

Δελτίο Τύπου

Ο παγκόσμιος κλάδος καταναλωτικών προϊόντων υπομένει ακόμα μια χρονιά οικονομικής αβεβαιότητας

Η Deloitte δημοσιεύει την 8η ετήσια έκθεση για τις Παγκόσμιες Δυνάμεις του κλάδου Καταναλωτικών Προϊόντων

Αθήνα, 24 Ιουνίου 2015 – Παρά την οικονομική αβεβαιότητα, οι 250 μεγαλύτερες εταιρίες καταναλωτικών προϊόντων στον κόσμο σημείωσαν πωλήσεις που πλησιάζουν τα \$3,1 τρισ. το έτος 2013 (το οποίο περιλαμβάνει τα λογιστικά έτη που έληξαν στο τέλος του Ιουνίου 2014). Αυτό είχε ως αποτέλεσμα το μέσο μέγεθος εταιρίας να ανέρχεται σε \$12,3 δισ., σύμφωνα με την όγδοη ετήσια έκθεση για τις *Παγκόσμιες Δυνάμεις του κλάδου Καταναλωτικών Προϊόντων 2015*, η οποία δημοσιεύτηκε από τη Deloitte Touche Tohmatsu Limited (DTTL).

Η έκθεση παραθέτει μια εικόνα της παγκόσμιας οικονομίας, σκιαγραφεί τις δραστηριότητες εξαγορών και συγχωνεύσεων στον κλάδο καταναλωτικών προϊόντων και αναδεικνύει τη σημασία της αλληλεπίδρασης με τον σύγχρονο καταναλωτή, που έχει πρόσβαση σε πληροφορίες και προϊόντα μέσω πολλών διαφορετικών ψηφιακών καναλιών «connected consumer».

«Η πτώση της τιμής του πετρελαίου έχει σημαντικό αντίκτυπο στην παγκόσμια οικονομία, με αυξανόμενες αποπληθωριστικές πιέσεις, κυρίως στις αναπτυσσόμενες αγορές, όπως αυτές των Ηνωμένων Πολιτειών, της Ευρώπης και της Ιαπωνίας. Αυξάνει την αγοραστική δύναμη των καταναλωτών στις χώρες που καταναλώνουν μεγαλύτερες ποσότητες πετρελαίου όπως η Ιαπωνία, η Ινδία, οι Ηνωμένες Πολιτείες και αρκετές χώρες της Ευρώπης και συνεισφέρει στην ταχύτερη οικονομική ανάπτυξη από ότι θα γινόταν σε άλλη περίπτωση», δήλωσε ο Δρ. **Ira Kalish**, Chief Global Economist της DTTL.

Περισσότερες εξαγορές και συγχωνεύσεις στον κλάδο καταναλωτικών προϊόντων

Ο αριθμός των συμφωνιών («deals») αυξάνεται συνεχώς από το 2009, με 1.421 συμφωνίες να ολοκληρώνονται από εταιρίες καταναλωτικών προϊόντων το 2013. Βάσει των έως τώρα μετρήσεων, το 2014 αναμένεται να πλησιάσει ή και να ξεπεράσει τον αριθμό των συμφωνιών του 2013. Σε αντίθεση με τον αριθμό των «deals», οι αξίες αυτών υποχωρούσαν συνεχώς από το 2009 έως και το 2013 οπότε η μέση αξία επανήλθε απότομα. Η πτώση αυτή κατά τη διάρκεια του 2012 μπορεί να αποδοθεί, τουλάχιστον εν μέρει, στην αναζήτηση επενδυτικών ευκαιριών που λόγω της παγκόσμιας οικονομικής ύφεσης επέτρεψε στις εταιρίες να αποκτήσουν περιουσιακά στοιχεία σε μειωμένες τιμές.

Ο Global Consumer Products Lead, DTTL, **Jack Ringquist**, σχολιάζει: *«Η οργανική ανάπτυξη παραμένει πρόκληση για πολλές από τις εταιρίες καταναλωτικών προϊόντων. Ως αποτέλεσμα, οι εταιρίες θα συνεχίσουν να βλέπουν τις στρατηγικές εξαγορές ως μια γρήγορη μέθοδο αύξησης του μεριδίου αγοράς.*

Μέσα στα επόμενα χρόνια περιμένουμε οι εταιρίες καταναλωτικών προϊόντων να συνεχίσουν να αξιοποιούν τις εξαγορές και τις αποπενδύσεις, ώστε να προσαρμόσουν και να εστιάσουν τα χαρτοφυλάκια προϊόντων τους, και να καταστήσουν τους οργανισμούς τους περισσότερο ευέλικτους και ανταποκρινόμενους στις διαρκώς μεταβαλλόμενες ανάγκες και επιθυμίες των καταναλωτών».

Αλληλεπιδρώντας με τον «connected consumer»

Ενώ οι καταναλωτές έχουν πρωτοφανή σε πληροφορίες για προϊόντα και ολοένα μεγαλύτερη εξειδίκευση στη χρήση του διαδικτύου, εργαλεία που θα μπορούσαν να καθοδηγήσουν την αγοραστική τους συμπεριφορά και τις αποφάσεις τους, μια πρόσφατη έρευνα της Deloitte¹ καταδεικνύει ότι οι καταναλωτές απευθύνονται πολύ λιγότερο σε ειδικούς προϊόντων ή υπηρεσιών παρά στις οικογένειές τους, στους φίλους τους και σε άλλους καταναλωτές. Το 60% των ερωτηθέντων είπαν ότι, είτε εμπιστεύονται την οικογένεια και τους φίλους τους, ή τις κριτικές άλλων καταναλωτών προκειμένου να λάβουν πληροφορίες για προϊόντα και υπηρεσίες, το 43% εμπιστεύονται ανεξάρτητους ειδικούς προϊόντων/υπηρεσιών, το 16% εμπιστεύονται το προσωπικό του καταστήματος ή και την ιστοσελίδα του πωλητή και τέλος, το 12% τους κατασκευαστές προϊόντων.

«Οι καταναλωτές ολοένα και περισσότερο στρέφονται σε αυτούς που αισθάνονται ότι μπορούν να εμπιστευτούν και, όπως αποδεικνύουν τα στατιστικά στοιχεία, η εμπιστοσύνη κινητοποιεί την αγοραστική συμπεριφορά των καταναλωτών», δήλωσε ο Ringquist. «Είναι απαραίτητο συνεπώς, ως αντάλλαγμα της διάθεσης των προσωπικών δεδομένων τους, οι καταναλωτές να διαβεβαιώνονται ότι τα δεδομένα τους θα είναι προστατευμένα και ότι θα λάβουν πίσω κάτι πολύτιμο ως ανταμοιβή. Αυτή είναι μια από τις μεγαλύτερες προκλήσεις που αντιμετωπίζουν οι εταιρίες καταναλωτικών προϊόντων».

Παγκόσμια προοπτική

Συνολικά, το 2013-2014 ήταν ακόμα μια απαιτητική χρονιά για την παγκόσμια οικονομία. Η Ευρώπη παρέμεινε σε ύφεση κατά το μεγαλύτερο μέρος του 2013 αν και ξεκίνησε να ανακάμπτει προς στο τέλος του χρόνου και την αρχή του 2014 – η ανάπτυξη όμως παρέμεινε σε πολύ χαμηλά επίπεδα. Η αμερικανική οικονομία αναπτύχθηκε αργά το 2013, κυρίως εξαιτίας μιας αυστηρής δημοσιονομικής πολιτικής. Ενώ η οικονομία δυνάμωνε στην Ιαπωνία, υποστηριζόμενη από τις βελτιωμένες εξαγωγές και τα εκτενή μέτρα της κυβέρνησης, η κινεζική οικονομία επιβραδύνθηκε το 2013 και συνεχίστηκε το 2014 με αργή ανάπτυξη. Επιπλέον, η οικονομική ανάπτυξη υποχώρησε σε αρκετές λατινοαμερικανικές χώρες, καθώς αντιμετώπισαν το τέλος της εμπορικής άνθησης της Κίνας, την ασθενή εγχώρια ζήτηση, την κοινωνική ανησυχία και άλλες υφεσιακές πιέσεις. Συνολικά, η ανάκαμψη από πολλές οικονομίες του κόσμου συνέχισε να είναι ασταθής και αδύναμη.

¹ Deloitte Research, May 2014

Οι 10 μεγαλύτερες εταιρίες καταναλωτών προϊόντων 2013

Θέση (βάσει καθαρών πωλήσεων)	Εταιρία	Χώρα	Κλάδος	Καθαρές πωλήσεις (US\$mil) 2013	Αύξηση καθαρών πωλήσεων 2013*
1	Samsung Electronics Co., Ltd.	Νότια Κορέα	Ηλεκτρονικά είδη ευρείας κατανάλωσης	210.397	13,7%
2	Apple Inc.	Η.Π.Α.	Ηλεκτρονικά είδη ευρείας κατανάλωσης	170.910	9,2%
3	Nestlé S.A. ¹	Ελβετία	Τρόφιμα, Ποτά & Είδη καπνιστού	99.485	2,7%
4	The Procter & Gamble Company	Η.Π.Α.	Προσωπικά & Οικιακά Είδη	83.062	-1,3%
5	Sony Corporation	Ιαπωνία	Ηλεκτρονικά είδη ευρείας κατανάλωσης	66.756	17,4%
6	PepsiCo, Inc.	Η.Π.Α.	Τρόφιμα, Ποτά & Είδη καπνιστού	66.415	1,4%
7	Unilever Group	Ολλανδία & Ηνωμένο Βασίλειο	Προσωπικά & Οικιακά Είδη	66.143	-3,0%
8	LG Electronics Inc.	Νότια Κορέα	Ηλεκτρονικά είδη ευρείας κατανάλωσης	53.489	14,1%
9	The Coca-Cola Company	Η.Π.Α.	Τρόφιμα, Ποτά & Είδη καπνιστού	46.854	-2,4%
10	JBS S.A.	Βραζιλία	Τρόφιμα, Ποτά & Είδη καπνιστού	43.306	22,7%

Πηγή: Δημοσιευμένα στοιχεία εταιριών

Σχετικά με τη Deloitte στην Ελλάδα

Η **Deloitte Ελλάδα** είναι μέλος της Deloitte Touche Tohmatsu Limited (DTTL), μιας ιδιωτικής Βρετανικής εταιρίας περιορισμένης ευθύνης, της οποίας οι εταιρίες-μέλη είναι νομικά χωριστές και ανεξάρτητες οντότητες. Με παρουσία σε περισσότερες από 150 χώρες και με περίπου 200.000 επαγγελματίες που έχουν δεσμευθεί να γίνουν πρότυπα αριστείας, η Deloitte παρέχει ελεγκτικές, φορολογικές, συμβουλευτικές και χρηματοοικονομικές υπηρεσίες σε πελάτες του δημοσίου και του ιδιωτικού τομέα όλων των κλάδων. Παρακαλούμε επισκεφθείτε την ιστοσελίδα www.deloitte.com/about για μια λεπτομερή περιγραφή της νομικής δομής της DTTL και των εταιριών-μελών.

Στην Ελλάδα, η «**Deloitte Χατζηπαύλου Σοφιανός και Καμπάνης Α.Ε.**» παρέχει ελεγκτικές (audit) υπηρεσίες, η «**Deloitte Business Solutions Χατζηπαύλου Σοφιανός και Καμπάνης Α.Ε.**» χρηματοοικονομικές (financial advisory), φορολογικές (tax) και συμβουλευτικές (consulting) υπηρεσίες και η «**Deloitte Accounting Compliance & Reporting Services Α.Ε.**» λογιστικές υπηρεσίες (accounting outsourcing). Με περίπου 500 άτομα προσωπικό και γραφεία στην Αθήνα και τη Θεσσαλονίκη, η Deloitte Ελλάδα εστιάζεται σε όλους τους κυρίαρχους τομείς της οικονομίας, συμπεριλαμβανομένων των χρηματοοικονομικών υπηρεσιών, της ναυτιλίας, της ενέργειας, των καταναλωτικών προϊόντων, της υγείας και του ευρύτερου δημόσιου τομέα. Στους πελάτες της Deloitte συγκαταλέγονται οι περισσότερες από τις μεγαλύτερες δημόσιες και ιδιωτικές εταιρίες του εμπορικού, βιομηχανικού και χρηματοοικονομικού τομέα.

Για περισσότερες πληροφορίες, παρακαλώ επισκεφθείτε την ιστοσελίδα μας www.deloitte.gr

Πληροφορίες για θέματα ΜΜΕ:

Αθηνά Γκούζια, Communications Coordinator, Deloitte

Τηλ: 210-6781132, email: agkouzia@deloitte.gr