

Umicore a excellé dans l'information financière

Le spécialiste belge des métaux remporte le 50e «Award» de la «Best Financial Information».

ANALYSE Philippe Galloy

Solvay aurait pu remporter l'édition 2010 de l'«Award for the Best Financial Information». Mais en 2007, le groupe chimique avait déjà obtenu ce prix qui récompense la meilleure communication financière de Belgique, attribué par l'Abaf (Association belge des analystes financiers). Or, les gagnants des trois années antérieures étant hors concours, c'est Umicore qui s'est installé sur la plus haute marche du podium cette année. Selon Luc Van der Elst, vice-président de l'Abaf, la victoire d'Umicore couronne ses «efforts constants pour investir dans une communication financière de qualité en général et dans les relations avec l'investisseur en particulier».

En effet, dans cette dernière catégorie, Umicore arrive également en tête, comme d'ailleurs lors des deux précédentes éditions de cette compétition. Alors qu'en matière de rapport annuel ou de communiqué de presse, l'entreprise doit fournir un travail ponctuel, les «investor relations» exigent une attention de tous les instants. «C'est un travail au jour le jour, où la cohérence est fondamentale», insiste Luc Van der Elst.

En remportant la palme dans cette catégorie, Umicore et son patron, Marc Grynberg, sont récompensés pour «la cohérence de l'information fournie et la réactivité de l'équipe «investor relations» aux questions des analystes», pré-



Marc Grynberg, administrateur délégué d'Umicore, a investi dans son département «investor relations».



Deux investisseurs sur trois en faveur d'analystes locaux.

aise l'Abaf. Mais le prix souligne aussi les efforts du groupe métallurgique dans l'organisation de réunions d'analystes, de conférences téléphoniques et de «roadshows», ces tournées où les

d'analystes financiers et de chargés des relations avec l'investisseur, qui sont tous actifs vis-à-vis des entreprises cotées sur le marché belge.

OUI AUX ANALYSTES LOCAUX

Il en ressort notamment que les personnes interrogées sont de mandeuses d'une information encore plus dense. Interrogées sur la possibilité d'augmenter le nombre de détails dans les rapports trimestriels, 94 % d'entre elles ont considéré que c'était nécessaire, 29 % ont jugé que c'était souhaitable et 12 % ont estimé que cela ne ferait pas de mal. Pourtant, aussi bien les entreprises cotées qu'Euronext estiment que cela ne serait pas une bonne solution, pour des raisons de coûts et de perturbation du marché. «Au contraire, ceux qui ont répondu à l'enquête considèrent que cela favoriserait la qualité de l'information», tranche Luc Van der Elst. L'enquête s'est également penchée sur un phénomène qui touche les analystes financiers depuis plusieurs années:

leur délocalisation vers des places financières hors Belgique, notamment à Londres, Paris et Amsterdam. Pour la moitié des sondés, ce mouvement n'a pas amélioré la transparence de l'information. Deux sur trois sont même convaincus que les analystes locaux sont mieux à même de comprendre l'entreprise et les informations qu'elle fournit.

Les analystes financiers eux-mêmes semblent favorables à une plus grande proximité avec les sociétés qu'ils suivent: 93 % d'entre eux estiment que cette proximité est idéale pour une connaissance

Vainqueur du 50e Award for the Best Financial Information

1	Umicore	391,8 / 500
2	AB Inbev	382,7 / 500
3	Hanson Trans.	375,1 / 500

Meilleur rapport annuel

1	CNP	82,5 / 100
2	AB Inbev	81,7 / 100
3	Solvay	81,3 / 100

Meilleurs communiqués de presse

1	Bolycom	87,0 / 100
2	AB Inbev	85,0 / 100
3	Tolnec	83,3 / 100

Meilleures relations investisseurs

1	Umicore	168,0 / 200
2	Solvay	158,0 / 200
3	Dalhize	156,3 / 200

Meilleur site internet

1	Solvay	88,3 / 100
2	KBC Group	86,5 / 100
3	Agos	84,0 / 100

Source: ABAF

www.abaaf.be

approfondie et professionnelle des entreprises cotées à Bruxelles.

L'enquête s'est aussi penchée sur le sort des personnes chargées des relations avec l'investisseur dans les entreprises. 69 % des «investor relation managers» sont convaincus que les investisseurs institutionnels les voient comme des interlocuteurs capables de fournir les réponses en lieu et place de l'administrateur délégué tant que la communication financière est concernée. 77 % d'entre eux estiment que leur rôle dans l'entreprise prend de l'importance. ■

LA CRISE FINANCIÈRE A AUGMENTÉ LA VITESSE DE LA COMMUNICATION FINANCIÈRE, SELON LE PATRON DE L'ABAF

«L'analyste doit travailler bien plus vite»

ENTRETIEN

Hans Buysse est le président de l'Abaf, l'Association belge des analystes financiers. Il considère qu'une information financière de qualité et plus dense est en mesure d'apporter des solutions après la crise de 2008.

La crise financière a-t-elle rendu le métier d'analyste plus difficile?

► Oui, dans le sens où, avec la globalisation, on n'a pas toujours augmenté la qualité de l'information mais bien sa vitesse. C'est néanmoins une bonne nouvelle car mieux vaut donner une information rapidement, quitte à ce

qu'elle ne soit pas complète, que ne pas donner d'information du tout. Quand le précédent président des USA, Georges Bush, a affirmé que l'Irak préparait des armes nucléaires, la presse américaine s'est tue, ce qui a été dommageable. Il est dangereux de ne rien dire. Pour les analystes financiers, c'est la même chose.

Mais peuvent-ils encore fournir une information de qualité?

► Étant donné l'importance croissante de la rapidité de l'information, c'est un défi. L'analyste financier ne doit pas se contenter de communiquer des chiffres. Son analyse est importante mais elle prend du temps. Or, ce temps, l'analyste ne

l'a pas toujours! Il doit écrire, cela ne peut pas attendre, même si l'information n'est pas complète ou n'est pas équilibrée.

Pour maîtriser cette accélération de l'information financière, que doit faire l'analyste?

► Il doit travailler beaucoup plus vite, ce qui nécessite des compétences qui peuvent s'acquérir par le biais de formations adéquates. L'Abaf doit aider ses membres à obtenir ces compétences. Dans cette optique, nous venons de mettre sur pied une nouvelle formation, en partenariat avec la Febelfin Academy et PricewaterhouseCoopers, en matière de «risk management» (gestion du risque, ndlr). Nous

devons aussi penser aux investisseurs: reçoivent-ils l'information souhaitée et la comprennent-ils? C'est l'intérêt de l'«Award for the Best Financial Information» qui permet aux «Investor relations» des entreprises de mieux cerner les attentes des investisseurs et des analystes. Quand une société voit qu'elle reçoit une mauvaise cote dans un domaine, elle cherche à l'améliorer.

Encore faut-il avoir les moyens de le faire...

► Nous craignons que la crise conduise les entreprises à couper dans les budgets «Investor relations». Mais au contraire, elles ont augmenté le flux d'in-

formation donné aux marchés au jour le jour. À cet égard, l'utilisation des nouveaux médias peut s'avérer très intéressante. Quant à nous, notre préoccupation est de faire en sorte que l'information soit de la meilleure qualité possible. L'enquête que nous avons réalisée a montré que le public est demandeur de davantage d'informations et d'une information de qualité.

La crise a-t-elle rendu les analystes trop prudents?

► Certains ont certes tendance à moins oser. Mais la plupart ont surtout dû augmenter leur qualité et leur réactivité, ce qui est un effet bénéfique de la crise.■

P.G.