

16.02.2009 - 14:00 Uhr

Ernst & Young: "Liquidités" devient le maître mot dans le monde alors que les entreprises se serrent la ceinture

Zurich/Londres (ots) -

L'étude menée par Ernst & Young révèle un environnement économique difficile et aux évolutions rapides.

Un rapport Ernst & Young intitulé "Opportunities in Adversity" (Les opportunités dans l'adversité) et publié aujourd'hui montre comment près de 350 grands groupes mondiaux - dont 8 sociétés suisses - adaptent actuellement leurs stratégies commerciales pour faire face à la profonde récession mondiale et comment leurs priorités principales évolueront dans les 12 mois à venir.

Réduire les coûts en interne et dégager des liquidités

Le point de départ de toute entreprise est la trésorerie et de nombreuses sociétés ont déjà serré leur ceinture de manière drastique. Près de 40% des sociétés interrogées ont d'ores et déjà ressenti l'aggravation de la situation économique dans leur secteur, dont un tiers ont constaté un retrait de leurs concurrents et une augmentation des faillites. Plus des deux tiers des sociétés ont décidé de transmettre plus fréquemment les rapports sur les risques à leur direction.

La volonté de réduire les coûts commence à avoir des répercussions sur la stratégie commerciale interne. Plus de 80% des sociétés participantes ont déjà entrepris une analyse générale sur la diminution des coûts, près des deux tiers ont entamé des plans de réduction des effectifs et plus de la moitié ont rationalisé leurs dépenses informatiques. Contrairement à leurs homologues américaines, les sociétés européennes ont été plus enclines à réduire leurs coûts dans le domaine de l'immobilier et de l'informatique que de diminuer les frais de personnel directs ou indirects.

La crise du crédit a obligé les entreprises à trouver des solutions alternatives pour améliorer leur trésorerie. Près de la moitié des sociétés ont cédé ou arrêté une partie de leur activité et 43% ont recherché des alternatives de financement à court terme, tandis que 23% ont envisagé à la fois de renégocier les conditions de leur contrat de prêt et de communiquer activement avec leurs prêteurs, les analystes et agences de notation. Seul un petit quart d'entre elles ont déclaré que la disponibilité de liquidités ne constituait pas un problème.

Mark Otty, Area Managing Partner chez Ernst & Young pour la région EMEA, qui comprend l'Europe, le Moyen-Orient, l'Inde et l'Afrique, déclare: "C'est une vue d'ensemble importante des sociétés mondiales qui sont confrontées au resserrement du crédit et réfléchissent à la meilleure manière de faire face à la récession. Cependant, le monde des entreprises a déjà connu ce type de situation et il est possible de tirer parti des crises antérieures. Il y aura inévitablement des perdants dans les 12 prochains mois, mais également une minorité de vrais gagnants."

Clients et fournisseurs mis à mal

Les sociétés interrogées surveillent déjà de près leurs clients comme leurs fournisseurs. Et à raison, puisque plus de la moitié d'entre elles ont constaté une détérioration de la solvabilité de

leurs clients (presque 60% en Europe) et plus de la moitié déclarent que leurs principaux clients sont dans la tourmente, avec une augmentation des délais entre la commande des clients et le recouvrement des paiements.

Les sociétés ont changé de stratégie afin de mieux s'adapter à ce nouvel environnement: en effet, les trois quarts d'entre elles se sont concentrées sur leurs principaux comptes et plus de 40% d'entre elles ont développé de nouveaux produits. Un tiers des sociétés ont déclaré que leurs craintes vis-à-vis de leurs clients actuels les ont poussées à élargir leur clientèle et un tiers ont reconnu avoir résilié des contrats avec des clients qu'elles jugeaient à haut risque.

Concernant les fournisseurs, les sociétés interrogées ont été partagées à égale proportion entre deux stratégies: la moitié d'entre elles ont réduit le nombre de leurs fournisseurs pour obtenir des prix ou des conditions plus avantageuses tandis que l'autre moitié a préféré élargir sa base de fournisseurs pour réduire les conséquences de la faillite d'un fournisseur clé. La plupart des sociétés mènent déjà une campagne de communication active avec leurs fournisseurs: la moitié d'entre elles ont négocié plus régulièrement des délais de paiement avec les fournisseurs et plus d'un quart d'entre elles ont déclaré que leurs principaux fournisseurs connaissaient des problèmes financiers.

Martin Studer, Business Risk Services Leader chez Ernst & Young EMEA, explique: "A l'heure actuelle, les entreprises n'ont aucun intérêt à être conservatrices ou inactives. Les études menées lors des précédentes récessions ont montré que les sociétés qui en ressortent gagnantes sont celles qui ont clairement identifié les opportunités pour maintenir leur développement durant le ralentissement et qui ont pris des décisions stratégiques qui les différencient de leurs concurrents. Une période de crise peut représenter l'occasion d'initier des changements plus rapidement et plus efficacement qu'en période de prospérité."

Les sociétés ont été également interrogées sur leurs priorités stratégiques au cours des 12 mois à venir. La grande majorité d'entre elles souhaitent protéger leurs actifs, améliorer leurs performances et restructurer leur activité. En ce qui concerne la gestion des liquidités, les deux tiers d'entre elles ont envisagé une étude complète de celle-ci ainsi que des flux de trésorerie actuels, la moitié une transformation de leurs indicateurs d'actifs circulants en objectifs de performance de gestion et 36% une conversion en liquidités de certains actifs.

Et quels sont les domaines où elles envisagent d'économiser à l'avenir?

Il s'est dégagé une sorte de consensus sur les domaines dans lesquels les entreprises poursuivront leur réduction des coûts: elles ont déclaré s'attendre à des économies raisonnables à substantielles dans leur chaîne de distribution (58%), les ventes et le marketing (42%), les activités (56%) et les services informatiques (43%).

D'un point de vue stratégique, 40% des sociétés mondiales et 53% des entreprises européennes ont déclaré qu'elles envisageaient sérieusement de vendre leurs activités annexes ou en baisse, d'utiliser davantage les centres de services partagés (27%), de recourir de manière plus systématique à l'externalisation (31%), de nouer des alliances stratégiques (30%) et de délocaliser leurs activités vers des pays meilleur marché (31%). Les sociétés ont notamment constaté une augmentation du rôle de l'externalisation dans les domaines de l'informatique, de la logistique et des ressources humaines. Cependant, une proportion raisonnable d'entreprises voit dans la récession une opportunité de se développer, 34% à l'international et 38% en Europe, et projettent des acquisitions stratégiques.

Louis Siegrist, Transaction Advisory Services Leader chez Ernst & Young Suisse, déclare: "Que les sociétés cherchent à vendre une partie de leur activité pour augmenter leurs liquidités dans une période difficile ou qu'elles s'emploient activement à acheter des actifs en détresse de leurs concurrents, elles appliquent les mêmes règles de base: être prêtes, être flexibles, prévoir l'impensable et prendre des mesures décisives."

Marchés émergents et croissance

Bien que la plupart des marchés développés étaient perçus comme en stagnation ou en repli, les entreprises ont encore vu des opportunités importantes sur les marchés émergents. La Chine (59%), l'Inde (45%), l'Asie du Sud-Est (26%) et l'Europe de l'Est (31%) ont été les régions du monde où la plupart des sociétés mondiales ont vu les meilleures perspectives de croissance. Environ 18% des entreprises prévoient toujours une croissance importante sur les marchés émergents dans un avenir proche, la majorité d'entre elles (57%) s'attendent à une poursuite de la croissance, néanmoins moins soutenue que les deux dernières années, et 25% estiment que la croissance ralentira de manière significative.

Mark Otty ajoute: "Les sociétés ont tout à fait raison de continuer à voir des opportunités dans les marchés émergents. Plus concrètement, un récent rapport financé par Ernst & Young a conclu que le Brésil, la Russie, l'Inde et la Chine contribueront à la croissance économique mondiale à hauteur de 40% entre 2009 et 2020."

A propos de l'étude

L'Economist Intelligence Unit a mené une enquête pour le compte d'Ernst & Young en janvier 2009 auprès de 337 membres du conseil d'administration de sociétés mondiales, dont plus de la moitié affichent un chiffre d'affaires de plus de 10 milliards USD, portant sur les conséquences de la récession sur leurs objectifs stratégiques et leur activité.

Le rapport complet est accessible sur www.ey.com/ch.

Contact:

Simone Jeanne Isermann
Ernst & Young
Porte-parole
Tél.: +41/58/286'35 '7
E-Mail: simone.isermann@ch.ey.com

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/fr/pm/100016476/100577781> abgerufen werden.