

# Adidas accélère, porté par la reprise des activités sportives

La très bonne tenue des ventes au premier semestre a conduit l'équipementier à relever ses prévisions.

Par [Marie Bartnik](#)

Publié le 05/08/2021 à 17:56, mis à jour le 05/08/2021 à 17:56



Adidas table sur une croissance des ventes de 20% en année pleine, malgré la pandémie de Covid-19. *CHRISTOF STACHE/AFP*

Les équipementiers profitent à plein du retour des consommateurs dans les salles de sport. Après le leader américain Nike, qui s'est félicité fin juin d'un début d'année record, Adidas a publié à son tour, jeudi, des ventes en forte hausse qui l'ont conduit à relever ses objectifs annuels. Il table désormais sur une croissance des ventes de 20% en année pleine, et sur un bénéfice de 1,5 milliard d'euros en 2021, contre 1,4 milliard d'euros précédemment anticipé.

Le deuxième trimestre a été particulièrement porteur. Le chiffre d'affaires du groupe allemand a progressé de 55% au cours de cette période et de 40% lors de la première partie de l'année, à 10,3 milliards d'euros. «*Avec le retour du sport sur le devant de la scène cet été, nous avons réalisé une belle performance*», a constaté le PDG

d'Adidas, Kasper Rorsted. *La force de nos marques et une demande pour nos produits supérieure à ce que nous anticipions ont dopé notre chiffre d'affaires et nos bénéfices.»*

Au deuxième trimestre, Adidas a généré 387 millions d'euros de bénéfices, contre une perte de 243 millions d'euros l'année précédente. L'équipementier allemand a vendu ses produits dans de meilleures conditions, en recourant moins aux promotions, ce qui a dopé sa marge. Cela a plus que compensé les hausses de coûts d'approvisionnement du groupe, frappé comme les autres industriels par la hausse du prix des matières premières.

## Usines vietnamiennes fermées

Les marchés, pourtant, ont réservé jeudi un accueil glacial à ces performances. L'action Adidas a perdu plus de 5% dans la foulée de ces annonces. Les performances du groupe sont très variables d'une région à l'autre. Si les ventes ont presque doublé en Europe et aux États-Unis au deuxième trimestre, elles ont chuté de près de 16% en Chine, où certains consommateurs ont boudé les marques occidentales qui avaient pris position contre le travail forcé des Ouïghours en boycottant le coton du Xinjiang. La société réalise environ 20% de ses ventes en Chine. Le rival américain d'Adidas, Nike, avait publié en juin des ventes chinoises en hausse de 9% entre mars et mai.

Adidas explique principalement ce trou d'air par *«la forte reprise connue par la Chine l'année dernière à la même période. Les ventes, en mai et juin, y ont connu des progressions à deux chiffres»*. L'équipementier s'attend à une croissance des ventes en Chine sur l'ensemble de l'année.

La capacité du groupe à répondre à la demande est une autre source de préoccupation des investisseurs. La reprise de l'épidémie de Covid en Asie a conduit à la fermeture d'usines sous-traitantes d'Adidas dans le sud du Vietnam. Selon *Bloomberg*, le groupe allemand s'est fourni dans ce pays, en 2020, à hauteur du tiers de sa production. Le défaut vietnamien tombe d'autant plus mal qu'Adidas a justement réduit ses stocks ces derniers mois. Le directeur financier du groupe, Harm Ohlmeyer, a précisé que les prévisions de croissance incluent ces difficultés potentielles à répondre à la demande des consommateurs, notamment lors de la cruciale période de Noël.