

[Accueil](#) / [Coup d'œil sur Proctor & Gamble](#)

Si vous n'étiez pas curieux

Coup d'œil sur Proctor & Gamble

[Claude Chiasson](#)

Édition [du mercredi 12 octobre 2005](#)

Mots clés : Québec (province), proctor & gamble

Consommation de base. Un secteur prisé des investisseurs pour deux raisons: sa grande rentabilité et le fait qu'il soit peu cyclique. Qu'on se trouve en période d'expansion ou de récession, la demande pour les produits de consommation de base varie peu. C'est le cas du secteur de l'alimentation. C'est aussi le cas pour les couches, le savon, les colorants à cheveux, les produits de beauté, etc.

C'est justement ce caractère défensif que recherchent les investisseurs en achetant les actions des compagnies oeuvrant dans la fabrication et la vente de produits de consommation de base. Mis à part Loblaw, Sobeys et Metro, le Canada ne possède guère de grands joueurs oeuvrant dans ce secteur. Les États-Unis s'avèrent à ce chapitre une terre beaucoup plus fertile. On y trouve de véritables géants. Parmi eux se trouve un nom très connu partout dans le monde. Ce nom est Proctor & Gamble (N.Y., PG).

Plus de 360 produits de consommation distribués dans plus de 160 pays. Des marques aussi très connues. Old Spice et Secret dans les déodorants, Head & Shoulders pour les cheveux (et les pellicules), les couches Pampers, les crèmes Olay et Covergirl, Monsieur Net pour tout nettoyer, Cascades et Ivory (si doux pour les mains) pour laver la vaisselle, Tampax et Always pour les tampons et serviettes hygiéniques, Herbal Essence et Clairol pour la coloration des cheveux, Bounty pour les papiers hygiéniques.

Proctor & Gamble possède même sa gamme de produits de santé : ThermaCare, les compresses produisant de la chaleur pendant des heures pour les muscles endoloris; Vicks pour soulager les sinus; Pepto-Bismol pour les estomacs fragiles. L'entreprise donne même dans les produits pharmaceutiques, dont le plus connu est probablement le Dantrium.

Comme vous pouvez le voir, Proctor & Gamble n'est pas uniquement un fabricant de produits de consommation. C'est



• On n'est jamais trop curieux •

[Cherchez dans le site](#)

Politique



OTTAWA

La Chambre des Communes au rythme d'un gouvernement minoritaire

- [Politique québécoise](#)
- [L'Irak après la guerre](#)
- [États-Unis](#)



CHRONIQUE

MICHEL DAVID

La politique québécoise décodée

Société



ÉDUCATION

L'école, les élèves, leurs professeurs

- [Écologie](#)
- [Sciences](#)
- [Santé](#)
- [Technologie](#)
- [Médias](#)

CHRONIQUES

également une véritable machine de marketing capable de fabriquer des marques, de grandes marques. Des marques qui, une fois acceptées par les consommateurs, sont quasiment indélogeables de leur marché.

C'est grâce à cette double capacité de fabriquer des produits et des grandes marques que Proctor & Gamble est devenu le joueur dominant des produits de consommation, avec des ventes annuelles de 56 milliards \$US au dernier exercice complété le 30 juin 2005. Des ventes de surcroît très rentables, alors que l'entreprise a dégagé des fonds autogénérés de neuf milliards de dollars américains. Des fonds autogénérés presque entièrement libres. C'est-à-dire des fonds dont dispose la firme pour faire ce qu'elle veut puisqu'elle n'a pas à effectuer des dépenses d'investissement importantes. C'est ainsi que Proctor & Gamble dispose chaque année de milliards de dollars pour accroître son dividende et racheter systématiquement des millions d'actions sur le marché pour des fins d'annulation. Ces rachats ont pour effet de réduire le nombre d'actions en circulation et donc de soutenir le cours de l'action à long terme.

Des liquidités qui peuvent aussi servir à faire des acquisitions. Comme celle gigantesque de Gillette au coût de 57 milliards \$US complétée le 1er octobre dernier. Ce faisant, Proctor & Gamble ajoutera plus de 10 milliards à ses ventes annuelles et près de deux milliards à ses fonds autogénérés. Elle prend ainsi solidement pied dans le marché des rasoirs, des lames de rasoir et des piles (avec Duracell).

Magie du dividende

Quant aux actionnaires à long terme de Proctor & Gamble, ils ont largement bénéficié de la magie du dividende croissant. En 1985, ils achetaient les actions à 2,15 \$US la pièce (cela tient compte des multiples fractionnements survenus depuis 20 ans). Aujourd'hui, l'action s'échange à 56 \$US. Le dividende est passé durant la même période de 0,163 \$US à 1,12 \$US. Ce dernier montant divisé par le prix de l'action de 2,15 \$ en 1985 donne un taux de dividende annuel de 52,1 %. Vous comprenez pourquoi les actionnaires à long terme de Proctor & Gamble ne sont pas pressés de vendre leurs actions.

Pour une information plus complète sur l'entreprise (données et ratios financiers fournis par Stock Guide), rendez-vous sur le site de la classe Internet Pro-Placement (www.proplacement.qc.ca).

Mise en garde : il ne s'agit pas ici d'une recommandation d'achat. Pour bien bâtir son portefeuille, il importe d'accumuler les actions au bon prix et de bien suivre l'évolution de l'entreprise.

cchiasson@proplacement.qc.ca

Classe Internet : www.proplacement.qc.ca



Nos dossiers

Économie



- [Travail](#)

Art, plaisir



- [Livres](#)
- [Arts visuels](#)
- [Théâtre](#)
- [Musique](#)
- [Vin](#)
- [Restaurants](#)
- [Danse](#)

