

## L'impact du changement de méthode comptable

**AT&T. L'américain va passer une charge exceptionnelle de près de 3 milliards de dollars.**

L'opérateur de télécommunications AT&T a annoncé hier qu'il allait passer une charge exceptionnelle comptable de 2,7 milliards de dollars au quatrième trimestre à la suite d'un changement de méthode comptable.

AT&T «a annoncé dans un document remis aux autorités boursières (SEC) que pour améliorer la transparence de ses comptes trimestriels publiés, il avait changé sa méthode d'enregistrement des gains et pertes actuariels (taux de rendement actualisé d'un capital dont le remboursement et le paiement des intérêts sont échelonnés dans le temps, ndr) pour les retraites et autres prestations post-retraite». «Ces gains et pertes seront maintenant reconnus pendant l'année au cours de laquelle ils sont ressentis, plutôt qu'amortis sur plu-

sieurs années, et seront enregistrés au quatrième trimestre de chaque année», précise le communiqué de l'opérateur.

«AT&T s'attend à ce que l'impact de ces changements comptables au quatrième trimestre se traduise par une charge comptable avant impôt d'environ 2,7 milliards de dollars, ou 28 cents par action», ajoute le communiqué.

L'opérateur «s'attend à ce que cette approche (...) se traduise par des résultats plus simples et transparents en les liant directement aux rendements de marché actuels, aux taux d'intérêt et aux coûts des soins médicaux», précise-t-il.

L'action d'AT&T reculait de 0,32% à 27,95 dollars vers 15H00 GMT.

L'opérateur téléphonique avait publié au troisième trimestre un bénéfice net de 12,339 milliards de dollars, multiplié par près de quatre grâce à une grosse ristourne fiscale et la vente d'une filiale. Il publiera ses comptes du quatrième trimestre le 27 janvier. ■

## Le profit warning d'Infosys Technologies

L'indien Infosys Technologies a publié jeudi un bénéfice net trimestriel inférieur aux attentes, assorti d'une mise en garde sur ses prochains résultats, qui pourraient pâtir d'une reprise économique demeurant faible sur les marchés des pays développés.

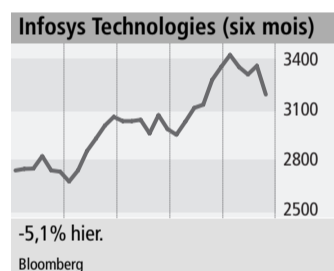
Le numéro deux indien de l'informatique a enregistré un bénéfice net consolidé de 17,8 milliards de roupies (397 millions de dollars) au troisième trimestre (octobre-décembre) de son exercice 2010, en hausse de 14,1% sur un an jugé décevant par le marché.

Les analystes anticipaient une hausse de 18% de son bénéfice mais une roupie forte et les coûts salariaux ont contrebalancé une amélioration de la demande.

L'action Infosys cédait 4,2% à 3232,05 roupies à la mi-journée à la Bourse de Bombay.

Infosys a par ailleurs annoncé tabler sur un chiffre d'affaires annuel (son exercice s'achève le 31 mars) compris entre 6,04 et 6,06 milliards de dollars, dont la hausse sera comprise entre 25,7% et 26,1%.

«Une faible reprise économique dans les marchés développés associée à de forts taux de chômage et à un risque lié à la situation de la dette (dans les pays développés) pourraient brider la croissance de l'industrie», a mis en garde le di-



recteur d'Infosys, Kris Gopalakrishnan, cité dans un communiqué.

La plupart des groupes informatiques indiens explorent de nouveaux marchés en Chine, en Amérique latine, en Europe de l'est, au Proche-Orient et en Afrique pour augmenter leur chiffre d'affaire, la croissance continuant à stagner sur les principaux marchés, aux Etats-Unis et en Europe. Le chiffre d'affaires trimestriel d'Infosys a progressé de 24% à 71,06 milliards de roupies.

Infosys a aussi mis en garde contre «une plus grande volatilité» des devises étrangères en raison d'incertitudes sur la reprise économique mondiale.

Le groupe, attentivement observé par les investisseurs qui le considéraient comme un baromètre du secteur technologique en Inde, a annoncé avoir gagné au cours du trimestre quelque 40 clients. Il employait 127.779 personnes à la fin 2010. ■

### FAST RETAILING: recul marqué des résultats

Le groupe d'habillement japonais Fast Retailing a fait état d'un recul de ses ventes et profits au premier trimestre de son exercice 2010-2011, par rapport aux résultats un an plus tôt, en raison d'un été trop long qui a amoindri les ventes de vêtements d'automne Uniqlo au Japon. Le repli observé est aussi le contrecoup des très bons chiffres des premiers mois de l'année antérieure, a expliqué le groupe. Pour les trois mois de septembre à novembre 2010, Fast Retailing a dégagé un bénéfice net de 22,71 milliards de yens (206 millions d'euros), en baisse de 34,9% sur un an. Cette déconvenue provient d'un déclin de 4,7% de son chiffre d'affaires trimestriel, à 251 milliards de yens (2,3 milliards d'euros), en dépit de l'extension du nombre de points de vente à l'étranger. Le profit d'exploitation du groupe s'est pour sa part établi à 49,85 milliards de yens (450 millions d'euros), en baisse de 18,4% sur un an.

# La fibre optique entre dans une nouvelle dimension

*L'explosion des vidéos en streaming encombre le trafic. Nécessitant de repenser totalement l'architecture des réseaux.*

ALEXIS DAWANCE\*

Le trafic internet rencontre actuellement une croissance exponentielle, principalement du à l'augmentation de la vidéo haute définition en streaming et autres applications multimédias. L'augmentation de la bande passante a accru la pression sur la capacité actuelle du réseau. D'après les prévisions de Cisco, le volume du trafic sur Internet devrait tripler d'ici 2 ans. La bulle des années 2000 dans les technologies de l'information a généré des afflux massifs de capitaux conduisant à des dépenses énormes dans le secteur, si bien que nombreuses sont les sociétés qui ont fait faillite croulant sous la dette suite aux surcapacités déployées.

Les tubes composés de nombreuses fibres optiques posés dans le monde entier est un bel exemple. En effet, sur les nombreuses fibres contenues dans le sol, seulement une est généralement en fonction... Les autres sont appelées «dark fibers». Ce n'est qu'aujourd'hui, 10 ans plus tard, que nous devons enfin utiliser cette énorme capacité mise en place. Il y a encore deux ans seul 30% du réseau était utilisé. Aujourd'hui l'explosion des vidéos en streaming encombre le trafic

actuel qui approche les 80% de la bande passante disponible dans certaines régions. D'ailleurs des discussions sont en cours aux Etats-Unis pour éventuellement faire payer les sociétés comme Netflix, accusée d'encombrer le réseau aux heures de pointes avec leurs films sur internet.

Les opérateurs se retrouvent donc contraints de devoir «allumer» une seconde fibre ou d'upgrader celle existante, initiant par conséquent une grosse vague d'achat de com-

posants optiques tels que des lasers, des amplificateurs de signaux et des re-calibreurs. Cisco, Ciena ou Juniper et les Chinois de Huawei vont certainement bénéficier de ce trend mais nous pensons que les mieux positionnés se trouvent plus haut dans la chaîne de valeur. En effet nous préférons leurs fournisseurs en composants optique. Des sommes énormes ont été dépensés dans les années 2000 dans plus de 700 sociétés actives dans ce secteur... La suite est moins glo-

rieuse et les rendements pour les investisseurs pas au rendez-vous. Les faillites et les fusions ont divisé par 4 le nombre d'acteurs dans les composants optiques. La consolidation dans le top 10 va aussi avoir un effet positif sur leur «pricing Power». En effet aujourd'hui quatre compagnies, (JDSU, Oclaro, Finisar et Opnext) se partagent 55% du marché des composants optique contre 39% en 2006. Ces sociétés ont été non profitable pendant 10 ans arrivant enfin au bout

sants optiques. En effet, internet devient de moins en moins électronique et de plus en plus photonique. Sa structure de ring va évoluer vers un réseau «mesh» qui va réduire le nombre de multiplexeurs mais qui va augmenter le nombre et la complexité des POTS (Packet optical transport system) dans le réseau «Metro». Cette transition va augmenter la vitesse d'internet en dirigeant le trafic directement à sa destination sans perdre du temps sur les rings comme auparavant, produisant, par exemple, des vidéos de mauvaise qualité pour l'internaute. Enfin la vitalisation du réseau qui va partager la puissance de calcul des serveurs sur plusieurs clients, ainsi que le «cloud computing» vont augmenter le trafic sur les serveurs SAN (Storage Area Network). La demande pour des produits optique plus rapide en résulte, nécessitant un remplaçant les composants actuels 10GB/sec par des éléments tournant à 40GB/sec voir même 100 GB/sec à partir de 2012. Cette vague d'upgrade dans les data-centers va aussi être un vecteur de croissance pour les leaders du secteur qui maîtrisent ces technologies.

\* Global-Cap



LES OPERATEURS DOIVENT «ALLUMER» UNE SECONDE FIBRE OU UPGRADER CELLE EXISTANTE. INITIANT UNE VAGUE D'ACHAT DE COMPOSANTS OPTIQUES.

mand Metro, le britannique Tesco et le groupe allemand de magasins discount Schwarz (Lidl). Parmi les français, Auchan est 15<sup>e</sup> du classement mondial, Leclerc 22<sup>e</sup>, Casino 26<sup>e</sup>, ITM Développement International (Intermarché) 27<sup>e</sup>, Système U 42<sup>e</sup>, PPR 44<sup>e</sup>, Adeo (Leroy Merlin) 60<sup>e</sup>, LVMH 61<sup>e</sup>, Oxyane (Decathlon) 116<sup>e</sup>, Galeries Lafayette 149<sup>e</sup>, Vivarte 193<sup>e</sup> et Lagardère Services 230<sup>e</sup>. En revanche, sur dix ans, le classement mondial a été davantage chamboulé avec la montée en puissance du hard discount alimentaire: Lidl est ainsi passé de la 49<sup>e</sup> à la 5<sup>e</sup> place et son compatriote Aldi de la 23<sup>e</sup> à la 8<sup>e</sup> place.

En 2009, les principaux groupes mondiaux de distribution ont préservé leur rentabilité «par une gestion très fine de leurs coûts» dans un contexte de croissance faible, selon une étude publiée hier par le cabinet Deloitte. La maîtrise des coûts «a été le leitmotiv», a expliqué à l'AFP Antoine de Riedmatten, associé chez Deloitte, citant par exemple la pression sur les fournisseurs, des changements du rythme des livraisons, etc. Deloitte classe depuis dix ans les 250 principaux groupes de distribution mondiaux selon leur chiffre d'affaires, prenant en compte dans sa dernière étude les exercices achevés en 2009 ou courant 2010. Les entreprises du «top 10» ont généré une marge bénéficiaire nette moyenne de 2,6%, contre 3,1% pour le «top 250». En chiffre d'affaires, le haut du classement resté inchangé, avec en tête l'américain Wal-Mart, suivi par le français Carrefour, l'alle-

## La décennie du hard discount alimentaire

**DISTRIBUTION. Lidl passe du 49<sup>e</sup> au 5<sup>e</sup> rang et Aldi du 23<sup>e</sup> au 8<sup>e</sup> rang du classement Deloitte. Le modèle de gestion des groupes du top 250 leur permet de résister aux cycles.**

En 2009, les principaux groupes mondiaux de distribution ont préservé leur rentabilité «par une gestion très fine de leurs coûts» dans un contexte de croissance faible, selon une étude publiée hier par le cabinet Deloitte.

La maîtrise des coûts «a été le leitmotiv», a expliqué à l'AFP Antoine de Riedmatten, associé chez Deloitte, citant par exemple la pression sur les fournisseurs, des changements du rythme des livraisons, etc.

Deloitte classe depuis dix ans les 250 principaux groupes de distribution mondiaux selon leur chiffre d'affaires, prenant en compte dans sa dernière étude les exercices achevés en 2009 ou courant 2010.

Les entreprises du «top 10» ont généré une marge bénéficiaire nette moyenne de 2,6%, contre 3,1% pour le «top 250».

En chiffre d'affaires, le haut du classement resté inchangé, avec en tête l'américain Wal-Mart, suivi par le français Carrefour, l'alle-

mand Metro, le britannique Tesco et le groupe allemand de magasins discount Schwarz (Lidl).

Parmi les français, Auchan est 15<sup>e</sup> du classement mondial, Leclerc 22<sup>e</sup>, Casino 26<sup>e</sup>, ITM Développement International (Intermarché) 27<sup>e</sup>, Système U 42<sup>e</sup>, PPR 44<sup>e</sup>, Adeo (Leroy Merlin) 60<sup>e</sup>, LVMH 61<sup>e</sup>, Oxyane (Decathlon) 116<sup>e</sup>, Galeries Lafayette 149<sup>e</sup>, Vivarte 193<sup>e</sup> et Lagardère Services 230<sup>e</sup>.

En revanche, sur dix ans, le classement mondial a été davantage chamboulé avec la montée en puissance du hard discount alimentaire: Lidl est ainsi passé de la 49<sup>e</sup> à la 5<sup>e</sup> place et son compatriote Aldi de la 23<sup>e</sup> à la 8<sup>e</sup> place.

L'étude souligne aussi la montée de groupes spécialisés comme les américains Home Depot (9<sup>e</sup> au dernier classement) et Lowe's

(19<sup>e</sup>), tous deux actifs dans l'aménagement de la maison et du bricolage, ou encore Best Buy (17<sup>e</sup>, produits électroniques), mais aussi le géant suédois de l'ameublement Ikea (30<sup>e</sup>).

Le site internet américain Amazon, créé en 1995, est 35<sup>e</sup>.

Enfin, depuis 2000, la distribution s'est internationalisée, avec notamment l'expansion de groupes comme les géants du textile espagnol Inditex (Zara) et suédois H & M, respectivement 50<sup>e</sup> et 65<sup>e</sup>.

En 2000, les champions de la distribution réalisaient 13% de leurs ventes à l'étranger, en 2009, cette proportion est montée à 22%.

«Les relais de croissance» se situent «dans les pays émergents. Le phénomène s'est accru en 2010 et on le voit continuer à se développer jusqu'en 2020», dit-il. ■

### Tesco: ventes de Noël mitigées

Le numéro un britannique de la distribution Tesco a fait état hier d'une stagnation de ses ventes en données comparables sur la période de Noël et du Nouvel An, une performance inférieure à celles de ses principaux rivaux, qu'il a mise sur le compte des intempéries. Le groupe, qui gère la première chaîne de supermarchés du Royaume-Uni, et est le numéro quatre mondial de la distribution par le chiffre d'affaires, a annoncé dans un rapport d'activité avoir vu ses ventes progresser de 7,6% en données publiées et hors ventes de carburant, sur les six semaines achevées le 8 janvier. Mais cette dynamique masque un fort contraste entre les ventes à l'international, qui ont grimpé de 14,2% (+24,2% en Asie, +5,6% en Europe et +36,9% aux Etats-Unis), et celles réalisées au Royaume-Uni, qui n'ont progressé que de 4,2% dans le même temps. De plus, en données comparables, les ventes au Royaume-Uni (toujours hors carburant) n'ont progressé que de 0,6%, soit une quasi-stagnation. ■

### ESSILOR: renforcement sur le marché chinois grâce à Wanxin Optical

Essilor, leader mondial des verres ophtalmiques, a acquis la moitié de la société chinoise Wanxin Optical, spécialisée dans les lunettes de moyenne gamme et employant plus de 2000 personnes. L'opération a été montée sous forme d'une co-entreprise détenue à parts égales, indique Essilor, qui n'en a pas révélé le montant. Les comptes de Wanxin Optical seront totalement consolidés dans ceux d'Essilor International. Wanxin Optical produit près de 35 millions de verre par an dans un marché local estimé à environ 200-220 millions de verres. Son chiffre d'affaires est d'environ 24 millions d'euros.

### LUCIEN BARRIÈRE: l'exercice 2009/2010 dans le haut des prévisions

Groupe Lucien Barrière (casinos et hôtels) a bouclé son exercice 2009/2010 (clos fin octobre) sur un excédent brut d'exploitation de 138 millions d'euros, a déclaré Dominique Desseigne, son directeur, dans un entretien publié hier par *Les Echos*. Ce résultat s'inscrit «dans le haut des prévisions» du groupe, selon lui. Par ailleurs, le groupe Barrière a «atteint ses objectifs en termes de réduction de l'endettement», indique encore M. Desseigne, au lendemain du désengagement du groupe hôtelier Accor du capital de son entreprise. Le rachat puis l'annulation d'une partie des actions détenues par Accor va alourdir de 82 millions d'euros l'endettement du groupe, qui avait été ramené avant cette opération sous les 380 millions d'euros.