

Bekaert, auréolé par les analystes



Le Le groupe a reçu le prix de la meilleure information financière, décerné par l'ABAF.

Chaque année, et pour la 49^{ème} fois, l'association belge des analystes financiers (ABAF) décerne son prix de la meilleure information financière. Après Delhaize en 2008, c'est au tour de Bekaert d'être récompensé. La société a été plébiscitée pour la qualité de son rapport annuel, des ses communiqués, de ses relations investisseurs et de son site internet. Normalement, Solvay aurait dû figurer sur la première marche du podium. «Mais notre règlement stipule qu'une société gagnante sur les trois dernières années ne peut plus emporter le prix» précise Luc Van der Elst, vice-président de l'ABAF. Solvay avait remporté le prix en 2007. Le groupe cède donc son trophée à Bekaert pour cette raison.

La société remporte aussi le prix du meilleur rapport annuel. Celui-ci a été applaudi pour sa description en profondeur des activités de la société, mais aussi pour les informations relatives à sa stratégie. Le prix des meilleurs communiqués de presse revient à AB Inbev, comme en 2008. Celui des relations investisseurs récompense Umicore, déjà lauréat de cette catégorie l'an dernier. KBC décroche lui le prix du meilleur site internet.

Trente-sept analystes et cinq gestionnaires de fonds de différentes banques et sociétés de gestion du Royaume se sont portés volontaires pour déterminer quelle société belge cotée communique le mieux. L'équipe a connu l'arrivée des analystes de l'Investisseur et de Value Square. Elle a par contre perdu les sept analystes de Dexia qu'elle comptait parmi ses rangs en 2008. Les plans de restructuration de la banque expliquent cette disparition.

Durant des mois, les bénévoles examinent comment les entreprises communiquent leur information financière à la communauté des investisseurs et aux marchés financiers. Quelques 50 sociétés ont été passées au crible. En 2008, 58 avaient été sollicitées. Le critère de sélection est simple: la société doit être évaluée au moins par trois analystes. Logiquement, toutes les sociétés du Bel 20 figurent dans la liste, à l'exception de GDF Suez, écartée parce que son quartier général n'est pas situé en Belgique. Un questionnaire est envoyé à celles-ci. Elles sont libres de le remplir ou pas. Il est déjà arrivé qu'une société oublie de le faire. «Il y a trois ans, Belgacom avait oublié de répondre au questionnaire. Le jour où le prix a été annoncé, pour la société, ce fut une catastrophe» note Hans Buysse, président de l'ABAF.

Un précieux sésame

Nettement moins médiatique que les prix de l'Entreprise de l'année ou du Manager de l'année, celui de l'information financière de l'ABAF n'en est pas moins important. Il incite en effet les sociétés à améliorer leur communication financière. Celle-ci est capitale pour la communauté des analystes, mais aussi pour les investisseurs. Rappelons que la notation d'un analyste peut brutalement influencer le cours d'une action à la hausse, mais aussi à la baisse. «Certaines sociétés comme Umicore, Delhaize, Solvay, mais aussi des PME comme Recticel, font beaucoup d'efforts pour leur communication» relève Luc Van der Elst. Des PME comme Thrombogenics et Hansen ont également fait leur apparition dans la liste des sociétés évaluées. La dernière, une société spécialisée dans la fabrication de pièces d'éoliennes, est même parvenue à se hisser sur la deuxième marche du podium pour le prix de la meilleure information financière. «Pour les petites sociétés, la communication financière reste une nécessité pour attirer l'attention des investisseurs nationaux et internationaux» indique Hans Buysse.

Certaines sociétés accordent toutefois moins d'importance à cet aspect. «Pour Colruyt, c'est moins stratégique» note Luc Van der Elst.

Le classement a également connu pas mal d'évolutions au fil des ans. «Pendant des années, on y retrouvait chaque fois deux ou trois banques. Mais leur communication est devenue moins claire. De plus, les autres sociétés sont devenues meilleures sur ce point» souligne Hans Buysse. Leurs difficultés liées à la crise financière les ont conduits à revenir sur certains éléments de leur bilan. «Cela s'est reflété dans leur ranking» précise Hans Buysse.

Le site internet a lui vu son importance augmenter, tout comme les aspects de corporate governance.

La communication financière a elle gagné encore davantage en importance avec la crise. Hans Buysse nous a indiqué que nos voisins français envisageaient de recommencer à distribuer ce prix, après l'avoir suspendu pendant des années. Et pour la 50ème édition du prix en Belgique, l'ABAF prévoit un événement médiatique.

20:00 - 27/10/2009 Copyright © L'Echo.be