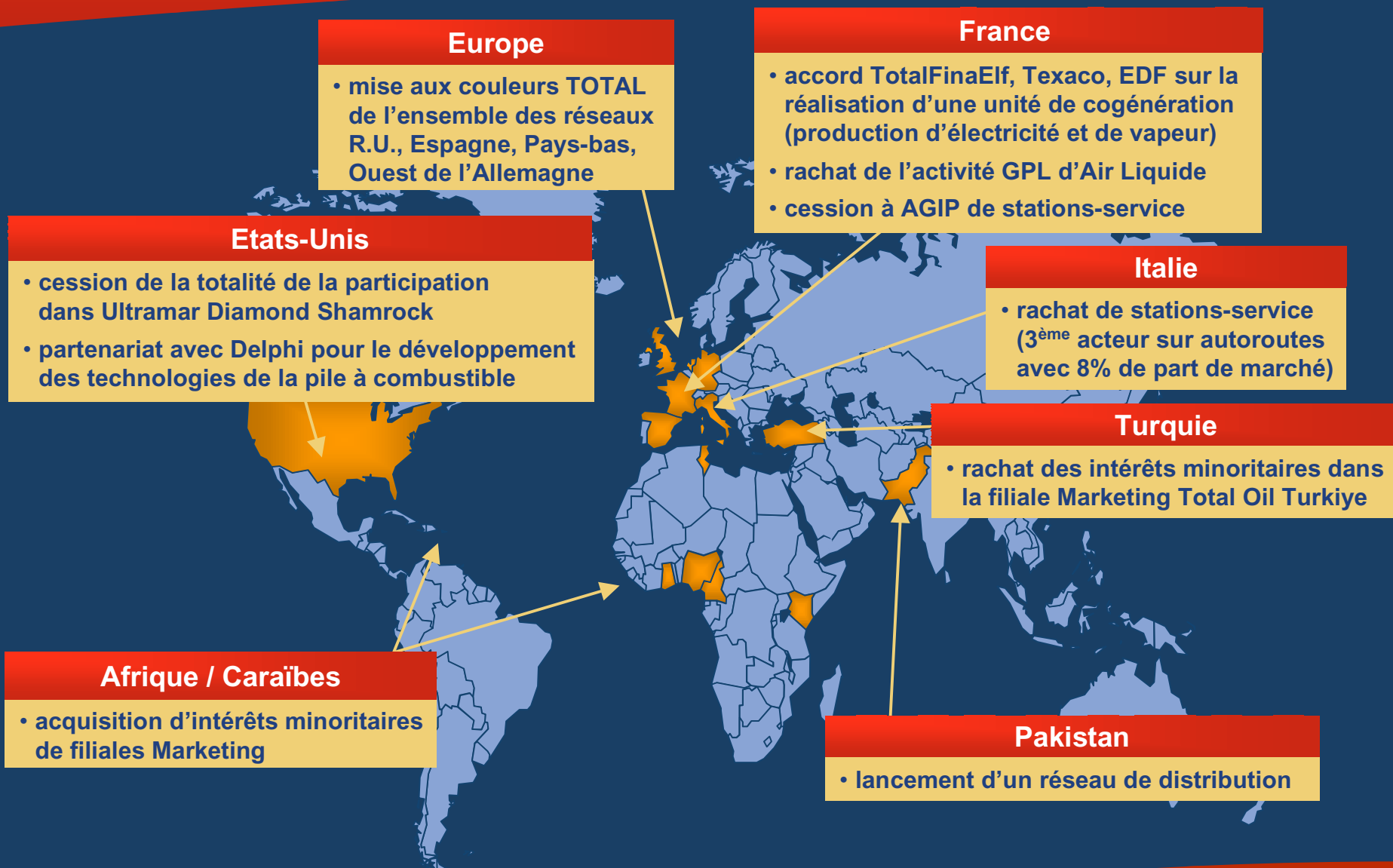


TOTAL FINA ELF

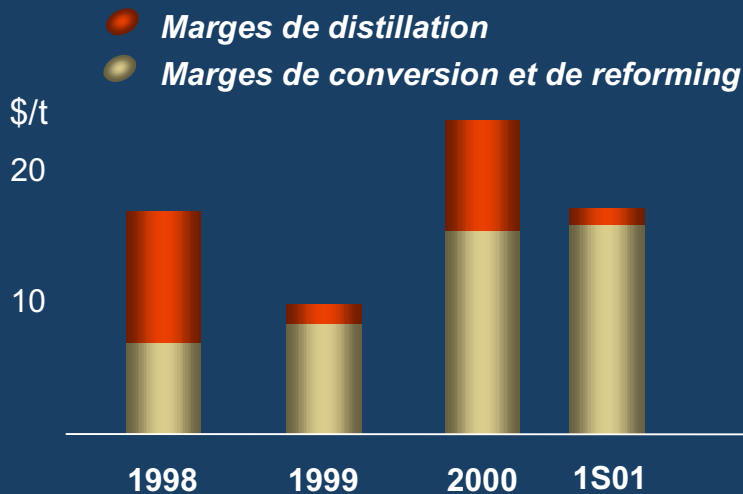
Aval

Faits marquants depuis début 2001



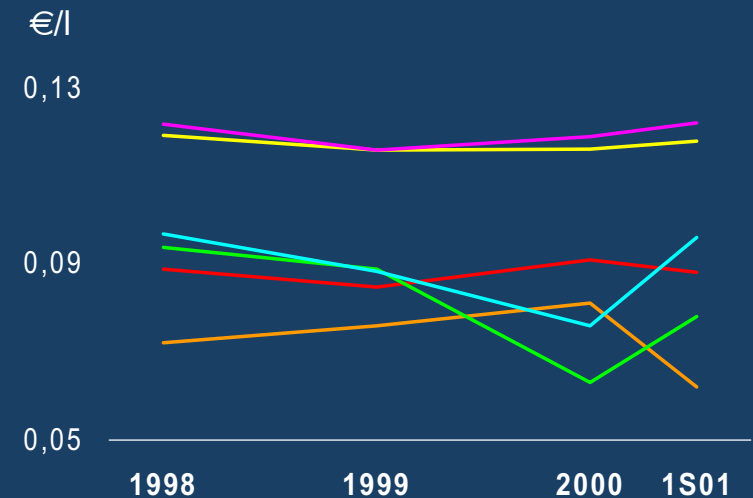
Retour à un environnement moyen pour le raffinage-marketing européen

Marges de raffinage Europe - TRCV



- Taux d'utilisation des capacités élevé malgré la faible croissance mondiale
- Renforcement des spécifications 2005 (Auto oil II)

Marges de marketing réseau Europe*



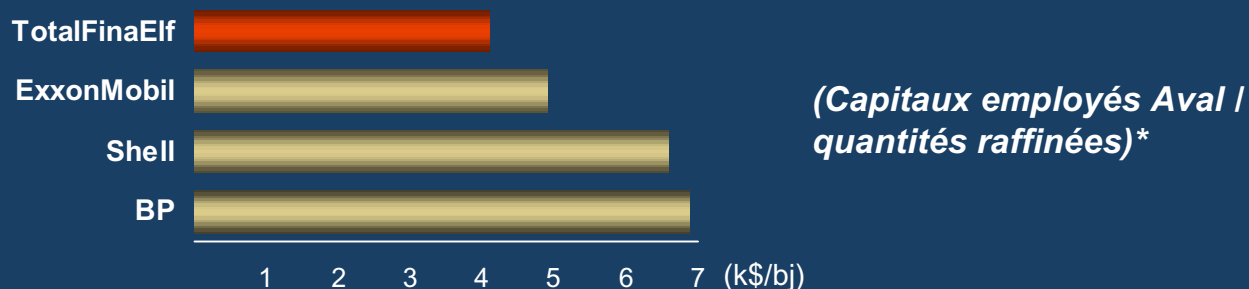
- Evolution contrastée des marges suivant les pays

- | | | | | |
|---------------|---|-----------|---|-------------|
| • Bénélux | — | Italie | — | Bonne tenue |
| • Espagne | — | Allemagne | — | Progression |
| • France | — | | | Stabilité |
| • Royaume-Uni | — | | | Dégradation |

*source OPAL (pétroliers, hors grandes surfaces)

Outil de raffinage européen performant

- *Bonne maîtrise des capitaux employés dans l'Aval*



- *Bonne qualité de l'outil de raffinage de TotalFinaElf*
 - **capacité moyenne des raffineries de 175 kb/j contre 150 kb/j pour l'industrie**
 - **indice de désulfuration de 75% contre 70% pour l'industrie**
- *Investissements futurs du raffinage limités en moyenne à 3 \$/t/an*
 - **objectif : adaptation aux spécifications en anticipation sur les normes 2005**
- *Point-mort** du raffinage inférieur à 10 \$/t : objectif 2003 à 8 \$/t*

Outil de raffinage rentable et compétitif

* source : rapports 2000 des sociétés (pour BP, capitaux employés hors réévaluation des acquisitions)

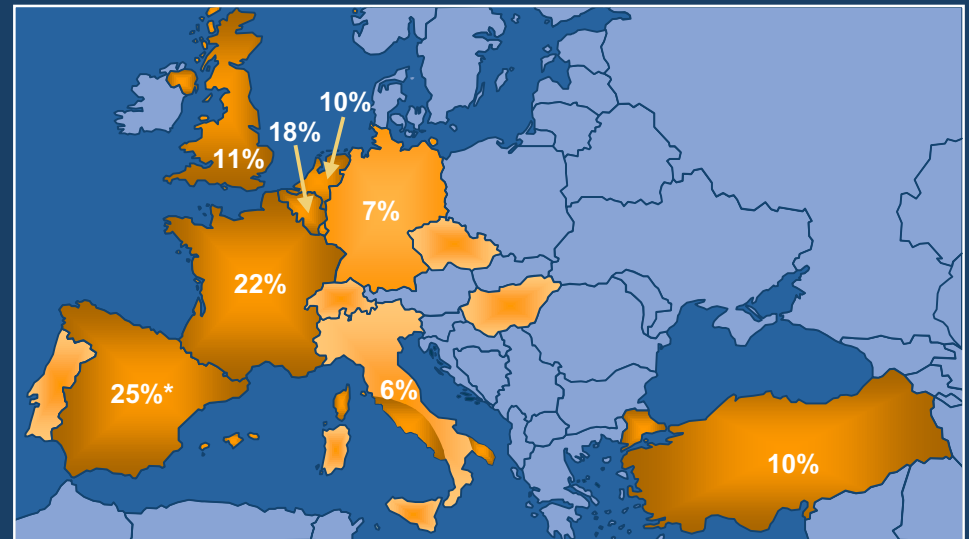
** principaux produits

Marketing : position de leader renforcée par des actions de fidélisation

Parts de marché réseau au 30.06.01

Part de marché $\geq 10\%$ 

Part de marché $< 10\%$ 



* Cepsa 100%

● Renforcement des actions de fidélisation

- cartes professionnelles :

- plus de 2 millions de détenteurs dans 13 pays européens

- cartes de fidélité : 7 millions de détenteurs en Europe

- forte croissance - ex : + 1,2 million de détenteurs en Italie en 2 ans

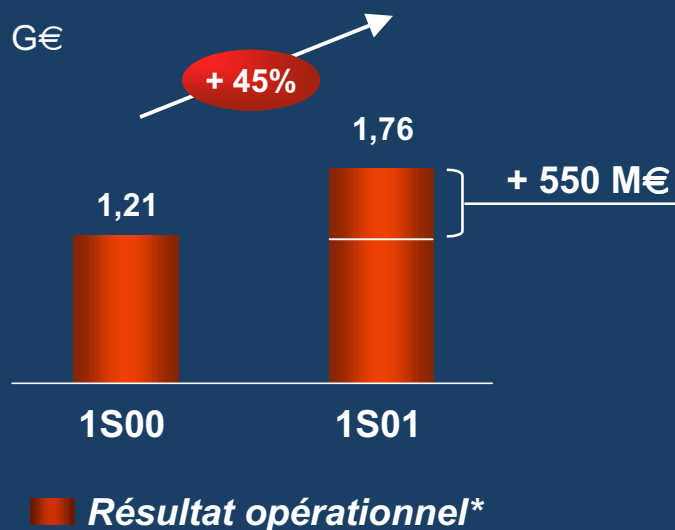
- innovation :

- lancement de la première carte à puce de paiement par un pétrolier : "Actys"
(optimisation de la gestion des flottes)

- ventes non-pétrolières :

- objectif de doublement des ventes en 5 ans

Mise en œuvre des plans de synergies / productivité en avance par rapport aux programmes annoncés



- 30% dus aux paramètres d'environnement malgré la baisse des marges de raffinage en Europe
 - hausse du dollar par rapport à l'euro
 - légère amélioration des marges de marketing
- 25% dus aux réalisations des plans d'actions du Raffinage
- 25% dus aux réalisations des plans d'actions du Marketing
- 20% dus aux actions propres dans les autres activités (spécialités, trading-shipping...)

* hors éléments non-récurrents