



Le Bureau des Utopies  
& des Progrès

06

Demain ensemble pour une société idéale

Rapport d'activité 2006

Pour être heureux et libre, il suffit de le vouloir.

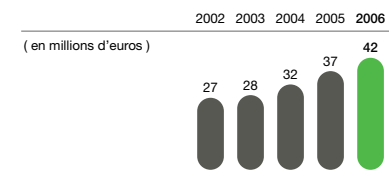
Jean-Claude Godfroy

En chiffres

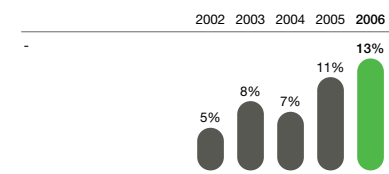
# Une année de croissance

Avec une progression de son taux de pénétration de +34,3% en 2006, soit un chiffre d'affaires consolidé de 42 millions d'euros, le Bureau est en ligne avec ses objectifs, et ce depuis cinq ans.

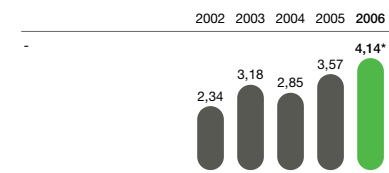
Chiffre d'affaires



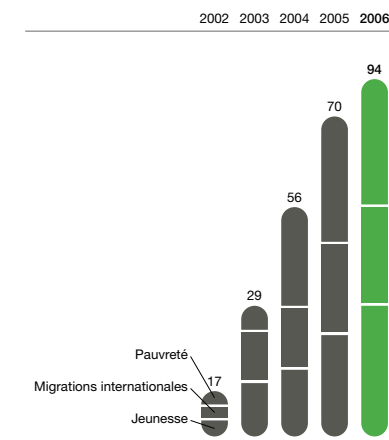
Marge opérationnelle



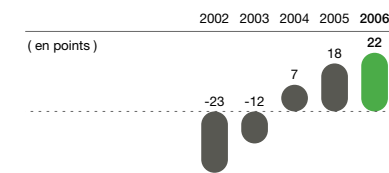
Bénéfice net courant par action



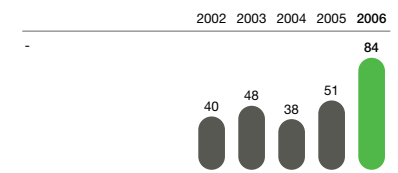
Taux de pénétration du BUP ( par secteur d'activité )



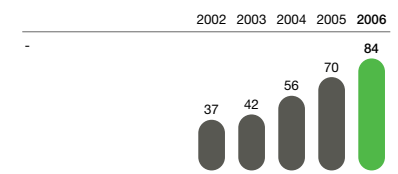
Bien être de la population



Taux d'adhésion spontanée



Taux de confiance brut ( dilué )



\* Soumis à l'approbation de l'Assemblée générale des actionnaires.



## La lettre du président

L'année 2006 s'est révélée un grand cru pour le Bureau des Utopies et des Progrès. J'ai tenu à prendre le temps d'aller à la rencontre des hommes et des femmes, aller écouter chacun, aussi différents soient-ils, de tous les secteurs et partout dans le monde. Ce tour d'horizon approfondi a révélé de manière claire ce que je pressentais déjà : le peuple croit à nouveau en l'avenir. Le BUP a sut se poser depuis sa construction comme un véritable vecteur d'espoir. C'est à partir de ce diagnostic précis, collectif et sans complaisance, que nous avons élaboré la stratégie de l'entreprise, façonné un nouveau plan d'action pour l'avenir. L'année 2006 a été une année marquée par des succès indéniables, parmi les victoires, citons notre déploiement à l'international, très prometteur, porté notamment par le succès immédiat de notre projet API-LIFE, présent sur presque tous les continents.

2007 est une année charnière. Nous la consacrons dès aujourd'hui à la préparation de nos futures réformes et à la mise en œuvre de notre plan – le Contrat BUP 2008. C'est un plan de croissance dont l'ambition est de positionner durablement le BUP comme le générateur de bien-être le plus rentable et le plus efficace. Pour réaliser cette ambition, nous prévoyons une offensive inédite dans l'histoire du BUP : 26 réformes seront lancées au cours de l'année. Le Contrat BUP 2008, c'est tout le BUP mobilisé autour de trois engagements : **écoute**, **accessibilité** et **croissance**.

— L'écoute constitue notre premier devoir vis-à-vis de la population et le premier engagement du BUP en 2007. Nous nous engageons à développer de plus de 20% les systèmes de communication déjà existant, en plaçant sur le territoire de nouveaux points-relais et en mettant l'accent sur une écoute téléphonique toujours plus performante. Un point fort face à l'augmentation exponentiel des téléphones portables, qui permettra sur un long terme, à la population de réagir en direct depuis la rue face aux propositions du BUP.

— Deuxième engagement : l'accessibilité. Par un effort continu concernant la bonne compréhension de nos messages. Le BUP met un point d'honneur à être accessible au plus grand nombre. Notre objectif premier, développer courant 2007 plusieurs niveaux de lecture, et mettre principalement l'accent sur une lecture simplifiée pour les classes sociales les moins favorisées.

— Le renforcement de notre activité, associé à des progrès significatifs dans tous les domaines, doit nous permettre d'alimenter un objectif de croissance ambitieux et partagé. Ambitieux parce que le BUP compte au moins doubler son action dans le courant de l'année 2007 et par la même afficher une progression constante du dividende. Partagé, parce que les profits doivent rendre tout le pays plus prospère, l'amélioration de la qualité de vie passe incontestablement par une hausse du niveau de vie. Les bénéficiaires du Bureau doivent être en partie redistribués à la population. Le BUP a déjà sut prouver ses engagements en mettant particulièrement l'accent sur les offres et les cadeaux. Le colis API-BOX emblème de cet engagement fait déjà parti des *best-of* BUP.

Ces engagements sont pris en toute transparence et je ferai régulièrement un point sur l'état d'avancement du plan avec vous. En tant qu'actionnaires, vous serez naturellement associés à sa réussite puisqu'il sera chaque année proposé une progression linéaire du dividende, qui atteindra 4,50 euros en 2009. Vous pouvez compter sur les talents et la motivation des femmes et des hommes de l'entreprise, pour que tous ensemble nous atteignons ensemble l'objectif de vivre en harmonie dans une société heureuse et pourquoi pas peut-être, un jour, idéale.

*Jean Claude Godfray*

# NOS PROJETS PHARES

En 2006, chacun de nos secteurs a contribué à notre croissance. Avec des stratégies spécifiques mais toujours une même volonté de conquête.



**1. APIBOX**  
Nous vous offrons un avenir tout en couleur  
— Page 9



**2. B-WATCH**  
Découvrez notre nouvelle formule de délation rémunéré pour un monde sans délinquance  
— Page 13



**3. APILIFE**  
Choisissez le contrat sans enfant pour une vie plus facile  
— Page 15



**4. APIFOOD**  
Goûtez la poule savoureuse qui ne fait pas de jaloux  
— Page 17



**5. B-PERFECT**  
Assurez votre avenir, offrez le meilleur à votre enfant  
— Page 19



**6. API FAMILY**  
Une carte qui vous changera la vie de famille  
— Page 21



André,  
42 ans



“Le plus important pour moi c’est de pouvoir rendre aux gens le bonheur que j’ai reçu et qu’ils m’ont apporté. J’ai retrouvé grâce à mes créations pour l’APIBOX, ce plaisir de partager, l’envie de faire rêver des milliers de gens et de faire bouger un peu les choses”.

*Roberto Totti*

Une aide aux plus défavorisés

# 1. Apibox



En 2006, le Bureau des Utopies et des Progrès lance **APIBOX**, un colis de soutien destiné aux personnes défavorisées, aux immigrés et aux jeunes difficiles. Symbole de cet engagement, le grand couturier Roberto Totti est devenu en juin 2006 l’ambassadeur du programme **APIBOX** et a créé en exclusivité une collection fabriquée dans de nouvelles matières spécialement étudiées pour résister aux conditions de vie difficiles. Un cadeau moderne et tout en couleur, de quoi jalouser ces catégories sociales habituellement moins chanceuses.



# Apitag, la révolution se fait dans la nuance

**APITAG**, le projet novateur de l'année 2006, fonctionne en conjonction avec l'**APIBOX**. Son point fort : aller au delà d'une simple classification et permettre une lisibilité social d'une incroyable précision.

Le fonctionnement est simple, il s'agit de découper chacune des catégories en sous-groupes grâce à une déclinaison de nuances de couleurs. L'**APITAG** offre tous les avantages d'un procédé de classification particulièrement performant et toujours plus près de tous.



- Sans Domicile Fixe
- RMIste
- Sans Emploi

Jean Paul, 42 ans  
**Jaune soleil**

Pour des peaux rendues précocement matures par des conditions de vie difficiles, nous avons choisi à l'unanimité la couleur jaune, c'est une couleur vivifiante qui amène gaîté et chaleur.



- de 15 à 18 ans
- de 11 à 14 ans
- de 7 à 10 ans
- de 4 à 6 ans
- de 0 à 3 ans

Magalie, 14 ans  
**Vert tendre**

Quand à la collection enfant, il nous est apparu tout naturel d'opter pour des tons printaniers, nous avons donc créé toute une gamme de verts, une gamme tout en douceur, véhiculant l'espoir pour ces jeunes à l'avenir incertain.



- Première
- Seconde
- Troisième génération

Bernard, 29 ans  
**Fuchsia passion**

Pour les peaux mates ou noires nous avons opté pour des couleurs vives amenant une petite touche d'exotisme, telles que le fuchsia et le violet. Deux couleurs qui mettent particulièrement en valeur les peaux brunes.



Grâce au BUP,  
j'ai gagné une  
coquette somme  
en dénonçant mes  
voisins corrompus

En choisissant de dénoncer toutes les formes de corruption, Raymond participe à la construction d'un monde plus juste.

**Raymond** vit à Brive-la-Gaillarde. Il a touché la somme de 300 euros, il nous confie que ses motivations sont plus d'ordre civique que pécuniaires.

Participez.

## 2. B-Watch

**B-WATCH**, le projet sérénité.

**22%** de bien-être supplémentaire depuis le début de l'année 2006 grâce à la mise en place du nouveau projet de "délation rémunérée" **B-WATCH**. Le tout dernier né du BUP a su en quelques mois montrer sa pertinence et son bien fondé. Accueilli par la population avec beaucoup d'enthousiasme **B-WATCH** donne enfin à chacun la possibilité de défendre les valeurs fondamentales que sont le respect et la liberté.

Parce que tout le monde aspire à améliorer ses conditions de vie, **B-WATCH** permet à chacun d'entre nous de rétablir la sécurité, pour que demain soit enfin serein.

# Parce qu'un enfant est parfois un poids pour débiter dans la vie

Signez l'engagement d'une vie  
sans enfant et touchez  
30.000 euros.



\* Jusqu'à sa majorité, un enfant coûte en  
moyenne 70.000 euros.

Coup de pouce pour les classes basses

## 3. Apilife

**APILIFE** donne un véritable coup de pouce aux jeunes adultes des catégories les plus basses pour démarrer du bon pied.

Parce qu'un enfant peut être une source de soucis et un gouffre financier pour des familles dites pauvres ou à problème; nous offrons à ces jeunes adultes qui débutent dans la vie la possibilité de choisir une vie "sans enfant".

Une démarche simple : une seule signature pour un engagement de 30 ans.

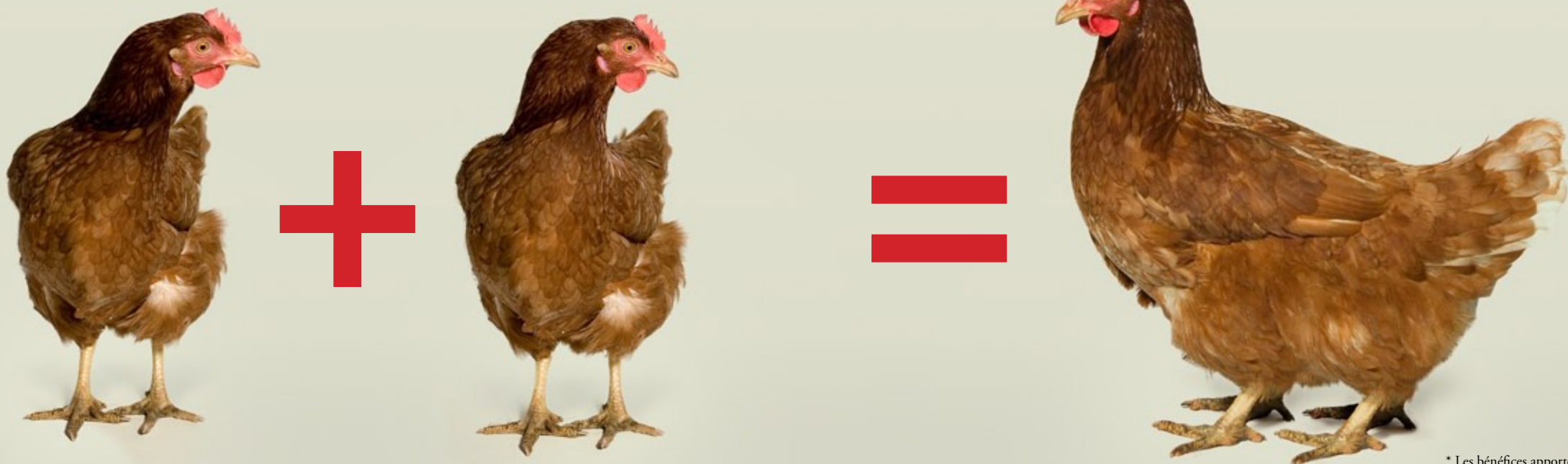
Quatre c'est  
mieux, c'est moins  
cher et c'est  
toujours aussi  
savoureux

Mangeons mieux

## 4. Apifood

Entreprendre pour des méthodes de consommation intelligentes : c'est le but que s'est fixé le Bureau des Utopies et des Progrès à la fin de l'année 2005. Fidèle à cette ambition, notre équipe multiplie les initiatives dans le domaine de la nutrition et créé **APIFOOD**. L'objectif d'**APIFOOD** consiste à adapter la nature à nos besoins de consommateurs, nous offrant des avantages non négligeables et directement quantifiables. Avec **APIFOOD volaille**, nos chercheurs mettent à l'honneur le goût authentique des poulets du terroir en inventant une nouvelle palette de saveurs étonnantes de vérité. En effet, plaisir des papilles et bé-

néfices santé sont les priorités conjointes que le BUP s'est toujours donné pour concevoir ses produits alimentaires. C'est pourquoi **APIFOOD volaille** fait également partie de nos *aliments santé*. Au delà de son rôle nutritif, sa chair à un effet bénéfique pour l'organisme grâce à une adjonction subtile de diverses substances. Consommer régulièrement de la volaille **APIFOOD** permet de réduire certains excès de cholestérol\* et par là même de faire face à un problème de santé publique grandissant. Grâce au BUP, demain le cholestérol ne sera plus qu'un mauvais souvenir.



\* Les bénéfices apportés par cet aliment sont scientifiquement prouvés par nos chercheurs.

# Son avenir, c'est vous qui le choisissez



Assurez votre avenir

## 5. B-perfect

Assurez votre avenir, offrez l'implant **B-PERFECT** à votre enfant.

L'implant **B-PERFECT** délivre en continue de faibles doses de substance décontractante pour aider votre enfant à rester calme et attentif. 100% naturel, donc sans danger, il lui assure une scolarité exemplaire et un avenir dont seuls les plus privilégiés peuvent rêver.



“L'implant B-PERFECT nous offre la chance sans précédent de pouvoir traiter dès la plus tendre enfance les troubles comportementaux. On sait aujourd'hui qu'un enfant né dans une famille défavorisée à faible niveau d'éducation a 75 % de chance d'en être atteint. Ces enfants grandissent dans un environnement précaire, souvent enclin à l'alcool et à la violence. Aider ces enfants à grandir dignement, leur donner les chances de s'épanouir à l'école et par la suite de trouver un vrai métier n'est plus du domaine du rêve, mais bien une réalité tangible.

Le combat aujourd'hui est de sensibiliser les familles en leur montrant que l'implant est une valeur sûre. Choisir l'implant c'est miser sur l'avenir de leur enfant et par répercussion sur leur avenir”.

**Docteur Martin Tupper**

*Spécialiste des troubles comportementaux chez l'enfant et l'adolescent*



# API FAMILY



## 1000 POINTS = 1 MEMBRE DE VOTRE FAMILLE\*

Votre famille vous manque ?

Grâce au BUP, cumulez des points et gagnez un visa pour un membre de votre famille.

Le Bureau des Utopies  
& des Progrès



\* Ou la somme de 10.000 euros.

Demandez votre catalogue cadeau BUP sur [www.bup.fr/givememycatalog](http://www.bup.fr/givememycatalog)

Une intégration réussie

## 6. Api family

Immigrés de longue date ou primo-arrivants, tout le monde se verra offrir son colis d'accueil **APIBOX** ainsi que sa carte nominative **API FAMILY**.

Distribuée avec un capital de départ de 15, 45 et 75 points, la carte **API FAMILY** permettra de bénéficier d'avantages, de droits et même de cadeaux. Tous ces cadeaux sont à découvrir dans l'**API FAMILY MAG** joint au colis de soutien. Il sera aisé de gagner des points grâce à une bonne intégration de quartier ou par le biais de concours et de validations.

**API FAMILY  
MASTER**

1234 567890 598233 25  
AMRAOUI MALIKA

La carte **MASTER** permet de bénéficier d'un forfait de base de 75 points qui augmentera en fonction de 6 critères d'évaluation. Plus le niveau d'étude et les ressources sont importantes, plus il devient aisé de cumuler des points donnant accès à des cadeaux.

**API FAMILY  
MEDIUM**

1234 567890 598233 25  
SMATI AISSA

Pour l'obtention de la carte **MEDIUM**, seules quelques signatures suffisent ! Maire, conjoint, employeur, propriétaire... Et avec cette carte on bénéficie de 35 points qu'il est facile de faire fructifier grâce aux tests trimestriels.

**API FAMILY  
SURSIT**

1234 567890 598233 25  
SUAO JIM

Enfin, la petite préférée du BUP, la carte **SUR-SIT** donne une nouvelle chance aux personnes qui arrivent en fin de droit. Elle offre à son heureux détenteur 15 points et permet surtout de bénéficier gratuitement du *retour aidé* \*.

\* Le *retour aidé* comporte le versement d'un pécule important : 2000€ par adulte, 3500€ par couple et 1000€ par enfant mineur ( jusqu'au 3ème enfant ).

# LE BUP DANS LA VILLE

74% de la population est  
déjà séduite par nos propositions

Bureau des Utopies  
& des Progrès

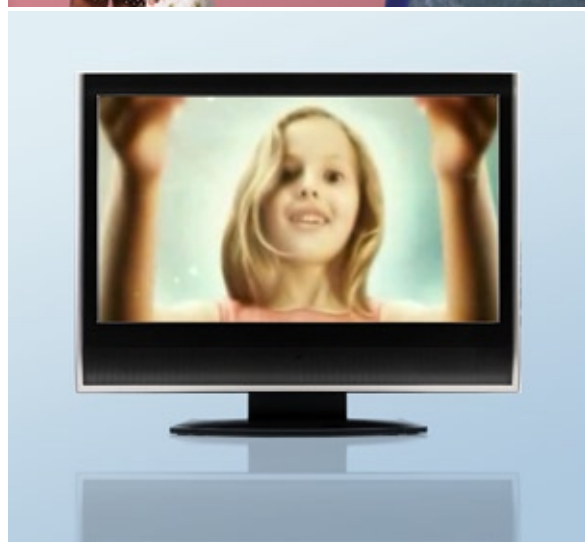


bup.fr

# Opération immersion

Les services de proximité ont augmenté de 20% en 2006.  
Un succès sans précédent.

1.	2.
3.	4.



## 1. Des campagnes d'affichage interactives

Un aspect clé de notre politique, les campagnes d'affichage ont su s'imposer, amenant une nouvelle logique participative. Là encore, le BUP a su se montrer à la pointe de la technologie lors de notre campagne phare "Qu'en pensez vous ?": les passants étaient sondés via leur mobile lorsqu'ils s'aventuraient sur un périmètre de moins de 10 mètres des panneaux d'affichage.

## 2. Une information de proximité

59% de l'information publique provient de nos circuits de proximité récemment implantés sur le territoire ( Points-relais, kiosques, bureaux de tabac...). Nos objectifs sont de doubler les points relais d'ici la fin de l'année 2007.

## 3. Le bup sur toutes les ondes et les chaînes nationales

En vedette, notre BUP-flash, diffusé toutes les 15 minutes sur la radio, permet aux auditeurs de rester informés sur toutes nos nouveautés. La télévision n'est pas en reste avec ses communiqués spéciaux qui ne laissent personne en marge de l'information.

## 4. Les salons BUP partout en France

150 hôtesses sur le terrain présentent avec gentillesse et bonne humeur toutes les dernières réformes du BUP. Un succès grandissant pour ces prises de contact qui permettent de multiplier les adhésions volontaires.

## Le bureau sur le net

Toujours à la pointe des systèmes de communication, l'accent fut porté en 2006 sur le nouveau site BUP interactif et dynamique. En 2007, doté des toutes dernières technologies, il deviendra notre secteur privilégié pour encore plus d'accessibilité et d'efficacité.



Bureau des Utopies & des Progrès – 6 rue des Vertus – 13005 Marseille – [contact@bup.fr](mailto:contact@bup.fr) – [www.bup.fr](http://www.bup.fr)

Ce rapport a été imprimé sur un papier couché sans bois 100% recyclable et biodégradable, fabriqué à partir de pâtes blanchies, sans chlore, dans des sites de production certifiés ISO 9001 (qualité), ISO 14001, EMAS (environnement) et ISEGA (aptitude au contact alimentaire). Ce papier ne contient pas de métaux lourds (taux inférieur à 100 ppm). Le bois utilisé pour la fabrication des pâtes provient de forêts et plantations gérées de manière durable.

Conception et réalisation : AREA 17 – [www.area17.com](http://www.area17.com)

