



Firma bp od ponad 100 lat działa globalnie w sektorze energii, wspierając redukcję emisji i dostarczając energię w różnych formach milionom ludzi na całym świecie. W Polsce jest obecna od prawie 35 lat, wprowadza innowacje, działa na rzecz podnoszenia standardów rynku paliwowego i angażuje się społecznie. Jest czołowym graczem w branży i liderem wśród zagranicznych koncernów w kraju.

Kontekst rynkowy

Rynek paliwowy w Polsce jest jednym z najbardziej dynamicznych segmentów sektora energetycznego, charakteryzującym się stabilnym wzrostem, silną konkurencją oraz rosnącymi oczekiwaniami kierowców wobec dostępności i jakości usług. Polska, z populacją liczącą ponad 38 milionów mieszkańców, dysponuje znacznym potencjałem konsumpcyjnym. W ciągu ostatniej dekady gospodarka wzrosła o 38 procent, z dominującym udziałem usług w PKB (62,3 procent), a także istotnym wkładem produkcji przemysłowej (34,2 procent) i rolnictwa (3,5 procent). W kraju zarejestrowanych jest około 25 milionów pojazdów. Rozbudowana sieć transportowa obejmuje 4900 kilometrów autostrad w eksploatacji, 1600 kilometrów w budowie oraz 2200 – na etapie planowania lub przygotowań. Silna konsumpcja indywidualna i rosnący dochód kierowców stanowią istotny motor rozwoju rynku. Stacje paliw w Polsce obsługują codziennie dziesiątki tysięcy kierowców, oferując nie tylko paliwo, ale również usługi dodatkowe, takie jak sklepy *convenience*, strefy gastronomiczne, myjnie czy aplikacje mobilne, umożliwiające monitorowanie cen i korzystanie z programów lojalnościowych. Wprowadzenie paliw ekologicznych, takich jak E10, stanowi odpowiedź na rosnącą świadomość ekologiczną oraz oczekiwania kierowców, dla których kluczowe są wygoda, stabilność cen i dostęp do innowacyjnych rozwiązań mobilności.



Firma bp to jeden z pierwszych zagranicznych inwestorów w Polsce, który w ciągu 35 lat obecności zainwestował tu około 2 miliardów dolarów, i jeden z głównych graczy. Działa w obszarach marketingu i sprzedaży (M&C), smarów i olejów Castrol, paliw lotniczych poprzez *joint venture*, rozwiązań mobilności (bp pulse), energii słonecznej (Lightsource bp) oraz hurtowej sprzedaży paliw. Tego rodzaju dywersyfikacja pozwala bp reagować na zmieniające się potrzeby kierowców.

Oferta

Firma bp od ponad 100 lat działa na rynkach energii w Europie, Ameryce Północnej i Południowej, Australii, Azji i Afryce w zakresie wydobycia i przetwórstwa ropy naftowej. Jej celem jest dostarczanie energii światu – dziś i jutro. Od prawie 35 lat bp jest obecne w Polsce. Firma była inicjatorem szeregu zmian wprowadzających nowoczesne standardy obsługi, szeroką ofertę produktów i technologii, a także nowoczesne podejście do mobilności. W Polsce firma prowadzi sieć ponad 580 stacji paliwowych, z których korzysta codziennie ponad 450 tysięcy polskich kierowców. Oferta bp to więcej niż paliwo – to kompleksowe doświadczenie, które łączy technologię, smak i wygodę.

W centrum oferty bp znajdują się paliwa najwyższej jakości, opracowane z wykorzystaniem zaawansowanych technologii. Dzięki specjalnym formułom skutecznie oczyszczają silnik, poprawiają jego wydajność i zapewniają lepsze osiągi, co przekłada się na komfort i bezpieczeństwo jazdy. Integralną częścią stacji bp jest Wild Bean Cafe – miejsce, które stało się codziennym przystankiem dla tysięcy kierowców. To tutaj można napić się wyjątkowej kawy, cenionej za intensywny aromat i głęboki smak, i złapać chwilę wytchnienia w przyjaznej atmosferze. Firma bp wyróżnia się również unikatową ofertą gastronomiczną, stworzoną we współpracy z Robertem Makłowiczem. Dzięki dedykowanym recepturom klienci mogą skosztować dań dostępnych wyłącznie na stacjach bp, które łączą lokalne składniki z kulinarną pasją. Sklepy bp to odpowiedź na potrzeby współczesnych konsumentów – oferują zarówno przekąski i napoje na drogę, jak i produkty idealne na śniadanie czy kolację. To wyjątkowa oferta na polskim rynku, łącząca wygodę z jakością i różnorodnością. Dzięki współpracy z Easy Auchan klienci mają dostęp do kilku tysięcy produktów codziennego użytku, zdrowej żywności czy dań na wynos. Marka rozwija również e-commerce – od dostaw z Glovo po inicjatywę „Too Good To Go”.



Dbałość o samochód to kolejny element filozofii bp. Nowoczesne myjnie wykorzystują zaawansowane technologie, które skutecznie czyszczą pojazd, jednocześnie wspierając utrzymanie jego dobrego stanu technicznego.

W ofercie koncernu są też LPG, paliwa lotnicze (JV), HVO, produkty Castrol. Klienci biznesowi i flotowi korzystają z szerokiej oferty kart paliwowych, w tym innowacyjnej karty BP Fuel & Charge, łączącej tankowanie tradycyjne z ładowaniem aut elektrycznych. Niezwykle szybko rozwija się również aplikacja mobilna BPme, która w niespełna rok zdobyła już ponad 1,5 miliona użytkowników. Dzięki niej kierowcy mogą korzystać z bogatej oferty promocji paliwowych i sklepowych, a także cieszyć się dodatkowym komfortem podróży. Firma bp to również odpowiedzialność społeczna – od ponad 20 lat współpracuje z tymi samymi partnerami, m.in. TOPR, Polską Akcją Humanitarną, Hospicjum im św. Łazarza czy Stowarzyszeniem WIOSNA, konsekwentnie wspierając lokalne społeczności.

Osiągnięcia

Firma bp od lat wyznacza standardy w branży paliwowej, a ponad 100 nagród i wyróżnień zdobytych w latach 1999-2025 potwierdza jej pozycję lidera rynku. W ostatnich latach bp zdobyła m.in. tytuły Superbrands i Business Superbrands, prestiżowe nagrody Fleet Derby za kartę bp+Aral, a także wyróżnienia w konkursie Petrotrend za

najlepsze stacje i koncepty gastronomiczne. Jest również trzykrotnym laureatem tytułu Dobroczyńca Roku za współpracę z partnerami społecznymi.

Promocja marki

Firma bp konsekwentnie rozwija strategię komunikacyjną, łącząc ogólnopolskie kampanie ATL z działaniami digital, social media oraz komunikacją w punktach sprzedaży. W ostatnich latach wprowadziła nowe kampanie kreatywne podkreślające jakość paliw z technologią ACTIVE oraz angażujące klientów działania dla Wild Bean Café, budując spójny wizerunek marki premium. Wykorzystuje szeroki mix kanałów – od TV, radia i OOH, po targetowane kampanie digital i mobile. Ważnym elementem są również niestandardowe aktywacje partnerskie, które skutecznie zwiększają rozpoznawalność marki i zaangażowanie klientów. Marka bp aktywnie buduje relacje z klientami i społecznościami prowadząc dialog w nowoczesnych kanałach komunikacji, m.in. na Facebooku, Instagramie, X i LinkedIn, docierając do kierowców, partnerów biznesowych i pasjonatów nowoczesnej mobilności. Kanał podcastowy „Zasłyszane na bp” przybliży słuchaczom historie i doświadczenia związane z działalnością firmy, historiami pracujących w niej ludzi czy wspólnymi akcjami bp z partnerami społecznymi, np. dotyczącymi bezpieczeństwa w górach we współpracy z TOPR.



TO, CZEGO NIE WIESZ O MARCE

- Firma bp powstała w 1909 roku jako Anglo-Persian Oil Company i jest jednym z najstarszych koncernów energetycznych świata.
- Logo marki – Helios – odzwierciedla transformację bp w stronę bardziej zrównoważonej energii.
- Firma bp jako jeden z pierwszych koncernów wprowadziła na rynek paliwa uszlachetnione (bp Ultimate).
- Oleje Castrol są używane nie tylko w samochodach i samolotach, ale także w... przestrzeni kosmicznej.

24 000

– na tylu stacjach w 32 krajach są akceptowane karty paliwowe bp.

Firma angażuje się również w działania społeczne i kampanie pomocowe z długoletnimi partnerami, takimi jak Polska Akcja Humanitarna i Stowarzyszenie WIOSNA. Corocznie prowadzi także kampanie paliwowe, które integrują klientów i promują nowoczesne rozwiązania mobilności.

Ostatnie wydarzenia

Od 2025 roku firma realizuje strategię reset bp, która łączy wzrost wydobycia surowców, stabilność finansową i dalszy rozwój transformacji energetycznej. W Polsce strategia koncentruje się na rozwoju sieci stacji paliw, oferty Castrol i paliw lotniczych, a także innowacyjnych projektach z zakresu energii odnawialnej poprzez Lightsource bp. Nowa strategia to odpowiedź bp na dynamiczne wyzwania rynkowe i geopolityczne, pozwalająca jednocześnie zadbać o bieżące potrzeby klientów w połączeniu z długoterminowymi celami transformacji energetycznej, zapewniając stabilność, efektywność i innowacyjność w każdym obszarze działalności.

bp.com.pl

HISTORIA MARKI

1991 bp rozpoczyna działalność w Polsce

1995 Firma otwiera w Gliwicach pierwszą stację paliw bp w Polsce.

1997 Rusza sprzedaż kart paliwowych.

2000 Zmiana logo i ogłoszenie nowej marki firmy bp reprezentującej dorobek 4 korporacji: Amoco, ARCO, Castrol i British Petroleum.

2004 Firma wprowadza paliwa bp Ultimate.

2005 W grudniu rusza sieć Wild Bean Cafe.

2006 Ruszają myjnie bezdotykowe.

2016 Na stacjach pojawiają się paliwa bp z technologią ACTIVE usuwającą zanieczyszczenia w silnikach.

2017 Dział Kart Paliwowych wprowadza na rynek nową międzynarodową kartę paliwową BP + Aral.

2019 „Selekcja Makłowicz” dla Wild Bean Cafe – na stacjach bp pojawia się nowa linia kanapek.

2020 Na stacjach bp ruszają sklepy w nowym formacie *convenience* pod szyldem Easy Auchan.

2021 Lightsource bp rozpoczyna działalność w Polsce.

2022 Grupa bp w-przeznacza 20 milionów dolarów na wsparcie kryzysu humanitarnego w Ukrainie

2024 Rusza aplikacja BPme.

2025 bp rozwija program lojalnościowy w aplikacji. Firma rozpoczyna wdrażanie strategii reset bp.