

Nestlé, le géant qui doit bouger plus vite

Pierre Veya

Chef de la rubrique
Économie



Nestlé est engagé dans une transformation qui rompt avec son image d'un géant de l'alimentation à la force tranquille. Non seulement le nouveau patron du groupe, Mark Schneider, a initié des coupes drastiques dans ses unités d'affaires, mais il doit réussir à repositionner l'empire. C'est une tâche difficile. Elle intervient dans un contexte où l'accélération de l'innovation sera la clé du succès. Pendant longtemps, Nestlé a pu se reposer sur la puissance de ses marques, son formidable réseau international et ses immenses capacités marketing. Sa solidité financière lui a permis de conserver des parts de marché confortables. Mais aujourd'hui, cela ne suffit plus. Son offensive dans le café avec le rachat de Starbucks montre que la multinationale de Vevey doit passer la vitesse supérieure pour s'établir durablement dans l'un des prochains marchés les plus prometteurs, la Chine.

«La tâche de repositionner l'empire intervient dans un contexte où l'accélération de l'innovation sera la clé du succès»

Parallèlement, Nestlé cherche à se réinventer dans une industrie agroalimentaire qui a pris tardivement le chemin du bio et des aliments sains. Les géants ne sont pas les mieux placés dans la vague verte, du moins pas dans les pays industrialisés où la préférence pour des produits locaux et frais semble a priori incompatible avec l'idée d'aliments fabriqués à une échelle industrielle. La preuve? En quelques mois, Nestlé a été contraint de racheter des sociétés bios nord-américaines en forte croissance et qui disposent d'un savoir-faire qui lui faisait défaut jusqu'ici. Dans la même veine, Nestlé doit mettre les bouchées doubles pour revoir la chaîne de ses emballages et s'émanciper du tout plastique.

Mark Schneider n'a que quelques années pour réussir une transition écologique qui jusqu'ici tentait, au mieux, d'anticiper les nouvelles normes. Il sait qu'il doit faire plus, tout en préservant une marge bénéficiaire qui demeure inférieure aux attentes de ses actionnaires. La bonne nouvelle: Nestlé dispose des ressources internes et d'une capacité de recherche remarquable. Mais y parviendra-t-il dans les temps? Là réside probablement son principal défi. **Page 15**