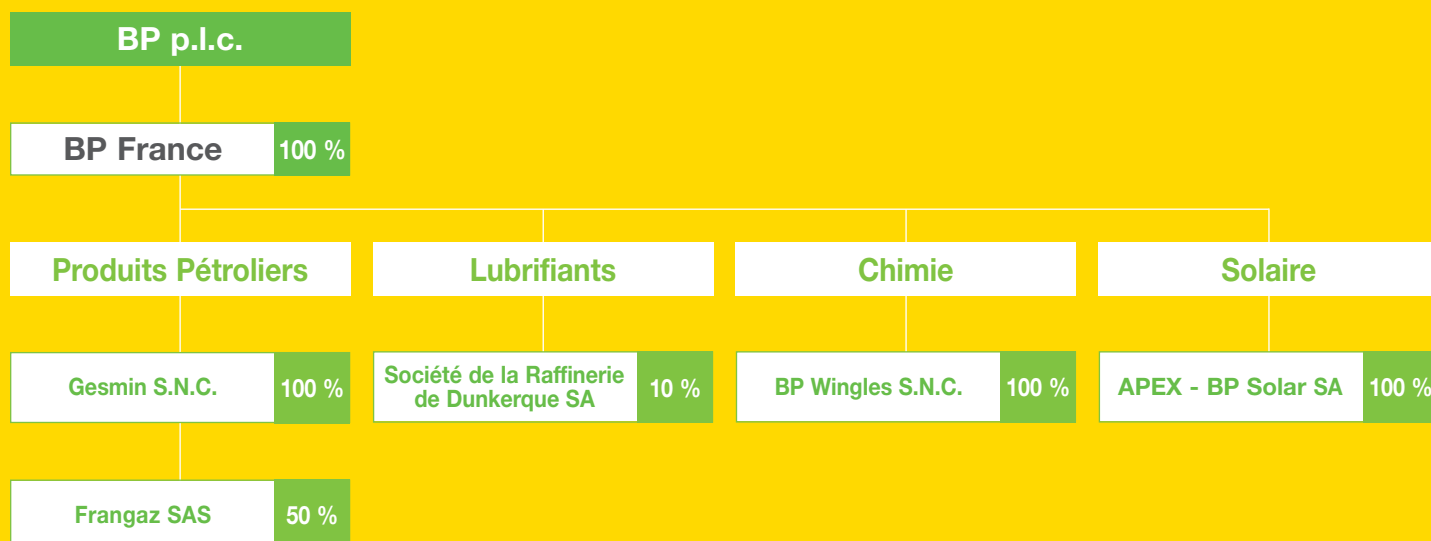


Panorama 2006 des activités de BP en France



Le Groupe BP en France

au 31 décembre 2006



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),
Président de la Chambre de Commerce franco-britannique
et du cercle économique Sully

François Bellanger

Michel Depraetere

Secrétaire

Nathalie Bourseau

Directeur Juridique de BP France

Commissaires aux comptes

Titulaires

Ernst & Young Audit
Christian Comerman

Suppléants

Philippe Coquereau
Gabriel Galet

sommaire

Panorama 2006

Panorama de l'exercice 3

Message du Président 4

Le contexte 6

Activités pétrolières

Réseau 7

Négoce, Revendeurs et Transports 9

Gaz naturel et électricité 10

Bitumes 10

Lubrifiants BP et Castrol 11

Gaz de Pétrole Liquéfiés 13

Air BP 14

BP Marine 15

Approvisionnements et transports massifs 16

Logistique 17

Activités chimiques

Site de Wingles 18

Activités solaires 19

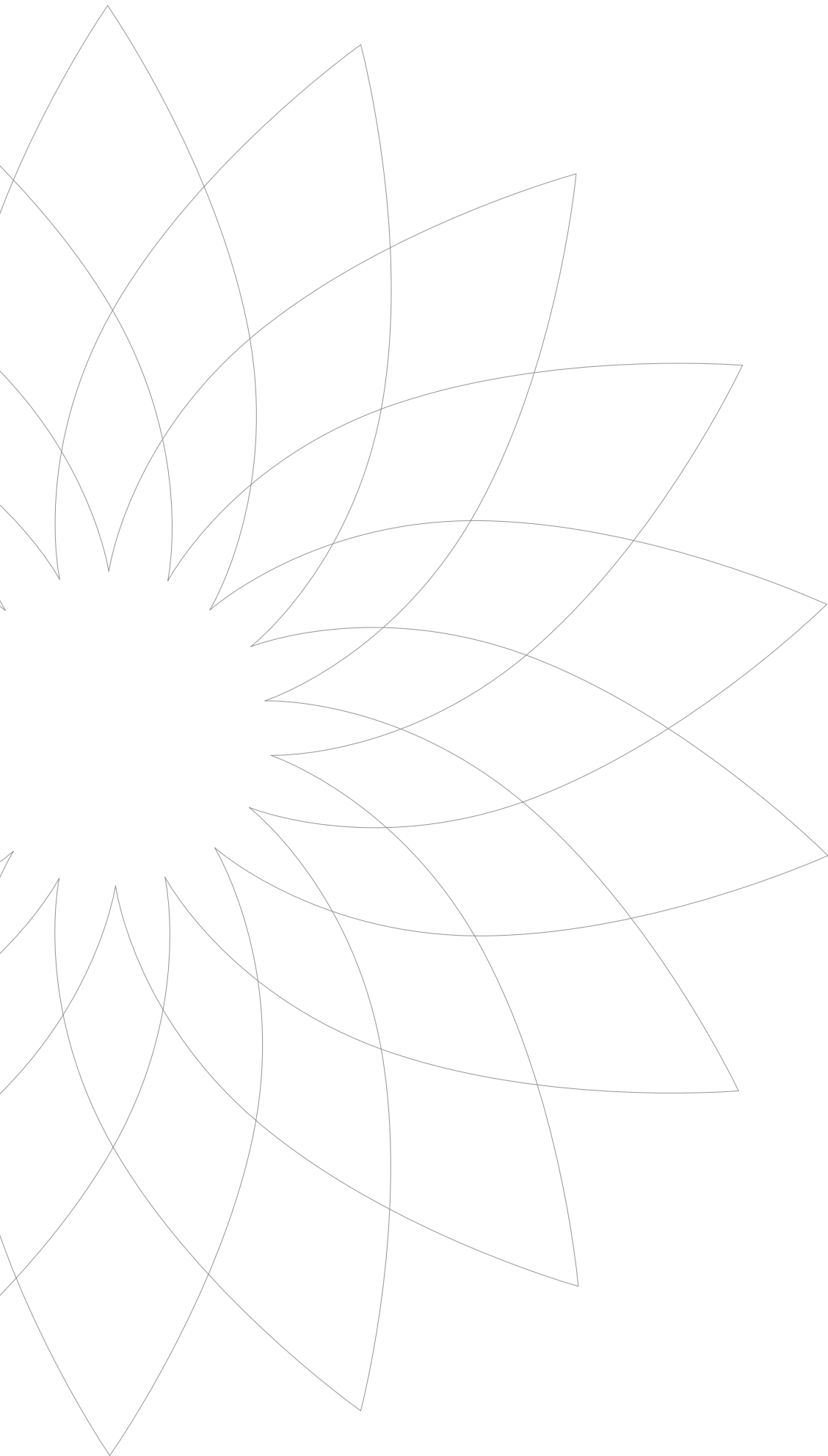
Hygiène, Sécurité et Environnement 20

Ressources Humaines 21

Diversité et intégration 22

Communication 23

Perspectives 2007 23



BP France en 2006

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

Données consolidées	2006	2005
Chiffre d'affaires (hors tous droits et taxes)	7 233	7 938
Résultat net (part du groupe)	65	143
Marge brute d'autofinancement	- 26	77
Capitaux propres du Groupe au 31/12	673	618
Effectif du Groupe au 31/12	2 280	2 585
Activités consolidées		
Résultat d'exploitation	-67	240
Coût de renouvellement / dépréciation des stocks	-29	146
Résultat d'exploitation économique	38	99
Traitement en raffinerie (en millions de tonnes)	0,5	2,3
Tonnages vendus de produits (en millions de tonnes)	12,4	15,9
- dont marché intérieur (y/c Chimie)	12,0	14,0

Message du Président

Créé en 1921, BP France est l'un des principaux opérateurs pétroliers dans l'Hexagone. Nos activités se sont étendues en 2000 à l'énergie solaire photovoltaïque et en 2002 à la fourniture de gaz et d'électricité sur le marché français.

En 2006, l'économie mondiale a encore connu une forte croissance, entraînant dans son sillage la demande énergétique. La croissance de la demande pétrolière mondiale est restée modérée avec une progression de 1 %. Parallèlement, le marché pétrolier a été influencé par les tensions géopolitiques persistantes, notamment en Irak, au Nigéria, et en Iran. Sous tension permanente, le prix moyen du Brent s'est établi à 65 dollars par baril en moyenne contre 54,8 dollars en 2005, 38,3 dollars en 2004 et 28,8 dollars en 2003. En juillet le prix du brut a atteint un nouveau record historique à 78 dollars le baril. A partir de septembre une détente sur le marché a permis un retour des prix à leur niveau de janvier sous la barre des 60 dollars. En France, la croissance économique est restée modérée et la demande pétrolière a légèrement reculé. Pour la deuxième année consécutive la demande globale de carburants transports terrestres (essence et gazole) a stagné, traduisant la progression modérée de l'activité économique, une faible croissance du parc automobile et une conduite plus sûre et économe de la part des automobilistes. L'engouement prononcé pour les voitures diesel s'est poursuivi et le gasoil représente aujourd'hui plus de 3 litres sur 4 commercialisés en France.

Dans un contexte de concurrence toujours aussi vive, nos activités commerciales ont continué d'axer leur offre de produits et services sur la qualité, l'innovation et la performance.

Notre réseau de 450 stations-service a concentré son positionnement sur ses axes stratégiques - Ile-de-France, Rhône-Alpes, PACA, autoroutes - et poursuivi sa stratégie de différenciation fondée sur la proximité et l'offre de produits et de services innovants avec notamment la commercialisation de la nouvelle génération de carburants BP Ultimate répondant aux préoccupations des automobilistes soucieux de performance et protection de l'environnement.

En mai 2006, BP a choisi d'introduire une nouvelle formulation de BP Ultimate. Résultat de programmes de recherche spécifiques, BP Ultimate intègre de nouvelles avancées en termes de réduction des émissions polluantes (jusqu'à 35% d'hydrocarbures imbrûlés en moins) et une diminution sensible des consommations (jusqu'à 36 km de plus par plein).

Un client sur trois a fait aujourd'hui le choix BP Ultimate pour des carburants "plus performants et moins polluants".

BP France a conduit en 2006 la montée en puissance du programme d'incorporation de bio-carburants dans ses essences et gasoils à hauteur de 1,75 % en ligne avec le calendrier du gouvernement français dans le cadre de la directive européenne sur l'incorporation des biocarburants. Dès 2007 nos carburants intégreront en moyenne 3,5 % de leur valeur énergétique sous forme de biocarburants.

Parallèlement à notre volonté d'incorporer des biocarburants dans tous les carburants auto (essences et diesels), BP s'est engagé volontairement à distribuer dès 2007 le SuperEthanol E85 dans 10 à 15 stations-service en signant fin 2006 la Charte pour le développement de la filière SuperEthanol.

Toutes nos activités marketing - réseau de stations-service, fiouls, bitumes, BP Marine et Air BP - ont bien résisté à l'environnement difficile de 2006 avec des résultats en progrès. Parallèlement, nos activités lubrifiants ont redressé leurs résultats après plusieurs années difficiles.

Dans notre activité GPL, partiellement interrompue en 2005 du fait de la dénonciation de notre contrat avec Butagaz, BP France a repris l'initiative pour être présente sur le marché de la distribution de GPL en bouteilles. Ainsi, BP France et RUBIS, par l'intermédiaire de sa filiale VITOGAZ, ont annoncé au cours du 3^e trimestre 2006 la création de FRANGAZ, société commune détenue à parité, pour la commercialisation de GPL-bouteilles en France, notamment auprès de la Grande Distribution.

Avec FRANGAZ, BP France et RUBIS se dotent d'un outil national et autonome associant les compétences complémentaires des deux acteurs en matière d'approvisionnement et logistique, de marketing et de conduite de sites industriels et de stockage pour pénétrer un secteur du GPL-bouteilles en pleine évolution.

Sur le marché du gaz naturel et de l'électricité, en voie d'ouverture à la concurrence, nous avons poursuivi en 2006 nos activités commerciales "Gaz et Electricité".

L'activité de BP sur le marché français du gaz naturel a été principalement axée sur l'approvisionnement, le stockage, le transport de gaz et la vente de gaz naturel à des revendeurs agrégateurs. Parmi les nouveaux fournisseurs d'électricité auprès des clients éligibles, BP a fourni la totalité des besoins en électricité de plusieurs sites industriels sur le territoire national.

Au cours du dernier trimestre 2006, BP a annoncé sa décision de redéfinir son activité gaz et électricité en Europe du Nord notamment sa volonté de concentration de ses activités sur son cœur de métier. L'ensemble des opérations commerciales gazières et électriques seront gérées depuis un centre basé à Londres. BP continuera à gérer un portefeuille gazier en Europe et sera actif sur les places de marché continentales.

BP France a annoncé en fin d'année la cession de sa participation minoritaire dans la raffinerie de Reichstett dans l'Est de la France. BP conservera ses positions commerciales à la marque dans l'Est de la France à travers des accords d'approvisionnement.

Parallèlement, BP France conserve des liens commerciaux à long-terme avec la plate-forme de raffinage d'Ineos Lavéra, notamment pour ses approvisionnements pétroliers. BP France commercialise l'ensemble de la production de produits pétroliers de Lavéra sur le territoire français.

Dans l'activité solaire, notre filiale Apex-BP Solar a pris part activement dans l'équipement de sites raccordés au réseau d'électricité en France métropolitaine et dans les DOM. Avec la mise en place d'un nouveau cadre d'incitations introduit par les pouvoirs publics, de nouvelles perspectives de développement de nos activités photovoltaïques se dessinent pour 2007 et sur le reste de la décennie.

BP France a engagé en 2006 un programme de transformation afin de concentrer ses activités sur ses axes stratégiques principaux et de simplifier son organisation et ses canaux de vente. Ce programme comporte également le regroupement de l'ensemble des activités de distribution carburants et fiouls en une seule entité « Fuels Marketing » et la mise en place d'entités fonctionnelles transverses. Notre transformation s'est également traduite par une réduction de nos coûts et de nos effectifs. Ainsi repositionnée sur ses principaux marchés, BP France devient plus compétitive, plus souple et mieux adaptée pour pérenniser ses activités en France tout en maintenant son dynamisme en matière de produits et services innovants. Toujours à l'écoute du marché, BP France renforce encore sa réactivité et proximité vis-à-vis de ses clients.

En matière de sécurité routière, nous avons mis en place des nouveaux standards de conduite du groupe qui englobent la maîtrise du risque et la prévention en mettant l'accent sur l'état du véhicule, la formation et les connaissances du conducteur. En 2006 nous avons développé nos programmes de coopération en matière de sécurité routière dans l'entreprise avec les pouvoirs publics. Ces programmes entrent dans le cadre d'une charte tripartite avec la DSCR (direction de la sécurité et circulation routières) et la CNAMTS (caisse nationale de l'Assurance maladie des travailleurs salariés), renforçant ainsi notre coopération pour la prévention du risque routier en entreprise en instaurant de nouveaux programmes de formation pour tout le personnel.

BP a poursuivi en 2006, une communication axée sur les valeurs de la marque BP : innovation, performance, progrès social et respect de l'environnement.

En matière d'environnement, 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.

En 2006, 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 de reverser le produit de la vente de produits partage dans l'ensemble du réseau de stations-service BP au bénéfice de l'AFM. Un chèque de 305 000 € 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 2006, quelque 250 exploitants de stations-service autoroutières BP avaient suivi une formation de certification de 14 heures aux premiers secours et 400 autres membres du personnel un stage d'initiation aux "gestes qui sauvent" de 6 heures. En fin d'année, une nouvelle convention de coopération a été signée avec la Croix-Rouge Française pour prolonger et approfondir notre partenariat.

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.

Patrick HAAS
Président Directeur Général

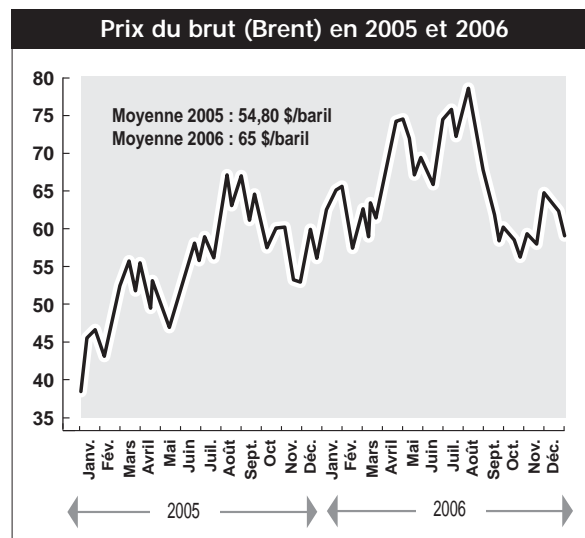
Le contexte

Environnement économique en 2006

- L'économie mondiale a poursuivi un rythme de croissance très soutenu, (+5 %) entraînant dans son sillage la demande d'énergie (+2,0 %).
- La croissance de la demande pétrolière a encore décéléré passant de + 1,5 % en 2005 à + 1,0 % en 2006.
- Le marché pétrolier a été influencé par le contexte irakien, la crise du Liban, 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 les trois premiers trimestres.
- Les prix du pétrole ont atteint de nouveaux records : le prix du Brent a oscillé entre 60 et 78 dollars ; les prix des principaux produits pétroliers ont également franchi de nouveaux seuils historiques.
- Le prix moyen du Brent s'est établi à 65 dollars par baril en moyenne sur l'année contre 54,8 en 2005, 38,3 dollars par baril en 2004 et 28,8 dollars en 2003.

Marché des produits pétroliers

- L'économie française a progressé modérément avec une croissance de +2%.
- La consommation française de produits pétroliers est en légère diminution à 86,4 millions de tonnes.
- Le recul des consommations d'essences se poursuit (- 6,%) la progression du gasoil reprend (+ 2,6%) et la consommation globale en carburants a très légèrement augmenté. (+ 0,4 %).
- Le gasoil représente presque 76% des carburants commercialisés en France.
- Les ventes de carburateurs ont progressé de 4%.
- Les ventes de fioul domestique ont reculé de 7,5 %.



Réseau

En 2006, le Réseau BP France a poursuivi sa stratégie de différenciation fondée sur la proximité, l'offre de produits et services innovants aux automobilistes avec notamment le lancement de la seconde génération de carburants BP Ultimate et de la nouvelle carte de fidélité. Il a aussi engagé un programme d'optimisation de ses canaux de distribution pour améliorer le service client et les performances de chacune des stations à la marque BP.

Repères

- 450 stations-service dont 50 autoroutières.
- Un réseau concentré sur ses marchés stratégiques: 2^{ème} 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 le lancement de la seconde génération de carburants haute technologie "BP Ultimate".
- La carte de fidélité "Bienvenue" modernisée.
- 1,5 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.

Contexte

La forte fluctuation des prix du brut et des produits pétroliers s'est répercutée sur les prix à la pompe entraînant un ralentissement de la consommation. Ces facteurs conjoncturels s'ajoutant à une tendance structurelle de diminution de la consommation en France (remplacement du parc automobile, poursuite de la désésélisation, ralentissement de la vitesse) ont favorisé une nouvelle stagnation du marché des carburants en 2006 (+0.4 %).

Le gazole, locomotive de la croissance du marché ces dernières années, a progressé à un rythme de 2,6% alors que le marché des essences a connu une décroissance de l'ordre de 6%. Les immatriculations de véhicules légers ont baissé de 1,3 %, avec une pénétration des véhicules diesel atteignant désormais 70 %.

Les volumes de carburants commercialisés par le réseau BP sont en baisse d'environ 6 % par rapport à 2005, en raison du désinvestissement d'une quinzaine de sites non stratégiques dans le sud de la France et de la perte nette de 6 sites sur autoroute consécutive aux appels d'offre pour renouvellement des concessions. A périmètre comparable, nos volumes sont en baisse de 2%.

Parallèlement à notre volonté d'incorporer des biocarburants dans tous les carburants auto (essences et diesels), BP s'est engagé

volontairement à distribuer le SuperEthanol (E85) dans 10 à 15 stations-service en 2007 en signant la Charte pour le développement de la filière SuperEthanol.

Concernant la concurrence, les réseaux de marque pétrolières poursuivent la rationalisation, les enseignes discount proposent des prix souvent inférieurs aux hypermarchés. Sur les autoroutes, les enseignes de grandes surfaces ont doublé leur présence en passant de 20 à 40 sites suite aux appels d'offre réalisés en 2005.

Dans ce contexte de concurrence plus en plus aigüe, BP poursuit ses efforts de productivité avec notamment l'optimisation de ses canaux de distribution.

Résultats

Les résultats du réseau se sont redressés de manière significative grâce à une optimisation de notre marge brute, à l'amélioration de nos coûts fixes et de notre productivité.

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 préoccupations des automobilistes soucieux de performance et de protection de l'environnement.

En mai 2006, BP a choisi de lancer une version encore plus avancée de BP Ultimate. Résultat de programmes de recherche spécifiques, BP Ultimate nouvelle génération permet de nouvelles avancées en termes de réduction 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).

Le lancement de la seconde génération de BP Ultimate a donné lieu à deux importantes campagnes de communication dans la presse et dans nos stations-service au printemps et à l'automne avec un point culminant lors du dernier salon mondial de l'auto où la marque a été présentée avec une très forte visibilité.

Huit mois après son lancement, la seconde génération de "BP Ultimate", BP a conforté sa position d'innovateur permanent sur le marché des carburants.

La nouvelle carte fidélité

Le lancement en avril de notre nouveau système de carte de fidélité "Bienvenue" nous permet de répondre à une attente importante de nos clients et de nos exploitants. La nouvelle carte utilise nos nouveaux terminaux de paiement en ligne, permet la gestion centrale des comptes de points de fidélité, l'identification volontaire des clients, l'accès à leur compte par Internet ou par un centre d'appels ainsi que l'introduction de nouvelles promotions.

L'année 2006 a été marquée aussi par deux grandes opérations de fidélisation de notre clientèle carburant : la vente de verres de couleur en février et mars et de CD en juillet et août.

Telethon

Pour la 3^{ème} 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 chaîne de solidarité au profit du Téléthon. Du 1^{er} novembre au 31 décembre, l'ensemble des 450 stations-service BP se sont transformées en centres de collecte animés par le personnel BP.

La commercialisation des "happy balls", produits partage au profit du Téléthon a permis de remettre un chèque de 305 000 euros à l'association AFM au cours du Téléthon retransmis sur France 2.

Boutiques & Partenariats

Malgré la baisse des consommations de carburants, le chiffre d'affaires des activités boutique BP est en progression de 2,4% à périmètre comparable soit environ 1 point de plus que l'évolution du marché. Les produits frais réalisent une progression de +20%, prenant une part de plus en plus importante dans nos chiffres d'affaires actuels et à venir. Cette performance est aussi la conséquence d'un ambitieux programme de redéfinition de nos concepts de services de proximité initié en 2005, avec la modernisation complète de 10 points de vente BP/8 à Huit et la mise à jour de l'ensemble de nos concepts et offres alimentaires sur autoroute et voie rapides. Nos récents partenariats, Elixor et Prodim sur autoroute, donnent aussi d'excellents résultats.

Des investissements ciblés

Nous avons complètement reconstruit deux sites autoroutiers, suite aux attributions et renouvellements des sous-concessions autoroutières échues fin 2005.

- Frontonnais Nord situé sur l'autoroute A62 Ouest en partenariat avec le groupe Elixor : ce site propose une offre multiservices développée autour d'un concept de "mini centre commercial" dans un seul bâtiment proposant en plus de l'offre BP un restaurant en libre-service Arche et une sandwicherie/croissanterie à l'enseigne Paul.

- Les Plaines Baronnaises La Ciotat située sur l'A50 à la sortie de Toulon, reconstruite dans une configuration plus classique.

Nous avons mis en chantier en septembre la reconstruction de la station service de Saint Ambreuil sur l'A6 au Nord de Chalon sur Saône, obtenue dans les attributions d'appel d'offres en 2005 et qui sera rénovée pour ouverture en juin 2007. Cette station en partenariat avec le groupe Elixor sera identique au concept développé à Frontonnais Nord.

Par ailleurs, nous avons entièrement reconstruit le bâtiment de notre station de Saint Léger en Pons sur l'A10.

Enfin, une nouvelle station service nous a été attribuée sur l'A29 à Croix Rault entre Amiens et Neufchâtel. Ce site a été mis en chantier en novembre avec une ouverture prévue au premier semestre 2007.

Sécurité & Environnement

La sécurité sur les stations-service demeure notre préoccupation majeure. Notre partenariat avec la Police Nationale a continué à porter ses fruits et a contribué à réduire encore le nombre de braquages et d'agressions sur nos stations durant l'année 2006..

Réduire les risques d'accidents, donc de blessures pour notre personnel et nos contractants, est resté l'objectif prioritaire en 2006. Le programme de sensibilisation lancé en 2005 sur le thème des risques liés à l'activité quotidienne en station et aux opérations de construction et de maintenance a été poursuivi. Ce programme intitulé "les Règles d'Or BP" a été complété par des audits réalisés sur les sites et par une diffusion des leçons tirées des incidents et accidents antérieurs.

Cette démarche s'inscrit en complément des programmes de sensibilisation existants comme les programmes "presque accidents" et "ASA" qui visent à améliorer les comportements.

Aucune pollution n'a été enregistrée et nous poursuivons nos programmes de maintenance et de remplacement par anticipation de nos installations hydrocarbures souterraines (cuves et tuyauteries).

Négoce, Revendeurs et Transports

Commercial Fuels regroupe les activités Négoce, Revendeurs et Transports de BP France. Cette équipe de professionnels déployée à Cergy-Pontoise et sur le terrain travaille en partenariat avec différents services de BP notamment approvisionnements, logistique ou service à la clientèle. En dépit d'un marché très évolutif et d'un programme ambitieux de transformation de ses équipes, Commercial Fuels est resté extrêmement réactif par rapport aux évolutions du marché ce qui lui a permis de commercialiser des volumes de plus de 7,1 millions de m³ et de dégager de bons résultats.

L'accent a été aussi mis tout au long de l'année sur la sécurité des biens et des personnes aussi bien pour nos activités et opérations que chez nos partenaires commerciaux, notamment Revendeurs.

Repères

Négoce - Grands comptes

- Clients constitués d'hypermarchés et d'indépendants de l'énergie en France.
- Près de 5 millions de mètres cubes en 2006 répartis entre des ventes par transports massifs et enlèvements camions.

Revendeurs

- Clients revendeurs dont environ 300 partenaires BP Superfioul.
- Près de 2 millions de m³ en 2006 dont Superfioul, la référence qualité et performance du marché du fioul domestique en France.
- Une équipe sur le terrain assurant l'animation et la mise en place de l'offre marketing doublée d'une force de vente basée à Cergy couvrant l'ensemble du territoire national.

Transports

- L'activité transport est divisée en 2 canaux de vente :
 - Vrac auprès d'environ 150 clients.
 - Carte auprès de 7000 clients d'entreprises et de professionnels s'approvisionnant dans les stations-service BP en France et à l'étranger, notamment au travers de la carte Routex.

Contexte

L'envolée des cours du brut et des produits en 2006 a contribué à une grande volatilité des prix des produits pétroliers et à une tension sur les marges et la demande. Le marché 2006 est en repli pour les principaux produits notamment le Fioul Domestique (-7,5 %) et les supercarburants (-6 %). L'activité de transport routier de marchandises a enregistré une baisse d'activité de plus de 3%.

Notre organisation s'est adaptée à un repositionnement de nos activités comprenant la réorganisation de nos segments de clientèle, l'arrêt de l'activité lubrifiants transports, et la création d'un service Client centralisé à BP France.

Faits marquants

Revendeurs

- Les ventes aux revendeurs partenaires ont enregistré une bonne tenue malgré un marché en baisse, en particulier du fait de conditions climatiques défavorables sur la fin de l'année.
- Nous avons aussi lancé le site internet de prise de commandes en ligne en remplacement du minitel qui offre aussi des fonctionnalités comme des informations marché, marketing ou HSSE ainsi que la communication en temps réel d'informations nécessaires aux revendeurs comme par exemple l'évolution des prix ou les contingentements de produits par dépôt.
- L'offre HSSE a été renforcée auprès de nos clients partenaires.

Transports (cartes et vrac)

- En dépit d'un marché défavorable, nous enregistrons une excellente progression de notre activité cartes qui représente près d'un litre sur 5 vendu dans les stations-service BP .
- Au niveau marketing, notre offre enregistre depuis 2005 un développement via internet. Un ensemble d'outils de reporting, de contrôle et paramétrage des cartes contribuent à rendre notre offre particulièrement attractive.
- L'activité transports s'est renforcée auprès de certains de nos grands clients mais aussi étendue à de nouveaux comptes (collectivités locales, mairies, transporteurs et flottes automobiles), grâce à une prospection soutenue.
- Un des faits marquants de 2006 a été la renégociation avec succès des accords qui nous lient avec certains de nos clients stratégiques dans le domaine du vrac.

Négoce - Grands Comptes

- 2006 est la deuxième année de mise en application de l'obligation d'incorporation de biocarburants portant sur les mises à la consommation des supercarburants et du gasoil. Les hypermarchés ont sollicité une couverture biocarburants pour les contrats d'approvisionnements. Ce besoin se renforcera en 2007 avec le doublement des obligations d'incorporation, aussi bien sur les essences que sur le diesel et continuera donc d'être un facteur clef d'évolution de ce marché.
- Dans ce contexte, l'activité négoce a diminué avec en contrepartie un certain développement des ventes sur le marché spot.

Energie pour l'industrie : gaz naturel et électricité

Repères

- BP est l'un des nouveaux acteurs du marché du gaz et de l'électricité depuis 2002
- Fournisseur de gaz naturel sur l'ensemble des 5 zones d'équilibrage en France à des revendeurs-agrégateurs.
- Participation continue et active aux débats sur l'ouverture des marchés gaz et électricité et développement de propositions concrètes auprès des autorités de régulation et du ministère de l'industrie pour créer un véritable environnement concurrentiel sur ces marchés.
- Redéfinition de la stratégie gazière et électrique en Europe du Nord pour 2007.

Gaz Naturel

L'activité de BP sur le marché français du gaz naturel a été principalement axée sur l'approvisionnement, le stockage, le transport de gaz et la vente de gaz naturel à des revendeurs agréateurs.

BP, présent sur l'ensemble des cinq zones d'équilibrage en France, a réservé et géré des capacités de stockage en zone TIGF ; ainsi que des capacités de transport dans le pipe "Euskadour", liaison Espagne France mise en service à partir du 1^{er} juillet 2006.

BP a également continué à participer activement aux débats nationaux sur l'ouverture du marché, et pris position sur les sujets des interconnexions transfrontalières, l'accès des tiers aux stockages et l'accès aux infrastructures logistiques. L'objectif est de permettre une plus grande fluidité du marché français et européen.

Electricité

Parmi les nouveaux fournisseurs d'électricité auprès des clients éligibles, BP a fourni la totalité des besoins en électricité de plusieurs sites industriels sur le territoire national.

Perspectives

Au cours du dernier trimestre 2006, BP a annoncé sa décision de redéfinir son activité gaz et électricité en Europe du Nord notamment sa volonté de concentration de ses activités sur son cœur de métier. L'ensemble des opérations commerciales gazières et électriques seront gérées depuis un centre basé à Londres. BP continuera à gérer un portefeuille gazier en Europe et sera actif sur les places de marché continentales.

Bitumes

BP Bitumes est l'un des principaux acteurs du marché dans le secteur des travaux publics.

Repères

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

Des résultats en forte progression

Après un début d'année marqué par une forte augmentation des prix du brut et des coûts de produit, BP Bitumes a su réagir et maintenir sa position sur un marché très concurrentiel. La consommation des bitumes en 2006 est restée stable à un niveau élevé. A travers le renforcement de ses partenariats clients, en s'appuyant notamment sur une gamme de produits plus large désormais disponible dans le sud de la France, BP Bitumes a nettement consolidé sa position sur le marché national.

La performance financière pour l'année 2006 est en forte progression.

Ventes de produits spéciaux en nette augmentation

L'ouverture à Lavéra en 2005 de l'Unité de soufflage bitumes a permis en 2006 de faire fortement progresser le niveau des ventes de spécialités, en développant des offres commerciales solides et adaptées aux besoins des clients, confirmant ainsi l'efficacité du partenariat avec la raffinerie Ineos de Lavéra.

Lubrifiants BP et Castrol

2006 a vu un repositionnement des activités lubrifiants en France avec une concentration sur ses marchés stratégiques. La nouvelle organisation lubrifiants conduit cette activité vers une nouvelle rentabilité.

Repères

- 2 marques : BP et Castrol.
- 47 200 m³ commercialisées en 2006.
- 1 500 articles.
- 3 000 clients.
- 10 % de part de marché.
- Une offre compétitive comprenant une gamme de produits de haute qualité et une palette diversifiée de services associés (Averta pour l'environnement, support technique, outils marketing, conseil en organisation, maintenance).

Concessionnaires automobiles

L'organisation Workshop couvre principalement les concessions et agents de constructeurs automobiles et moto. Depuis 2006 elle gère également les concessionnaires Poids Lourds et revendeurs spécialisés dans l'activité automobile. Ce marché continue à décliner avec un recul de 3,5%. BP-Castrol y occupe la troisième place. Notre présence dépasse 50% dans les réseaux de réparation des marques importées grâce aux préconisations de la marque Castrol avec le groupe Volkswagen, BMW, la division Premium du groupe Ford (Jaguar, Land Rover, Volvo, Aston Martin) et avec BMW, Honda et Suzuki pour la moto. Malgré le recul du marché, l'année 2006 se solde par une progression de nos ventes grâce aux conquêtes de nouveaux clients depuis 2005. En 2006, 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, et notamment sur le Dakar, et notre engagement dans les compétitions Moto avec Suzuki et Honda.

L'accent a également été mis sur l'enrichissement de notre offre autour du produit par les services associés.

Marché GMS, Centres auto et stations BP

Le marché des ventes de lubrifiants en GMS a baissé d'environ 7% en 2006. Dans le même temps, notre part de marché a progressé et dépasse aujourd'hui les 10%, l'un de nos objectifs stratégiques pour atteindre la taille critique et rester acteur incontournable du marché.

Notre politique volontariste de gestion des prix nous a permis d'absorber la hausse des prix de revient sans dégrader notre compétitivité. La rentabilité de nos ventes s'est améliorée.

Afin de mieux valoriser nos ventes, nous avons mis en place de conditions commerciales favorisant la montée en gamme.

Les ventes en stations-service poursuivent leur déclin avec la réduction du nombre de stations-service. Notre offre basée sur l'appoint et sur les recommandations constructeurs reste une activité rentable. Cette activité bénéficiera de la mise en place de la nouvelle gamme en 2007, ainsi les stations-service pourront offrir à leur clientèle les lubrifiants nécessaires aux moteurs de dernière génération.

Concessionnaires agricoles et revendeurs

Le marché des revendeurs est resté stable alors que le marché des lubrifiants pour l'agriculture a de nouveau chuté en 2006 (-4%) pour la troisième année consécutive. Les raisons de cette baisse sont principalement liées aux inquiétudes des agriculteurs quant à l'avenir de la PAC et le niveau des subventions accordées au cours des prochaines années, interrogations qui ont freiné les investissements. Les volumes sont restés stables pour ces 2 canaux de vente, en très légère baisse pour le marché des concessionnaires agricoles et en légère hausse pour les revendeurs, après 2 années de très forte progression (+10% en 2004, puis +15% en 2005).

Pour ces deux canaux de vente, l'organisation BP a été modifiée de manière importante, avec la mise en place d'un mode de distribution indirect et la création d'un distributeur unique pour les revendeurs et concessionnaires agricoles à partir du 1^{er} octobre. Cette nouvelle organisation permettra à BP de conserver son leadership avec 33% de parts de marché.

Export Afrique du Nord et de l'Ouest

La forte progression des coûts des produits pétroliers a fortement pénalisé l'activité économique en Afrique, en particulier dans les secteurs très sensibles du transport et des sociétés de production d'électricité, avec pour conséquence une certaine stagnation en volume du marché des lubrifiants.

De même, l'inertie du marché à absorber les hausses des coûts des lubrifiants a conduit à une légère compression des marges. Cependant, la situation s'est normalisée en fin d'année, en particulier dans le secteur minier où les perspectives de développement sont positives, consécutivement aux hausses des coûts des matières premières comme l'or et le cuivre.

Enfin, dans le domaine HSSE en partenariat avec la Croix-Rouge, BP a organisé en mars 2006 à Marrakech un séminaire à destination des responsables HSSE des principales entreprises industrielles africaines, sur le thème de la prévention du risque infectieux autour des maladies choléra, sida et paludisme.

Marchés Industriels

2006 a été une année de transformation 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

- 15 000 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.

Nos activités

La Division Lubrifiants Industriels & Services (ILS) couvre la totalité des segments du marché industriel 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 et 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.

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 de Péronne est certifiée ISO 9001 (Qualité) et ISO 14001 (Environnement). Elle est l'une des 20 premières usines du secteur chimie en France à avoir obtenu la certification OHSAS 18001 (Sécurité).

Contexte Marché

L'année 2006 a été caractérisée par la poursuite des grandes tendances observées en 2005, à savoir la hausse très significative des coûts matières premières (+30% environ), une industrie des équipementiers automobile chahutée, un segment aéronautique toujours en forte croissance et les premiers impacts du mouvement de concentration au niveau mondial dans la sidérurgie.

Recentrage des activités ILS

Dans ce contexte, et compte tenu des résultats fortement négatifs de 2005, une transformation profonde de l'activité a été opérée en 2006. Si l'approche stratégique est restée inchangée, cette mutation s'est appuyée en particulier sur une recherche de taille critique, une simplification de l'organisation de ventes, une focalisation accrue sur les segments stratégiques et une revue complète de notre approche par canal indirect. Le lancement officiel de la nouvelle organisation d'ILS a eu lieu fin juin.

Le second semestre a vu la mise en place de la transformation intégrant le repositionnement de l'ensemble de notre portefeuille clients, y compris l'intégration de nouvelles activités, la reprise importante de nos actions avec nos distributeurs autour de 15 partenaires sélectionnés et la revue de nos processus internes.

Dans le domaine de la gestion intégrée des fluides (Total Fluid Management), le travail de rationalisation de nos contrats et d'optimisation de la rentabilité de l'activité Castrol+Plus s'est poursuivi. Tous les contrats expirant en 2006 ont été renouvelés et un nouveau contrat significatif a été gagné dans le segment automobile, renforçant ainsi la position de leader de ILS dans ce domaine d'activités.

Résultats

Le redressement espéré s'est opéré très rapidement et avec vigueur. Les progressions de nos volumes et marges et l'allègement des structures ont permis de retrouver l'équilibre en fin d'année.

Il est noté également une performance exceptionnelle en termes d'HSSE avec une année sans incident.

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

Environnement et prix

Les cours du propane sont restés élevés tout au long de l'année sans toutefois atteindre les niveaux record de 2005.

Du fait d'un hiver relativement doux la demande est restée globalement assez faible sur 2006 tous produits confondus.

Bouteilles

Après de nombreuses années très statiques au niveau de l'offre consommateur, 2006 a vu l'introduction de plusieurs nouveautés sur le marché par les différents acteurs concurrents historiques et de la grande distribution :

- Bouteilles composites 10kg ;
- Bouteilles 6kg acier à la marque d'un grand distributeur , après l'introduction en 2005 d'une 13kg ;
- Bouteilles 10kg acier à marque propre d'un autre grand distributeur.

Vrac particuliers et industries

Les ventes de vrac particuliers et le nombre net d'installations de citernes sur le segment petit vrac domestique sont en légère baisse.

GPL-Carburant

Le léger redémarrage du GPL carburant amorcé en 2005 se confirme sur 2006.

Commercial

Suite à la dénonciation du contrat liant Butagaz à BP en 2005, l'équipe GPL de BP France a procédé à une revue stratégique des activités GPL de BP en France.

Suite à cette revue, deux actions ont été prises en 2006 :

- Reprise par la société Vitogaz de l'activité de distribution de GPL-carburant sur les stations-service BP. Vitogaz a acquis les actifs GPL-c de BP et ajoute ainsi 104 points de vente aux 237 sites qu'elle approvisionne déjà;
- Après obtention de l'accord de la Commission Européenne à la Concurrence (DG IV), création d'une nouvelle société dénommée Frangaz filiale à 50-50% de BP France et de Vitogaz ayant pour objectif principal la commercialisation de bouteilles butane et propane en France, notamment auprès de la Grande Distribution. Un transfert de branche indépendante d'activité a ensuite été réalisé, comprenant les deux centres emplisseurs BP ainsi que le personnel qui leur était rattaché.

Suite à la création de Frangaz, un accord de distribution a été signé avec le Groupement des Mousquetaires (dont dépendent les enseignes Intermarché, Ecomarché, Bricomarché, Roady et Netto) pour approvisionner leurs points de vente à compter du mois d'octobre 2006 au fur et à mesure de la négociation des contrats correspondants.

BP continue d'exploiter en propre les cavernes Géogaz Lavéra, tandis que la fermeture de la caverne de Géovexin a été votée par les actionnaires, faute d'activité rentable.

Opérations

Malgré de nombreux changements en 2006, les opérations ont continué sans aucun accident, une performance remarquable tout à l'honneur des équipes et l'application des procédures de gestion des risques et d'assurance.

Les projets de transformation des centres de Port-la-Nouvelle et Sillery concernant la maîtrise des risques liés à la mise sous talus des stockages de GPL et représentant un investissement de plus de 6 millions d'euros ont continué à progresser en 2006.

Enfin, la mise en place de la nouvelle législation concernant les PPRT (Plan de Prévention des Risques Technologiques) s'est poursuivie.

Air BP

En 2006, l'activité aéronautique a enregistré une nouvelle progression du trafic passager de 5 %. La consommation de carburants aviation a enregistré une hausse soutenue notamment sur la plateforme de Roissy - Charles De Gaulle (+4,8 %). Dans cet environnement, Air BP a atteint ses objectifs de marge et de volume.

Repères

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

Air BP : consolidation sur le marché français et renforcement sur Roissy Charles De Gaulle

Dans une contexte de prix de matières premières très élevés, la croissance de l'activité d'Air BP s'est poursuivie en ligne avec les objectifs fixés particulièrement sur la plate-forme de Roissy - Charles De Gaulle où les marges et les volumes se sont améliorés. Néanmoins l'activité sur les aéroports régionaux a plus souffert avec des baisses de volumes enregistrées notamment sur Orly et à Mulhouse.

L'activité aviation d'affaires a été satisfaisante sur un marché très concurrentiel et malgré des tensions au niveau des approvisionnements d'essence aviation (Avgas). Une consolidation technique et commerciale du réseau aviation générale a été initiée et finalisée avec un recentrage sur les grandes et moyennes stations.

Consolidation du marché sur Roissy

L'aéroport CDG représente plus de 60% du marché français et concentre la majeure partie du développement du trafic international. La situation s'est consolidée en 2006 avec un maintien de la part de marché de Air BP sur la plateforme de Roissy à 18 %.

Amélioration de la santé financière de nos clients

Malgré une augmentation importante des coûts de matières premières, le nombre de faillites d'opérateurs en France a sensiblement diminué. Une gestion rigoureuse du risque financier par Air BP a permis de n'enregistrer aucun débit client.

La santé financière des clients s'est également améliorée notamment par la couverture des risques matières premières, qu'Air BP propose à ses clients.

Leadership en matière de Sécurité et Environnement

Air BP a poursuivi une politique vigoureuse et créative en matière de prévention des risques avec plus de 400 audits et enquêtes "Advanced Safety Audits" menés et près de 700 rapports "presqu'accident" signalés démontrant l'engagement important des équipes dans ce domaine. 100 % des actions du "plan d'intégrité opérationnelle" ont été finalisées en conformité avec notre engagement sur la sûreté de nos installations.

Un CHSCT spécifique Aviation a été créé et a commencé ses travaux depuis le 1er Juillet 2006.

Par ailleurs en 2006 aucun accident avec arrêt n'a été enregistré sur nos sites.

Perspectives

Deux appels d'offres pour la fourniture de carburant pour l'aéroport de Grenoble et la plateforme Airbus de Meault (80) ont été remportés.

Air BP est devenu le deuxième fournisseur de l'armée française en carburéacteur positionnant le SEA comme deuxième client de Air BP en France.

Par ailleurs, la croissance devrait se maintenir dans le domaine de l'aéronautique avec des niveaux supérieurs à 3%.

BP Marine

Repères

- Un des principaux fournisseurs du marché avec environ 30% du marché français soit plus 930 000 tonnes de fiouls soutes livrés en 2006
- 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 Marine conserve une position de leader à travers une clientèle locale et internationale. BP Marine se distingue par une offre adaptée aux besoins des clients : une large gamme de produits, une flexibilité logistique et une équipe disponible et performante.

Les partenariats avec la raffinerie Ineos de Lavéra pour le Sud et celles de Total et d'ExxonMobil dans le Nord ont permis à BP Marine d'assurer à ses clients une sécurité d'approvisionnement solide.

BP Marine a su s'adapter rapidement à l'évolution du marché et notamment à l'introduction, en 2006 d'un fioul soute basse teneur en soufre pour le segment du marché des ferries de passagers.

Le développement des ventes de soutes de BP Marine se poursuivra sur 2007, à travers une stratégie de segmentation de l'offre.

Lubrifiants

L'activité lubrifiants marine s'est recentrée en 2006 sur le segment des ferries et navires de passagers.

BP Marine a bénéficié pour la deuxième année consécutive de l'introduction de nouveaux navires porte-conteneurs par des armateurs français et d'un redressement des marges.

2007 devrait bénéficier d'une stabilisation des coûts de produits et de l'entrée en flotte de nouveaux navires ferries et vraquiers.

Approvisionnement et transports massifs

Integrated Trading & Supply

L'activité d'Integrated Supply & Trading (IST) France a continué sa progression, avec 7 millions de tonnes de produits achetés (hors achat de la production de la raffinerie de Lavéra), 3 millions de tonnes vendues directement à des tiers, et l'approvisionnement d'environ 10 millions de tonnes pour les activités de commercialisation et de distribution de BP France. Une part importante des achats via des importations dans la zone du Havre ont permis d'assurer la croissance des activités d'Air BP (jet), Négoce & Revendeurs (BP Superfioul) sans activité de raffinage BP dans cette région.

L'évènement marquant pour l'activité approvisionnements de BP France a été la cession en fin d'année de la part de BP France de la Compagnie Rhénane de Raffinage à Reichstett (17 %). Cette cession a été assortie de la mise en place de contrats de fournitures de produits pétroliers, nécessaires pour assurer la continuité des activités commerciales de BP dans l'Est de la France.

L'année 2006 a été marquée par l'actualité des biocarburants, le renforcement de la TGAP (réglementation prévoyant une pénalité pour les sociétés distribuant des carburants ne contenant pas au moins 1,75% en valeur énergétique PCI de biocarburant) et le lancement du projet Super-Ethanol (E85) par le Gouvernement. BP France a ainsi acheté et incorporé en 2006 environ 70 000 m3 de biocarburants. Le marché a été fortement perturbé par la mise en œuvre de ce contexte biocarburants qui accroît la pression exercée sur le système des pipelines français déjà très contraint.

La stratégie IST de développement des importations pour l'approvisionnement en zone Trapil (Basse-Seine & Ile de France) s'est consolidée en 2006.

Logistique

Repères

- 6 dépôts opérés par BP : Frontignan, Vitry, St Pierre des Corps, Lyon, Puget, Gennevilliers.
- Participations dans 10 dépôts.
- 4,8 millions de m³ de passage en dépôts.
- 2.5 millions de m³ transportés par route.

Dépôts

Les faits marquants de 2006 ont été :

- La baisse de l'activité d'environ 200 Km³ par rapport à 2005 (principalement à Frontignan).
- Un programme d'investissements (€ 8.5m) et de maintenance importants .
- La reprise des opérations du dépôt de Gennevilliers/Sogepg depuis le 1^{er} juillet 2006 .
- Le développement d'un projet biodiesel à Frontignan contribuant à satisfaire notre obligation en matière de TGAP.

La mise en place des Comités Locaux d'Information et de Concertation ("CLIC"s) a été faite avec succès pour chacun de nos dépôts tout au long de l'année 2006. Cependant la mise à jour des études de danger pour chaque dépôt se fera selon un ordre établi par les autorités afin d'étaler la charge de travail liée à l'élaboration des Plans de Prévention des Risques Technologiques ("PPRT").

En 2007, une grande partie de notre budget sera consacré à la maintenance des installations et au développement de systèmes de sécurité pour répondre aux normes et standards du groupe BP ainsi qu'aux projets de biocarburants.

En parallèle, nous travaillons avec la Sagess pour préparer la rotation des stocks de fiouls domestiques afin de répondre aux nouvelles spécifications réglementaires (cf passage à 1000 ppm de soufre au 31 décembre 2007).

HSSEQ

L'année 2006 a vu le renouvellement de la certification environnementale ISO 14 000 pour les dépôts opérés par BP en France .

Nous avons mis en application dans nos dépôts les mesures résultant de la loi du 30 juillet 2003 sur la prévention des risques technologiques, et notamment la préparation des PPRT, la mise à jour les études de dangers sur nos sites et le lancement de tierces expertises. Ce processus se poursuivra sur 2007, en liaison avec les DRIRE/STIIC et les CLICs concernés.

Après l'introduction des nouveaux standards de sécurité routière BP dont la mise en place s'est achevée en 2006, deux nouveaux standards BP ont été publiés et sont en cours de mise en oeuvre : "Contrôle des Travaux" et "Management de l'Intégrité". Les politiques et pratiques suivantes ont été renforcées : échelles, échafaudages et gilets de sauvetage. Nos règles d'Or en matière de sécurité ont été mises à jour et communiquées à l'ensemble des opérateurs. La mise en oeuvre des nouveaux standards du groupe BP se poursuivra en 2007, et de nouveaux standards "Sûreté" et "Marine" sont en cours de publication.

Transports Secondaires

Le modèle économique original créé par BP avec l'Alliance MNS constituée par 3 transporteurs (Mertz, Norbert Dentressangle, Samat) est devenu un modèle pour l'industrie en matière de contrats de transport.

Cette année encore l'Alliance MNS a réalisé ses engagements d'objectifs contractuels malgré un environnement difficile lié à de fortes perturbations concernant les ressources "produits". Ceci s'est traduit par :

- Des résultats économiques légèrement supérieurs au plan.
- D'excellents résultats HSSE, l'ensemble des indicateurs s'améliorant par rapport à l'année précédente (accidents, retournements, mélanges).
- Des progrès sensibles dans le service apporté aux clients (baisse des ruptures et des retours).

Le déploiement des citernes à scellement électronique prévu en 2006 a été reporté à 2007 dans l'attente d'une stabilisation du marché des équipements DTQM et des citernes hydrocarbures en cours de restructuration.

Site de Wingles (Pas de Calais)

Le site de Wingles regroupe des activités de fabrication de Polystyrène (PS) et de Polystyrène Expandible (EPS) et des activités de recherche et développement ainsi que de support clientèle pour les activités styréniques de BP. Depuis le 1^{er} janvier 2004, la société BP Wingles SNC gère ces activités pour le compte de BP France.

Repères

BP Wingles Snc emploie 180 personnes sur le site de Wingles et utilise les services d'entreprises partenaires spécialisées pour des prestations de maintenance, logistique, gardiennage et services généraux.

Le site exploite des capacités de production de 300 000 tonnes / an réparties dans les productions suivantes :

- Polystyrène Cristal
- Polystyrène Choc
- Polystyrène Expandible alimentaire.

Un centre de Recherche et Technologie :

- Support aux fabrications de produits Styreniques
- Développement de produits nouveaux
- Assistance technico-commerciale
- Support commercialisation sous licence de brevets technologiques

Faits marquants en 2006

- Les activités d'approvisionnement et de distribution de produits styréniques ont été confiées depuis octobre 2005 au moyen de contrats commerciaux au groupe Nova Innovene depuis la reprise par ce dernier des actifs du groupe BP au niveau mondial.
- Malgré le relèvement sensible des prix de vente des produits, les marges commerciales aussi bien dans le Polystyrène que dans le Polystyrène expansible sont restées faibles au cours de la première partie de l'année 2006 en raison d'un prix élevé des matières premières et de la poursuite d'une sévère concurrence entre les différents acteurs sur le marché. La deuxième moitié de l'année a vu les marges s'améliorer dans le polystyrène expansible en raison de la consolidation du marché et de la croissance de la demande.
- L'ensemble des investissements sur le site s'est élevé à environ 3 millions d'euros essentiellement consacrés à l'amélioration de la performance sécurité et opérationnelle.
- En matière de sécurité, le site de Wingles n'a eu aucun accident avec arrêt en 2006.
- Le travail de remise à jour de l'étude de danger, nécessaire au passage du site de Seveso II seuil bas à Seveso II seuil haut s'est poursuivi tout au long de l'année 2006. Les rapports finaux ont été remis à la DRIRE, les recommandations sont attendues au cours du 1^{er} trimestre 2007.
- En 2006, le site a obtenu le renouvellement de la certification ISO9001-2000 et la re-certification ISO 14001/Eco-audit.

Apex-BP Solar

Repères

- La société Apex-BP Solar, filiale à 100% de BP France depuis 1999 compte aujourd'hui 120 salariés.
- Apex-BP Solar dont le siège se trouve à Montpellier, dispose d'un réseau d'établissements spécialisés en France, notamment dans les DOM-TOM.
- Apex-BP Solar, avec plus de 30 % de part de marché en 2006, 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 électrique (EDF) à destination des particuliers, du tertiaire et du public dans les DOM-TOM et en France métropolitaine.
- Des générateurs pour l'électrification de sites isolés (pompage, télécom, santé, éducation...) en Afrique.

Contexte général

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 à compter du 1^{er} janvier 2006. Ces mesures pérennes et stables devraient permettre un développement durable du marché français.

Le groupe BP prévoit de doubler ses investissements dans les énergies renouvelables, afin de créer une nouvelle activité de génération d'électricité à faible émission de gaz carbonique. Par la création de BP Alternative Energy, le groupe BP entend développer ses activités solaire, éolienne, hydrogène et électricité à basse teneur en CO2 vers un chiffre d'affaires de 6 milliards de dollars par an d'ici dix ans. Pour atteindre cet objectif, BP investira 8 milliards de dollars dans BP Alternative Energy au cours des 10 prochaines années dont une part significative dans le solaire.

La capacité de production de panneaux solaires des usines du groupe BP a atteint l'objectif fixé de 200 MWc par an fin 2006 et devraient atteindre 300 MWc en 2007.

Principaux faits marquants

- Les nouvelles mesures françaises et la similitude des marchés européens ont permis à Apex-BP Solar de consolider ses liens avec les différentes entités du groupe BP Solar et BP avec un véritable échange d'expérience et de savoir-faire entre les équipes.
- Principales réalisations d'Apex-BP Solar en 2006 :
 - En France : la mairie de Juvignac 21.6 kWc, la gare de tramways de Strasbourg 60kWc, le terminal fruitier de Port Vendres 87 kWc.
 - Dans les DOM-TOM, la résidence L'Herbier en Martinique 123 kWc et la résidence Les Gommiers 60 kWc, le restaurant scolaire de Trinité en Martinique 60 kWc, la salle des congrès de Saint Esprit en Martinique 60 kWc, la Résidence Anacoana en Guadeloupe 150 kWc, le Projet de la SIAEAG Siège social en Guadeloupe de 17 kWc.
 - En Afrique, deux lycées au Cap Vert, Tunisie Telecom de 9 à 31 kWc, le Projet pilote de 12,8 kWc une centrale hybride PV/diesel pour l'électrification de 300 foyers (2 000 habitants) en Algérie...
 - Au total en 2006, Apex-BP Solar a installé 3,5 MégaWatts de systèmes solaires photovoltaïques.
- Pour contribuer à l'évolution de la filière, Apex-BP Solar continue à mener des actions de communication fortes, mais aussi d'apporter son soutien et sa contribution aux institutions et aux partenaires nationaux et locaux tels que l'ADEME, le SER et l'Association ENERPLAN. Apex-BP Solar maintient sa forte implication dans le Pôle de compétitivité DERBI qui a atteint cette année sa pleine maturité.
- Renforcement des actions HSSE : les salariés se sont fortement impliqués autant par leur comportement que par les actions engagées. Plus de 800 enregistrements, effectués par l'ensemble du personnel, ont été dénombrés lors des "audits de sécurité avancés", un programme qui portait sur la remontée de situations à risques, de dialogues et autres suggestions du personnel pour l'amélioration de la sécurité au travail.

Cette excellente contribution de la part de tous a démontré une forte adhésion à notre démarche HSSE.

Perspectives 2007

Les nouvelles conditions du marché offrent de belles perspectives à la filière photovoltaïque en France.

La spécificité du contexte français lié à l'intégration du photovoltaïque au bâtiment a créé une émulation positive pour la filière. Apex-BP Solar sera un acteur important dans ce secteur d'activité en pleine croissance.

Hygiène, Sécurité, Sûreté et Environnement

Sécurité

BP a poursuivi la mise en application de la Loi du 30 juillet 2003 sur les risques industriels, notamment dans l'évolution du rôle des CHSCT, l'implication des entreprises sous-traitantes et la mise en place des CLIC (Commissions Locales d'Information et de Concertation). Ces nouvelles mesures se mettent en place dans l'ensemble de nos sites industriels, où nos plans PPRT (Plan de Prévention des Risques Technologiques) sont en cours de rédaction.

Nos efforts portent aussi sur la sécurité opérationnelle et la mise en place de deux nouveaux standards, Contrôle des travaux et Integrity Management (Gestion de l'intégrité). Cette application se poursuivra en 2007, autour des trois thèmes : Personnes – Site Industriel - Processus.

Sûreté

Le niveau de risque sûreté est périodiquement évalué pour l'ensemble des activités de BP France, et le niveau de protection de nos installations et activités revu en conséquence.

Des représentants Sûreté sont nommés pour l'ensemble de nos activités en liaison avec un coordinateur Europe.

Par ailleurs, les niveaux d'alerte font l'objet de communications régulières auprès de nos collaborateurs afin de rendre chacun plus vigilant dans son environnement professionnel.

Santé

Notre campagne de mesures d'exposition aux vapeurs de benzène en station-service a été publiée dans le cadre de l'UFIP et présentée à la DIREM (Direction de l'Energie et des Matières Premières) du Ministère de l'Economie et des Finances. Elle conclut à l'émission de vapeurs de benzène inférieures aux seuils européens et du même ordre de grandeur qu'un parking, une sortie de tunnel ou un feu rouge, grâce aux progrès réalisés sur les caractéristiques des carburants et des moteurs.

Nos plans d'urgence ont été complétés d'un Plan de Protection contre la pandémie Grippe Aviaire, dans le cadre du Plan de Réponse du groupe au niveau mondial et aux recommandations des autorités françaises.

Sécurité Routière

En matière de sécurité routière, nos standards de conduite du Groupe sont maintenant en place et appliqués.

Nous avons poursuivi les actions définies dans notre charte pluri-annuelle établie avec la Sécurité Routière.

Notre performance sécurité routière s'est encore améliorée en 2006, après plus de cinq ans d'amélioration constante, ce qui confirme une performance de progrès structurel sur le long terme. Notre taux d'accidents de la route/million de km parcourus (personnel BP et sous-traitants), a encore diminué de moitié en 2006 (0,20 accident par million de km parcourus).

Ainsi nous sommes bien au-dessus de la performance visée dans notre charte d'engagement avec la Direction de la Sécurité Routière (DSCR) signée fin 2004, renforçant ainsi notre politique de coopération en instaurant des nouveaux programmes de formation de tout le personnel ; nos programmes de formation du personnel sont périodiquement revus et réévalués pour inclure les causes et modes de défaillance les plus fréquents, notamment la fatigue au volant.

Accidents du travail

Notre nombre d'accidents du travail avec arrêt est resté stable en 2006 mais nous enregistrons une hausse des accidents sans arrêt.

Par ailleurs, en 2006 nous avons signé une nouvelle convention de partenariat avec la Croix-Rouge française, visant à renforcer les actions de formation aux gestes qui sauvent en associant le personnel, les établissements de BP ainsi que l'ensemble du réseau de stations-service BP en France.

Réhabilitation de sites et sols pollués

L'activité de réhabilitation des sites et sols pollués est une fonction centralisée du Groupe BP.

Elle repose sur trois piliers stratégiques :

- la connaissance exhaustive des responsabilités environnementales de BP générées par les activités passées
- la gestion des sites pollués selon une approche globale, afin d'affecter le maximum de ressources aux projets présentant les problèmes les plus difficiles
- le conseil aux activités industrielles et commerciales de BP en matière de prévention, afin de limiter au maximum les futures responsabilités environnementales.

Cette stratégie doit permettre de diminuer au fil des ans le niveau des provisions environnementales.

D'ores et déjà, les effets de cette politique peuvent être constatés au niveau du Groupe par une réduction des provisions environnementales de 12 % en 2 ans.

BP France est pleinement acteur de cette stratégie.

Les dépenses de réhabilitation des sites et sols se sont montées à 3,6 m€ en 2006 pour BP France. Les provisions environnementales sont de 20,8 m€.

Les principes de fonctionnement incluent :

- le partage d'expérience technique et stratégique entre les pays européens et les Etats-Unis permet d'accroître les connaissances et de créer des stratégies long terme plus avantageuses
- des contrats de partenariat avec un nombre réduit de consultants (deux pour la France)
- l'application des exigences HSSE BP relatives à la réhabilitation des sites.

Ressources Humaines

Au cours de l'année 2006, l'ensemble de l'activité des Ressources Humaines s'est focalisé sur l'accompagnement de la transformation des activités marketing et des fonctions support de BP France.

Le premier trimestre a été caractérisé par la consultation des instances représentatives du personnel et la communication auprès du personnel des modifications de l'organisation et de l'accompagnement social associé à cette transformation.

Le deuxième trimestre a été consacré à la mise en œuvre du redéploiement pour l'ensemble des personnes dont le poste était supprimé d'une part au travers de l'appel au volontariat avec ou sans mesures d'âge et d'autre part du reclassement interne.

Cette opération s'est déroulée avec succès, permettant d'éviter tout licenciement et de respecter les principes fixés :

- Appel au volontariat
- Recherche d'une solution individuelle qui tienne compte des compétences, du projet professionnel, et de la situation familiale pour chaque personne
- Priorité mise sur le reclassement au sein de BP en France ou à l'intérieur du Groupe BP

Le deuxième semestre a porté essentiellement sur l'accompagnement de la mise en œuvre opérationnelle des nouvelles structures en particulier au travers des actions liées à la conduite du changement.

Par ailleurs, un accord sur l'intéressement/participation a été signé avec les organisations syndicales reposant sur les principes correspondant à l'esprit du projet de transformation de BP France :

- Mise en place d'une enveloppe globale "Rémunération Collective" regroupant Intéressement et Participation, le montant de cette enveloppe étant directement lié au résultat économique de BP France
- Mise en place de critères d'intéressement communs à l'ensemble de la société BP France (abandon des critères sectoriels)

Deux accords collectifs ont fait l'objet d'une signature avec les Organisations Syndicales, d'une part le protocole électoral en vue du renouvellement des Instances Représentatives du personnel en 2007 et d'autre part un accord salarial au titre de l'année 2007.

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.

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" représentant chacun leur secteur d'activité (activité/fonction). Ce réseau est coordonné par un des cadres dirigeants qui font le lien entre ce groupe et l'équipe mondiale "D&I".

Nous avons consolidé notre travail de sensibilisation pour tous nos employés en axant nos activités autour de 4 dimensions : l'égalité professionnelle homme/femme, la gestion des âges, l'enrichissement par les différences culturelles et les valeurs contre la discrimination des minorités visibles (employés issus de l'immigration et employés handicapés).

Nos actions en 2006

Sensibiliser et former

Nous avons mis en place et organisé des sessions de formation sur la compréhension et la valorisation des différences interculturelles ; différences de communication entre hommes et femmes "GenderSpeak" ; programme de gestion des carrières des "seniors" instituant le bilan de mi-carrière. Des modules "D&I" sont à la disposition de l'équipe de Gestion des Ressources Humaines (GRH) ainsi que des sessions "D&I" intégrées dans toutes les formations génériques (jeunes cadres et nouveaux embauchés). Nous avons également fixé des objectifs "D&I" dans tous les contrats de performance de nos cadres dirigeants.

Respecter et promouvoir

Nos valeurs "D&I" sont intégrées dans notre nouveau Code de Conduite communiqué à tous nos employés. Nos procédures de recrutement (interne et externe) ont été révisées à l'échelle européenne et déjà opérationnelles en France pour se fonder uniquement sur le mérite et l'égalité des chances. Par exemple, nous nous assurons que les comités de sélection ainsi que la liste des candidats potentiels soient diversifiés.

Lors de la transformation et des réorganisations engagées en 2006 au sein de BP France, le ratio homme/femme a ainsi été amélioré.

Refléter la diversité dans l'organisation

L'un de nos objectifs est de développer et promouvoir les minorités visibles dans nos stations-service en collaboration avec notre filiale d'exploitation Gesmin. Nous avons également engagé un partenariat avec la société d'intérim Adecco et soutenons leur mission "handicap et compétence" pour le recrutement temporaire de personnes handicapées. Nous avons fait un travail d'audit du siège pour identifier les rôles et possibilités pour le personnel handicapé.

Communiquer et informer

Dans le cadre de l'enquête sociale du groupe auprès de l'ensemble du personnel, plusieurs indicateurs ont été mis en place pour mesurer nos axes de progrès avec notamment l'indicateur "D&I" comprenant 9 questions (enquête tous les 2 ans) qui peut se comparer par activité ou fonction individuelle, le nombre de jours de formation "D&I" suivis par le personnel. En 2006, pour la France, cet indicateur progresse de 3 points par rapport à la mesure précédente en 2004, avec 66 % d'opinions favorables sur les avancées en matière de D&I. Nous communiquons également notre rapport égalité hommes/femmes ainsi que 2 indicateurs "gestion des âges" (formation et rémunération).

Dialogue avec les représentants du personnel

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 conclu en 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 sera reconduit en 2007.

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.

Communication

BP a poursuivi en 2006, une communication axée sur les valeurs de la marque BP : innovation, performance, progrès social et respect de l'environnement. BP a renouvelé ses engagements pour l'enseignement des gestes qui sauvent par la signature d'une nouvelle convention avec la Croix-Rouge Française.

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 2006, l'ensemble du personnel de BP France a suivi un stage d'initiation aux premiers secours. Parallèlement, le personnel de stations-service 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 poursuivi 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.

En 2006, le personnel de BP France ainsi que l'ensemble du réseau de stations-service BP se sont mobilisés pour le Téléthon. Cette opération de solidarité a notamment permis de reverser le produit de la vente de "happy-balls" en stations-service au bénéfice de l'AFM. Un chèque de 305.000 € a ainsi été remis à l'AFM Téléthon pour la recherche et la guérison des maladies génétiques lors du Téléthon.

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 relaie dans ses établissements et dans ses stations-service les campagnes de sensibilisation et de communication conduites par la DSCR.

BP a également reconduit au moment des fêtes l'opération "alcootest gratuit" dans l'ensemble de ses stations-service pour la Saint-Sylvestre. A Cergy, un concours sur la sécurité routière a été reconduit en partenariat avec la ville de Cergy et la DSCR associant cette année les jeunes des universités et grandes écoles de l'agglomération. Enfin, BP a poursuivi son partenariat avec la Police Nationale avec un programme de formation des jeunes à la sécurité 2-roues, permettant de former et préparer plus de 1000 jeunes au brevet de sécurité routière et participé à la sécurité des plages à travers un plan de surveillance et de prévention mobilisant 100 embarcations à disposition des maîtres nageurs sauveteurs de la Police Nationale. Ces derniers effectuent quelque 1500 sauvetages en mer pendant la période estivale.

BP a approfondi son programme de "diversité et intégration" visant à valoriser les différences d'origine et d'expérience de chacun et de lutter contre toute forme de discrimination.

Signataire de la Charte de la Diversité dans l'Entreprise BP France poursuit son action aux côtés d'autres entreprises françaises engagées à respecter et promouvoir une culture "inclusive" refusant toute forme d'exclusion. Ceci passe par l'application rigoureuse de 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 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 2007

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 2006 dans le cadre du Plan de transformation de BP France commenceront à produire leurs pleins effets en 2007.



performance



innovation



progrès



environnement

Nos valeurs



bp

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

