# Le joli rebond des géants des PGC

La 16e édition de l'étude annuelle menée par OC&C Strategy Consultants sur la performance financière des 50 plus grands producteurs mondiaux de biens de grande consommation montre une année 2017 satisfaisante pour ces multinationales.

**1096 milliards de dollars**

Le chiffre d'affaires dans les PGC des 50 géants du secteur en 2017

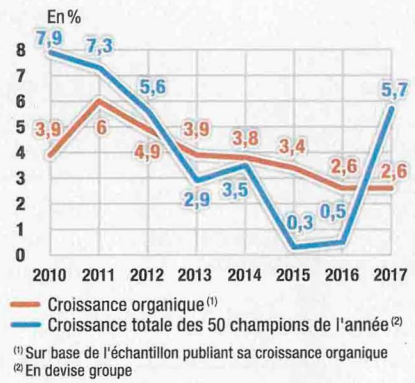
Sources : rapports annuels, analyses OC&C

Retrouvez plus de données sur **LSA.FR**

Après une année 2016 d'inertie en matière de fusions-acquisitions, 2017 a été l'année du réveil des multinationales. Le nombre de transactions est monté en flèche pour atteindre 60, score inégalé depuis seize ans. L'industrie a surmonté l'incertitude alimentée par la montée des dirigeants populistes en Europe et aux États-Unis et a redoublé d'initiatives. Il en découle que la croissance globale des revenus de ce top 50 est passée de 0,5 % en 2016 à un impressionnant 5,7 % en 2017, ce qui représente une augmentation de valeur de 145 milliards de dollars.

Dans les animateurs de l'année, on distingue British American Tobacco, qui a racheté Reynolds American. Dans le même secteur, Japan Tobacco s'est lancé dans une série de six transactions afin de progresser dans les pays émergents. De même, Nestlé a mis la main sur un distributeur de café égyptien et L'Oréal a acheté une entreprise de cosmétiques mexicaine.

Il ne faut pourtant pas s'emballer car le bond des ventes de 5,7 % masque le défi que constitue la stagnation de la croissance organique à 2,6 %. Malgré une légère amélioration par rapport à 2016, le volume n'a représenté que 0,4 point de la croissance organique puisque les industriels ont dû se battre contre de nouveaux acteurs. Un cas particulier notable est celui de Heineken, qui a mieux réussi que l'ensemble du marché en se concentrant sur le premium et en renforçant son ancrage dans les géographies émergentes.




(1) Sur base de l'échantillon publiant sa croissance organique
(2) En devise groupe

**UNE SPIRALE NÉGATIVE ENRAYÉE**

Après cinq années de baisse et une stabilisation à un niveau faible en 2016, la croissance des champions mondiaux des PGC a retrouvé en 2017 une performance inédite depuis 2012. La croissance organique, elle aussi, enraye sa chute, mais sans rebondir.

Sources : rapports annuels, analyses OC&C

## Les marges en hausse

Néanmoins, la majorité des acteurs du top 50 s'est reposée sur le prix et/ou sur le mix produits pour booster la croissance de leurs revenus. Soit grâce à l'aide de forces extérieures, à l'exemple d'Arla Foods qui a bénéficié de l'inflation des prix des produits laitiers, soit grâce à leurs initiatives, comme celle de Coca-Cola sur l'optimisation de la taille des emballages. Or, trop se reposer sur le prix et/ou sur le mix produits pour renforcer la croissance organique est une stratégie risquée. Avec une croissance du volume organique inférieure à la croissance de la population (qui est environ de 1,1 %), les multinationales échouent à capter une base de consommateurs croissante. À moins que ces entreprises n'apprennent de leurs concurrents plus petits et agiles, elles continueront de perdre des parts de marché au profit de ces derniers.

Toutefois, les multinationales des PGC poursuivent la tendance des cinq dernières années d'une amélioration de la marge brute avec 0,7 point de plus. Ces champions ont également amélioré leur marge nette, pour la première fois en trois ans, également de 0,7 point. Cette amélioration est principalement portée par le gel ou la coupe des coûts opérationnels, de R&D et de marketing. Reste à voir si cela fournira de bonnes bases pour une restauration de la croissance sur le long terme.

OC&C, AVEC Y. P.