

Adidas accélère, porté par la reprise des activités sportives

La très bonne tenue des ventes au premier semestre a conduit l'équipementier à relever ses prévisions.

Par [Marie Bartnik](#)

Publié le 05/08/2021 à 17:56, mis à jour le 05/08/2021 à 17:56



Adidas table sur une croissance des ventes de 20% en année pleine, malgré la pandémie de Covid-19. *CHRISTOF STACHE/AFP*

Les équipementiers profitent à plein du retour des consommateurs dans les salles de sport. Après le leader américain Nike, qui s'est félicité fin juin d'un début d'année record, Adidas a publié à son tour, jeudi, des ventes en forte hausse qui l'ont conduit à relever ses objectifs annuels. Il table désormais sur une croissance des ventes de 20% en année pleine, et sur un bénéfice de 1,5 milliard d'euros en 2021, contre 1,4 milliard d'euros précédemment anticipé.

Le deuxième trimestre a été particulièrement porteur. Le chiffre d'affaires du groupe allemand a progressé de 55% au cours de cette période et de 40% lors de la première partie de l'année, à 10,3 milliards d'euros. «*Avec le retour du sport sur le devant de la scène cet été, nous avons réalisé une belle performance*», a constaté le PDG

d'Adidas, Kasper Rorsted. *La force de nos marques et une demande pour nos produits supérieure à ce que nous anticipions ont dopé notre chiffre d'affaires et nos bénéfices.»*

Au deuxième trimestre, Adidas a généré 387 millions d'euros de bénéfices, contre une perte de 243 millions d'euros l'année précédente. L'équipementier allemand a vendu ses produits dans de meilleures conditions, en recourant moins aux promotions, ce qui a dopé sa marge. Cela a plus que compensé les hausses de coûts d'approvisionnement du groupe, frappé comme les autres industriels par la hausse du prix des matières premières.

Usines vietnamiennes fermées

Les marchés, pourtant, ont réservé jeudi un accueil glacial à ces performances. L'action Adidas a perdu plus de 5% dans la foulée de ces annonces. Les performances du groupe sont très variables d'une région à l'autre. Si les ventes ont presque doublé en Europe et aux États-Unis au deuxième trimestre, elles ont chuté de près de 16% en Chine, où certains consommateurs ont boudé les marques occidentales qui avaient pris position contre le travail forcé des Ouïghours en boycottant le coton du Xinjiang. La société réalise environ 20% de ses ventes en Chine. Le rival américain d'Adidas, Nike, avait publié en juin des ventes chinoises en hausse de 9% entre mars et mai.

Adidas explique principalement ce trou d'air par *«la forte reprise connue par la Chine l'année dernière à la même période. Les ventes, en mai et juin, y ont connu des progressions à deux chiffres»*. L'équipementier s'attend à une croissance des ventes en Chine sur l'ensemble de l'année.

La capacité du groupe à répondre à la demande est une autre source de préoccupation des investisseurs. La reprise de l'épidémie de Covid en Asie a conduit à la fermeture d'usines sous-traitantes d'Adidas dans le sud du Vietnam. Selon *Bloomberg*, le groupe allemand s'est fourni dans ce pays, en 2020, à hauteur du tiers de sa production. Le défaut vietnamien tombe d'autant plus mal qu'Adidas a justement réduit ses stocks ces derniers mois. Le directeur financier du groupe, Harm Ohlmeyer, a précisé que les prévisions de croissance incluent ces difficultés potentielles à répondre à la demande des consommateurs, notamment lors de la cruciale période de Noël.