

Sony s'enfonce dans le rouge

L'écart se creuse entre Matsushita et Sony. Le premier est aujourd'hui incontestablement le premier fabricant mondial de produits d'électronique grand public, pendant que les résultats de Sony s'effondrent régulièrement et creusent l'écart.

Le contraste est sensible : Matsushita a investi sur son outil industriel qui lui permet aujourd'hui d'amortir les baisses des prix imposés par la guerre commerciale que se livrent les deux leaders et leurs challengers. À l'inverse, Sony ne dispose que d'une marge de production réduite, et encaisse de plein fouet la chute des prix, en particulier sur les téléviseurs. Face à sa concurrence – qu'il s'agisse de Matsushita sur les écrans plasma ou les lecteurs enregistreurs de DVD à la marque Panasonic, qu'il s'agisse de Sharp sur les téléviseurs à cristaux liquides, ou même qu'il s'agisse d'Apple sur les baladeurs audio numériques – Sony souffre d'un déficit important sur ses marges d'exploitation. Mais aussi, et c'est plus grave, d'un déficit en matière d'innovation ! **Des chiffres qui déçoivent** Depuis la claque inattendue des premières pertes trimestrielles affichées par le groupe en 2003, les résultats déficitaires de Sony ne surprennent plus, mais le groupe s'enfonce lentement. Ainsi, pour son premier trimestre fiscal 2005-2006, Sony affiche une perte d'exploitation de 15,3 milliards de yens, contre une situation bénéficiaire il y a un an. Le chiffre d'affaires du groupe a reculé de 2,6% à 2.050 milliards de yens. Ces résultats, qu'il s'agisse du déficit d'exploitation ou du chiffre d'affaires, se révèlent nettement inférieurs aux attentes des analystes et du marché. Et la progression du bénéfice d'exploitation consolidé, qui passe de 43,5 milliards de yens à 46,02 milliards, ne rattrapera pas la situation, même s'il est supérieur aux attentes. **Révision à la baisse et licenciements en vue** Aux grands maux les grands remèdes, Sony révisé sa prévision de bénéfice d'exploitation pour l'exercice, qui passe de 160 milliards de yens initialement annoncés à 30 milliards. Le groupe s'est engagé dans de grandes manœuvres de restructuration, dont le coût vient se cumuler avec la chute des ventes de téléviseurs, dont l'objectif de 3 millions d'unités pour l'année a été ramené à 2,5 millions. La nouvelle direction du groupe, dont son directeur général américain Howard Stringer, devrait aussi annoncer de nouvelles réductions d'effectifs dans l'activité déficitaire des téléviseurs, une réduction rendue « *inévitable* ». De même, en matière de restructuration, plusieurs sites de production pourraient être regroupés. Au final, le bijou de l'industrie de l'électronique grand public japonaise déçoit sur tous les fronts, et aujourd'hui, ce n'est pas la division jeux vidéo qui pourra rattraper le coup.