

29.10.2012 - 08:43 Uhr

Les groupes américains augmentent leur chiffre d'affaires et leur bénéfice - l'Europe dévisse

Zürich (ots) -

Analyse de l'évolution du chiffre d'affaires et des bénéfices des plus grandes entreprises d'Europe et des Etats-Unis

Net repli des marges bénéficiaires des principales entreprises d'Europe / Toujours plus d'entreprises européennes dans le rouge / Les entreprises américaines sont nettement plus rentables / 26 entreprises suisses au Top 300 européen / Les entreprises doivent réduire leurs coûts et faire preuve de davantage de souplesse

ZURICH, LE 29 OCTOBRE 2012 - Les principales entreprises européennes accusent un nouveau retard face à la concurrence de leurs consoeurs américaines: les bénéfices opérationnels (EBIT) des 300 groupes européens ayant le plus fort chiffre d'affaires ont dévissé de 4,4% par rapport à la même période de l'année précédente - a contrario, les 300 principales sociétés américaines ont pour leur part progressé de 1,8%. Et alors que la marge bénéficiaire moyenne des entreprises européennes a chuté de 11,0 à 9,8%, les groupes américains n'ont accusé qu'un léger repli de 13,3 à 12,8%. Les groupes américains, qui avaient déjà enregistré de bien meilleurs rendements lors de la même période l'an passé que leurs concurrents européens, ont ainsi pu consolider encore un peu leur avance. Ces données sont le résultat d'une analyse effectuée par la société d'audit et de conseil Ernst & Young, qui évalue l'évolution du chiffre d'affaires et des bénéfices des 300 sociétés cotées ayant le plus fort chiffre d'affaires en Europe et aux Etats-Unis sur le premier semestre de cette année par rapport à la même période de l'année précédente.

Les entreprises européennes ont certes pu noter une plus forte progression de leur chiffre d'affaires que les sociétés américaines - la hausse observée en Europe a été de 10% alors qu'elle s'établissait à 5% aux Etats-Unis - mais la majeure partie de cette hausse était imputable à des effets de change. De nombreuses sociétés européennes réalisent une part significative de leur chiffre d'affaires hors de la zone euro. Lors de la conversion en euro, des effets positifs ont été observés grâce à l'affaiblissement de la valeur de la monnaie unique. «Corrigée des effets de change, la croissance du chiffre d'affaires des entreprises européennes devrait être à peu près au niveau de celle des sociétés américaines», estime Markus Thomas Schweizer, Responsable Advisory Services chez Ernst & Young Suisse GSA (Germany, Switzerland, Austria). «Les entreprises européennes n'ont pour leur part pas pu tenir la cadence de l'évolution des bénéfices.» Malgré les effets de change, qui se sont également répercutés sur l'évolution des bénéfices, le bénéfice total des groupes européens du Top 300 a reculé de 4,4% par rapport à la même période de l'année précédente. Les groupes américains ont au contraire enregistré une croissance des bénéfices de 1,8%.

De plus, un nombre croissant de grandes sociétés européennes entrent dans le rouge: aux Etats-Unis, la proportion des entreprises enregistrant des pertes se situait au premier semestre de cette année comme pour la même période de l'année précédente à 1% - en Europe, elle a en revanche fortement augmenté, passant de 3 à 7%.

Les marges chutent plus fortement en Europe qu'aux Etats-Unis Markus Schweizer perçoit le fait que les marges des entreprises européennes soient si fortement mises sous pression comme un signal d'alarme: «Les entreprises européennes rencontrent de plus en plus de problèmes de marge. Les groupes américains maîtrisent globalement mieux leurs coûts.» Fait particulièrement préoccupant, l'écart face à la concurrence américaine s'est encore creusé. L'avance notable des entreprises américaines en termes de marge EBIT a grimpé au cours de l'année de 2,3 à 3,0%.

«En Europe, les entreprises ont trop exclusivement misé sur la croissance et de ce fait négligé de concevoir leurs modèles de gestion de manière assez souple pour pouvoir rapidement réagir à des évolutions à court terme de la demande. Dans le même temps, les coûts ont dérapé à de nombreuses reprises. Une évolution aussi négative de la conjoncture européenne en a visiblement surpris quelques-uns. Dans l'environnement actuellement très atone, les ventes ne progressent plus qu'à la faveur de promotions - ce qui exerce en retour une pression sur les marges.»

Aux Etats-Unis, la proportion des entreprises affichant une moindre marge au premier semestre 2012 que celle observée pour la même période de l'année précédente ne s'établissait qu'à 54% - quasiment une entreprise sur deux a ainsi pu augmenter ses marges. En Europe, ce ratio n'était que de une sur trois. Cette proportion se situait à 50% en Suisse, un niveau nettement supérieur à la moyenne européenne. Markus Schweizer déclare: «De nombreuses entreprises suisses ont intégré à temps les perspectives de croissance plus moroses en Europe et sur d'autres marchés développés et ont mis en oeuvre une stratégie de diversification géographique en faveur des marchés en développement. De plus, les groupes suisses, dans le sillage de la dernière crise financière, ont été bons élèves et ont réduit leurs structures de coûts de manière durable.»

Markus Schweizer ne table pas sur une amélioration notable de la situation pour l'année à venir: «2013 sera difficile - l'Europe ne donne aucune impulsion de croissance, la conjoncture outre-Atlantique est très fragile et la croissance n'est plus infinie, même en Chine. Les entreprises doivent de ce fait se préparer à une période prolongée de vaches maigres.» Il n'envisage aucune alternative à un processus conséquent d'économies et de flexibilisation: «Les coûts doivent baisser - sans quoi les marges continueront de reculer, ce qui entraînera une perte de compétitivité. Mais avant tout, il est de plus en plus important que les entreprises modernisent leurs modèles de gestion et les adaptent en permanence. L'objectif doit être de pouvoir réagir avec souplesse aux

évolutions de la demande et de faire face aux fluctuations des besoins clients», selon Markus Schweizer. Le progrès technologique, des cycles conjoncturels plus courts et le poids croissant des pays émergents sont autant de tendances qui exigent aujourd'hui une capacité et une vitesse d'adaptation importantes de la part des entreprises. «Celui qui souhaite encore être concurrentiel demain doit être prêt à se remettre en question, autant lui-même que son modèle économique, et même à se réinventer totalement en cas de besoin», rappelle Markus Schweizer.

L'art réside aussi, malgré un cycle d'économies, à rester agile et capable d'agir pour saisir les opportunités qui se présentent encore dans les périodes difficiles. Mais Markus Schweizer est optimiste: «Les entreprises suisses ont justement démontré au cours de la dernière crise qu'elles pouvaient surmonter une forte dégringolade sans compromettre leur existence. Et qu'elles se portent mieux après la crise qu'avant.»

L'évolution des entreprises suisses correspond à la concurrence européenne. En termes de croissance du chiffre d'affaires, les groupes suisses se situent légèrement en-deçà de la concurrence européenne. En comparaison annuelle, les chiffres d'affaires des groupes suisses ont progressé moins fortement que ceux des autres entreprises européennes: les groupes suisses ont en moyenne enregistré une croissance du chiffre d'affaires de 5% alors que la moyenne européenne s'élevait à 7%. L'évolution des marges a toutefois été quelque peu meilleure que sur le reste du continent. En Suisse, la marge EBIT a faibli de 8%; en Europe elle a même accusé un repli de 10%. La marge bénéficiaire moyenne des entreprises suisses a reculé de 12,2 à 11,2%, un repli qui se situe dans la bonne moyenne. Les marges ont par exemple accusé un repli plus marqué en Italie, au Royaume-Uni et en Russie.

Comme l'année précédente, 26 entreprises suisses ont pu figurer au Top 300 européen: dans le classement par pays, la Suisse se place ainsi à la quatrième place, derrière la Grande-Bretagne, la France, et l'Allemagne. A l'aune du chiffre d'affaires, la Suisse se classe en cinquième position, derrière l'Allemagne, la France, la Grande-Bretagne et les Pays-Bas.

Contact:

Fabienne Scholz
Ernst & Young
Media Relations
Tél. : +41 (0) 58 286 34 10
fabienne.scholz@ch.ey.com

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/fr/pm/100016476/100727238> abgerufen werden.