à cette activité d'atteindre son objectif annuel. 2007 aura aussi été l'année de l'activation du partenariat Euro 2008 qui portera ses fruits au cours du premier semestre 2008 au travers d'une part des nombreuses promotions offertes aux consommateurs et d'autre part au travers d'une campagne de communication. Ceci améliorera durablement la notoriété de la marque Castrol.

Les ventes en stations-service ont bénéficié de l'effet du lancement de la gamme "Edge". L'attente des consommateurs a été satisfaite car à présent ils disposent des produits haut de gamme indispensables aux moteurs de nouvelle génération. Pour cette activité, les résultats baissent en volume mais progressent en marge.

## Marché agricole : la marque BP conserve son leadership

Ce marché a été exploité en 2007 par DLBC, notre distributeur mis en place fin 2006. Les résultats sont conformes aux prévisions tant en volume qu'en marge. En octobre la dernière

phase de la mise en place du contrat de distribution s'est achevée par l'organisation de sa propre logistique par DLBC. Enfin depuis début 2008, DLBC distribue les produits auto de la gamme Réseau.

## Marché Moto : une nouvelle organisation

Castrol a confié en juin 2007 à DLBC la distribution des produits moto pour la majeure partie de ses clients. Une structure dédiée a été mise en place par notre distributeur.

## Concessionnaires automobiles

L'organisation Workshop couvre principalement les concessions et agents de constructeurs automobiles et moto, ainsi que les concessionnaires Poids Lourds et les revendeurs spécialisés dans l'activité automobile. Ce marché continue à décliner avec un recul de 4%. Nous y occupons la troisième place derrière Total et Elf. Notre présence est proche de 60% dans les réseaux de réparation des marques avec lesquelles nous avons des préconisations comme le groupe Volkswagen, BMW, la division Premium du groupe Ford (Jaguar, Land Rover, Volvo, Aston Martin) et avec BMW pour la moto. De façon plus générale, nous sommes leader sur le marché des marques étrangères qui représentent environ 40% du marché français. L'année 2007 se solde par une progression très sensible de nos marges. Le solde nous est largement favorable. En 2007, la visibilité de nos marques Castrol et BP a été renforcée grâce au titre de Champion du Monde obtenu par Ford en Rallye WRC, l'engagement des Touaregs VW en Rallye-Raid, le WTCC avec BMW et notre engagement dans les compétitions Moto.

Cette année a également été marquée par un repositionnement de l'offre Castrol avec le lancement de la gamme Castrol Professional et l'extension de ses services associés.

## Export en Afrique de l'Ouest et DOM-TOM :

L'année 2007 a vu les effets bénéfiques de la nouvelle stratégie mise en place :

- un développement des volumes des ventes de lubrifiants à l'export (+12%) par la conquête de nouveaux clients notamment, dans les secteurs de la production d'énergie et de l'extraction minière en Afrique de l'Ouest et Centrale et par la mise en place de distributeurs marques BP et Castrol principalement en Afrique du Nord et dans les DOM TOM.

- une augmentation du chiffre d'affaires, de plus de 20% liée aux hausses successives des tarifs ce qui conduit à une progression de la marge brute.

Tout au long de l'année, des programmes de simplification ont également été mis en oeuvre, avec en particulier une automatisation de la gestion administrative.

L'assistance a été renforcée auprès de nos revendeurs, par le développement d'outils marketing et des programmes de formation, en particulier lors de la mise en place de la nouvelle gamme Castrol dans le secteur automobile.

En 2008, l'activité devrait croître fortement, d'une part, avec la création et le développement des sites miniers, liée à l'évolution du coût des matières premières (Fe, Cu, or, P, Mg, Ur, ...) et d'autre part, par le déploiement des ventes au travers des réseaux de stations-service de nos revendeurs.

## Les lubrifiants industriels

**2007 a marqué le retour à la rentabilité de l'activité "Industrial Lubricants & Services" (ILS), regroupant toutes les activités de production et de vente de lubrifiants et de services à destination de l'industrie.**

### Repères

- 20 000 tonnes commercialisées par an (France)
- environ 600 produits
- 10 % de part de marché
- une usine de production et un laboratoire d'analyses situés à Péronne
- certifications ISO 9001 – 14 001 – OHSAS 18001

La Division Lubrifiants Industriels & Services dispose en France d'une usine située à Péronne dans la Somme qui regroupe une activité de fabrication de lubrifiants industriels et une plate-forme centrale de stockage et de distribution. Péronne est la plus importante des 6 usines européennes de lubrifiants industriels de BP et produit environ 40.000 tonnes annuellement. Le site emploie environ 90 personnes dont 10 au sein d'un Centre de Recherche et d'Application situé sur le site. L'usine est certifiée ISO 9001 (Qualité), ISO 14001 (Environnement). L'usine de Péronne est l'une des 20 premières usines du secteur chimie en France à avoir obtenu la certification OHSAS 18001 (Sécurité).

### Présentation générale

La Division Lubrifiants Industriels & Services (ILS) couvre la totalité des segments du marché industriel mais en se focalisant principalement sur des secteurs clés tels que les constructeurs et équipementiers automobiles et aéronautiques, la sidérurgie, l'industrie de fabrication de pièces métalliques. La Division ILS offre à la clientèle industrielle une gamme complète de produits lubrifiants industriels et de services qui y sont associés, aussi bien à la marque Castrol que BP.

Fortement concurrencée pour ce qui est des lubrifiants "machine", la Division ILS s'est focalisée sur les huiles de process qui participent au traitement des métaux (solubles d'usinage, huiles entières d'usinage, produits de dégraissage, de protection et de traitement thermique).

La stratégie de développement est orientée vers des segments de produits à forte valeur ajoutée dans lesquels la marque Castrol jouit d'une forte notoriété ainsi que d'une gamme de produits et de services adaptés aux processus de fabrication de nos clients industriels.

### Contexte Marché

L'année 2007 a été caractérisée par les grandes tendances suivantes :

- Une hausse des coûts matières enfin stabilisée après 18 mois de fortes turbulences. Des effets positifs ont même été observés sur nos marchés suite à la très forte revalorisation de l'Euro face au dollar, monnaie de référence pour l'achat des huiles de base notamment.
- Une industrie des équipementiers automobile en consolidation (fermeture du site de Delphi Douai datant de moins de 10 ans par exemple), un segment aéronautique toujours en forte croissance et les premiers impacts du mouvement de concentration au niveau mondial dans la sidérurgie.

## Activité ILS

ILS a bénéficié largement des actions menées en 2006 sur ses différents marchés sélectionnés. Ceci a permis de considérablement renforcer nos positions sur les segments ciblés, en particulier dans les secteurs aéronautique et automobile. La dynamique de prospection observée en 2006 s'est confirmée et même accélérée. La taille des affaires conquises en 2007 est significativement plus élevée que par le passé, dénotant la confiance de plus en plus importante accordée par le monde industriel à ILS. Les efforts consentis pour repositionner complètement nos activités sur le canal de vente indirect donnent à présent les résultats escomptés.

La phase de redressement est terminée et de nouveaux plans de croissance ont été développés pour la période 2008 – 2010. Ils sont articulés autour d'un renforcement important de notre approche marketing (lancement d'une nouvelle offre générale comprenant 4 paliers d'intégration chez nos clients, lancement d'offres applicatives spécifiques) et du développement correspondant nécessaire des compétences de nos forces terrain pour mettre en place ces nouvelles offres.

## Résultats

Les résultats de 2007 sont très satisfaisants. ILS a progressé de 25% en volume et marge brute. Cette progression, unique sur un marché en déclin d'environ 2,5 %, se solde par un retour à la rentabilité après plus de 6 ans de pertes. De manière encore plus significative, ILS France est devenu en 2007 le deuxième contributeur européen de BP. Il est à noter également une performance toujours aussi solide en termes d'HSSE.

## Perspectives 2008

2008 sera sans aucun doute une année de consolidation, particulièrement au niveau marketing. Afin d'anticiper les changements importants de contraintes relatives aux aspects HSSE de nos produits (législation REACH), ILS a décidé de procéder à une refonte profonde de son offre produit. L'objectif premier est la simplification des gammes et l'introduction de nouveaux grades à très haute performance HSSE.

# Gaz de Pétrole Liquéfiés

**L'activité "GPL" de BP France a pour mission d'offrir aux particuliers, ainsi qu'aux secteurs agricoles et industriels, une énergie "propre" et facilement transportable.**

## Repères

- Réseau de distribution de GPL-c de 104 stations BP
- Participation dans 3 cavernes de stockage (Géogaz Lavéra)
- Participation dans Frangaz, société d'embouteillage et commercialisation de butane et propane en bouteilles, principalement en grandes et moyennes surfaces.

## Environnement et prix

Les cours du propane sont restés extrêmement élevés tout au long de l'année, atteignant de nouveaux records tant en butane qu'en propane.

L'été pluvieux et anormalement froid ainsi qu'un hiver assez précoce ont aidé à soutenir une demande relativement élevée tous produits confondus sur l'année.

## Bouteilles

Le marché de la bouteille est un marché mature.

L'introduction de nouveautés démarrée en 2006 s'est poursuivie en 2007 avec l'introduction de bouteilles 10kg à la marque de la grande distribution.

D'autre part l'année a été marquée par des offres promotionnelles variées de la part des marques nationales visant à enrayer la pénétration des marques de distributeurs.

## GPL-Carburant

En 2007, les ventes de GPL-c sont restées quasi-stables dans un marché en légère progression.

## Commercial

Suite à la dénonciation du contrat liant Butagaz à BP en 2005, la restructuration des équipes et des actifs GPL de BP France entreprise en 2006 a été menée à son terme en 2007 :

- La société Frangaz, créée en 2006 et filiale à 50% BP et 50% Vitogaz ayant pour objectif principal la commercialisation de bouteilles de butane et de propane en grandes et moyennes surface, est maintenant pleinement opérationnelle.
- Le premier accord de distribution signé avec le Groupement des Mousquetaires (enseignes Intermarché, Ecomarché, Rody, et Netto) est également pleinement opérationnel avec plus de 1000 points de vente desservis.

- Un second accord a été signé avec le EMC Distribution, la centrale d'achats du Groupe Casino. Cet accord a été suivi en octobre d'une mise en place sur environ 300 magasins d'une offre butane 10kg à la marque Casino.
- Enfin plus de 100 stations du réseau BP sont également approvisionnées en bouteilles butane par Vitogaz, avec une offre déclinée en bouteille acier "traditionnelle" et l'introduction en France de la bouteille composite "BP Gas Light" déjà lancée avec succès dans de nombreux pays limitrophes.

Frangaz a réalisé un chiffre d'affaires de près de 4 millions d'euros, avec plus de 100.000 clients consommateurs finaux.

D'autre part, BP continue d'exploiter sa participation en propre dans les cavernes Géogaz Lavéra, tandis que la fermeture de la caverne de Géovexin, dont elle est aussi actionnaire, a été décidée, faute d'activité rentable.

## Opérations

Malgré un accident avec arrêt de travail d'un jour sur le site de Port la Nouvelle qui n'en n'avait pas connu depuis dix ans, la performance sur l'année reste bonne et à l'honneur des équipes et leur application des procédures de gestion des risques et d'assurance.

D'autre part, les projets liés aux centres de Port-la-Nouvelle et Sillery concernant la maîtrise des risques liés aux stockages aériens de GPL et représentant un investissement de plus de 6 millions d'euros ont continué à progresser en 2007 :

- Les travaux de Sillery sont terminés, avec la sphère de stockage aérien de butane démantelée et les réservoirs jumeaux de propane maintenant séparés et accueillant l'un le butane et l'autre le propane.
- Sur Port-La-Nouvelle les trois nouveaux réservoirs (deux 500m<sup>3</sup> et un 250m<sup>3</sup>) ont été livrés par barge et route sur site, pour une mise sous talus et en opération au premier trimestre 2008.

Enfin, la mise en place de la nouvelle législation concernant les PPRT (Plan de Prévention des Risques Technologiques) a continué avec la finalisation des études de danger pour l'établissement des cartes d'aléas en 2008.

# Air BP

**En 2007, la croissance de l'activité aéronautique s'est poursuivie. Dans ce contexte, l'activité Air BP a particulièrement renforcé ses positions sur les aéroports régionaux grâce à son réseau compétitif. Des renouvellements de contrats stratégiques ont été réalisés avec succès sur l'ensemble du réseau avec deux nouveaux sites aéroportuaires et avec notre premier partenaire.**

## Repères

- Principal fournisseur français avec 18 % du marché des carburants aviation et 30 % de part de marché sur le marché aviation d'affaires.
- Des résultats financiers solides.
- Une activité internationale intégrée aux activités mondiales d'Air BP, deuxième fournisseur mondial représenté dans près de 100 pays et 1200 aéroports.

## Un marché français en progression

Dans un contexte rendu plus difficile par les prix de matières premières extrêmement élevés, l'activité Air BP continue à progresser sur ses deux segments principaux, les compagnies aériennes et l'aviation d'affaires.

La consolidation technique et commerciale du réseau aviation générale a été initiée et finalisée avec un recentrage sur les stations de moyenne et grande importances associée à une décapitalisation d'une partie du réseau.

## Dynamisme du marché sur Roissy

L'aéroport Roissy CDG représente plus de 60% du marché français et concentre la majeure partie du développement du trafic international. Après la forte croissance en 2006, celle-ci s'est légèrement ralentie courant 2007 avec environ 3,2 % pour les carburéacteurs (JET A1).

Néanmoins la croissance du trafic et des mouvements respectivement avec + 5.65% et + 3.47 % est restée très élevée révélant un meilleur taux de remplissage et une meilleure efficacité de consommation des avions due au renouvellement constant du parc des appareils.

## Amélioration de la santé financière de nos clients

Malgré une augmentation très sensible des prix des carburants aviation, la santé financière de nos clients s'est considérablement améliorée, l'ensemble de la profession devenant rentable pour la première fois depuis 2001. Une gestion rigoureuse de l'activité Air BP a permis de n'enregistrer aucun débit client notamment par une couverture des risques matières premières, service proposé par Air BP en même temps qu'une amélioration sensible des conditions de paiements en réduisant les délais.

## Leadership en matière de Sécurité et Environnement

Air BP a poursuivi une politique vigoureuse et créative en matière de prévention des risques avec l'application stricte et rigoureuse de son plan d'Intégrité Opérationnelle 2007. 100 % des actions ont été menées et complétées. Aucun accident et aucun impact accidentel sur l'environnement n'ont été notés.

Les opérations de Marseille ont célébré leur septième année sans accident

## Développement

Deux nouveaux sites ont été lancés en 2007 : Meaulte pour l'avitaillement des sites Airbus et Grenoble Saint Geoir, la plus forte croissance en passager depuis deux ans (+ 38 %).

Air BP participe également à l'extension du réseau sur Charles de Gaulle pour faire face à l'expansion de l'aéroport.

Par ailleurs, BP France avec son activité Air BP est devenue le premier fournisseur de l'armée de l'air française.

# BP Marine

## Repères

- Un des principaux fournisseurs du marché avec environ 30% du marché français soit plus d'un million de tonnes de fiouls soutes livrés en 2007
- Près de 9 000 tonnes de lubrifiants livrés en France, sous les marques BP ou Castrol
- Principaux ports d'activité en France : Fos, Marseille, Lavéra, Dunkerque, Le Havre et Calais
- Une présence internationale avec des produits BP & Castrol disponibles dans 800 ports à travers le monde.

## Soutes

Dans un marché stable en termes de volumes, BP France conserve avec son activité BP Marine une position de leader avec une clientèle locale et internationale. L'activité BP Marine se distingue par une offre adaptée aux attentes des clients : une large gamme de produits, une flexibilité logistique et une équipe disponible et performante.

Les partenariats étroits avec les raffineries Ineos de Lavéra pour le Sud et les celles d'Exxon et de Total dans le Nord ont permis à l'activité BP Marine d'assurer à ses clients une sécurité d'approvisionnement solide.

Les volumes en croissance se sont concentrés sur de nouveaux grades, comme le fioul BTS (teneur en soufre de 1,5% maximum) et fioul 500cst. Grâce à ces grades, l'activité BP Marine a augmenté sa part de marché, notamment dans le secteur des ferries.

Le développement des ventes de soutes de l'activité BP Marine se poursuivra sur 2008 dans la lignée stratégique imprimée en 2007.

## Lubrifiants

L'année 2007 restera une année satisfaisante en termes de résultats financiers pour les lubrifiants marine.

Les augmentations de tarifs mises en œuvre en 2006 rendues nécessaires par l'augmentation des coûts de produits ont permis de restaurer les niveaux de marge.

La demande mondiale reste forte, aussi bien due à une activité importante du trafic qu'aux différents programmes de construction de navires.

Dans ce contexte difficile, l'activité internationale Marine du groupe BP, organisation très orientée vers le client, résiste en conservant ses parts de marché.

Le marché français, quant à lui, est toujours tiré par le principal armateur français CMA-CGM.

# Approvisionnement et transports massifs

## Repères

- 14 millions de tonnes de produits pétroliers négociées, dont 150 000 tonnes de biocarburants
- 9 millions de tonnes approvisionnées aux activités marketings de BP France
- 7 millions de tonnes transportées (pipeline, cabotage, barges), 200 imports par voie maritime par an
- Gestion des imports dans les terminaux de : CIM le Havre, Rubis Rouen, Frontignan, DP Fos et Strasbourg SES
- Gestion des obligations BP France de détention de stocks de réserve et d'incorporation de biocarburants.
- 42 collaborateurs

## Les éléments clés de l'activité en 2007

BP France est entré dans le capital du dépôt pétrolier de DP Fos le 30 juin 2007. Avec cette nouvelle position, BP France pérennise sa position d'acteur majeur sur l'axe Marseille-Lyon.

## Marché français

Les tendances lourdes du marché se sont largement amplifiées : rapide développement des ventes de bases (B0, Sans Plomb 92) pour mélange de biocarburant en dépôts, baisse de 20% de la demande de fioul domestique.

La livraison de ces volumes, assez différents des volumes planifiés, a compliqué notre activité de mélange d'ETBE et d'EMHV à Lavéra.

En préparation des changements de spécification du fioul domestique (31 mars 2008) et du gasoil moteur (31 décembre 2008), BP France a conclu des accords avec la Sagess pour la rotation de 500 km<sup>3</sup> de produit, confirmant son statut d'interlocuteur privilégié de l'organisme français de gestion des stocks stratégiques.

- La conjugaison en octobre 2007 d'arrêts de raffineries, d'une activité soutenue dans les aéroports parisiens mobilisant de la capacité de transport par pipeline, de stocks bas en préparation au changement de spécification (de 2000 à 1000 ppm) et de températures de saison a testé les limites des approvisionnements en fioul domestique au niveau national.
- Les ressources à Frontignan ont été fortement sollicitées et les capacités d'import dans la zone du Havre ont permis le respect des stocks de réserve, condition sine qua non de la poursuite des activités commerciales.

Afin de fiabiliser le traitement des données, une revue des process clés d'approvisionnement a été effectuée en 2007. Cet exercice a permis une meilleure documentation des tâches à effectuer et une clarification des rôles au sein des équipes.

# Logistique

## Repères

- 6 dépôts opérés par BP : Frontignan, Vitry, St Pierre des Corps, Lyon, Puget, Gennevilliers
- participations dans 10 dépôts
- 4,5 millions de m<sup>3</sup> de passage en dépôts
- 2.5 millions de m<sup>3</sup> transportés par route

## Dépôts

Les faits marquants de 2007 ont été :

- le changement des spécifications des fiouls domestiques (1000 ppm de soufre) avec la problématique des rotations des stocks Sagess.
- le lancement des projets biocarburants B30 à Vitry et Superéthanol E85 à Frontignan et à Gennevilliers.
- la baisse de l'activité d'environ 300 000 m<sup>3</sup> par rapport à 2006 (principalement dans l'activité FOD avec cependant une stabilisation des volumes à Frontignan).

Nos programmes d'investissements ont été très importants en 2007 (12 millions d'euros) afin de répondre à 2 exigences :

- la mise en place du standard BP "Integrity Management" principalement axé sur la maintenance de nos installations et de nos systèmes de sécurité.
- la recherche pour chaque site pour trouver des solutions (travaux/ équipements) visant à réduire les zones de danger définies par les études de danger.

La mise en place des capacités d'incorporation d'éthanol en 2008 sera l'objectif principal de nombreux dépôts.

## Transports Secondaires

Dans l'environnement extrêmement perturbé de l'année 2007, le modèle économique avec l'Alliance MNS constitué avec 3 transporteurs de référence (Mertz, Norbert Dentressangle et Samat) a confirmé son potentiel de flexibilité.

2007 a par ailleurs été une excellente année en termes de résultats :

- au plan économique, avec des résultats légèrement supérieurs au plan.
- au plan "HSSE" (Hygiène, Sécurité, Sûreté et Environnement), l'ensemble des indicateurs montrant la meilleure performance des 10 dernières années en termes d'accidents, d'incident matériel ou humain, d'épandage ou de mélanges.

2007 restera également marqué par le déploiement en fin d'année de 27 citernes à scellement électronique dans les zones de Paris et de Lyon. L'utilisation du potentiel d'optimisation de ces équipements permettra, après une période d'adaptation liée à d'importants changements des process de livraison, des gains de productivité significatifs.

# Activités Solaires - Apex BP Solar

## Repères

- 87 salariés
- Créée en 1991, filiale de BP France depuis 1999.
- Basée près de Montpellier, Apex BP Solar dispose d'un réseau d'établissements secondaires dans les DOM-TOM et opère en Afrique.
- Apex BP Solar, est l'un des principaux acteurs français du photovoltaïque solaire. Elle est spécialisée dans la conception et la réalisation de systèmes solaires, intégrant les modules photovoltaïques de BP Solar.
- Les activités principales d'Apex BP Solar :
  - des systèmes connectés au réseau dont l'énergie produite est vendue au gestionnaire du réseau électricité EDF à destination du particulier, dans les DOM TOM et en France métropolitaine.
  - des grands projets raccordés au réseau de type "centrale" en toiture et/ou au sol à destination du tertiaire et du public.
  - des générateurs pour l'électrification de sites isolés (pompage, télécom, santé, éducation...) en Afrique

## Contexte général

L'énergie photovoltaïque : une solution pertinente face aux enjeux énergétiques mondiaux

La situation du photovoltaïque en France devient plus favorable grâce aux récentes mesures d'incitations mises en place par les pouvoirs publics s'agissant notamment du tarif de rachat de l'électricité en France métropolitaine et dans les DOM TOM et des dispositions favorables en matière de crédit d'impôt pour les particuliers mises en place depuis le 1<sup>er</sup> janvier 2006. Ces mesures pérennes et stables devraient permettre un développement durable du marché français.

Le groupe BP prévoit d'accélérer ses investissements dans les énergies renouvelables, afin de développer une nouvelle filière de génération d'électricité à faible émission de gaz carbonique. Par la création de BP Alternative Energy en 2005, le groupe BP entend développer ses activités solaire, éolienne, hydrogène et électricité à basse teneur en CO2 vers un chiffre d'affaires de 8 milliards de dollars par an d'ici dix ans. Pour atteindre cet objectif, BP investira chaque année plus d'un milliard de dollars dans BP Alternative Energy dont une part significative dans le solaire.

Le groupe BP accélère ainsi ses investissements dans le photovoltaïque solaire, d'une part en construisant une nouvelle usine d'assemblage de modules à Puertollano en Espagne, une

des plus grandes d'Europe. Cette unité produira jusqu'à 300 MW de panneaux photovoltaïques chaque année. D'autre part des investissements sont aussi prévus dans les usines de Madrid et de Bangalore en Inde avec pour objectif d'atteindre une capacité globale de production annuelle de 800 MW en 2010.

## Principaux faits marquants

- 2007 a été une période de changement pour Apex BP Solar, tant au niveau de ses équipes que des orientations marché. Cette transition a donné lieu à un arrêt des ventes de chauffe-eau solaires, un démarrage en force de notre réseau d'installateurs, un renforcement de l'équipe commerciale "sites isolés" à destination des grands comptes en Europe et la création d'un pôle dédié aux grandes centrales photovoltaïques raccordées au réseau.
- Apex BP Solar a consolidé son réseau de partenaires installateurs dans le secteur du résidentiel en France avec pour objectif de développer sa présence sur le territoire national et ses ventes sur le marché de l'intégration du photovoltaïque à destination du grand public.
- En fin d'année, Apex BP Solar a conclu un accord pour un programme de centrales solaires photovoltaïques raccordées au réseau EDF en partenariat avec Aéro watt producteur indépendant d'électricité éolienne en France Métropolitaine et en Outre-mer, la Caisse des Dépôts et l'activité Energies Renouvelables de Crédit Agricole Private Equity. Apex BP Solar fournira des installations clés en main dans une gamme de puissance de 100 à 600 kWc, pour la période 2007-2008 ; Aéro watt interviendra en tant que maître d'ouvrage et exploitant des nouvelles centrales solaires.
- L'incitation à l'intégration des panneaux solaires photovoltaïques à la toiture a favorisé les partenariats tout au long de l'année. Apex BP Solar a développé ses liens avec différents acteurs du monde de la construction et du bâtiment.

## Les grandes réalisations d'Apex BP Solar

Apex BP Solar a procédé à l'équipement solaire de plus d'une centaine de maisons individuelles raccordées au réseau EDF via les partenaires installateurs à travers la France.

Dans les DOM-TOM, Apex BP Solar a réalisé l'installation de 2330 m<sup>2</sup> de panneaux solaires pour la Ville du Moule en

Guadeloupe soit 291 kWc ; en Martinique, les réalisations phare ont été celles de l'exploitation avicole de la commune de Sainte Esprit 154 kWc, et à la Réunion l'entreprise C Ideal 153 kWc et l'entreprise Endives 78 kWc

En Afrique, KfW au Mali pour l'alimentation en eau potable : 144kWc, projet Ericsson en Ethiopie pour un réseau GSM : 400kWc et projet avec Toyota en Zambie des Centres de Santé : 100kWc...

Au total, Apex BP Solar a installé 4,4 MégaWatts de panneaux solaires photovoltaïques en 2007.

## **Perspectives 2008**

Le marché du photovoltaïque suscitant un très fort engouement, Apex BP Solar envisage de doubler ses volumes de ventes tout en maîtrisant sa croissance.

L'essor d'une multitude de projets (centrales en toiture et au sol, les demandes des particuliers) sont autant d'éléments positifs pour notre filière. Apex BP Solar poursuivra en 2008 le déploiement de sa stratégie.

# Hygiène, Sécurité, Sûreté et Environnement

## Sécurité

L'année 2007 a été marquée par les efforts portant sur l'analyse des risques, l'intégrité des installations, la maîtrise opérationnelle et le contrôle des travaux. Cette démarche s'intègre dans un programme portant sur plusieurs années.

BP France a poursuivi la mise à jour des études de dangers des dépôts qu'elle opère dans le cadre de la préparation du Plan de Prévention des Risques Technologiques (PPRT) qui seront bientôt lancées par les autorités de contrôle des installations classées. Les comités locaux d'information et de concertation (CLIC) ont été mis en place et sont opérationnels.

D'autre part, suite au retour d'expériences au sein du groupe BP, un nouveau système d'audit intégré concernant tous les aspects liés à la sécurité a été mis en œuvre et appliqué en France. Toutes les recommandations suite à l'audit au siège et en dépôt ont donné lieu à des actions correctives ou préventives. Leur efficacité est évaluée par des auditeurs experts internes et indépendants.

Un axe important d'amélioration a été l'analyse et la gestion des risques lors des modifications des installations ou des procédés. Cet effort se poursuivra en 2008 par la prise en compte de la hiérarchisation des risques avec l'objectif de simplifier le système d'audit interne en place.

L'analyse des accidents majeurs survenus dans la profession a également induit la prise en compte accrue des comportements dans les facteurs contribuant aux incidents. Un programme d'évaluation des compétences en matière d'identification et de gestion des risques a été initié et sera renforcé dans les années à venir.

De nouvelles règles d'acceptation des barges et des péniches fluviales, exigeant entre autres des coques de moins de 35 ans, ont été diffusées et un plan a été préparé avec les transporteurs pour leur application dès janvier 2008.

## Sûreté

Le niveau de risque sûreté est périodiquement évalué pour l'ensemble des activités de BP France. Les moyens de protection des installations et du personnel sont revus chaque année en fonction de l'analyse des risques réalisés pour l'ensemble des activités et des sites en France.

Par ailleurs, des niveaux et des consignes d'alerte sont communiqués régulièrement afin de rendre chaque collaborateur

plus vigilant dans son environnement et lors de ses déplacements.

Une révision des plans de continuité des opérations et des plans de réponse de BP à une éventuelle pandémie de grippe aviaire a été entamée et se poursuivra en 2008. Des tests ont été effectués pour vérifier la continuité des opérations en cas d'événements majeurs susceptibles d'affecter significativement les activités de BP en France.

## Hygiène et Santé au travail

Les analyses des risques liés à la santé et à la sécurité au travail ont été précisées et des préconisations complémentaires ont été incluses dans les "documents uniques" et communiquées au personnel concerné.

Une importante campagne de sensibilisation à l'hygiène alimentaire a eu lieu sur plusieurs mois et un module de formation à la gestion du stress a été actualisé afin d'aider chaque collaborateur à identifier et à gérer les situations difficiles.

Le nombre d'accidents du travail avec arrêt est stabilisé depuis plusieurs années à un niveau très faible. Le taux d'accident est inférieur à 0,5, calculé selon les règles OSHAS (système de management de la sécurité de l'Occupational Health and Safety Administration) mis en place dans le Groupe.

Dans le cadre de notre partenariat avec la Croix-Rouge, 420 membres du personnel ont suivi des formations aux gestes qui sauvent réalisés dans l'ensemble des établissements de BP France en France depuis 2002.

## Sécurité Routière

En matière de sécurité routière, le standard de conduite du Groupe BP est en place et appliqué. Les résultats ont continué à s'améliorer grâce aux efforts de formation réalisés dans le cadre des actions définies dans notre charte pluriannuelle établie avec la Sécurité Routière.

BP France est engagée auprès de la Préfecture et de la Cramif dans le Val d'Oise en apportant son soutien aux PME/TPE qui veulent diminuer leur sinistralité routière. Ces actions sont le reflet de la charte d'engagement avec la Direction de la Sécurité Routière (DSCR) signée fin 2004, renforçant notre politique de coopération en instaurant des programmes de formation pour tout le personnel.

# Réhabilitation de sites et sols

L'équipe "Rémédiation" a poursuivi en 2007 une activité intense permettant à BP France de respecter ses responsabilités environnementales en s'appuyant sur ses missions stratégiques :

- la gestion des responsabilités environnementales des sites et sols pollués notamment par extinction des risques.
- le conseil aux activités industrielles et commerciales en matière de prévention.
- le conseil à la reconstruction/modernisation de sites, aux désinvestissements et aux démolitions d'unités.

Les objectifs de réhabilitation des sites et sols sont encadrés par des directives et circulaires nationales remises à jour et publiées en février 2007.

Les responsabilités environnementales sont gérées de manière globale afin d'affecter le maximum de ressources aux projets locaux présentant les problèmes les plus difficiles.

Le conseil de l'équipe Rémédiation en matière de prévention aux activités industrielles et commerciales permet de travailler en amont et limiter les responsabilités futures lors d'investissements, décapitalisation et désinvestissements.

L'importante activité dans la gestion des sites et la nouvelle réglementation des sites et sols pollués a conduit à une

augmentation des dépenses de réhabilitation de plus de 40% par rapport à 2006. Les dépenses se sont montées à 5,3 m€ en 2007 pour BP.

Renforcement des actions HSSE : les consultants et sous-traitants se sont fortement impliqués autant par leur comportement que par les actions engagées. L'ensemble des équipes a effectué sur le terrain des "audits de sécurité avancés", des conversations sur les risques et proposé des améliorations pour la sécurité au travail. Cette excellente contribution de la part de tous a démontré une forte adhésion de tous à notre démarche HSSE et une année sans accident.

## Perspectives 2008

La démarche environnement entamée par les pouvoirs publics dans le cadre du "Grenelle de l'Environnement" a proposé l'accélération de la réhabilitation des friches industrielles, ce qui devrait à terme permettre d'accélérer la réhabilitation de plusieurs sites orphelins de BP France.

# Ressources Humaines

Au cours de l'année 2007, l'activité des Ressources Humaines s'est focalisée sur les actions favorisant l'engagement humain de l'entreprise suite à la transformation de BP France en 2006.

Lors du premier trimestre, BP France a signé une convention de revitalisation du bassin de l'emploi avec le département du Val d'Oise et ce dans le cadre de la mise en œuvre de la transformation des activités marketing et des fonctions support.

D'autre part, la négociation a permis d'aboutir à l'évolution de différents dispositifs liés à la gestion du temps (badgeage - Plan Epargne Congés).

Ce trimestre était également l'occasion de renouveler les instances représentatives lors d'élections organisées fin mars en recourant au vote électronique.

Au 2<sup>e</sup> trimestre, nous avons finalisé le reclassement de chacune des personnes impactées par le plan de transformation de BP France (220 postes en 2006) par la recherche de solutions individuelles et tenant compte des compétences et de la situation familiale de chacun permettant d'éviter tout licenciement.

En matière de formation, BP France a approfondi ses actions avec notamment la mise en place des plans individuels de formation à court et moyen-terme.

Tout au cours de l'année des ateliers de formation aux outils RH (management de la performance et entretien individuel, recrutement et mobilité interne, la politique de rémunération, l'offre formation) ont permis une meilleure diffusion des connaissances sur les outils et politiques RH à la disposition de tous.

Par ailleurs, nous avons initié une série de formations à l'attention des Managers et Responsables d'équipe autour des fondamentaux du management sur la base du référentiel des pratiques RH à l'attention des Responsables d'équipe afin d'harmoniser et revitaliser la mise en œuvre de ces pratiques.

Le deuxième semestre a porté essentiellement sur l'engagement de BP France dans son évolution culturelle vers une entreprise de "marketing" au travers de sessions de présentation et de discussion avec l'ensemble du personnel sur les réalités de l'entreprise et par la mise en place d'un processus de remontée et de valorisation des propositions du personnel visant à favoriser la prise d'initiatives de simplification et optimisation de l'ensemble des processus en place dans l'entreprise.

D'autre part deux accords collectifs ont fait l'objet d'une signature avec les Organisations Syndicales, d'une part l'exercice du droit syndical et d'autre part un accord salarial au titre de l'année 2008.

# Diversité et intégration

Le groupe BP est une entreprise diverse : notre personnel, nos segments commerciaux et les pays dans lesquels nous travaillons couvrent la surface du globe. Partout où nous intervenons, nous aspirons à devenir le fournisseur d'énergie de référence. Par conséquent, notre défi est de comprendre l'identité culturelle des personnes et des lieux où nous nous trouvons, leurs valeurs, leurs préoccupations et leurs souhaits propres. BP promeut la Diversité et Intégration "D&I" comme processus clé afin de valoriser le potentiel humain dans l'ensemble de l'organisation.

## BP France s'engage pour la diversité

En 2005, BP France a signé la Charte de la Diversité dans l'Entreprise, rejoignant ainsi le mouvement des entreprises françaises engagées pour les principes de non-discrimination en recrutant, intégrant et faisant évoluer ses salariés sans distinction de culture, de sexe, d'âge ou de religion.

## BP France réfléchit à la diversité

Afin de faciliter la mise en oeuvre des actions, une organisation structurée a été mise en place dès 2001. Elle repose sur un réseau de "champions D&I". Ce réseau est coordonné par le Directeur des Ressources humaines.

Nous avons consolidé notre travail de sensibilisation pour tous nos employés en axant nos activités autour de 6 dimensions :

- Égalité Femmes / Hommes
- Gestion des âges
- Sensibilisation de tous à la Diversité
- Méritocratie - processus de sélection
- Équilibre vie privée/vie professionnelle
- Intégration de salariés de différents horizons

## BP France agit pour la diversité

Afin de garantir la mise en application pratique de ces thématiques, nous avons revu l'ensemble des processus Ressources humaines afin d'y intégrer l'approche Diversité et Intégration.

### Recrutement

- Sélection sur base processus d'identification des compétences
- Panel de sélection
- Formation des Responsables d'équipe au processus
- Poste à pourvoir externe - Affichage systématique site Handicap
- Processus d'intégration - Les six premiers mois

### Formation & Développement

- Actions de formation Genderspeak - Cross Cultural - Tous Coach
- Gestion des âges - Information retraite
- Gestion des âges - Atelier santé
- Gestion des âges - Bilan mi-carrière
- Guide sur la maternité

### Management de la Performance

- Définition des attentes comportementales
- Accord 35H / Charte RTT / menu sur les horaires

### Rémunération

- Rapport annuel égalité Femme/Homme
- Étude détaillée situation Rémunération Femme/Homme
- Détermination des augmentations individuelles et VPP sur catégorie de contribution

## BP France dialogue avec les représentants du personnel sur la Diversité

Lors des réunions avec le Comité d'entreprise, les thèmes D&I sont abordés lors de la présentation des différentes politiques et pratiques Ressources Humaines et particulièrement lors des débats sur la formation, la gestion des âges incluant la publication d'indicateurs, le rapport égalité hommes/femmes, le bilan social et la politique de rémunération. Nous avons inclus dans l'accord salarial depuis 2005 un engagement à procéder à une étude sur les rémunérations comparées homme-femme et à procéder aux ajustements individuels qui s'avèreraient nécessaires. Cette étude a été réalisée salarié par salarié et les ajustements nécessaires ont été effectués. Cet exercice est reconduit chaque année.

# Communication

## **BP a poursuivi en 2007, une communication axée sur les valeurs de la marque BP : innovation, performance, progrès social et respect de l'environnement.**

En termes de communication de marque, nous avons bénéficié en 2007 pour la 2<sup>e</sup> année consécutive du 1<sup>er</sup> podium des constructeurs du championnat mondial des rallyes avec l'écurie BP Ford aux couleurs BP Ultimate et Castrol,

Nous avons également bénéficié de la montée en puissance de notre partenariat avec l'EURO 2008 et de la visibilité importante qu'elle va donner à Castrol notre marque phare dans les lubrifiants.

En matière environnementale, BP a poursuivi une communication active fondée sur des propositions de mesures pour le développement des énergies renouvelables en France - notamment le solaire - et la contribution de BP pour la réduction des émissions de gaz à effet de serre.

BP France a participé activement aux grands débats, aux principaux colloques et conférences sur l'énergie et l'environnement et le développement durable.

Ces différents forums ont permis à BP de développer sa vision des avenir énergétiques et sur le développement durable.

BP a poursuivi son action dans la communauté avec la Croix-Rouge Française en associant son personnel à un programme d'envergure visant à généraliser la formation du personnel BP aux "gestes qui sauvent". Fin 2007, l'ensemble du personnel de BP France a

suivi un stage d'initiation aux premiers secours. Parallèlement, le personnel de stations-service autoroutières BP suit une formation de 14 heures permettant d'obtenir l'attestation de formation aux premiers secours (AFPS) décernée par la Croix-Rouge.

BP a renouvelé son action en faveur de la sécurité routière en mettant en oeuvre le programme défini dans sa charte tripartite avec la DSCR (Direction de la Sécurité et Circulation Routières) et la CNAMTS (Caisse Nationale de l'Assurance Maladie), renforçant ainsi sa politique de coopération pour la prévention du risque routier en entreprise, auprès de ses clients et partenaires et de tout son personnel.

BP assure le relais dans ses établissements et dans ses stations-service des campagnes de sensibilisation et de communication conduites par la DSCR.

BP France poursuit sa politique d'investissement social, permettant à tout membre du personnel de s'investir dans une action de bénévolat de son choix ou d'effectuer des dons de solidarité à des organismes avec le soutien de la fondation BP.

Pour plus d'informations sur nos activités visitez notre site internet [www.bp-france.fr](http://www.bp-france.fr)

## Perspectives 2008

Dans un contexte marqué par une évolution du prix du baril qui demeure incertaine, notre Groupe poursuivra ses efforts d'amélioration de productivité et de repositionnement sur ses activités commerciales de produits pétroliers en France.

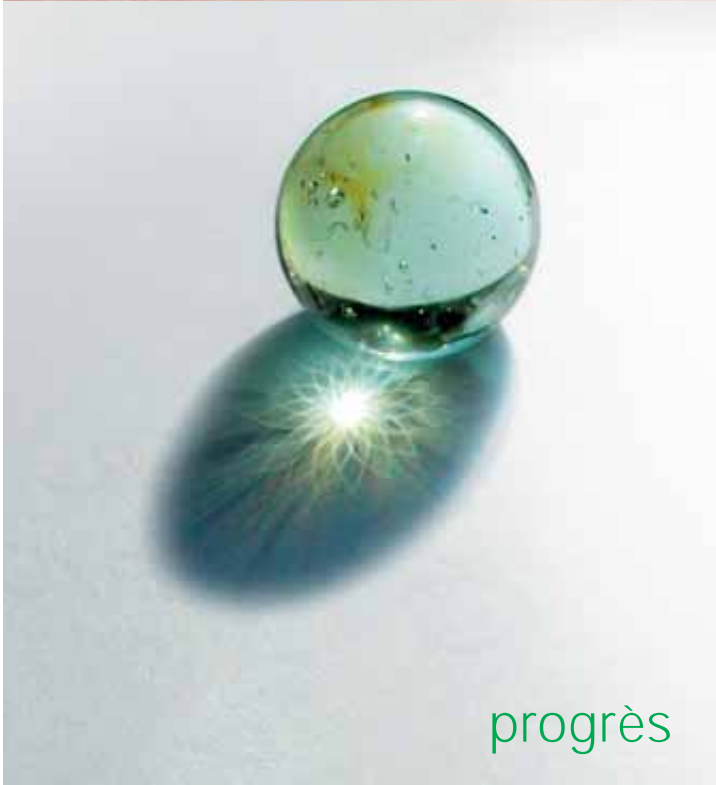
Les efforts engagés en 2007 dans le cadre du Plan de transformation de BP France produiront leurs pleins effets en 2008.



performance



innovation



progrès



environnement

## Nos valeurs



BP est l'un des premiers groupes énergétiques mondiaux présent dans 100 pays et servant 13 millions de clients chaque jour. Notre mission est de leur offrir l'énergie source de lumière, de chaleur et de mobilité tout en préservant l'environnement.

En France, BP est l'un des principaux acteurs de l'énergie : pétrole et énergie solaire sont nos métiers.

BP France, c'est également des hommes et des femmes engagés à faire vivre les valeurs de la marque : performance, innovation, progrès social et respect de l'environnement.

**BP France**

Immeuble Le Cervier  
12, avenue des Béguines  
Cergy Saint-Christophe  
95866 Cergy-Pontoise Cedex  
[www.bp-france.fr](http://www.bp-france.fr)

