

Résultats semestriels

Attijariwafa bank consolide sa performance

● Malgré le tassement de l'activité de crédit, la banque a réussi à stabiliser ses marges d'intermédiation et à propulser ses revenus avec les marges sur commission et le résultat d'opérations sur les marchés.

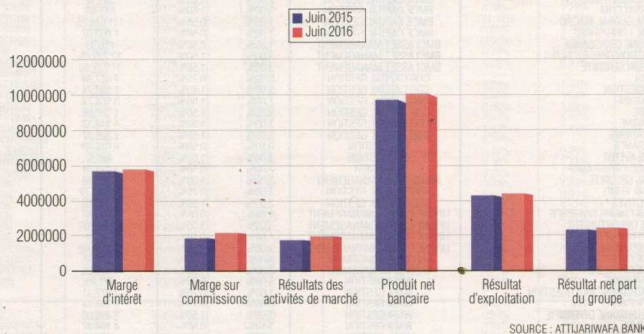
Bon cru pour Attijariwafa bank, qui affiche à l'issue du premier semestre de l'année en cours, des réalisations en hausse. À l'image de sa consœur, la Banque centrale populaire (voir www.leseco.ma), le poids de la décélération de l'évolution des crédits se fait sentir. La banque affiche une marge d'intérêt en quasi-stagnation (+0,22%) se chiffrant à 5,76 MMDH à fin juin 2016. Parallèlement, la marge sur commission progresse de 11,58% à 2,16 MMDH et le résultat des activités de marché gagne 7,94% à 1,98 MMDH, permettant de générer un produit net bancaire consolidé de l'ordre de 10,09 MMDH, soit une progression de 3,46%. Il y a lieu de souligner que la croissance a été tirée particulièrement par la banque de détail à l'international qui voit ses indicateurs s'améliorer significativement avec des contributions au produit net bancaire en croissance de 9,4%. Cette performance s'explique par une croissance organique soutenue, ainsi que par le renforcement de la participation dans le capital des filiales sénégalaise (CBAO) et ivoirienne (SIB) à 83 et 75% au quatrième trimestre 2015.

RNPG en hausse de 7,93%

En effet, le semestre a été marqué par le lancement du plan stratégique «Énergies 2020» qui a pour ambition de consolider le leadership continental du groupe et d'accélérer l'optimisation de son modèle, dans un contexte caractérisé par de profondes mutations économiques et technologiques. Par ailleurs, avec des charges maîtrisées, ne progressant que de 5,4% et un coût du risque qui s'allège de 5%, la banque affiche un



ÉVOLUTION DES RÉSULTATS SEMESTRIELS D'ATTIJARIWAFABANK
(EN MILLIERS DE DH)



SOURCE : ATTIJARIWAFABANK

résultat d'exploitation consolidé de 4,41 MMDH, en amélioration de 3,79%. In fine, le résultat net part du groupe (RNPG) ressort à 2,49 MMDH, affichant un bond de 7,93%. Encore une fois, c'est la

banque de détail à l'international qui propulse cet indicateur avec une contribution en hausse de 58,6%. La rentabilité financière s'améliore en conséquence avec un RoE (rentabilité de l'argent ap-

porté par les actionnaires à la société) de 15,5% et un RoA (la capacité de l'entreprise à dégager un résultat) de 1,4%, soit 0,4 point et 0,1 point de plus par rapport à juin 2015, respectivement.

Une collecte en croissance soutenue

Sur le plan opérationnel, Attijariwafa bank a su collecter 393,6 MMDH, soit 5,1% de plus par rapport à juin 2015. 81,9% de ces fonds collectés émanent du Maroc, le reste (18,1%) est issu de l'activité à l'international, en l'occurrence en Afrique du Nord et subsaharienne (UEMOA et CEMAC), en Europe, en Amérique du Nord (Canada) et en Asie (Émirats Arabes Unies et Arabie Saoudite). Du côté des crédits accordés, ceux-ci ont évolué de 3,8% à 264,2 MMDH, dont 77,6% distribués au Maroc et 22,4% à l'international. L'accroissement de l'activité a été soutenu par l'élargissement du réseau bancaire. Celui-ci est passé de 3.376 agences, en juin 2015, à 3.844, en juin 2016, soit une progression de 13,9%. À l'international, le réseau s'est renforcé avec 20 nouvelles agences, alors qu'au Maroc, ce sont 448 nouvelles agences qui ont vu le jour. Le réseau se partage ainsi à hauteur de 81,2% au Maroc et 18,8% en dehors du Maroc.

PAR SARA BAR-RHOUT
s.barrhout@leseco.ma

Un plan stratégique ambitieux

À l'occasion de la publication de ses résultats semestriels, la banque a évoqué aussi son plan stratégique «Énergies 2020», lancé en ce premier semestre et portant sur la période 2016-2020. Ce plan se veut attentif aux différentes mutations économiques, réglementaires, sociales et technologiques, et décline l'ambition d'Attijariwafa bank de se positionner comme la banque relationnelle de référence pour tous ses clients, à travers un modèle proactif, centré sur la satisfaction des besoins spécifiques de la clientèle. Elle ambitionne aussi de consolider le leadership du groupe au Maroc, en matière d'innovation, en tirant profit des technologies nouvelles liées au digital, pour dessiner la banque de demain, une banque encore plus proche de ses clients. De même, il est question de poursuivre le développement du capital humain, première richesse du groupe, au service de la clientèle et de consolider les atouts de son modèle de banque universelle s'appuyant sur une diversification des métiers et des géographies et sur une capacité démontrée à générer de la croissance, à rationaliser les moyens et à maîtriser les risques.