



Association Marocaine des
Relations Investisseurs - AMRI

Workshop de la Bourse

Le 14 avril 2011

-
- **Contexte et Objectifs**
 - Présentation et Organisation d'AMRI
 - Principales cibles
 - Plan d'actions 2011/2012
 - Impératifs actuels
-

[CONTEXTE]

- Développement du marché financier au Maroc
- Déficit de la communication Financière du pays
- Prise de conscience de l'information Financière par le régulateur, l'émetteur et les acteurs du marché
- Condition essentielle de la confiance des investisseurs, de la crédibilité, de la qualité et de l'intégrité de la place financière
 - Convaincre sur la qualité de la gouvernance
 - Expliquer et illustrer la stratégie poursuivie par les sociétés cotées afin de favoriser leur perception et leur crédibilité auprès du marché
 - Permettre l'appréciation des perspectives et de la valeur par les actionnaires, la communauté financière et médias spécialisés
 - Consolider les relations existantes avec les actionnaires et les investisseurs et contribuer à la prospection
- Échange régulier d'informations entre l'émetteur et les acteurs du marché permet d'installer un climat de confiance, créant un cercle vertueux de transparence, de crédibilité et de fluidité.

OBJECTIFS

- Réunir les professionnels de la communication et de l'information financière
- Développer des relations privilégiées avec les analystes financiers et les médias du marché marocain:
 - Accroître la transparence des entreprises d'un côté;
 - Développer le métier de la recherche de l'autre
- Faire la promotion du Label Maroc
- Promouvoir le statut d'Investor Relations au Maroc
- Encourager les intervenants du marché à accroître les capacités de collecte et de diffusion de l'information financière en temps opportun afin de dynamiser le marché et attirer l'intérêt des investisseurs
- Exprimer des opinions et formuler des recommandations auprès des administrations en général et des autorités de marché en particulier
- Etablir des partenariats à l'échelle internationale et faire partie de « IR Society »
 - www.ir-soc.org.uk

-
- Contexte et Objectifs
 - **Présentation et Organisation d'AMRI**
 - Principales cibles
 - Plan d'actions 2011/2012
 - Impératifs actuels
-

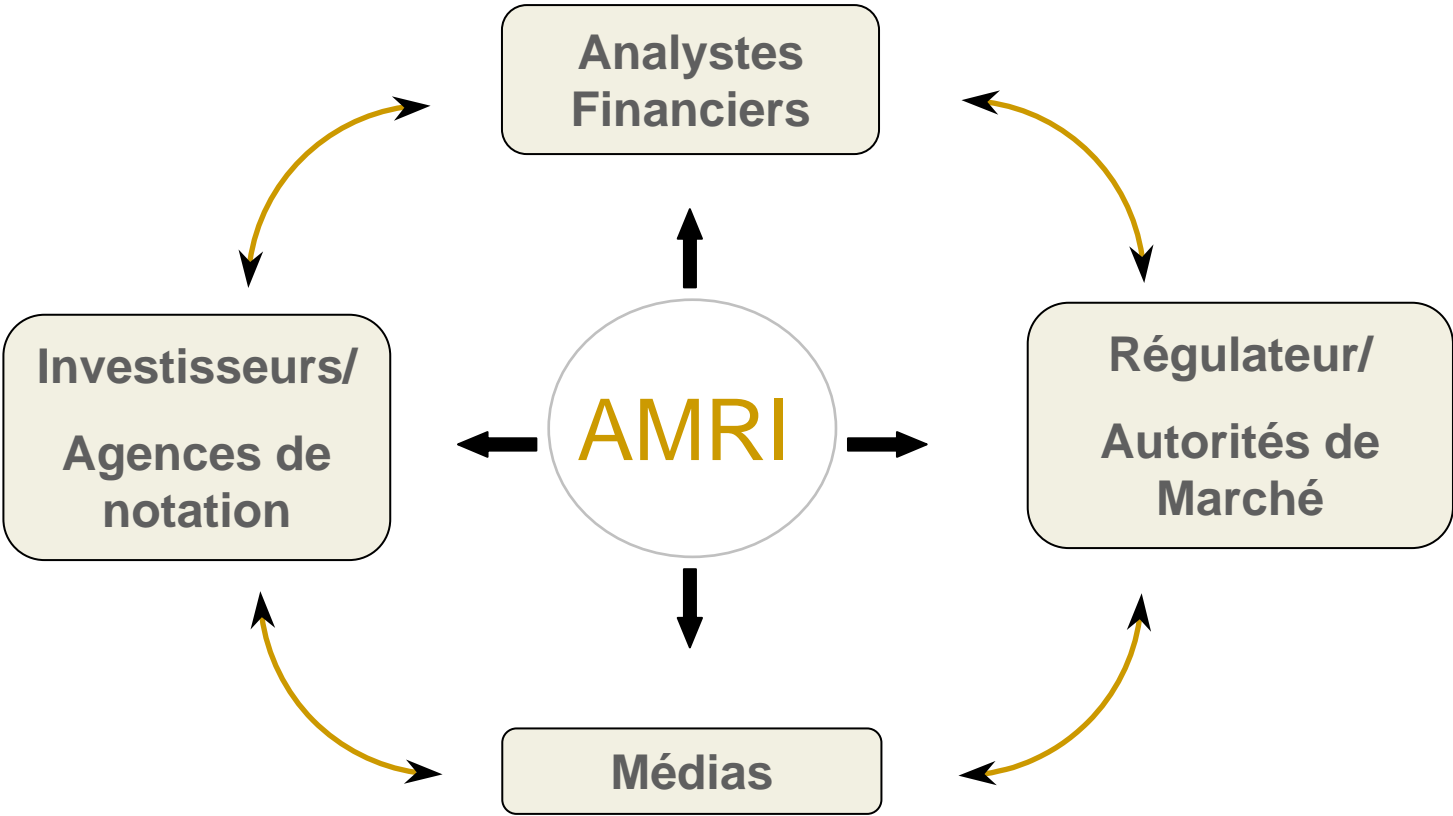
[Membres]

- AMRI se compose de membres fondateurs, de membres actifs, de membres honoraires et de membres temporaires.
- **Membres fondateurs:** les membres actifs ayant participé à sa constitution.
- **Membres actifs:** les responsables de l'information et de la communication financières et leurs adjoints.
- **Membres honoraires:** les sociétés employant un membre fondateur et/ou actif.
- **Membres temporaires:** les anciens membres fondateurs et/ou actifs, en recherche d'emploi.

[Composition]

- Le Conseil d'Administration d'AMRI se compose :
 - Président: Ibtissam ABOUHARIA
 - Vice-Président: Mohamed EI AOUFI
 - Trésorier: Maha AZZOUZI
 - Secrétaire: Poste Vacant
 - Conseillers: Maha KHSSASSI
Oumnia BENARAFI
Rachid Kadiri
 - Représentant de la Bourse:
Badr BENYOUSSEF
Monia AIT EL HADJ
Mohamed ZEROUALI OMARI

-
- Contexte et Objectifs
 - Présentation et Organisation d'AMRI
 - **Principales cibles**
 - Plan d'actions 2011/2012
 - Impératifs actuels
-



Efficacité de l'Information = Egalité dans la diffusion de l'Information

-
- Contexte et Objectifs
 - Présentation et Organisation d'AMRI
 - Principales cibles
 - **Plan d'actions 2011/2012**
 - Impératifs actuels
-

[ETAPE 1]

- Finalisation des formalités administratives de l'association
- Préparation de plaquettes de présentation pour AMRI
- Mise en ligne d'un site Internet dédiée à AMRI
- Etats des lieux des sociétés cotées
 - Questionnaire sur l'existant en IR au Maroc
 - Publication des résultats du questionnaire

[ETAPE 2]

- Organisation de séminaires de sensibilisation et de prise de contact
- Publication de documents relatifs à la Com Fi et RI
- Relation avec des associations à l'international pour la promotion de la Communication au Maroc

[**ETAPE 3**]

- Visites et/ou entretiens personnalisés avec les sociétés cotées, les analystes financiers et les journalistes
 - Conseil et échange d'expérience
- Rencontres et réunions d'information thématiques avec des professionnels et des experts

-
- Contexte et Objectifs
 - Présentation et Organisation d'AMRI
 - Principales cibles
 - Plan d'actions 2011/2012
 - **Impératifs actuels**
-

Information Financière

Communication stratégique

- Identifier les cibles destinataires
- Donner une information exacte, précise, sincère de la situation de l'émetteur
- Assurer l'égalité de l'information entre les différents acteurs du marché et entre les zones géographiques où elle opère
- Attirer et fidéliser les investisseurs potentiels
- Analyser les messages reçus par les différents acteurs de marché
- Instaurer un processus de validation interne rigoureux
- Respecter le timing et l'importance de la forme de la communication et le choix de l'intervenant
- Participer aux road show et séminaires ou conférences à la rencontre d'investisseurs institutionnels