

Nike rattrapé par les aléas logistiques qui gonflent ses stocks



Nike a vu ses inventaires bondir de près de moitié sur un an au premier trimestre 2022/23 en raison d'un important nombre de cargaisons en transit. (archives)
ATS

La demande pour les articles de sport de Nike, les baskets Jordan et les Converse, reste solide, mais les profits de la maison mère sont érodés par les grosses remises destinées à écouler ses stocks gonflés par des aléas logistiques, et la hausse du dollar.

30.9.2022 - 07:51

Dans un marché très nerveux, l'action du groupe a lâché plus de 10% après la publication de ses résultats trimestriels jeudi soir.

Le chiffre d'affaires de Nike est pourtant reparti à la hausse, augmentant de 4% de juin à août, période correspondant à son premier trimestre

comptable, pour atteindre 12,7 milliards de dollars (12,4 milliards de francs).

Il a augmenté dans toutes les régions, sauf dans la zone regroupant la Chine continentale/Hong Kong/Macao/Taiwan, soumis à des confinements stricts à cause du Covid-19 pendant la période.

Si les effets de change n'étaient pas pris en compte, les ventes totales seraient en hausse de 10%.

Mais le bénéfice net du groupe a, de son côté, reculé de 22% à 1,5 milliard de dollars.

La marge brute du groupe pâtit notamment de dépenses de fret et logistiques élevées, a expliqué Nike.

L'entreprise a parallèlement dû proposer de grosses réductions sur les prix de certains produits qu'elle vend directement dans ses magasins ou en ligne.

Pas de ralentissement de la demande

Nike a en effet vu ses inventaires bondir au total de 44% par rapport à la même période en 2021, en raison surtout d'un important nombre de cargaisons actuellement en transit, a expliqué le directeur financier Matt Friend lors d'une conférence téléphonique.

L'an dernier à la même époque, plusieurs usines au Vietnam et en Indonésie avaient dû fermer à cause de pics de Covid, y suspendant la production et donc les exportations. De nombreux distributeurs ont aussi décidé cette année de passer plus tôt qu'habituellement les commandes pour les fêtes de fin d'année tandis que les temps de livraison sont plus imprévisibles.

Or le groupe veut s'assurer d'avoir dans les rayons les dernières nouveautés et procède pour se faire à de grosses démarques pour écouler les stocks en place. Une stratégie accentuée par la nécessité de s'aligner avec les promotions effectuées actuellement par d'autres grands groupes vendant des vêtements.

Autre source de pression: la forte montée du dollar ces derniers mois, qui abaisse la valeur des ventes effectuées dans d'autres monnaies.

Le groupe s'attend à ce que, sur l'ensemble de l'année, les effets de taux de change affectent son chiffre d'affaires à hauteur de 4 milliards de dollars.

Evoquant les mois à venir, «nous n'avons pas encore vu de ralentissement de la demande», a répété le directeur général, John Donahoe, lors de la conférence téléphonique.

«Ceci dit, nous n'avons pas de boule de cristal sur les facteurs externes, qu'il s'agisse du marché des devises, de l'inflation ou de l'impact des prix de l'énergie sur les dépenses de consommateurs», a-t-il ajouté.

Pour Neil Saunders, spécialiste du secteur de la distribution pour GlobalData, «bien qu'elle ne soit pas à l'abri des défis économiques, l'entreprise prouve qu'elle peut gérer avec succès les changements de la demande». «Cependant, le prix de son agilité se fait au détriment du profit», ajoute-t-il dans une note.

Le groupe va continuer à faire face dans les prochains mois aux éléments pesants sur ses marges. La question désormais est de savoir si les consommateurs vont maintenir leurs dépenses, en particulier en Amérique du Nord, estime M. Saunders.