



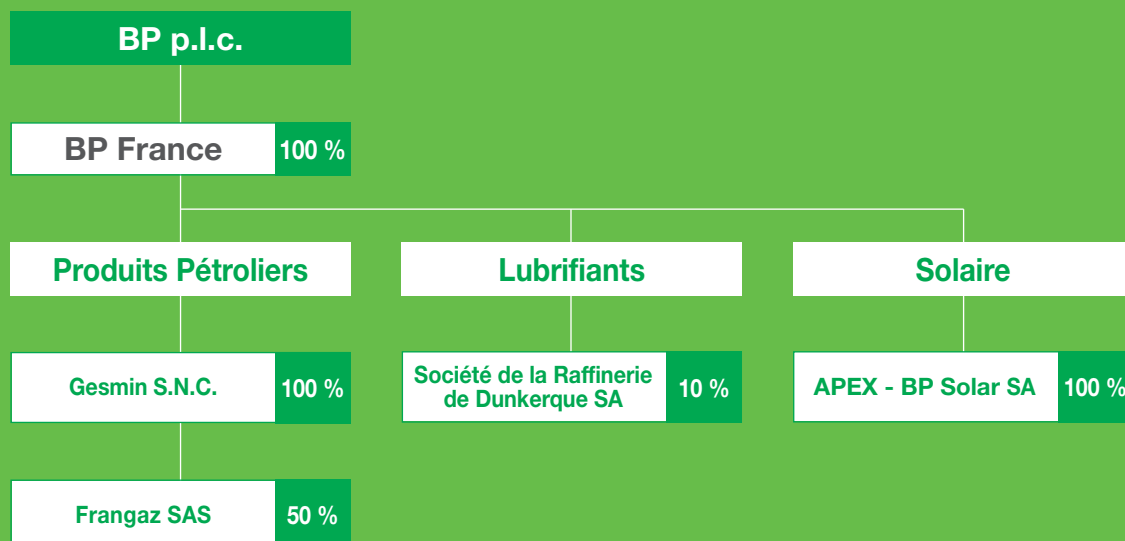
Panorama 2008 des activités de BP en France



bp. bien plus que du pétrole

Le Groupe BP en France

au 31 décembre 2008



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
Président du Cercle Economique Sully
et Chairman Hertford British Hospital Corporation

François Bellanger

Secrétaire

Nathalie Bourseau

Directeur Juridique de BP France

Commissaires aux comptes

Titulaires

Ernst & Young Audit
Christian Comeran

Suppléants

Philippe Coquereau
Société Auditex

sommaire

Panorama 2008

Panorama de l'exercice..... 2

Message du Président..... 3

Le contexte..... 5

Activités pétrolières

Fuels Value Chain 6

Le Réseau de stations-service BP 8

Les produits pétroliers haute technologie BP 10

Bitumes 11

Lubrifiants moteurs..... 12

Lubrifiants industriels..... 13

Air BP..... 14

BP Marine 15

Approvisionnements et transports massifs..... 16

Logistique 17

Activités solaires..... 18

Hygiène, sécurité et environnement 19

Réhabilitation des sites et sols 21

Ressources humaines 21

Diversité et intégration 22

Communication..... 23

Perspectives 2009 24

BP France en 2008

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

Données consolidées	2008	2007
Chiffre d'affaires (hors tous droits et taxes)	7 426	7 217
Résultat net (part du groupe)	-25	23
Marge brute d'autofinancement	54	69
Capitaux propres du Groupe au 31/12	658	679
Effectif du Groupe au 31/12	1 539	1 602
Activités consolidées		
Résultat d'exploitation	-88	34
Coût de renouvellement / dépréciation des stocks	-121	53
Résultat d'exploitation économique	33	-19
Tonnages vendus de produits (en millions de tonnes)	11	12
- dont marché intérieur	10	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.

2008 a été encore une fois une année très mouvementée pour l'industrie et plus particulièrement pour BP.

Les cours du brut sont passés de 95 \$ par baril au début de l'année à plus de 148 \$ mi-juillet - un nouveau record historique - avant d'entamer une chute brutale au cours du second semestre pour atteindre un point bas de 40 dollars en fin d'année.

Les raisons en sont connues, à savoir une croissance économique mondiale toujours très soutenue notamment en Inde et en Chine au premier semestre, suivie d'un retournement conjoncturel à l'échelle mondiale.

Dans cet environnement économique très agité les prix à la pompe ont progressé au premier semestre de plus de 25 centimes pour le gasoil, soit une progression de 20%, pour ensuite chuter de 50 centimes par litre – soit une baisse de 34% – et terminer l'année sous la barre de l'euro contre 1,23 euro/litre en début d'année 2008. A moins de 1 euro le litre, le gasoil a retrouvé son niveau de mars 2005.

En 2008, a été mise en place notre nouvelle division *Fuels Value Chain*, qui réunit l'ensemble de la chaîne de valeur de nos activités carburants, fiouls et bitumes en France, des approvisionnements au client final, que ce soit à travers notre réseau de stations-service, nos revendeurs fiouls ou via nos clients "négoce". Cette organisation intègre également les activités bitumes ainsi que la fonction Approvisionnements en liaison étroite avec les différents services fonctionnels de BP France, notamment la logistique.

En 2008, nos activités ont été mises à rude épreuve par trois facteurs importants : les fluctuations importantes à la hausse, puis à la baisse des coûts de produit liées aux évolutions du brut ; la contraction du marché des carburants et l'incorporation accélérée des agro-carburants avec l'objectif national de 5,75% en 2008 particulièrement ambitieux par rapport aux capacités d'incorporation disponibles.

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 des activités commerciales a été satisfaisant.

Parallèlement, 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.

L'activité **Bitumes** a été très performante en 2008 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 la route.

En 2008, nos activités **Lubrifiants** ont pour la deuxième année consécutive amélioré leur résultat pour atteindre un niveau de rentabilité satisfaisant, traduisant 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. 2008 a vu l'introduction de trois nouvelles gammes de lubrifiants moteurs avec **Castrol Edge**, **Castrol Magnatec** et **BP Professional**.

BP Marine spécialisée dans la vente de fiouls soutes et de lubrifiants aux compagnies maritimes a connu en 2008 un exercice satisfaisant avec environ un million de tonnes de soutes commercialisées.

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

BP France a poursuivi en 2008 la montée en puissance de son programme d'incorporation d'agro-carburants dans ses essences et gasoils à hauteur de 5,75% (contre 3,5% en 2007) en ligne avec l'objectif national du gouvernement français devançant de 2 ans le calendrier de la Directive Européenne.

Parallèlement, BP France a développé les ventes de ses agro-carburants à haute concentration :

- le **BP B30** carburant diesel qui contient 30% d'Ester Méthylique d'Huile Végétale (EMHV) destiné aux flottes professionnelles de transport.
- le **Superéthanol E85** avec 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* réduisant 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.

BP France s'est engagée depuis plusieurs années à réduire l'impact environnemental de ses activités et à commercialiser des produits et services permettant une réduction des consommations et des émissions de CO₂.

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.

Parallèlement, nous avons encore renforcé notre programme d'investissements qui ont atteint un niveau record de 37 millions d'euros en 2008, notamment pour la sécurité et la protection de l'environnement, mais aussi pour renforcer nos positions logistiques.

En matière d'HSSE, l'année 2008 a permis de récolter les fruits des efforts consacrés à la sécurité ces dernières années. L'analyse approfondie des risques et des dangers dans l'ensemble de nos activités, le respect de l'intégrité et la conformité des installations, la maîtrise opérationnelle et l'évolution des comportements sont au cœur de cette démarche.

En 2008, ont également été posées les bases d'un nouveau système de management intégré de la sécurité et des opérations. Cette démarche est la déclinaison locale d'un programme mondial du groupe BP dénommé "Operating Management System".

BP a lancé en 2008 un large programme d'actions environnementales s'appuyant notamment sur les propositions du personnel. Trois axes de progrès ont été développés constituant ensemble un véritable **Agenda vert** pour l'entreprise avec :

- un renforcement des offres "vertes" dans l'ensemble de nos activités. En l'espace de 18 mois, BP a lancé successivement le BP B30, la nouvelle gamme Castrol Edge, le Superéthanol E85 et le programme de gestion et de compensation des émissions de CO₂ **Targetneutral** offrant une véritable différence en termes de consommations et d'empreinte environnementale,
- un programme interne de réduction de l'impact de nos propres activités, transports, distribution, achats, logistique,
- la participation du personnel à un programme de réduction des consommations dans notre siège en eau, papier et en électricité et dans les modes de transport utilisés.

Notre projet de transformation pour BP France comprend d'une part, une simplification de nos structures et de nos processus et, d'autre part, une transformation de nos comportements - 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 2008 pour la 3^e année consécutive d'une place au 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 a favorisé la promotion de notre marque de lubrifiants Castrol.

En 2008, le personnel de BP France ainsi que l'ensemble du réseau de stations-service BP se sont une nouvelle fois 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 dons au bénéfice de l'AFM. Un chèque de 320 000 € a ainsi été remis à l'AFM lors du Téléthon pour la recherche et la guérison des maladies génétiques.

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 2008, quelque 300 exploitants de stations-service autoroutières BP avaient suivi une formation de certification de 14 heures aux premiers secours et plus de 250 autres membres du personnel un stage d'initiation aux "gestes qui sauvent" incluant une formation à l'usage de défibrillateurs.

Toujours engagés pour la sécurité et la santé de nos clients et de notre personnel, nous avons équipé en 2008 toutes nos stations-service autoroutières de défibrillateurs automatisés externes. Chaque site autoroutier BP est aujourd'hui en mesure de porter assistance aux clients qui pourraient être victimes d'un arrêt cardiaque. Associée à nos programmes de formation avec la Croix-Rouge, cette initiative unique a permis de consolider la chaîne de premiers secours déployée dans notre réseau de stations-service autoroutières.

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.

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 en société de marketing gagnante. Ce programme se poursuivra en 2009 pour renforcer notre repositionnement en acteur de taille compétitive, performante et pérenne.

Patrick HAAS
Président Directeur Général

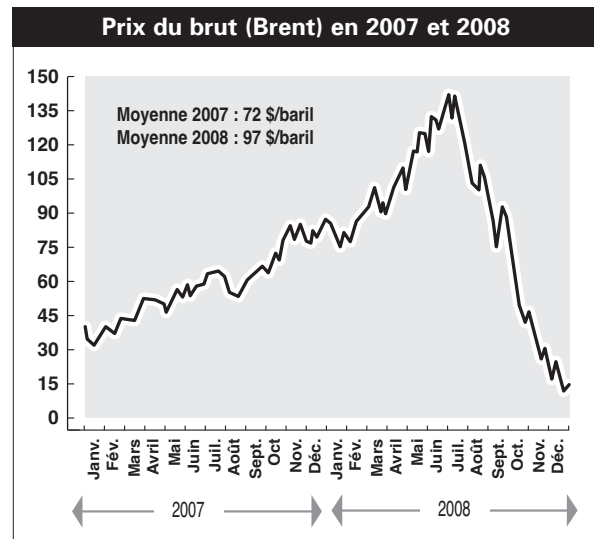
Le contexte

Environnement économique en 2008

- l'économie mondiale a poursuivi un rythme de croissance très soutenu au premier semestre avant de se retourner brutalement au second semestre.
- la demande pétrolière mondiale a baissé d'un peu moins de 1% sur l'année.
- le marché pétrolier a été le reflet du contexte économique, avec des tensions fortes sur l'offre au premier semestre, puis une baisse significative de la demande au second semestre.
- les prix du pétrole ont atteint de nouveaux records avec : le prix du Brent culminant à 147 dollars le 11 juillet ; les prix des principaux produits pétroliers ont également franchi de nouveaux seuils historiques.
- le prix moyen du Brent s'est établi à 97 dollars par baril en moyenne sur l'année contre 72 dollars en 2007, 65 dollars en 2006, 54 dollars en 2005, 38 dollars 2004 et 29 dollars en 2003.

Marché des produits pétroliers

- l'économie française est entrée en récession en fin d'année enregistrant toutefois une croissance moyenne de +0,7% sur l'année.
- la consommation française de produits pétroliers a très légèrement diminué à 84,5 millions de tonnes.
- le recul des consommations d'essences s'accélère (-8,2%), le gasoil recule pour la première fois (-0,9%) et la consommation globale en carburants recule de 2,6%.
- le gasoil représente plus de 78% des carburants commercialisés en France.
- les ventes de carburateurs ont progressé de 2,1%.
- les ventes de fioul domestique ont progressé de 9,4% en raison de conditions climatiques plus rigoureuses.



Fuels Value Chain

En 2008, l'organisation Fuels Value Chain (FVC) a été mise en place regroupant l'ensemble de la chaîne de valeur de nos activités carburants, fiouls et bitumes, des approvisionnements au client final, du réseau de stations-service et des clients professionnels (hors activités internationales telles que BP Marine et Air BP), en liaison étroite avec différents services fonctionnels de BP France, notamment la logistique.

Repères

Négoce - Grands comptes

- Clients constitués d'hypermarchés et indépendants de l'énergie en France ;
- 4,2 millions de m³ en 2008 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 m³ dont celles de BP Superfioul.

Transport Commercial

Cette activité qui sert les flottes professionnelles est organisée 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

- 1,4 million de m³ commercialisés en 2008 dans les 430 stations-service BP
- Les carburants haute technologie BP Ultimate
- Superéthanol : un maillage en place avec 7 stations-service équipées
- 104 points de vente équipés en GPL carburants

Bitumes

- Une large gamme de produits : 310 000 tonnes/an
- Un support technique sur mesure
- Une couverture nationale

Approvisionnements & Transports massifs

- 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
- 2,4 millions de m³ de produits pétroliers vendus au départ du terminal de Frontignan et de la raffinerie Ineos de Lavéra
- 6,5 millions de m³ transportées (pipeline, cabotage, barges), 200 imports par voie maritime par an
- Gestion des imports dans les terminaux de : CIM le Havre, Rubis Rouen, BP Frontignan, DP Fos et Strasbourg SES
- Gestion des obligations BP France de détention de stocks de réserve et d'incorporation d'agro-carburants.

Environnement commercial

En 2008, les cours du brut et des produits pétroliers ont fortement progressé au cours du premier semestre avant d'entamer une baisse brutale en deuxième partie d'année. L'évolution du marché a été contrastée selon les produits mais reflète un ralentissement (-8,2% pour les essences et -0,9% pour le gazole). Cette baisse a été sensible dès le mois de juillet reflétant d'abord un changement de comportement des consommateurs réduisant leurs déplacements face à des produits pétroliers chers durant l'été pour ensuite se poursuivre du fait de l'émergence de la récession économique.

Après une année 2007 à la climatologie défavorable, les ventes de fioul domestique se sont fortement redressées du fait notamment d'une météo proche des normales. Au global, le marché est en progression de 9,4% (après un recul de 11,4% en 2007).

L'incorporation d'agro-composants dans les essences (éthanol ou ETBE) et le diesel (EMHV ester méthylique d'huile végétale) a marqué une accélération en 2008 avec une obligation de 5,75% (en valeur énergétique) suivant le plan gouvernemental français. D'importants investissements pour la filière agro-carburants ont été réalisés tout au long de la chaîne logistique et en particulier dans les dépôts avec la mise en place d'installations d'éthanol par l'industrie pétrolière.

Négoce - Grands comptes

L'incorporation d'agro-carburants introduit une nouvelle donne dans notre approche du marché, essences et diesel. Dans ce contexte, l'activité Négoce a pu contracter des volumes significatifs par moyens massifs (barges, trains, pipelines), mais avec la contrepartie de volumes camions en léger retrait par rapport au plan.

Le contrat d'exclusivité qui nous liait à la raffinerie Ineos de Lavéra s'est terminé au 31 décembre 2008, ce qui se traduira par une réduction significative de nos ventes Négoce par moyens massifs en 2009.

Revendeurs

Après une année 2007 difficile, les ventes de ce secteur, principalement fioul domestique, ont retrouvé un niveau proche de celui de 2006 malgré une forte concurrence des autres énergies (gaz et électricité notamment). BP a vu sa part de marché confortée. Notre forte implantation auprès d'un réseau de revendeurs indépendants et une politique commerciale renouvelée nous a permis de faire progresser une nouvelle fois les ventes de notre produit phare le BP Superfioul. La légère contraction du nombre d'acteurs dans la profession a été plus que compensée par une politique de développement active auprès de nos clients existants, ainsi que par la signature de nombreux accords avec de nouveaux clients. Cette stratégie gagnante se poursuivra en 2009.

Transport commercial Activité Vrac

Du fait du ralentissement économique de la deuxième partie de 2008, les volumes vrac n'ont pas atteint nos ambitions initiales même si les volumes sont en progression par rapport à 2007, ceci grâce au renouvellement de contrats importants et à quelques nouveaux succès commerciaux.

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 est en forte progression, même si ce produit reste pour l'instant un produit de niche.

Activité Cartes

L'année 2008 a été une année de transition dans le domaine des cartes.

Nos ventes sont en légère régression, notamment du fait du ralentissement des ventes affectant le secteur du transport de marchandises national et international depuis l'été et malgré une excellente tenue de nos ventes dans le segment des véhicules légers (flottes d'entreprise, loueurs). Les ventes cartes représentent plus de 20% des volumes vendus dans nos stations-service. La stratégie cartes a été entièrement redéfinie en 2008 et se traduira dès 2009 par la mise en place de nouveaux outils et une offre encore plus compétitive.

Le Réseau de stations-service BP

En 2008, 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.

Repères

- 430 stations-service dont 50 autoroutières
- un réseau concentré sur ses marchés stratégiques : 2^e 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
- 1,4 million de m³ 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
- des partenariats étroits avec la Croix-Rouge, la Sécurité Routière et le Téléthon

Une année contrastée

BP a repositionné ses équipes autour de deux pôles d'excellence Fuels Value Chain et Convenience Retailing avec chacune une expertise spécifique – d'une part, l'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.

Les volumes de ventes carburant ont diminué notamment sur les autoroutes, traduisant l'impact des prix élevés et de la récession sur les trajets personnels et professionnels.

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

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

Malgré le repli du marché et le nombre plus faible de clients carburants, nous avons réussi à faire progresser nos ventes boutique de près de 4% à sites comparables par rapport à 2007, soit plus du double de nos prévisions. Cette performance exceptionnelle s'explique par la qualité de notre offre et de nos opérations, notre positionnement sur les services de Proximité répondant à l'évolution des modes de consommation, l'optimisation de notre portefeuille (avec 2 nouvelles stations 8 à Huit et 3 stations repositionnées en BP Shop) et de nos canaux de distribution.

Les ventes lavage ont progressé de 11%, au dessus de nos prévisions.

Partenariats

2008 a été l'occasion de renforcer notre partenariat avec le groupe Carrefour avec une coopération opérationnelle couronnée par des ventes en forte progression (+12%) et des programmes de développement revitalisés. Nos relations avec Elix et Speedy ont été aussi resserrées et nous avons conclu un nouvel accord avec Columbus Café, société de restauration rapide présente dans les gares et aéroports, en pleine expansion, avec 2 Columbus Café ouverts dans nos stations-service autoroutières en 2008 et un troisième au premier trimestre 2009.

Investissements

Nos investissements sont restés ciblés avec notamment :

- un programme de refonte de 40 sites BP,
- l'amélioration de nos sites avec une maintenance de plus en plus efficace et des investissements importants sur certains sites sélectionnés (reconstruction de Fontainebleau, reconstruction du bâtiment de Chaumont sur Tharonne avec adjonction d'un restaurant, mise en place de 2 nouveaux 8 à Huit, modernisation de boutiques, programmes de changement de lavages et volucompteurs...).

Satisfaction Client

Nos actions se sont traduites aussi par une amélioration sans précédent de l'indice de satisfaction client mesuré de façon indépendante tous les trimestres, que ce soit pour les indices carburants (passé de 0,86 à 0,90) ou boutique (passé de 0,90 à 0,95 avec un pic en fin d'année à 0,99). Les clients ont perçu favorablement les progrès en matière d'offre et de qualité opérationnelle.

Téléthon

Pour la 5^e 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, les 430 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 320 000 euros à l'association AFM au cours du Téléthon retransmis sur France2.

Gestes qui Sauvent

Toujours engagés pour la sécurité et la santé de nos clients et notre personnel, nous avons équipé toutes nos stations autoroutières et voies rapides de défibrillateurs automatisés externes. Chaque site autoroutier BP est aujourd'hui en mesure de porter assistance aux clients autoroutiers qui pourraient être victimes d'un arrêt cardiaque. Associée à nos programmes de formation avec la Croix-Rouge, cette initiative unique a permis de consolider la chaîne de premiers secours dans notre réseau de stations-service autoroutières.

Sécurité & Environnement

La sécurité sur nos stations-service demeure une priorité.

En 2008, 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 2008, 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) se sont poursuivis.

Les produits pétroliers haute technologie 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 notamment d'agir sur les émissions polluantes.

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 CO₂ 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 CO₂, 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 agro-carburants et souhaite notamment accompagner les sociétés privées et publiques dans leur engagement environnemental pour le développement durable.

Superéthanol E85

Parallèlement à l'incorporation d'agro-composants (éthanol, ETBE, EHMV) à hauteur de 5,75% en valeur énergétique dans l'ensemble de la gamme essences et diesels, BP a démarré dès 2007 la commercialisation du Superéthanol E85 dans 7 de ses stations-service. 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 carburant à haute teneur en 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%.

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

- une 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

- 310 000 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,
- Un support technique sur mesure
- Une expertise technologique
- Une couverture nationale

Des volumes stables sur fond d'extrême volatilité

Le marché de la route en 2008 est resté orienté à la hausse et les volumes de vente bitumes ont une nouvelle fois été en

croissance, comparés à l'année précédente. L'industrie routière a cette année encore, affiché une bonne santé à travers des carnets de commande bien remplis et l'activité est restée très soutenue tout au long de l'année.

Le premier semestre 2008 a également été marqué par une très forte augmentation des prix du brut et des coûts de produit avant le retournement de ces indicateurs au second semestre.

BP Bitumes a su faire face à ce retournement brutal et s'adapter pour maintenir sa position sur un marché très concurrentiel.

En s'appuyant sur des relations de partenariat étroit avec ses clients, BP Bitumes a poursuivi sa stratégie de croissance sur certains segments et s'impose désormais comme un acteur incontournable sur ses marchés.

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 ambitieux de croissance.

Les lubrifiants moteurs

Repères

- 2 marques : BP et Castrol
- 42 000 m³ commercialisés en 2008
- 1 200 articles
- 2 500 clients
- 12% 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 avec le partenariat avec l'Euro 2008 et l'annonce du partenariat avec la FIFA

Grande Distribution, Centres auto et stations-service BP : un marché difficile

Ce marché difficile et très concurrentiel continue de régresser en volume (-8%) et pour la première fois également en valeur (-1,3%).

La marque Castrol a enregistré une érosion des ventes en volume mais s'est bien maintenue en valeur grâce à son positionnement premium et la confirmation du succès de la nouvelle gamme Edge répondant à l'ensemble des préconisations des constructeurs.

En 2008, les programmes marketing ont été majoritairement orientés sur l'exploitation de notre partenariat avec la coupe d'Europe UEFA pour l'Euro 2008 et les offres en magasin étaient soutenues par des bons de remise immédiate en caisse notamment sur les produits haut de gamme Magnatec.

Les ventes en station-service ont bénéficié de l'effet de la nouvelle 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 légèrement en volume mais progressent en marge.

Marché agricole : la marque BP conserve son leadership

Ce marché a bénéficié d'une très bonne conjoncture notamment avec des cours sur les céréales très élevés, ce qui a favorisé les investissements. Les volumes de notre distributeur se sont développés de +5% grâce à la croissance du marché mais également par la conquête de nouveaux clients. Le lancement

de la nouvelle gamme Castrol Agri en 2009 devrait soutenir ce niveau de croissance.

Marché Concessionnaires automobiles et poids lourds

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% en volume. Nous y occupons la troisième place. 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 2008 se solde par un maintien de notre niveau de chiffre d'affaires, même si nos volumes sont en léger recul. En 2008, la visibilité de nos marques Castrol et BP a été renforcée grâce aux implications sur le Trophée Andros aux côtés de BMW et Skoda, dans le championnat du Monde des Rallyes avec Ford, l'engagement des VW Touaregs en Rallye-Raid, et notre engagement dans les compétitions de Moto GP, Superbike et Supersport.

Enfin, le partenariat avec L'UEFA Euro 2008 nous a permis d'organiser différents challenges et d'inviter plusieurs clients à un match.

Export en Afrique de l'Ouest & DOM-TOM

L'équipe export a poursuivi sa conquête de nouveaux clients et cela se traduit par une croissance en volumes de +16% notamment, dans les secteurs générateurs électriques et miniers 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.

Un séminaire technique a été organisé au Maroc au cours duquel nous avons accueilli les principaux directeurs techniques des sociétés nationales d'énergie d'Afrique de l'Ouest. Nous avons pu démontrer notre savoir-faire et notre expertise technique sur les nouvelles applications. Ceci devrait faciliter la conquête de nouveaux appels d'offre.

Lubrifiants industriels

2008 confirme le retour à la rentabilité de l'activité "Industrial Lubricants & Services" (ILS) dans un contexte de marché contrasté et très concurrentiel.

ILS regroupe toutes les activités de production et de vente de lubrifiants et de services à l'industrie

Repères

- 21 millions de litres commercialisés
- environ 350 produits à la marque Castrol et BP
- 13% de part de marché des huiles pour le travail des métaux
- une usine de production de lubrifiants industriels située à Péronne
- un laboratoire R&D, analyses des fluides et contrôle de production situé à Péronne
- Certifications conception-fabrication-contrôle : ISO 9001 – 14 001 – OHSAS 18001

Présentation générale

ILS (Industrial Lubricants & Services) a orienté sa stratégie sur les ventes de produits et services à 5 segments clés de l'industrie : la construction automobile, la fabrication d'équipements mécaniques et machines, la sidérurgie, la construction aéronautique et la production de pièces métalliques diverses. La vente des produits et services se fait en direct auprès d'une clientèle de clients clés ou grands comptes et également via un réseau de distributeurs spécialisés pour les clients de moyenne et petite taille.

Cette stratégie permet à ILS de concentrer ses ventes sur des produits spécialisés (gammes Castrol et BP), des offres spécifiques aux métiers de nos clients (offres segments), des services adaptés aux attentes des industriels (ProductSolutions, TechService, SystemCare, Complete CMS), afin d'extraire la valeur ajoutée d'une activité 100% "business to business".

ILS dispose en France d'une équipe ventes et marketing, mais aussi d'un site industriel qui regroupe à Péronne fabrication des produits, laboratoire, plate-forme de stockage et de distribution. Avec un potentiel de fabrication porté à 45 000 T en 2008, l'usine de Péronne est la première unité de production dans le monde ILS certifiée ISO 9001 (Qualité), ISO 14001 (Environnement), OHSAS 18001 (Sécurité).

Contexte Marché

2008 est une année caractérisée par ses deux phases très contrastées : un premier semestre marqué par un Euro fort, des cours d'huiles de base élevés mais stables et un niveau d'activité économique soutenu qui ont permis d'obtenir des résultats commerciaux au-delà des prévisions du plan ; un second semestre

pénalisé par une très forte augmentation des cours des huiles de base, un dollar en augmentation et un net fléchissement de l'activité industrielle au cours du dernier trimestre (industrie automobile) ; tous ces facteurs ayant fortement obéré les résultats des derniers mois 2008.

Faits marquants de l'activité ILS

- **Focalisation** sur les 5 segments clés afin de mieux répondre aux besoins de nos clients. C'est pourquoi nous avons décidé de réorganiser les équipes commerciales sur ce modèle segment.
- **Lancement d'offres segments** en complément de l'offre 'ProductSolutions' (fourniture de produits seuls), et 'CompleteCMS' (prise en charge totale de la gestion des fluides chez le client), nous proposons désormais à nos clients des offres intermédiaires : 'TechService' et 'SystemCare' (fourniture de produits et services associés, analyses et suivi des consommations).
- **Rationalisation** de notre gamme de produits avec le lancement des "Global Core Range", associée à un programme de mise en conformité HSSE et matières premières.
- **Gestion dynamique de prix** permettant de minimiser l'impact des très fortes hausses de coût des matières premières (huiles de base) sur le dernier semestre.
- **Intégration** du service clients à l'activité ILS afin de faciliter les échanges au sein du service et permettre un meilleur travail d'équipe.
- **Focalisation sur les actions HSSE** afin de répondre aux normes du groupe.

Résultats

Malgré les éléments adverses de la seconde partie de l'année 2008, ILS a légèrement progressé en terme de volume et son résultat net est positif. ILS a encore une fois confirmé sa capacité à développer de nouveaux clients, à conforter l'activité existante et à s'adapter à un environnement en mouvement qui exige toujours plus de compétitivité et de valeur ajoutée dans un secteur industriel très compétitif.

Air BP

En 2008, l'activité aviation a été particulièrement soutenue en début d'année avec une croissance supérieure à 5%, engendrant une consommation en carburant aéronautique en croissance de 4% pour les trois premiers trimestres. Le quatrième trimestre a accusé une très forte baisse notamment sur les aéroports parisiens, limitant la croissance de consommation du marché français pour l'année à 0,21%.

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 1 200 aéroports.

Maintien des ventes d'Air BP en 2008

Dans un contexte rendu plus difficile avec des prix de matières premières extrêmement élevés en début d'année fragilisant nos partenaires, la croissance de l'activité Air BP en France continue à augmenter en ligne avec le marché sur ses deux segments principaux, les compagnies commerciales et l'aviation d'affaires.

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

Maintien des marchés parisiens

L'aéroport Roissy CDG représente plus de 60% du marché français et concentre la majeure partie du développement du trafic international. Suite à la forte croissance en 2007, celle-ci s'est confirmée courant 2008 mais avec un fort ralentissement au quatrième trimestre.

Néanmoins la croissance du trafic et des mouvements, avec respectivement + 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 du prix des carburants aviation en 2008, l'amélioration sensible de la santé financière de nos clients s'est confirmée. Une gestion rigoureuse d'Air BP a permis de n'enregistrer aucun débit client. Un renforcement des conditions de paiement (réduction sensible des délais) a été mise en place.

Politique 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 2008. 100% des actions ont été menées et complétées. Aucun accident et aucun impact accidentel sur l'environnement n'ont été notés.

Développement

BP a démarré en 2008 une activité de distribution de carburant sur l'aéroport de Grenoble Saint Geoir. Cet aéroport a connu la plus forte croissance en passagers depuis deux ans (+ 38%). Air BP poursuit sa participation à l'extension du réseau sur l'aéroport Charles De Gaulle pour faire face à l'expansion du trafic.

Air BP demeure l'un des principaux fournisseurs de l'armée.

BP Marine

Repères

- Un des principaux fournisseurs du marché avec environ 30% du marché français
- Environ un million de tonnes de fiouls soutes livrés en 2008
- 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 très perturbé par les grèves portuaires qui ont affecté les 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 avec les raffineries Ineos de Lavéra pour le Sud et celle de Dunkerque dans le Nord ont permis à l'activité BP Marine d'assurer à ses clients une sécurité d'approvisionnement.

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

Le développement des ventes de soutes de l'activité BP Marine se poursuivra sur 2009 dans la lignée stratégique imprimée en 2008.

Lubrifiants

L'année 2008 restera comme une bonne année en termes de résultats financiers pour les lubrifiants marine.

Ceci est notamment dû à la prise de nouveaux clients tels que SEAFRANCE 2^e opérateur français dans le ferry représentant aujourd'hui près de 25% des volumes Castrol Marine distribués en France, et par de nouveaux marchés malgré un contexte de crise, où nous avons signé avec le plus gros opérateur de vrac sec en France, SETAF SAGET pour la fourniture de 33 navires.

L'année 2008 aura également été marquée par le lancement d'une nouvelle gamme d'huiles marine **Castrol GreenDeck** biodégradables. Le Groupe BP est avec sa marque Castrol le premier fournisseur au monde de ce type de lubrifiants marins biodégradables.

Le marché français est toujours tiré par le principal armateur français CMA-CGM. BP Marine Lubrifiants garde aujourd'hui une part de marché significative.

L'année 2009 s'annonce très difficile, notamment sur le marché français. De bonnes perspectives s'ouvrent malgré tout sur le Maghreb.

Approvisionnement et transports massifs

En charge de l'approvisionnement optimisé des activités marketing de BP France par des achats auprès des raffineurs et sur le marché international, l'activité Supply est également responsable du respect des obligations de stocks de réserve et des approvisionnements en agro-carburants auprès de fournisseurs agréés. Les activités Approvisionnement & Transports massifs sont depuis 2008 intégrées dans l'entité Fuels Value Chain.

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
- 2,4 millions de m³ de produits pétroliers vendus au départ du terminal de Frontignan et de la raffinerie Ineos de Lavéra
- 6,5 millions de m³ transportées (pipeline, cabotage, barges), 200 imports par voie maritime par an
- Gestion des imports dans les terminaux de : CIM Le Havre, Rubis Rouen, BP Frontignan, DP Fos et Strasbourg SES
- Gestion des obligations BP France de détention de stocks de réserve et d'incorporation d'agro-carburants.

Faits marquants

Outre les activités classiques d'achat/vente pour équilibrer ressources et demande de BP France, l'année 2008 a vu également :

- La conversion de qualité des essences et du gasoil liée à la baisse de la teneur en soufre de 50 à 10 ppm dont 0,4 million de m³ ont été réalisés pour le compte de la SAGES
- La dernière année d'opération du contrat en exclusivité avec Ineos pour la partie carburants, Fioul domestique et Fioul Hiver représentant un volume de ~ 4,4 millions de m³
- La mise en œuvre de l'additivation à l'éthanol des essences dans 4 des 6 dépôts opérés par BP (Frontignan, Gennevilliers, Vitry, Lyon)

- Trois dépôts nouveaux ont été utilisés en 2008, en support aux activités marketing : Donges (SFDM), DP Fos (en BP Superfioul), et FOS/Otna (en carburacteur).

Biocarburants

L'accélération de l'incorporation des biocarburants a nécessité une coordination de toutes les équipes marketing, approvisionnement, logistique, fiscal et juridique pour permettre la réalisation de l'objectif d'incorporation de 5,75% en contenu énergétique des volumes de gasoil et d'essence vendus pour un usage routier.

Nous avons commercialisé 1,7 million de m³ de gasoil en 2008 nécessitant l'incorporation de 106 000 m³ d'Esther Méthylique d'Huile Végétale (EMHV). Nos ventes d'essence (0,6 million m³) ont fait l'objet d'une incorporation de biocarburants (Ethanol ou ETBE) de 86 000 m³.

Pour relever ce défi, un certain nombre d'investissements en dépôt ont été nécessaires.

Il s'agit notamment de la mise en place d'installations d'additivation d'éthanol au bras de chargement. La logistique BP a été fortement mise à contribution et le dépôt de Frontignan a été mis en service en mars 2008, suivi de celui de Gennevilliers en avril 2008, puis Vitry en juillet 2008, et enfin DP Lyon en octobre 2008. Ceci dans le cadre d'un agenda ambitieux en avance sur l'industrie.

En ce qui concerne le gasoil, nos incorporations d'EMHV dans les sites de CIM Le Havre, Frontignan et notre contrat de processing avec Ineos Lavéra ont été des succès. Nous distribuons également un gasoil avec 30% d'EMHV (BP B30) dans nos sites de Vitry, Grigny et Le Pontet.

La logistique

L'activité logistique recouvre les 2 activités Dépôts pétroliers et Transports Secondaires

Repères

- 6 dépôts opérés par BP : Frontignan, Vitry, Saint-Pierre-des-Corps, Lyon, Puget, Gennevilliers
- participations dans 11 dépôts
- 4,5 millions de m³ de passage en dépôts
- 2,1 millions de m³ transportés par route

Dépôts pétroliers

Les faits marquants en 2008 ont été

- Le changement des spécifications des essences et gasoil à 10 ppm de soufre au cours du 4^e trimestre.
- Le lancement du programme de contrôle des compétences du personnel en dépôt.
- Des investissements record (18 m€) :
 - pour incorporer les agro-carburants : projets Ethanol E5 à Frontignan, Gennevilliers, Vitry et Lyon. Ceci a favorisé le transfert d'activité vers ces dépôts (impact TGAP).
 - programme "Integrity Management" axé sur la maintenance de nos installations et sur nos systèmes de sécurité et la prévention
- La réalisation avec les DRIRE des études de danger et des PPRT afin de réduire les risques à la source, en particulier ceux relatifs aux scénarii essences.

Dans un contexte difficile, la logistique poursuivra en 2009 ses efforts en matière de sécurité dans ses opérations mais également dans les agro- carburants (projet sur le site de St Pierre des Corps et l'arrivée programmée d'une nouvelle qualité d'essence le Supercarburant E10) et participera à la finalisation des PPRT.

Transports secondaires

Dans un environnement versatile en 2008, le modèle économique avec l'Alliance MNS constitué avec 3 transporteurs de référence (Mertz, Norbert Dentressangle et Samat) a confirmé sa flexibilité. Un volume moins important a été distribué pour l'activité stations-service compensé par des volumes de carburacteurs transportés pour l'aviation en forte progression (+ 20%).

2008 a par ailleurs été une année satisfaisante en termes de résultats :

- au plan économique, avec des résultats légèrement supérieurs au plan et en euros/m³ contenu malgré une hausse importante du prix du gasoil sur la première partie de l'année
- au plan "HSSE" (Hygiène, Sécurité, Sûreté et Environnement), l'année a été bonne avec un taux d'accident rapporté au nombre de livraisons toujours très faible, aucune blessure de conducteur, mais à noter sur l'activité bitume deux renversements camion (sans conséquence environnementale) ayant fait l'objet d'investigation et de plans d'actions.

Une montée en puissance de l'utilisation de citernes à scellement électronique est à noter et restera un axe prioritaire 2009.

Activités Solaires - Apex BP Solar

Repères

- Filiale de BP France à 100% depuis 1999 qui emploie 84 salariés.
- Basée près de Montpellier, Apex BP Solar dispose d'un réseau d'établissements secondaires dans les DOM-TOM.
- Apex BP Solar est l'un des principaux acteurs français du photovoltaïque, spécialisé dans la conception et la réalisation de systèmes photovoltaïques clés en main. L'entreprise se positionne sur trois segments de marché :
 - **Les particuliers** - systèmes connectés au réseau prêts à poser en France métropolitaine et dans les DOM-TOM
 - **Les investisseurs et producteurs d'électricité** - grands projets raccordés de centrales solaires en toiture et au sol.
 - **Les grands comptes industriels et organismes de développement** – générateurs pour l'électrification de sites isolés (pompage, télécom, santé, éducation, balisage aéronautique et maritime, dispensaire médical, habitation, protection cathodique, relais TV, GSM et VSAT) en Afrique.

Contexte général

La filière photovoltaïque : une industrie dynamique en constante évolution autant au plan technique qu'économique.

Le parc photovoltaïque mondial est en forte croissance, en moyenne de 35% par an depuis 1998. À la fin de l'année 2007, la capacité mondiale installée s'élevait à 9 200 MW, contre 1 200 MW en 2000. Au niveau de la production, la cadence de fabrication des panneaux solaires augmente de façon constante dans l'objectif d'alimenter le marché mondial.

Le décollage du photovoltaïque en France s'est véritablement produit en 2008 : 48 MW de systèmes supplémentaires, soit plus que l'ensemble des systèmes installés depuis 2000, ont été mis en service. Le parc solaire cumulé représenterait fin 2008 environ 105 MW.

Soutenu par les engagements politiques du Grenelle de l'environnement, le potentiel du marché français est estimé entre 100 et 120 MW installés. Cependant, cette croissance du marché photovoltaïque reste relativement modeste par rapport à celle de nos voisins européens (Allemagne et Espagne), où le rythme d'installations est de près de 1 000 MW par an.

Dans ce contexte de marché favorable, Apex BP Solar poursuit son développement et investit dans l'innovation technologique des

produits intégrés. Elle déploie les moyens techniques et financiers pour organiser et adapter les équipes et ses réseaux commerciaux en fonction de cette évolution. Apex BP Solar s'implique fortement dans l'industrialisation et la professionnalisation de la filière photovoltaïque, au travers de différents organismes tels qu'ENERPLAN, le Pôle DERBI, et le Syndicat des Energies Renouvelables.

Principaux faits marquants de 2008

- Apex BP Solar dispose aujourd'hui d'un réseau de partenaires installateurs agréés performant dans le secteur du Résidentiel en France. Ce réseau est en constante évolution autant au niveau technique que commercial.
- Après une première année de partenariat réussie, Apex BP Solar a conclu avec Solar Energies (Caisse des dépôts et Aéro watt) un nouveau programme de centrales solaires en surimposition de toitures raccordées au réseau EDF d'une capacité de 3,7 MWc en cours d'installation. Ce programme porte sur l'équipement de bâtiments industriels, commerciaux et publics à la Réunion, en Guadeloupe et des lycées en Guyane. L'investissement représente environ 20 millions d'euros. Au regard de projets déjà identifiés et sécurisés, ce partenariat initié en 2007 représente un potentiel de 10 MWc.
- L'intégration au bâtiment est au cœur de notre stratégie. L'objectif d'Apex BP Solar est d'offrir une large gamme de produits intégrés pour tous les types de bâtiment. L'entreprise montpelliéraine a développé ces systèmes de haute technologie en partenariat avec différents grands acteurs du monde de la construction et du bâtiment. En 2009, ces nouveaux produits d'intégration vont être distribués sur le marché français et les DOMs.

Les grandes réalisations d'Apex BP Solar en 2008

En France : en 2008 Apex BP Solar a réalisé l'installation photovoltaïque de plus de 1500 maisons individuelles raccordées au réseau via les partenaires installateurs à travers la France. Un grand projet sur les entrepôts logistiques de la société Norbert Dentressangle a été réalisé avec la nouvelle gamme Integralux - 160 kWc installés en abri d'un quai de déchargement.

Dans les DOM-TOM : à la Réunion le Lycée BEL-AIR 760 kWc, l'entreprise LOCATE 130 kWc et l'entreprise Pharmar 240 kWc - en Guyane 3 lycées pour un total de 2.7 MW - en Guadeloupe Le Leader Price du Moule 150 kWc et l'entreprise Boisseron 140 kWc, etc.

En Afrique, au Niger 106 pompes pour l'alimentation en eau potable - en Indonésie un système de télécommunication de 300 kWc soit le 100^e relais installé - en Algérie 90 kWc pour BP Algérie - au Nigéria pour l'OMS 155 conservateurs à vaccins soit un système photovoltaïque de 50 kWc, etc.

Au total en 2008, Apex BP Solar a installé près de 9 MW de panneaux solaires photovoltaïques.

Perspectives 2009

En France, dans un marché qui s'oriente vers 1,2 GW de puissance cumulée installée en 2012, Apex BP Solar poursuit sa croissance dans un environnement de plus en plus concurrentiel. Fort de ses équipes et de son expérience dans 3 zones géographiques, de son réseau d'installateurs agréés, de grands comptes et d'un portefeuille de projets significatif, Apex BP Solar prévoit une croissance très soutenue. Les prévisions de ventes s'établissent à plus de 20 MW et un chiffre d'affaires dépassant les 100 millions d'euros dès l'année 2009.

Hygiène, Sécurité, Sûreté et Environnement

Politique Sécurité

L'année 2008 a permis de récolter les fruits des efforts consacrés à la sécurité ces dernières années. L'analyse approfondie des risques et des dangers dans l'ensemble de nos activités, le respect de l'intégrité et la conformité des installations, la maîtrise opérationnelle et l'évolution des comportements sont au cœur de cette démarche.

En 2008 ont également été posées les bases d'un nouveau système de management intégré de la sécurité et des opérations. Cette démarche est la déclinaison locale d'un programme mondial du groupe BP dénommé "Operating Management System" (OMS).

L'objectif est de garantir la fiabilité des activités et la sécurité des opérations pour le long terme.

Analyse des risques

BP France a approfondi les études de dangers exigées dans le cadre du Plan de Prévention des Risques Technologiques (PPRT) pour les dépôts qu'elle opère. Des études complémentaires ayant pour objectif la réduction des risques à la source ont été menées et seront finalisées en 2009, afin de répondre à certaines attentes complémentaires exprimées par les collectivités locales lors des premières présentations aux Commissions Locales d'Information et de Concertation (CLIC).

Un axe important de progrès a été, comme par le passé, l'investigation des accidents majeurs survenus dans le Groupe et dans la profession. Cela a conduit à une mise à jour annuelle de l'analyse des risques et des moyens de prévention mis en œuvre. Les améliorations présentées aux DRIRE sont en général acceptées et intégrées dans les programmes liés au PPRT.

Des scénarios comme la pressurisation des bacs lors d'un incendie ou le débordement de cuvette, ou encore la prise en compte

d'effets de vague, qui, bien que très peu probables, ont été pris en compte dans nos études et dans les priorités des moyens à déployer.

Hygiène et Santé au travail

Les analyses des risques liés à la santé et à la sécurité au travail ont été actualisées avec prise en compte des maladies et risques dits "CMR". Des préconisations complémentaires ont été incluses dans les "documents uniques" et des suivis personnalisés ont été mis en place.

Le nombre d'accidents du travail avec arrêt est à un niveau très bas et stabilisé depuis plusieurs années. Cependant nous avons constaté une croissance du nombre des accidents de trajet. Une attention particulière sera accordée à ces situations qui, bien que bénignes, peuvent être le reflet des situations nouvelles à prendre en compte.

Par ailleurs, BP développe depuis 2002 un partenariat avec la Croix-Rouge, visant à renforcer les formations aux gestes qui sauvent en associant le personnel ainsi que l'ensemble des établissements et des stations-service de BP en France.

Une action importante a été menée dans ce domaine : l'intégralité des stations-service autoroutières ont été dotées de défibrillateurs automatiques externes et une partie du personnel formé à leur emploi.

Sécurité Routière

Les performances en matière de sécurité routière de l'année 2008 ont été en continuité directe avec les progrès enregistrés ces dernières années. Nous n'avons enregistré aucun accident de la circulation ayant entraîné un arrêt de travail pour cause de blessure pour l'ensemble des employés de BP France.

Toutefois la prévention routière reste un axe prioritaire de formation. En effet, deux renversements de citernes dans le secteur transport bitume ont été enregistrés en 2008. Bien que ces incidents se soient produits sans épandage ni blessure sérieuse, ces événements nous rappellent la vigilance à maintenir dans ce domaine.

L'année 2008 a vu la mise en service de nouvelles citernes avec scellement électronique, ainsi que des systèmes ABS stabilité. Dans le même axe de progrès, les durées de formations relatives aux transports des carburants ont été allongées. Toujours dans un même esprit de prévention des accidents lors de transports de matières dangereuses, les consignes de contrôles inopinés des conducteurs et les exigences de réception des citernes ont été augmentées.

Nous avons fêté le 10^e anniversaire du "DOTY" de BP en France, le concours du meilleur conducteur de l'année, qui se déroule chaque année sur le circuit de l'APTH près du Creusot.

Comportement et culture sécurité

BP France a décidé d'optimiser les compétences HSSE en réorganisant et en centralisant les ressources disponibles au sein d'une même organisation. Cette équipe centralisée apporte désormais son expertise et son soutien aux différentes activités opérationnelles en France.

Pour les sites délocalisés, les moyens humains HSSE ont été renforcés sur place par la création de postes adjoints HSSE aux responsables de dépôts là où les activités le justifiaient.

Enfin, de nombreuses actions de sensibilisation du management ont été menées en 2008 et seront poursuivies dans les années à venir. Citons entre autres, la formation à des conversations sécurité, la participation à des analyses d'incidents, la communication et le partage des retours d'expérience, les visites sur sites, sont autant d'actions qui témoignent de l'engagement de la direction dans la politique sécurité de BP.

Sécurité lors des travaux

La sécurité lors des travaux a été améliorée pour l'ensemble des activités en France. Le taux d'accidents a diminué de plus de moitié par rapport à l'année passée. Ceci est le résultat de plus de deux années d'efforts spécifiques et continus dans ce domaine.

Les prochaines étapes porteront l'accent sur le processus de sélection des entreprises extérieures intervenant sur un dépôt pétrolier, ou une station-service, ainsi que sur la précision des règles de sous-traitance à respecter.

Environnement et certifications ISO 14001

Aucun incident environnemental majeur n'a été enregistré au cours de l'année 2008.

Tous les dépôts opérés par BP en France ont l'accréditation ISO 14001. Aucune non-conformité majeure, ni mineure, n'a été relevée lors des audits internes en 2008, ce qui confirme la maturité et l'efficacité des systèmes en place.

Les améliorations à venir porteront sur la simplification des systèmes documentaires et la formalisation des suivis d'audit.

Le système de veille et d'assurance de la conformité des installations BP aux réglementations applicables a été amélioré pour l'ensemble des activités de BP en France, notamment par l'instauration de contrôle opérationnel.

Sûreté et lutte contre l'insécurité

Le niveau de risque sûreté est périodiquement évalué pour l'ensemble des activités de BP. 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.

BP a mis en place une politique de prévention privilégiant notamment la non-confrontation et la formation des employés, ce qui a permis d'éviter que certaines situations ne dégénèrent.

Les mesures de réponse en cas de situation d'urgence et de gestion de crise ont été actualisées suite à des simulations ou à des exercices réels basés sur des scénarios type représentatifs.

Les retours d'expérience suite à différentes situations de crise ont également été mis à profit. Les consignes en cas de manifestations avec intrusion dans un dépôt ou sur un site ont été précisées.

Les plans de continuité des opérations ont tous été revus et testés en 2008. Cette démarche sera réitérée dans l'année à venir en vue de garantir la continuité des activités principales et de toutes les opérations critiques en termes de sécurité.

Réhabilitation de sites et sols

L'équipe "Rémédiation" a poursuivi en 2008 son activité dans les domaines suivants :

- la gestion des sites et sols pollués
- le conseil aux activités industrielles et commerciales en matière de prévention des risques environnementaux
- le conseil à la reconstruction/modernisation de sites, aux désinvestissements et aux démolitions d'unités passivées

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 par le Groupe BP 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 risques potentiels lors d'investissements et des fermetures/ventes de sites.

La bonne gestion des risques et la clôture de nombreux dossiers a conduit à une stabilisation des dépenses de réhabilitation par rapport à 2007. Les dépenses se sont montées à 3,2 m€ en 2008 pour BP France.

Renforcement des actions HSSE : les consultants et sous-traitants se sont fortement impliqués autant par leur comportement que par les actions engagées. Les équipes effectuent régulièrement des audits sur le terrain, accompagnés de conversations sur les risques et proposent des améliorations pour la sécurité au travail. Cette excellente contribution de tous a démontré une forte adhésion à notre démarche HSSE et permis une deuxième année sans accident.

Ressources Humaines

Au cours du premier trimestre, BP France a signé un accord d'entreprise avec 3 organisations syndicales sur la Gestion Prévisionnelle de l'Emploi et des Compétences qui a permis un inventaire et une mise en perspective de l'ensemble des outils existants dans l'entreprise pour favoriser l'évolution et la gestion des compétences.

D'autre part, la nouvelle approche de la rémunération variable avec un accent mis sur la contribution individuelle à la performance de l'équipe et le comportement considéré comme un élément-clé de la performance, a été présenté aux Organisations Syndicales, au Comité d'entreprise puis à l'ensemble du personnel.

Le deuxième trimestre s'est caractérisé par les activités autour de la retraite et de l'épargne retraite :

D'une part, les travaux avec différents intervenants ont permis d'aboutir à un accord avec les Organisations Syndicales et le Conseil d'Administration de la Caisse de Retraite BP sur la définition de la structure de l'IGRS qui succédera à l'IRS et ce en conformité avec la loi Fillon (article 116) sur les institutions de retraites supplémentaires.

D'autre part, BP France a signé un accord d'entreprise qui permet aux salariés de renforcer le niveau de retraite supplémentaire et de disposer d'un nouvel outil d'épargne retraite.

Par ailleurs, nous avons initié, conçu et organisé un séminaire à l'attention des Responsables d'équipe autour des évolutions du monde, de l'industrie pétrolière et de BP France afin de faciliter la compréhension des changements de l'entreprise.

En fin d'année, l'entreprise a négocié un accord salarial qui a fait l'objet d'une signature avec 4 Organisations Syndicales.

Au cours de cette année, nous avons mené à bien deux processus de consultation sur le projet d'adaptation des structures de BP France (Fuels Value Chain et Finances) résultant des évolutions du groupe BP et de la fin de l'exclusivité du contrat d'approvisionnement avec Ineos sur les grands produits pétroliers.

A l'occasion de la signature de l'accord sur la Gestion Prévisionnelle des Emplois et Compétences, nous avons mené des actions de communication et des initiatives destinées à rappeler l'investissement de l'entreprise dans le développement de son personnel sur la base des principes fondamentaux, à savoir : chaque salarié doit s'accomplir dans un travail épanouissant, formateur, dont il perçoit le sens, où il dispose de suffisamment d'autonomie, où il sait que ses efforts seront reconnus et récompensés, et se sente en phase avec les valeurs de l'entreprise.

Diversité & 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 l'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 œuvre des actions, celles-ci sont coordonnées 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 engage le 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 2008, 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 2008 pour la 3^e année consécutive d'une place au 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 notoriété de notre partenariat avec l'EURO 2008 et de la visibilité importante apportée 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 a lancé en 2008 un programme d'actions environnementales s'appuyant notamment sur les propositions du personnel. Trois axes de progrès ont été développés constituant ensemble un véritable "Agenda vert" pour l'entreprise avec :

- un renforcement des offres "vertes" dans l'ensemble de nos activités. En l'espace de 18 mois, BP a lancé successivement le BP B30, la nouvelle gamme Castrol Edge, le Superéthanol E85 et le programme de gestion et de compensation des émissions de CO2 Targetneutral, offrant une véritable différence en termes de consommations et d'empreinte environnementale,

- un programme interne de réduction de l'impact de nos propres activités, transports, distribution, achats, logistique,

- la participation du personnel à un programme de réductions de nos consommations en eau, papier et électricité au siège et dans les modes de transport utilisés.

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 futurs énergétiques et sur le développement durable.

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 2008, quelque 300 exploitants de stations-service autoroutières BP avaient suivi une formation de certification de 14 heures aux premiers secours et plus de 250 autres membres du personnel un stage d'initiation aux "gestes qui sauvent" incluant une formation à l'usage de défibrillateurs.

Toujours engagés pour la sécurité et la santé de nos clients et notre personnel, nous avons équipé en 2008 toutes nos stations-service autoroutières de défibrillateurs automatisés externes. Chaque site autoroutier BP est aujourd'hui en mesure de porter assistance aux clients qui pourraient être victimes d'un arrêt cardiaque. Associée à nos programmes de formation avec la Croix-Rouge, cette initiative unique a permis de consolider la chaîne de premier-secours déployée dans notre réseau de stations-service autoroutières.

BP a renouvelé son action en faveur de la sécurité routière en mettant en œuvre 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

Perspectives 2009

Les perspectives 2009 vont être principalement affectées par la crise financière et économique que nous traversons.

Les prévisions faites par les différentes activités laissent penser qu'il y aura une baisse de la profitabilité de BP France en 2009 par rapport aux années précédentes, et une rupture quant à la tendance régulièrement à la hausse de nos résultats depuis maintenant 3 ans.

En effet, pour toutes les activités, nous prévoyons une baisse des volumes, qui devrait vraisemblablement s'accompagner d'une baisse des marges unitaires.

Concernant le réseau des stations-service, nous constatons une baisse régulière de nos volumes sur stations, principalement autoroutières, mais aussi non-autoroutières pour les raisons suivantes :

- La crise économique frappe durement les transports routiers de marchandises, et nos volumes s'en trouvent affectés. Cette baisse peut être cependant considérée comme conjoncturelle, et nous pouvons espérer voir l'activité de ce secteur revenir à la normale dès lors que la consommation et l'activité économique seront revenues à une tendance haussière.
- Les mêmes causes produisent les mêmes effets pour les véhicules utilitaires, qui voient leur activité diminuer, même si elle diminue avec une moindre intensité.
- Concernant les consommations des véhicules particuliers, on constate là aussi une baisse significative des volumes. Contrairement aux 2 précédents segments, il est fort possible que ce secteur soit affecté de manière plus durable, car une étude effectuée récemment par l'IFOP tend à indiquer qu'il s'agit pour nos clients d'un changement plus structurel, qui intègre dans la décision de moins consommer l'élément environnemental.

Concernant nos ventes de Fioul Domestique, la situation n'est pas aussi critique, car nous avons été aidés par une situation climatique favorable, avec des ventes soutenues durant les mois de chauffe. Notre marque phare, BP Superfioul, nous aide à conserver des marges acceptables.

Il n'en reste pas moins que ce marché devrait voir ses volumes baisser structurellement, car nous constatons que seulement 1/3 des installations de chauffage au Fioul Domestique sont remplacées par des installations plus performantes au fioul, les autres se convertissant à d'autres sources d'énergie.

Nos ventes de carburants aviation sont, pour la première fois, en baisse de manière assez significative (-10% sur les grandes plates-formes), et la compétition s'accroît pour des volumes en réduction, et des clients fragilisés, à la fois dans leur profitabilité et leur situation financière.

Même si le secteur maritime n'a pas été touché aussi rapidement, nous ressentons d'ores et déjà les signes avant-coureurs d'une réduction de l'activité qui devrait être sensible.

Concernant les lubrifiants, notre activité Lubrifiants Industrie est d'ores et déjà assez sévèrement atteinte, et il est vraisemblable que les résultats soient négatifs en fin d'année. Cela n'est pas surprenant, car le cœur de cette activité s'exerce dans des secteurs touchés par la crise, secteur automobile, secteur industriel en général, et secteur aéronautique, même si ce dernier semble – au moins pour l'instant – moins durement atteint que les autres.

Notre activité en Lubrifiants automobiles se trouve affectée par la diminution des véhicules vendus (premier plein), et par le ralentissement de l'activité maintenance, réparations et vidanges en self service.

Néanmoins, cette activité devrait rester rentable en 2009, même si sa profitabilité devrait baisser significativement par rapport à l'année 2008, qui a été une de nos meilleures années.

BP France est engagée depuis plusieurs années à réduire l'impact environnemental de ses activités. Grâce à ses efforts de R&D, BP commercialise des produits haute technologie permettant une réduction des consommations et des émissions de CO₂.



Lancée en 2004, la gamme de carburants avancés **BP Ultimate** est spécialement formulée pour assurer une propreté exceptionnelle du moteur et une combustion optimale permettant des réductions d'émissions (jusqu'à -35 % d'émissions d'hydrocarbures imbrûlés), une réduction des consommations et des émissions de CO₂.

100 % synthétique, la nouvelle gamme de lubrifiants avancés **Castrol Edge** assure une propreté exceptionnelle du moteur permettant des économies de carburant.



Leader sur le marché français du fioul domestique haute technologie, **BP Superfioul** assure par sa formulation de meilleures performances avec notamment une réduction des fumées et des consommations.

Depuis 2007 BP France commercialise ce nouveau carburant diesel contenant 30 % d'Ester Méthylique d'Huile Végétale. Destiné aux flottes de transports, le **BP B30** contribue significativement à réduire les émissions de CO₂ et à la diminution de fumées et de suies de camions, bus et autres véhicules utilitaires.



Spécialiste des carburants haute-technologie et à émissions de CO₂ réduites, BP France a lancé le nouveau Supercarburant **SP95-E10** dans l'ensemble de son réseau courant avril 2009.

Le Supercarburant **SP95-E10** qui contient jusqu'à 10% d'éthanol représente un pas de plus pour la protection de l'environnement avec une réduction de gaz à effet de serre supplémentaire. Avec le Supercarburant **SP95-E10**, les automobilistes pourront à la fois réduire leurs émissions de CO₂, contribuer à la diversification des sources d'énergie et participer au soutien de la filière française des agro-carburants tout en ménageant leur budget d'essence.

Avec **targetneutral BP** offre aux automobilistes un programme volontaire de réduction et de compensation des émissions de CO₂. En se rendant sur www.targetneutral.com chaque automobiliste peut calculer et compenser ses émissions annuelles de CO₂ en fonction de ses habitudes de conduite et du type de consommation de son véhicule. www.targetneutral.com





BP France
Immeuble LE CERVIER
12, avenue des Béguines
Cergy Saint-Christophe
95866 Cergy-Pontoise Cedex
www.bp-france.fr