

Acquisitions et cessions d'actifs du secteur pétrolier

Achetez un champ de pétrole (ou de gaz) sur Internet



Baptiste JOUFFROY (N95)

1998-2000 :

CSNE Total Indonesie - département Exploration

07/2000

Rejoint IndigoPool.com, société du groupe Schlumberger business development & marketing Europe Continentale & Afrique

Contact : bjouffroy@indigopool.com

Contexte : le marché des "Champs de pétrole"

Un champ de pétrole a son histoire. Au départ, on ne sait pas s'il existe. Chaque pays soucieux de s'enrichir ouvre son sous-sol à l'exploration et permet ainsi à des compagnies qualifiées de le débus-

tées, et sur lesquelles la compagnie qui aura remporté l'appel d'offre mettra tout en œuvre pour récupérer l'argent avancé.

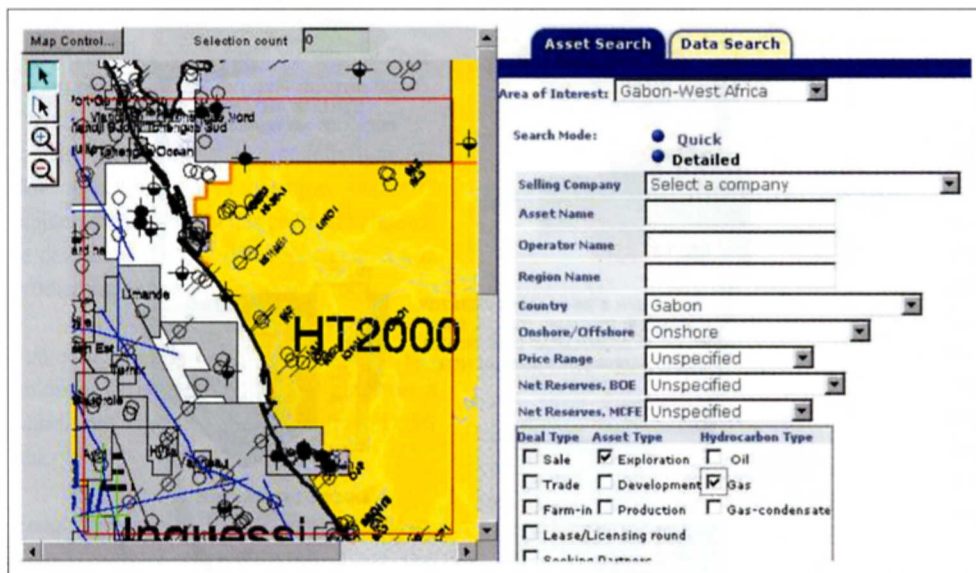
Ensuite, que ce soit pendant la période d'évaluation, de développement ou après une phase de production, il existe maintes bonnes raisons de céder une concession pétrolière : production faible, instabilité politique, recentrage géographique... Les compagnies internationales possèdent des participations dans des champs de pétrole ou de gaz en divers endroits du globe ; ces parts constituent les différentes lignes du portefeuille d'actifs de la compagnie. Bien

Il existe donc un marché des "champs de pétrole", il est même évalué à environ 30 milliards de dollars par an. Pour simplifier, les différents acteurs de ce marché sont :

- Les compagnies ou organisations nationales, chargées de la promotion et/ou de l'exploitation du sous-sol de leur pays, ce qui est pour certains une source de revenu très importante. Exemples : NIOC en Iran, Petrobras au Brésil, Sonatrach en Algérie...
- Les compagnies internationales, qui possèdent les compétences pour l'exploration et la production pétrolière. Exemples : TotalFinaElf, Agip, Exxon-Mobil, Texaco ...
- Les intermédiaires, consultants pétroliers ou "courtiers", qui participent à la passation de ces actifs pétroliers. Exemples : Waterous, Ernst & Young

Acquisitions et cessions : fluidifier le marché

Le processus actuel des acquisitions et cessions d'actifs est relativement peu efficace. La compagnie ou l'agence qui désire vendre un actif doit commencer par envoyer aux clients potentiels une première brochure d'information, suivi éventuellement d'un "mémoire", qui comprend des données fondamentales per-



quer, moyennant un partage de la production ou un autre accord de ce type. Le pays met donc "à la vente" des "blocs d'exploration", qui ne sont au départ ni plus ni moins que des parcelles délimi-

évidemment, les lignes les moins rentables et sur le déclin sont soldées et les liquidités dégagées permettent à la compagnie de se recentrer et d'investir dans des participations plus prometteuses.

