

Source : <https://www.lalibre.be/economie/entreprises-startup/les-petrolieres-sont-sur-un-scenario-de-rechauffement-de-6-ou-7-5ddfd8689978e272f93c670c>

Téléchargement 01 12 2019

"Les compagnies pétrolières sont sur un scénario de réchauffement de 6 ou 7 degrés"

[Laurent Lambrecht](#)

Abonnés Publié le samedi 30 novembre 2019

Il y a comme une contradiction entre les anticipations de vente de pétrole des compagnies pétrolières et la diminution qui serait nécessaire pour atteindre les objectifs climatiques de Paris.

Selon Ahmed Ben Salem, Oil&gas analyst chez le courtier ODDO BHF, les *majors* anticipent une hausse annuelle de la consommation de pétrole de 0,5 % jusqu'en... 2035 - 2040.

Or, selon Christophe Brognaux, partner au Boston Consulting Group, ce scénario est loin d'être en ligne avec Paris... *"Quand vous additionnez les projections de vente de pétrole de l'ensemble des compagnies pétrolières, vous êtes largement en dehors des clous"*, explique-t-il. *"On arrive plutôt à un réchauffement de 6 voire de 7 degrés. Pour atteindre les 2 degrés, pas 1,5 !, la consommation de pétrole devrait commencer à diminuer aux alentours de 2026."* Cela signifie-t-il que les compagnies pétrolières considèrent qu'un scénario de 1,5 ou 2 degrés est impossible à atteindre ? *"Aucune ne peut dire cela officiellement"*, répond Christophe Brognaux. *"Mais en interne, beaucoup n'y croient pas."*

Pourrait-on accuser les compagnies pétrolières de mentir à leurs actionnaires quand elles se disent engagées dans la lutte contre le réchauffement climatique, tout en tablant sur une hausse de leurs ventes de pétrole pendant encore 15 à 20 ans ? *"Pas forcément"*, répond Christophe Brognaux. *"Elles peuvent toutes considérer qu'elles vont gagner des parts de marché dans un marché en décroissance."*

Quant au gaz, selon Ahmed Ben Salem, il devrait prendre des parts de marché au pétrole, avec une croissance de 1,5 % par an jusqu'en 2035-2040. Or, cette progression du gaz ne serait pas un problème fondamental du point de vue climatique. *"La consommation de gaz peut croître légèrement jusqu'en 2040 tout en restant dans les clous des accords de Paris"*, estime Christophe Brognaux.

L'empreinte carbone mal évaluée des compagnies pétrolières

Il n'existe, à ce jour, aucune méthode unifiée permettant de comparer les émissions de CO2 des compagnies pétrolières.

Ainsi, à l'exception notable de Shell, la plupart des compagnies pétrolières ne comptabilisent pas les émissions dites du scope 3, soit celles générées par l'utilisation des produits qu'elles vendent

(carburant, pétrochimie...). Or les émissions liées à l'utilisation des produits sont bien plus importantes que celles liées au processus de production (exploration, extraction du pétrole, transport et raffinage).

L'ONG "Carbon Disclosure Project" (CDP) publie tout de même un classement des compagnies pétrolières sur la base de leurs propres émissions de CO2. Il exclut donc la partie la plus importante, l'utilisation des produits. La compagnie norvégienne Equinor arrive en tête de ce classement, devant le Français Total, l'Anglo-Néerlandais Shell, l'Italien Eni et l'Espagnol Repsol.

Une autre question est de savoir s'il faut comptabiliser les émissions des compagnies pétrolières en valeur absolue, ou par unité produite. *"Fixer une valeur absolue n'est pas une solution, estime Christophe Brognaux, partner au Boston Consulting Group. Une entreprise a toujours comme objectif de croître. Or pour respecter une limite absolue, il faut vendre moins".*

"Total et Shell se sont assignés comme objectif de faire diminuer la part du pétrole dans leurs ventes en diversifiant leurs activités, ajoute Christophe Brognaux. Mais il est plus facile de réduire ses émissions de CO2 en vendant proportionnellement moins de pétrole qu'en étant plus efficace dans le processus de production".

Certains rétorquent que le CO2 envoyé dans l'atmosphère est comptabilisé en valeur absolue et qu'il ne sert à rien d'être plus efficace, si on continue à vendre toujours plus de pétrole, de carburants et de produits issus de la pétrochimie.

Shell et Total se rêvent en champions de l'électricité

[Laurent Lambrecht](#)

Shell qui ambitionne de devenir le leader mondial de l'électricité. Total qui affiche son ambition de se transformer en "major de l'énergie responsable". On ne compte plus les déclarations des grandes sociétés pétrolières au sujet de leur stratégie de transformation, dans le contexte du réchauffement climatique que l'on connaît.

Mais cette volonté affichée est-elle sincère ou s'apparente-t-elle à du *greenwashing* ? La transformation en cours concerne-t-elle toutes les pétrolières, européennes comme américaines ? Si oui, les *majors* ont-elles les moyens de réussir cette transformation d'un point de vue industriel ?

Nous avons posé la question à deux spécialistes : Ahmed Ben Salem, oil&gas analyst chez le courtier ODDO BHF, et Christophe Brognaux, partner au Boston Consulting Group (voir ci-contre).

Selon Ahmed Ben Salem, le Français Total et l'Anglo-Néerlandais Shell, suivies par l'Espagnol Repsol, sont les deux compagnies les plus avancées dans ce processus de décarbonation de leurs activités. Ainsi, Total investirait entre 1,5 et 2 milliards de dollars, chaque année, dans les énergies renouvelables, soit 10 à 13 % de ses investissements. Shell, de son côté, serait entre 2 et 3 milliards de dollars, soit 10 % de ses investissements. Pas assez au regard de leur budget global, estiment certaines ONG environnementales. Ambitieux, pense, au contraire, Ahmed Ben Salem.

"Les compagnies pétrolières européennes veulent se transformer en compagnies énergétiques",

explique l'analyste de ODDO BHF. *"Aujourd'hui, les énergies renouvelables représentent environ 5 % de l'activité de Shell et de Total. Leur objectif est de monter à 20 % d'ici 2035."*

Et de citer leurs investissements dans l'éolien en mer et sur terre, le photovoltaïque... Ainsi que le rachat du fournisseur d'énergie britannique First utility par Shell, ou les acquisitions de Direct Energie en France et de Lampiris en Belgique par Total. Shell vient d'ailleurs de subir un revers dans le domaine de la fourniture d'énergie en loupant le rachat du Néerlandais Eneco, au profit du Japonais Mitsubishi.

"Total et Shell ne se contentent pas d'acquérir des fournisseurs d'énergie et d'investir dans le renouvelable", ajoute Ahmed Ben Salem. "Ainsi, Shell s'est offert NewMotion, le propriétaire de l'un des plus vastes réseaux de bornes de recharge de véhicules électriques d'Europe. La major anglo-néerlandaise a aussi mis la main sur Sonnen, le concepteur d'une batterie intelligente à destination de particuliers qui ont des panneaux photovoltaïques. Total s'est aussi diversifié, notamment avec le rachat du fabricant californien de panneaux photovoltaïques SunPower."

Citons également le rachat par Shell d'Eolfi, le champion français de l'éolien flottant, ainsi que l'acquisition par Total de Saft, le producteur français de batteries.

L'analyste d'ODDO BHF est résolument optimiste quant au succès de cette stratégie de transformation en compagnie énergétique. *"Shell et Total ont les ressources financières pour faire les acquisitions nécessaires", explique-t-il. "Ils ont aussi une importante base de clients. Chaque jour, 30 millions de personnes passent par les stations-service de Shell. C'est un bon relais pour écouler des contrats de fourniture d'énergie. Tant Shell que Total disposent également d'un approvisionnement en gaz qui sera utile pour générer de l'électricité."*

Selon Ahmed Ben Salem, les compagnies européennes sont nettement plus engagées que leurs homologues américaines dans ce processus de décarbonation de leurs activités. Seul bémol, l'analyste estime que les énergies renouvelables ne pourront offrir la même rentabilité que le pétrole. *"On est sur du 10 % en moyenne pour le renouvelable, contre 15 % en moyenne pour le pétrole", précise Ahmed Ben Salem.*

“Elles n’atteindront jamais la même rentabilité dans le renouvelable”

Christophe Brognaux, du Boston Consulting Group, ne partage pas l'optimisme d'Ahmed Ben Salem, oil&gas analyst chez ODDO BHF, au sujet de la stratégie de diversification des majors européennes.

Selon Christophe Brognaux, un processus de diversification doit, pour réussir, respecter plusieurs conditions. *"Premièrement, la nouvelle activité doit pouvoir devenir importante à l'échelle du groupe", explique-t-il. "Ce ne sera jamais le cas pour la fourniture d'énergie. À eux deux, Total et Shell comptent 5 à 6 millions de clients dans ce segment, ce qui est loin d'être négligeable. Mais pour augmenter leur profit global de 5 % via cette activité, il leur faudrait atteindre 50 à 100 millions de clients, ce qui est improbable. Deuxièmement, la diversification doit pouvoir générer une marge intéressante. Or, les investissements pétroliers génèrent des rendements de l'ordre de 15 à 20 %, ce qui est impossible dans la fourniture d'énergie et la production d'énergies renouvelables. Le*

renouvelable demande une professionnalisation beaucoup plus importante qu'à ses débuts. Dans les années 2000, il était très simple de gagner beaucoup d'argent sans être particulièrement bon, mais ce n'est plus le cas. La dernière question à se poser est si on est compétent dans le nouveau domaine d'activité. Or, l'organisation historique des majors pétrolières n'est pas la bonne pour réussir dans la fourniture d'énergie, et les énergies renouvelables, à l'exception de l'éolien offshore."

En revanche, l'expert du Boston Consulting Groupe trouve intéressantes les stratégies de l'Américain ExxonMobil et du Norvégien Equinor. *"Ils se focalisent sur des projets qui, s'ils devaient réussir, deviendront de grosses industries",* explique-t-il. *"En outre, ils peuvent utiliser des compétences qu'ils ont déjà dans ces nouveaux métiers."*

Et de citer les investissements massifs d'Equinor dans l'éolien en mer, un milieu hostile qui ressemble à ce que la major connaît sur ses plateformes pétrolières en mer. *"Tant Exxon qu'Equinor parient également sur des techniques de capture et séquestration de CO2",* ajoute Christophe Brognaux. *"Ce n'est pas certain que ça fonctionnera mais, si c'est le cas, ça pourrait devenir un très gros business."*

"Chevron a encore une autre approche", ajoute Christophe Brognaux. *"Il reste focalisé sur le pétrole. Il se dit que, même si la consommation mondiale diminue, il sera plus compétitif que les autres et gagnera des parts de marché."*