septembre 2020

Würth

Repli de 3,1% sur le premier semestre

Alors qu'en 2020, le groupe Würth fête ses 75 ans, il affiche sur le premier semestre une baisse de ses ventes de 3,1%. Établi à 6,9 milliards d'euros, son chiffre d'affaires recule à la fois en Allemagne (-0,5%) et, dans une plus large mesure, à l'étranger (-4,9%). « Étant donné le contexte actuel de pandémie mondiale, nous sommes plus que satisfaits de cette évolution relativement stable » déclare Robert Friedmann, président et porte-parole de la direction du Groupe Würth. « *Grâce à la prise en compte de l'artisanat comme un commerce essentiel et à la mise en place réussie de notre infrastructure digitale pour les processus de commande et d'approvisionnement ces dernières années, nous avons toujours été en mesure de livrer nos produits et nous n'avons pas subi de goulot d'étranglement dans l'approvisionnement* ».

Le groupe a effectivement bénéficié de la dynamique du secteur du bâtiment sur les premiers mois de l'année 2020, avec une hausse de 9,2% par rapport à l'année dernière sur cet univers. Mais il ressent évidemment les grandes difficultés de l'industrie automobile. Dans ce contexte de crise, l'e-business apparaît comme un stabilisateur, notamment dans les pays durement touchés par la Covid-19, comme l'Italie, la France et l'Espagne où les filiales du groupe ont particulièrement ressenti les effets de la crise. Ainsi, en France, l'e-business a progressé de 27,8% au cours du premier semestre 2020. Prise au niveau du groupe, la part du commerce en ligne a augmenté de 20%.

Sans surprise, avec 280 millions d'euros à la fin du premier semestre 2020, le résultat d'exploitation du groupe est largement en dessous de celui de l'année précédente, situé à 340 millions d'euros. « C'est une baisse que nous allons devoir gérer. Cependant, compte tenu des circonstances, nous sommes plutôt satisfaits de ces résultats. Pour l'heure, nous examinons toutes nos options en termes d'activités de vente et de gestion des coûts afin de nous assurer de notre capacité à convertir cette crise en opportunité » conclut Robert Friedmann.