

AGROALIMENTAIRE

Le rachat de Wrigley par Mars relance la bataille entre géants de la confiserie

Le milliardaire américain Warren Buffett financera l'opération qui, selon les spécialistes, devrait donner lieu à une reprise du chocolatier Hershey's par Cadbury.

AGNÈS PEDRERO

La consolidation de la confiserie avance à grands pas. Le groupe agroalimentaire Mars, non coté, a annoncé hier qu'il reprenait pour 23 milliards de dollars le numéro un mondial du chewing-gum, l'américain Wrigley, listé à New York. Les deux entités resteront indépendantes. Mars (22 milliards de ventes annuelles) renforcera même Wrigley (5,4 milliards de chiffre d'affaires en 2007) en transférant ses marques de sucreries hors chocolat, comme les bonbons Starburst et Skittles, dans son portefeuille. Les actionnaires de Wrigley recevront 80 dollars par action, en cash, soit 28,1% de plus que le cours de l'action vendredi soir. Les marges du numéro un de la gomme avoisinent les 20%

La transaction sera en partie financée par Berkshire Hathaway, le fonds d'investissement géré par l'oracle d'Omaha, le milliardaire américain Warren Buffett. Ce dernier obtiendra en échange une part minoritaire dans la filiale du spécialiste de la pâte à mâcher. «Warren Buffett a compris quel était le potentiel de croissance de Wrigley et de ce marché», juge **James Amoroso**, directeur de Food Industry Consultancy **Amoroso**. Car, qu'elle soit à la chlorophylle ou au sucre, la gomme à mâcher fait des envieux parmi les confiseurs. En termes de ventes, les volumes restent encore inférieurs à d'autres segments de l'agroalimentaire. Mais les fabricants enregistrent depuis plusieurs années les taux de croissance les plus élevés de la branche (voir le graphique ci-dessous) et la rentabilité du produit est également supérieure. Preuve en est des marges opérationnelles de Wrigley, de 18,11% en 2007, devançant Nestlé, Kraft Foods, Lindt & Sprüngli, Godiva et Cadbury.

Redécouvert au XVI^e siècle par les explorateurs espagnols qui prirent pied en Amérique centrale, le «chicle» poursuit son expansion mondiale, même si les Etats-Unis demeurent le marché de la «gomme» par excellence. Sur les 982.200 tonnes vendues en 2007, environ 30% ont été mastiquées outre-Atlantique, suivi du Brésil (15%) et de la Chine (14%). Les

Européens étant loin derrière. En ce qui concerne les différents produits, les chewing-gums dits fonctionnels (comme les gommes dentaires ou antitabac) font figure de formule 1 du secteur, avec un taux de croissance annuel du chiffre d'affaires de 15%. Un potentiel qui attise l'appétit des confiseurs. L'union de Mars et Wrigley donne naissance au numéro un mondial du marché des bonbons et sucreries et promet d'augurer une vague de concentration. La réaction de Cadbury ne devrait d'ailleurs pas tarder, estiment la plupart des analystes. Délesté d'ici peu de ses activités boissons, le numéro deux mondial de la branche pourrait faire entrer dans son giron le chocolatier américain Hershey's, dont les marges d'exploitation ont atteint 17,62% en 2007, soit les plus élevées de tous les fabricants de produits sucrés. D'autres mouvements sont sans doute à venir. «Je n'exclus pas une contre-offre de Nestlé», avançait Claudia Lenz de Vontobel, avant l'officialisation du rapprochement entre Mars et Wrigley. Une opinion que ne partage pas **James Amoroso**: «Ce n'est ni le bon moment, ni le bon secteur. Le groupe suisse préfère se centrer sur le chocolat.»

© L'Agefi 2004. Tous droits réservés.