

Puma Energy

Puma Energy fut créé en Argentine en 1929 sous la dénomination Compania General de Combustibles (ultérieurement modifiée pour Puma Energy) avec pour raison sociale le transport du pétrole et des produits raffinés. En 1946, Puma Energy avait constitué un réseau de 180 stations-service.

Cette société et les droits afférents à la marque furent achetés par Trafigura en 1997.

En 2011, pour financer son développement, Trafigura avait injecté 200 millions de dollars aux fonds propres de Puma Energy.

Annoncée en septembre 2011, la vente à Sonangol Holdings (la société pétrolière angolaise) de 20 % du capital de Puma Energy a été finalisée en décembre 2012 (la valeur de la transaction n'a pas été révélée).

En 2015, une augmentation de capital de 500 millions de dollars a permis à Sonangol de monter à près de 30 % du capital de Puma Energy.

En février 2020, les actionnaires de Puma Energy étaient Trafigura (49,6 % du capital), Sonangol Holdings (28 %) et des actionnaires angolais (environ 22 %, dont Cochan Holdings (environ 15 %) un fonds d'investissement détenu par un ancien chef de guerre angolais).

Puma Energy s'est développé dans l'aval de la chaîne de valeur pétrolière. Ses activités regroupent le transport, le stockage, la distribution, la vente en gros et au détail des principaux produits raffinés, avec des offres plus ponctuelles pour le GPL (gaz de pétrole liquéfié), les lubrifiants, le mazout et le bitume. Ces activités furent soutenues par des investissements logistiques et d'infrastructure.

De 1997 à 2017, Puma Energy a connu une croissance tous azimuts. Cette société s'est développée en Europe du Nord-Est, au Moyen Orient, en Afrique, en Amérique latine, dans les Caraïbes et en Asie. Jusqu'en 2017, Puma Energy a dégagé des profits confortables dont ont bénéficié Trafigura et les autres actionnaires.

Les résultats financiers de Puma se sont dégradés en 2017 et 2018 avec une baisse de l'Ebitda, une chute particulièrement accentuée des profits et une baisse régulière, importante et déjà ancienne de la marge opérationnelle. Cette situation explique la démission (plus ou moins volontaire) en juin 2018 de Pierre Eladri (le CEO qui avait dirigé la croissance de Puma Energy pendant les 15 années qui précédaient). La mise en œuvre d'un plan de redressement et d'une importante restructuration s'imposait. La réalisation du plan fut compliquée et les résultats longs à se faire sentir.

Volume des ventes

2013	13 053 000 m³,
2014	14 764 000 m ³
2015	18 944 000 m ³
2016	21 968 000 m ³
2017	22 794 000 m³
2018	19 473 000 m ³
2019	20 453 000 m ³
2020	21 507 000 m ³
2021	20 453 000 m ³
2022	19 473 000 m ³
2023	16 952 000 m ³
2024	14 649 000 m ³
2025	15 908 000 m ³

Valeur des ventes nettes/Chiffre d'affaires

2020	10 996 millions de dollars
2021	13 679 millions de dollars,
2022	18 559 millions de dollars,
2023	13 365 millions de dollars,
2024	11 032 millions de dollars,
2025	11 238 millions de dollars,

Ebitda

2018	554 millions de dollars
2019	709 millions de dollars,
2020	697 millions de dollars,

2021	568 millions de dollars,
2022	599 millions de dollars,
2023	548 millions de dollars,
2024	487 millions de dollars,
2025	571 millions de dollars,

Profit brut/ Gross Profit

2018	1 460 millions de dollars,
2019	1 433 millions de dollars,
2020	1 300 millions de dollars,
2021	1 129 millions de dollars,
2022	1 120 millions de dollars,
2023	1 058 millions de dollars,
2024	1 015 millions de dollars,
2025	1 055 millions de dollars,

Operating profit

2023	320 millions de dollars,
2024	224 millions de dollars,
2025	416 millions de dollars,

Profit before tax

2024	35, 858 millions de dollars,
2025	255, 396 millions de dollars,

Profit for the year

2023	39, 800 millions de dollars,
2024	60, 145 millions de dollars
2025	172, 233 millions de dollars,

Nombre d'employés

2023	3 015
2024	3 214
2025	2 706

Présence dans le monde de Puma Energy en 2025

Afrique, 16 pays ; 93 aéroports ; 709 points de vente ; profit 90 millions de dollars,

Amérique latine, 8 pays (Belize, Colombie, El Salvador, Guatemala, Honduras, Nicaragua, Panama, Porto Rico) ; 5 aéroports ; 1415 points de vente ; profit 280 millions de dollars.

Asie/Pacifique, 5 pays (Australie, Inde, Malaisie, Nouvelle Guinée, Singapour) ; 9 aéroports ; 77 points de vente,

Europe, 5 pays (Finlande, Suisse, Espagne, Norvège, Estonie)