

«Le départ brutal de Mark Schneider est lié au plongeon du titre Nestlé»

Le groupe de Vevey peine à écouler davantage de produits, alors que la concurrence, par exemple Unilever ou Coca-Cola, y parvient. Le CEO du groupe s'en va avec effet immédiat.



Mark Schneider en février 2023, lors d'une conférence sur les résultats du groupe.
KEYSTONE/Anthony Anex

Un véritable tremblement de terre. Le départ brutal du patron de Nestlé, [Mark Schneider](#), annoncé ce jeudi, a surpris le monde financier. Historiquement, les changements à la tête du propriétaire des marques Maggi, Contrex, Buitoni, Cailler, Frisco, Nescafé ou encore Purina s'opèrent en douceur. Le point avec Jérôme Schupp, responsable de l'investissement chez Prime Partners.

Nestlé a plongé en Bourse de 25% depuis début 2022, alors que Novartis a grimpé de 30%. Pourquoi cette différence, alors que les deux sociétés sont considérées comme des valeurs défensives. Cela a-t-il précipité le départ de Mark Schneider?

C'est clairement l'une des raisons de son départ brutal. Il y a un certain nombre d'actionnaires qui devenaient impatients et qui ont fait pression. De plus, les résultats de l'été n'ont rien arrangé, avec des volumes de ventes décevants.

Qu'est-ce qui cloche dans la stratégie de Nestlé?

Le groupe, qui reste le numéro un mondial de l'alimentation, perd des parts de marché. Cela veut dire que ses concurrents sont plus malins.

Cela est dû à quoi?

Après le coronavirus et avec la guerre en Ukraine, les entreprises alimentaires ont fortement relevé leurs prix pour compenser la hausse des tarifs de l'énergie, du transport et des matières premières. Cela avait permis de maintenir les marges et d'assurer la croissance des chiffres d'affaires, alors que les volumes écoulés, eux, reculaient plutôt dans le secteur. En clair, on vendait moins de yogourts et d'aliments pour chats, mais plus cher. Nestlé peine aujourd'hui à vendre davantage.

La croissance du géant de Vevey proviendrait donc uniquement des hausses de prix ces dernières années. Une plaque de chocolat au lait Cailler est, par exemple, passée de moins de deux francs avant le coronavirus à deux francs soixante aujourd'hui à la Coop. C'est bien cela?

Oui, mais uniquement depuis 2022, un exercice marqué par la sortie de la pandémie et l'invasion russe. Dans le domaine, on a toujours eu un bon équilibre entre la croissance liée à la hausse des prix et celle provenant de la hausse des volumes écoulés. Là on a perdu cet équilibre, en particulier chez Nestlé.

Avec l'érosion du pouvoir d'achat des consommateurs, cette stratégie n'est-elle pas risquée? Les gens ne risquent-ils pas de se détourner des produits Nestlé qui renchérissent, et favoriser la concurrence?

Oui. En France, j'observe que les marques concurrentes, notamment celles des grands distributeurs, prennent déjà des parts de marché aux géants du secteur comme Danone ou Nestlé. La bonne réaction serait de faire davantage de marketing et d'innover en lançant de nouveaux produits. Il est probable que ces efforts soient insuffisants chez Nestlé.

En provoquant un peu, ne peut-on pas dire que le géant de Vevey est à contre-tendance? Une partie de son chiffre d'affaires reste liée à la malbouffe (surgelés, glaces, chocolat), alors que l'on parle de plus en plus de la nécessité de bien se nourrir pour éviter les problèmes de santé (moins de sel et de sucre)?

Sous l'impulsion de Mark Schneider qui avait pris la tête de Nestlé en 2016, le groupe est sorti en partie des secteurs liés à la malbouffe. La vente de la marque de jambon et des saucisses Herta en est un exemple. L'entreprise a réorienté sa stratégie en privilégiant davantage la santé, réduisant le sucre et le sel de ses articles, à l'image des céréales Chocapic. Mais Nestlé ne peut pas tourner le dos à tous ses produits et perdre sa clientèle.

L'eau en bouteille, segment où le groupe est très présent, avec les problèmes de pollution plastique que cela engendre et les scandales liés aux traitements non autorisés parfois réalisés pour la purifier, n'est pas très positive pour l'image de Nestlé. Un problème, selon vous?

Le seul scandale qui me hérise véritablement le poil est celui lié aux pizzas Buitoni. Des enfants sont morts et le groupe a essayé de diluer sa responsabilité en impliquant des fournisseurs. C'est inacceptable de la part d'un groupe comme Nestlé.

Et l'eau?

Pour ce qui est de l'eau, les autorités suisses et françaises étaient au courant des risques de pollution des nappes phréatiques liés à l'agriculture, et du fait que Nestlé n'avait pas d'autre choix

que de dépolluer ses eaux avant de les commercialiser. On a donc surtout affaire à une tromperie commerciale, car cette eau ne pouvait pas être considérée comme 100% naturelle.

Le nouveau CEO Laurent Freixe, issu du sérail, est-il la bonne personne pour changer les choses?

C'est encore un peu tôt pour le dire. Mais je pense que c'est assez positif, car il va pouvoir venir très rapidement avec un plan pour faire regagner des parts de marché à Nestlé, puisqu'il connaît bien la maison.

N'aurait-il pas fallu quelqu'un qui apporte un œil neuf sur l'entreprise?

Non, pas forcément. Je ne pense pas que Nestlé soit mal géré. Les marges du groupe atteignent des niveaux record, tout [comme les bénéfices](#). Il ne faut pas s'attendre à une révolution de palais. Laurent Freixe connaît le groupe comme sa poche. Il ne va pas vendre des grands segments d'activité et en acheter d'autres. En vérité, il fallait un choc pour dire aux investisseurs qu'ils avaient été entendus et compris. On sait que vous n'êtes pas contents, alors on change d'entraîneur.

La brutalité du départ du CEO n'est-elle pas troublante? Le conseil d'administration n'est-il pas aussi responsable de la chute de l'action, car ce dernier a pour mission de valider et contrôler la stratégie de la direction générale.

Oui, il y a une responsabilité commune. Mais c'est un peu particulier, car le groupe affiche une très bonne santé. Il fallait donc une certaine brutalité pour satisfaire les investisseurs, mais sans tout bouleverser pour autant. Le nouveau directeur général peut apporter immédiatement ses idées d'amélioration. C'est positif, car les investisseurs devront être rapidement convaincus que le groupe peut vendre davantage. Sans cela, le titre ne grimpera pas facilement en Bourse.

Le président du CA ne devrait-il pas aussi démissionner?

Non. Le géant pharmaceutique Roche a aussi traversé une phase difficile, et Novartis également avant lui. Alors, si on changeait l'ensemble de l'équipe dirigeante à chaque fois qu'un cours de Bourse plonge, on fragiliserait à coup sûr tout l'édifice. Et on n'avancerait jamais, car les plans d'investissement sont fixés à cinq ans. Il faut donc de la stabilité. Je rappelle par ailleurs que la rentabilité de Nestlé est excellente.



[Nicolas Pinguely](#)

Publié: 23.08.2024