



Communiqué de presse

Zurich, le 4 mars 2010

Palmarès Deloitte : Global Powers of the Consumer Products Industry

Trois groupes suisses parmi les 250 premières sociétés de biens de consommation mondiales

Selon la nouvelle étude de Deloitte, Nestlé et Richemont ont bien résisté à la récession mondiale : dans le palmarès annuel des 250 premières sociétés de biens de consommation mondiales, tous deux ont en effet conservé leur place de l'année dernière, respectivement 3^e et 102^e rang. Swatch a bondi de huit places pour se classer en 137^e position tandis que Fenaco, 175^e l'année dernière, est sorti du classement. L'étude *Global Powers of the Consumer Products Industry* classe les 250 plus grandes sociétés de biens de consommation par chiffre d'affaires net. Elle révèle qu'une entreprise sur cinq a enregistré des pertes lors de l'exercice fiscal 2008 (englobant les exercices clôturés au 30 juin 2009). La moitié des entreprises du top 10 affiche une croissance négative des ventes

Durant l'exercice fiscal 2008, Hewlett Packard a supplanté Samsung en tête du classement. Toutefois, le groupe ne doit cette première place qu'à un dollar US fort par rapport au Won Coréen car en réalité, les ventes de Samsung ont augmenté beaucoup plus rapidement que celles de son concurrent américain. Six entreprises du Top10 sont des fabricants de produits électroniques, secteur qui demeure néanmoins confronté à une baisse des prix, couplée désormais à une faible demande. Notons aussi que la moitié des dix plus grandes sociétés de biens de consommation mondiales affiche une croissance négative des ventes sur l'exercice (cf. le top 10 des sociétés de biens de consommation présenté ci-dessous).

Howard da Silva, responsable du secteur Consumer Business chez Deloitte, explique : « L'exercice fiscal 2008 s'est avéré extrêmement difficile pour les sociétés de biens de consommation car les conditions économiques ont entraîné une baisse de la demande. Les fabricants dans les secteurs de l'habillement et accessoires, d'appareils électroniques grand public et d'équipements de la maison ont été les plus touchés par le recul de la consommation des ménages. Les entreprises de produits alimentaires, boissons et tabac s'en sont, quant à elles, beaucoup mieux sorties. La reprise économique devrait permettre un retour à la croissance dans le secteur. Toutefois, la nature et la distribution géographique de cette croissance seront différentes de celles de ces dernières années. »

Selon l'étude, les 250 premières sociétés de biens de consommation ont enregistré une croissance de 4,8% durant l'exercice fiscal 2008. Leurs ventes totales se sont élevées à 3 200 milliards USD, contre 3 000 milliards USD en 2007. Les performances des différentes régions du monde s'avèrent très hétérogènes. Les entreprises japonaises, par exemple, ont vu la croissance de leurs ventes s'effondrer, passant de 7,9% en 2007 à -6,7% en 2008. Les sociétés européennes ont mieux résisté, avec une croissance de 5,7%. C'est en Amérique

latine que les ventes ont le plus augmenté en 2008 avec une croissance moyenne de 30% pour les neuf sociétés de la région figurant dans le palmarès.

Reprise attendue des fusions-acquisitions

Le monde sort de la récession, les conditions sur le marché du crédit s'améliorent, les cours des actions rebondissent, les mesures de réduction des coûts génèrent de la trésorerie et les consommateurs augmentent leurs dépenses. Le climat est donc de nouveau propice aux fusions et acquisitions.

« En 2010, la tendance sera probablement aux transactions qui facilitent l'entrée ou l'expansion dans des marchés géographiques à forte croissance. Les entreprises cherchent en effet des opportunités pour acquérir des marques solides et des acteurs sous-évalués promis à un essor rapide. Les entreprises s'attacheront également à se développer dans des secteurs qui ont le vent en poupe tels que la santé, le bien-être ou la nutrition », déclare Howard da Silva.

Les dix plus grandes sociétés de biens de consommation mondiales, classées par ventes nettes (USD) :

Société	Pays d'origine	Rang	Ventes nettes 2008 (millions USD)	Croissance nette des ventes, ex. fiscal 2008 (%)
Hewlett-Packard Company	Etats-Unis	1	118 364	13,5
Samsung Electronics Co., Ltd	Corée du Sud	2	112 804	23,1
Nestlé SA	Suisse	3	101 823	2,2
The Procter & Gamble Company	Etats-Unis	4	79 029	-5,4
Panasonic Corporation (anciennement Matsushita Electrical Industrial Co., Ltd)	Japon	5	77 655	-14,4
Nokia Corporation	Finlande	6	74 612	-0,7
Sony Corporation	Japon	7	71 101	-13,3
Japan Tobacco Inc.	Japon	8	68 323	6,6
Toshiba Corporation	Japon	9	66 545	-13,2
Philip Morris International Inc	Etats-Unis	10	63 640	Ne

Vous pouvez télécharger une copie de l'étude Global Powers of the Consumer Products Industry 2010 sur le site www.deloitte.com/consumerbusiness

Contacts :

Howard da Silva
Responsable Consumer Business
hdasilva@deloitte.ch
+41 44 421 6205

Julius Hill
Directeur Consumer Business
jnhill@deloitte.ch
+41 22 747 1799

Claudia Keller
Marketing & Communications
ckeller@deloitte.ch
+41 44 421 6568

Note aux rédacteurs

Dans le présent communiqué de presse, la désignation Deloitte fait référence à la société britannique affiliée de Deloitte Touche Tohmatsu («DTT»), une association de droit suisse dont les sociétés affiliées constituent des entités juridiques indépendantes et séparées. Veuillez consulter la page www.deloitte.ch/about pour une description détaillée de la structure juridique de DTT et de ses sociétés membres.

Forte de plus de 12 000 collaborateurs en Suisse et au Royaume-Uni, Deloitte LLP et ses sociétés affiliées sont des conseillers d'entreprise de pointe qui fournissent des services professionnels dans les domaines de l'audit, de la fiscalité, du conseil en gestion et du financement d'entreprise. Connue pour être un employeur de choix pour ses programmes innovants en matière de ressources humaines, elle aide ses clients et ses employés à se dépasser.

Deloitte SA est reconnue par l'autorité fédérale de surveillance en matière de révision et l'autorité fédérale de surveillance des marchés financiers.

Les informations contenues dans ce communiqué de presse sont correctes au moment de leur impression.

Pour de plus amples informations, veuillez consulter notre site www.deloitte.ch.