

WORLD DAIRY COMPANIES TOP 100 - 2007

Food Intelligence (www.foodintelligence.fr)

Rank	Company 1	Country	I - Total Net Sales ² (Mions €)	II - Dairy Net Sales ³ (Mions €)	III - I / II ⁴ (%)	Type	Listed
------	-----------	---------	---	--	----------------------------------	------	--------

•••

22	MÜLLER	Germany	2 100	2 100	100%	private	no
23	DAIRY CREST	UK	2 021	2 021	100%	public	yes
24	NORDMILCH	Germany	1 941	1 941	100%	cooperative	yes

•••

Présentation

Ce classement des 100 (cent) premières entreprises laitières mondiales a été réalisé à partir de la banque de données de Food Intelligence, "WFC 1000" (World Food Companies 1000), sur les principaux groupes agroalimentaires mondiaux. Il est le fruit d'un long travail de recherche, de veille et d'analyse stratégique & marketing, couplé à une connaissance globale, systémique, experte et prospective de l'agroalimentaire mondial, de ses acteurs et de ses enjeux (transversaux et sectoriels, planétaires et locaux...).

Les entreprises ou groupes entrant dans le champ du classement peuvent avoir des activités (en amont ou en aval), des statuts (publics, privés - fonds inclus, coopératifs, étatiques...) et des modes de financement (cotation en bourse ou pas, etc.) très différents, même si, dans le secteur des produits laitiers, le poids de certains types d'entreprises est clairement plus important qu'ailleurs.

L'activité "dairy*" (produits laitiers) peut ne pas être exclusive. Elle peut même être minoritaire dans le CA global. Pour cette raison le classement donne pour chaque firme le CA net global et le CA net "dairy*". Le rang attribué à l'entreprise étant fonction du seul CA "dairy*".

Le critère premier de classement est en effet le chiffre d'affaire net (CA net) - "net sales" – réalisé dans l'univers* des produits laitiers et assimilés*.

Les CA sont exprimés en millions € (Euros). Il s'agit des CA du dernier exercice clos (en 2007 ou en 2006) publiés (très exceptionnellement estimés par Food Intelligence) par les entreprises. La base de conversion d'une devise est son cours moyen en Euros durant l'année entière 2006.

() L'univers "dairy" de référence est celui des produits laitiers et assimilés manufacturés (industriels). Entrent ainsi, et par exemple, dans cet univers "lait" élargi, outre les produits de grande consommation "classiques" : les produits dits « fonctionnels » (nutraceutiques, nutracosmétiques, nutrasportifs, et autre « nutra »...), les ingrédients, la nutrition laitière animale, la nutrition infantile (à base de lait ou non), les produits alternatifs (à base de soja ou d'autres matières, y compris la margarine et ses succédanés...), les crèmes glacées, ainsi que les activités complémentaires de fabrication de boissons non alcoolisées (à l'exception de l'eau), à base de fruits ou de légumes, combinées ou non à des produits laitiers...*

Les groupes "laitiers" ayant une activité purement marketing (type "board"...), de mise en relation (bargaining....), de revente (fut-ce après tranchage et packaging...) sont, normalement et si possible, exclus.

Dans le cas des coopératives, l'agribusiness ("appros", nutrition animale...) et les activités deservices et de trading/distribution sont, en principe et si possible, exclus.

Les groupes ayant une activité de distribution alimentaire ou de restauration majoritaire dans leur chiffre d'affaires sont exclus, et ce, même s'ils contrôlent une ou plusieurs activités manufacturières "dairy".

Plus d'informations :

- <http://www.foodintelligence.fr>
- wfc.dairy.top100@foodintelligence.fr

