

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.

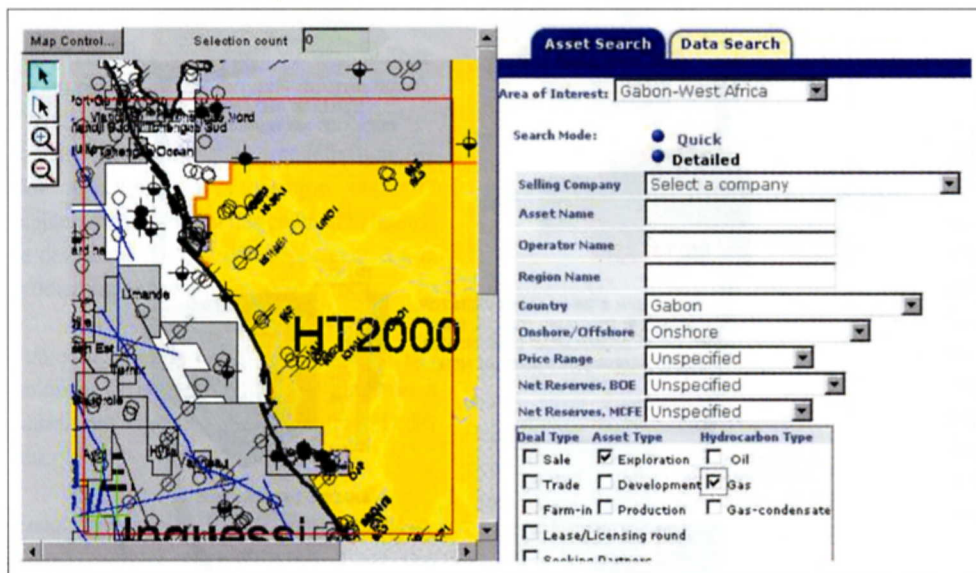
Ensuite, que ce soit pendant la période d'évaluation, de développement ou après une phase de production, il existe maintes bonnes raisons de céder une concession pétrolière : production faible, instabilité politique, recentrage géographique... Les compagnies internationales possèdent des participations 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.

mettant aux compagnies intéressées de se faire une idée plus précise de la valeur du champ d'hydrocarbures. L'étape suivante, qui précède éventuellement l'accord commercial, consiste à visiter des "data rooms". Comme leur nom l'indique, ces "data rooms" ne sont rien de plus que des vitrines, les acheteurs potentiels peuvent les visiter dans le but d'évaluer en un minimum de tant et le mieux possible la valeur de l'actif pétrolier.

Ce processus est long, peu efficace et coûteux pour les deux parties. L'initiative d'IndigoPool.com, (www.indigopool.com), filiale du groupe Schlumberger, a été de transférer ce processus sur le web et d'en profiter pour y créer une place des marchés dédiée au négoce d'actifs pétroliers.

Il est ainsi possible de trouver aujourd'hui sur une unique plate-forme les champs d'hydrocarbures à la vente et

les données pétrolières qui les décrivent.

Le vendeur prépare soigneusement son "package" pour le marketing de ses actifs. En plus de promouvoir son bien par l'intermédiaire d'informations distillées sur le site, il a à sa disposition un outil économique qui lui permettra de mettre en avant ses qualités financières.

L'acheteur lui, peut débusquer les opportunités intéressantes pour sa compagnie en utilisant le moteur de recherche. Il a ensuite accès aux informations que le vendeur aura bien voulu rendre publiques et peut également utiliser le modèle économique en effectuant des études de sensibilité.

Envisagé sous le web, le processus devient interactif. L'acheteur peut demander un accès à un niveau plus confidentiel de données, ou éventuellement de visiter la "data room", qui se transformera d'ailleurs en "on-line data room" d'ici quelques mois. Il prendra

alors sa décision d'acheter ou non en connaissance de cause et beaucoup moins "à l'aveugle", tel que cela aurait pu être le cas auparavant.

De l'autre côté, le vendeur a à sa disposition une boîte à outils qui lui permet de tracer ses visiteurs, d'être renseigné sur la fréquence des visites, ... ce qui lui permettra d'adapter éventuellement sa stratégie de vente.

En clair, le transfert sur internet du processus d'acquisition et de cession d'actifs du secteur pétrolier et de la place des marchés en elle-même, va permettre aux compagnies internationales de dynamiser la gestion de leur portefeuille. Aux compagnies nationales qui sont aujourd'hui dans un contexte fortement concurrentiel, cette mutation leur fournit les moyens de promouvoir de manière globale leur sous-sol en accédant directement à un vivier d'acheteurs.



Siège Social
178 rue Montmartre
75096 PARIS CEDEX 02
Téléphone 01.55.80.49.00
Télécopie 01.55.80.49.99

Pourquoi choisir une grande mutuelle pour votre protection santé ?

ETRE L'UNE DES PREMIÈRES MUTUELLES NATIONALES DU SECTEUR PRIVÉ, C'EST BÉNÉFICIER D'ATOUTS QUI JUSTIFIENT VOTRE CHOIX, EN MATIÈRE DE PROTECTION SANTÉ, DE PRÉVOYANCE COLLECTIVE OU INDIVIDUELLE, DE RETRAITE, DE SERVICES ET CONSEILS.

Première.....Avec plus de 70 ans d'expérience et 250 000 adhérents, MIP possède toutes les garanties de solidité indispensables à la bonne réalisation des engagements prévus.

Mutuelle..... Les valeurs mutualistes d'efficacité, d'équité et de solidarité ont permis de bâtir un haut niveau de garanties.

Nationale.....Présente sur l'ensemble du territoire avec ses délégations régionales, MIP assure un même niveau de prestations partout en France.

.....Du secteur privé. Créée à l'initiative de chefs d'entreprises soucieux de procurer à leurs collaborateurs une protection santé de haute qualité, en France comme à l'Etranger, MIP est ouverte à tous les secteurs d'activités.

Votre interlocuteur : Didier AGENET
directement au 01.55.80.49.65

