

RESTAURATION

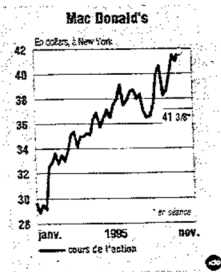
Depuis le début de l'année, l'action McDonald's est bien orientée sur les places américaine et française. Les derniers comptes trimestriels ont confirmé la croissance des ventes.

McDonald's fait toujours recette en Bourse

Depuis le début de l'année, l'action de McDonald's, le numéro un mondial de la restauration rapide, a enregistré une progression de 41 % dans un marché américain en hausse de 24,3 %. Proche de son plus haut cours de l'année - 42 dollars le 25 octobre dernier -, le titre cotait hier en cours de séance, 41 3/8 dollars. Une progression que l'on retrouve dans une moindre mesure en Bourse de Paris, où le titre affichait hier soir une hausse de 28,7 % depuis le début de l'année.

« Dans un contexte de ralentissement économique, McDonald's, qui pratique un type de restauration à prix économiques, est le titre défensif par excellence », constate Lucette Shiraf, spécialiste du marché américain chez Indosuez Asset Management. « La valeur se paie 19 fois les bénéfices de 1996, et les investisseurs lui accordent une prime de 10 % à 15 % par rapport au marché américain », indique un gestionnaire d'une sica spécialisée dans les valeurs américaines.

Une fois de plus, McDonald's a enregistré des résultats en hausse sur les neuf premiers mois de l'exercice 1995. A la fin de septembre, le chiffre d'affaires de McDonald's atteignait 7,2 milliards de dollars (soit 35,1 milliards de francs), en augmentation de 19 %. Quant au bénéfice net, il s'établissait à 1 milliard de dollars, en



hausse de 16 %. Ces résultats s'expliquent entre autres par une forte progression des activités à l'international, conjuguée à un effet de change favorable. Grâce à ses 6.450 restaurants ouverts dans 83 pays (en dehors des Etats-Unis qui en totalisent 10.953), le groupe réalise actuellement 30 % de ses ventes et 45 % de ses profits à l'étranger. « Cette position du groupe à l'international nous permet ainsi de répartir le risque entre les différentes économies au niveau mondial », souligne Philippe Labbé, vice-président et directeur financier de McDonald's France. En outre, « grâce à une politique d'approvisionnement réalisée es-

sentiellement auprès de fournisseurs locaux, les différentes filiales du groupe restent ainsi peu touchées par les problèmes liés au taux de change », ajoute-t-il. « En dehors des Etats-Unis, les marchés de fond se répartissent aujourd'hui dans trois grandes zones géographiques : l'Europe, l'Amérique latine et l'Asie-Pacifique », souligne Philippe Labbé. Quant aux « marchés émergents », ils se nomment pour le fabricant de « Big Mac » : Proche-Orient et Afrique du Nord.

400 restaurants en France

Conformément à la stratégie arrêtée par la maison mère américaine, McDonald's France poursuit sa politique d'implantation. Ayant récemment franchi le cap des 400 restaurants, McDonald's France prévoit d'ouvrir dans l'Hexagone une soixantaine de restaurants dans les quatre à cinq ans à venir.

En attendant, le groupe entretient toujours des relations tendues avec les syndicats. A propos des élections professionnelles chez McDonald's France, annulées lundi par la justice, à la demande de la CGT, la CFDT déclarait hier : « C'est un mauvais coup porté au syndicalisme, venant conforter la stratégie d'une entreprise qui prétend détenir seule la légitimité en matière de droit des salariés. »

LAURENCE BOCCARA