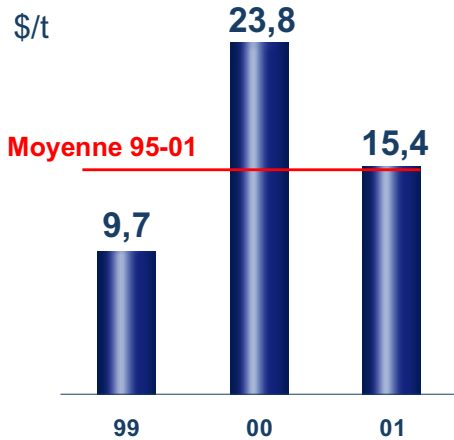


Aval

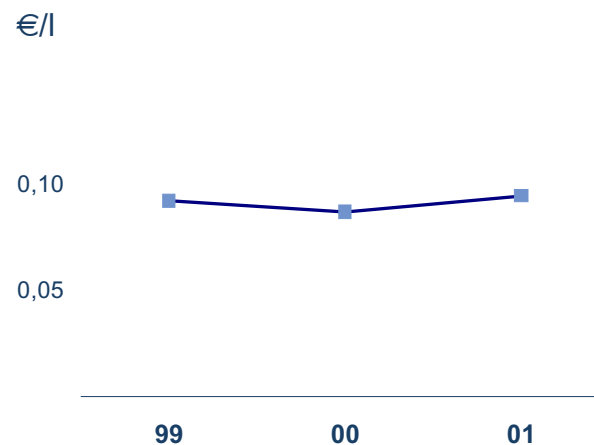
Résultats 2001 & Perspectives

Aval : environnement 2001 proche de la moyenne des dernières années

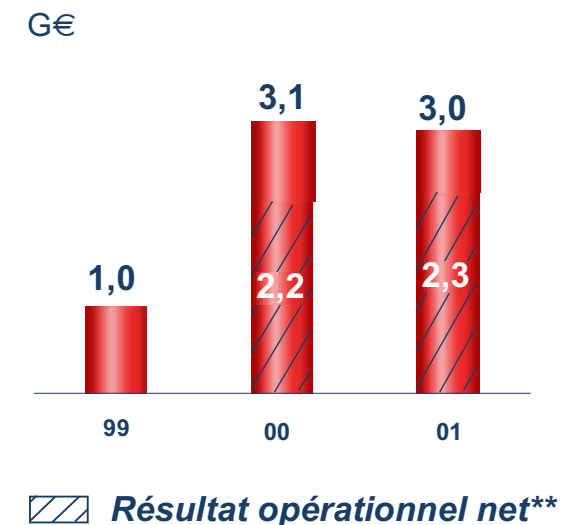
Marge de raffinage
(TRCV)



Marges de marketing
(réseau Europe*)



Résultat opérationnel** de l'Aval



Atouts de TotalFinaElf

- Position de leader en Europe et en Afrique
- Réduction continue des coûts et des points-mort
- Stricte discipline d'investissement mise en place de longue date

Résistance des résultats dans les périodes difficiles
Bonne rentabilité en environnement moyen

* moyenne des marges OPAL (pétroliers, hors grandes surfaces) pondérée par les volumes nationaux

** hors éléments non-récurrents

Raffinage : poursuite d'un programme ambitieux d'amélioration des performances

Raffineries européennes



● Gestion des raffineries en "hub"

Optimisation :

- des approvisionnements
- de la couverture géographique
- des spécificités des raffineries

● Amélioration continue de l'exploitation des raffineries

- "Best practices"
- Innovation

● Investissements limités

- Maintien des investissements à 3\$/t/an sur 2000-2010 (y.c. adaptation aux nouvelles spécifications)

➔ **Nouvel objectif de point-mort* des raffineries : 5 \$/t en 2005**

*marge sur les plateformes de raffinage (grands produits et produits spéciaux)

Renforcement du leadership dans le Marketing européen

● Nouvelle politique de marques

- Hors France : TOTAL
- France : Capitaliser sur les marques TOTAL et ELF
Segmentation de la clientèle

● Organisation entièrement axée sur la satisfaction du Client

- Cartes Eurotrafic (2,2 millions de porteurs)
- "Top services" en place dans 70 pays
(engagement de qualité)
- Fidélisation (7 millions de porteurs de cartes en Europe)

● Développement de l'offre non fuel

- Nouveau concept "Boutiques" au niveau européen
- Partenariat pour la promotion commune de grandes marques
(Danone, Procter & Gamble)



Aval : mise en œuvre des programmes internes en avance par rapport aux objectifs annoncés

● Réalisations 2000-2001

- Réorganisation des structures
- Gestion intégrée des raffineries voisines
- Mise en œuvre de 700 plans identifiés
- Regroupement et développement du Trading
- Gestion dynamique du portefeuille d'actifs (swaps, GPL, achat de minoritaires, vente UDS)

Augmentation du résultat opérationnel
+ 1,3 G€/an dès 2001

ROCE de l'Aval porté à
22% en 2001

● Programmes 2002-2003

- Poursuite des programmes en cours
- Mise en place de la nouvelle politique de marques
- Programme de synergies / productivité Outre-Mer
- Mise en place de systèmes d'information unifiés

Objectif 2003 de ROCE de l'Aval
dans l'environnement de référence*
augmenté de 14% à 15%

*€/€ = 1; TRCV = 12 \$/t