





LA BMCI EN 2005

PRINCIPAUX INDICATEURS D'ACTIVITÉ ET DE RÉSULTATS

Malgré un environnement concurrentiel difficile marqué notamment par une forte pression sur les marges, la BMCI a confirmé la bonne tenue de ses performances en termes de développement, de résultats et de rentabilité grâce à la contribution et la diversité de ses métiers. Les filiales de la BMCI ont poursuivi leur développement en 2005 et ont contribué de manière significative aux résultats de la banque.

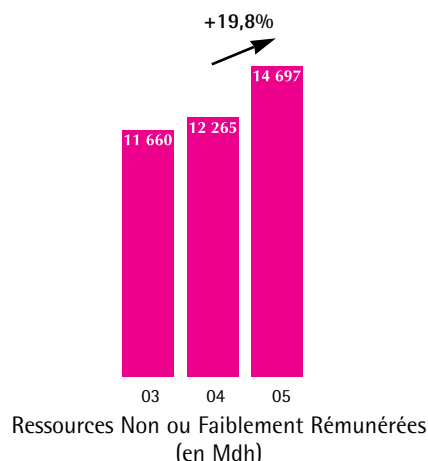
■ Des résultats et une rentabilité en progression

Au 31 décembre 2005, l'encours des crédits globaux de la clientèle s'est établi à 30 milliards de dirhams, soit une augmentation de 9,3% par rapport à la fin de l'exercice précédent. Cette augmentation concerne en particulier les crédits par caisse, qui ont enregistré une progression de 17%. Les engagements par signature ont affiché une baisse de 12% par rapport à 2004.

L'encours des dépôts globaux de la clientèle a progressé de 13,8% par rapport à l'année 2004 pour s'établir à 29,5 milliards de dirhams.

Sur la même période, l'encours moyen des Ressources Non ou Faiblement Rémunérées (RNFR) a enregistré une augmentation de 19,8% par rapport à l'année 2004, principalement due à l'extension du réseau d'agences.

Grâce à une politique active de conquête conjuguée à une reprise ciblée de collecte de Ressources Rémunérées (RR) pour répondre aux besoins de financement de la BMCI, l'évolution de la structure des dépôts a baissé légèrement pour s'établir à 53% de Ressources Non ou Faiblement Rémunérées (RNFR) en 2005 contre 54% en 2004.



■ Produit net bancaire

Le produit net bancaire (PNB) de la BMCI a enregistré une croissance sensible de 11,3% pour atteindre 1,7 milliard de dirhams au 31 décembre 2005.

Grâce à la hausse importante des encours, la marge d'intérêts a atteint, au 31 décembre 2005, 1 383 millions de dirhams, soit une progression de 10,2% par rapport à l'année précédente.

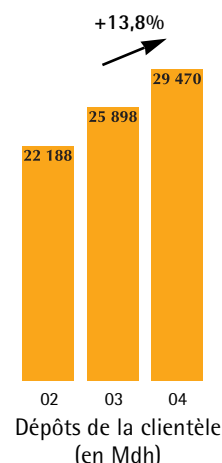
La marge sur commissions a progressé de 21% pour s'établir à 187,5 millions de dirhams en 2005. Grâce à l'activité de Change, le résultat des opérations de marché a connu une progression de 1,8% pour s'établir à 116,3 millions de dirhams.

■ Charges générales d'exploitation

Les charges générales d'exploitation restent maîtrisées en 2005. Elles ont augmenté de 3,9% pour s'établir à 762 millions de dirhams. Cette évolution contenue s'explique, notamment, par l'augmentation des frais généraux de 4% et des charges du personnel de 2,5%. Les amortissements ont, quant à eux, évolué de 3,6% pour atteindre 99,5 millions de dirhams.

■ Résultat brut d'exploitation

Grâce à la progression du produit net bancaire et à la bonne maîtrise des frais généraux, le résultat brut d'exploitation s'est établi à 990 millions de dirhams, soit une hausse de 23,8% par rapport à 2005.



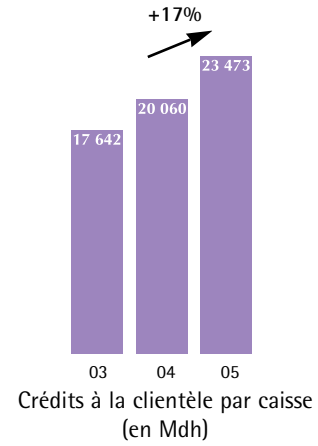
Résultat net

Le montant net des provisions s'est élevé en 2005 à 219 millions de dirhams soit une progression de 13,7% par rapport au 31 décembre 2004.

Ainsi, le résultat net de la BMCI a enregistré une progression de 30,8% pour s'établir à 492,5 millions de dirhams en 2005.

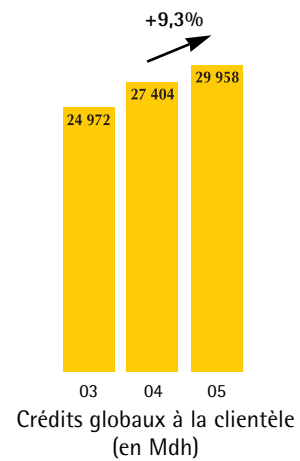
Le coefficient d'exploitation continue à s'améliorer en passant de 48,2% en 2004 à 45% en 2005.

Le ROE (Return On Equity) progresse également en s'établissant à 17,1% contre 15,6% à fin décembre 2004.



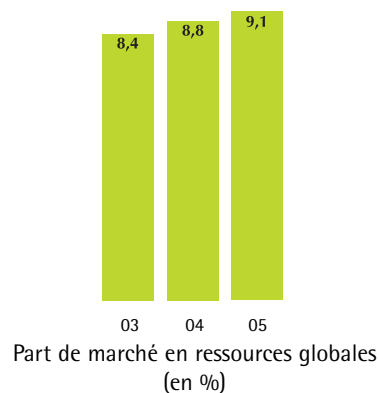
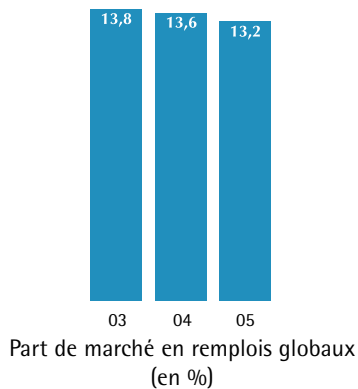
Les notes de la BMCI confirmées par Fitch North Africa

Fitch North Africa, filiale de l'agence internationale de notation Fitch Ratings, a confirmé les notes déjà attribuées à la BMCI sur son échelle de notation nationale, soit AA- pour la note de long terme avec des perspectives d'évolution « stable » et F1+ pour la note de court terme. La confirmation des notes attribuées à la BMCI se justifie notamment par sa rentabilité, qui figure parmi les meilleures de la place, et son adossement au Groupe BNP Paribas.



La BMCI a passé avec succès l'audit de certification ISO 9001 de ses activités documentaires

Au terme des audits effectués du 27 au 29 juin 2005 par BVQI (Bureau Véritas Quality International), la BMCI a passé avec succès les audits de surveillance annuels.



LES ACTIVITÉS COMMERCIALES

■ Le réseau d'agences : ouverture de 16 nouveaux points de vente

L'année 2005 a vu l'ouverture de 16 nouveaux points de vente. Ainsi, à fin décembre 2005, le réseau de la BMCI comptait 170 agences spécialisées par type de clientèle et plus de 40 000 comptes chèques ont été ouverts contre 35 000 en 2004, soit une progression de 15%.

■ La BMCI poursuit sa politique de développement sur le marché des particuliers et des professionnels

Sur le segment de la clientèle des particuliers et des professionnels, la BMCI a poursuivi sa politique de développement basée sur l'ouverture de nouveaux points de vente, le recrutement d'une nouvelle clientèle et la fidélisation de sa clientèle acquise à travers notamment l'élargissement de sa gamme de produits.

En 2005, la BMCI a enrichi son offre d'assurances avec le lancement de deux nouveaux produits d'assurance épargne, PLAN EPARGNE Plus et PATRIMOINE Plus. PLAN EPARGNE Plus est destiné aux petits épargnants disposés à faire un effort d'épargne constant et régulier. Il permet de constituer progressivement une épargne, moyennant le versement de primes périodiques et/ou complémentaires qui génèrent des produits financiers. Quant à PATRIMOINE Plus, il est destiné aux épargnants ayant une importante somme d'argent à placer et permet de faire fructifier et valoriser ce capital à moyen et long-terme.

Par ailleurs, la BMCI a étoffé son offre de crédits en proposant à ses clients la carte de crédit renouvelable Viva Aurora MasterCard. Cette carte met à la disposition du client une réserve d'argent utilisable en une ou plusieurs fois et remboursable par petites mensualités.

A l'écoute constante des besoins de ses clients, la BMCI a également enrichi le Prêt PERSO d'une option facultative permettant un remboursement tout en souplesse des mensualités qui peuvent, selon la situation financière du client, être reportées ou ajustées.

Afin de permettre à ses clients particuliers et professionnels de voyager à l'étranger sans soucis liés à la gestion de leur argent en espèces, la BMCI a lancé, en 2005, la carte de retrait et de paiement Odyssee. Odyssee est une carte sur laquelle est logée

tout ou une partie de la dotation touristique, « Omra » ou professionnelle que le client peut utiliser pour régler ses achats ou retirer de l'argent à l'étranger.

Campagne de communication sur les ouvertures de nouvelles agences

En utilisant le registre de l'émotion, la BMCI a fait le bilan de ses ouvertures d'agences en 2005, à travers les principaux supports presse.



PÔLE PRODUITS, MARCHÉS ET MONÉTIQUE



DIRECTION DES PARTICULIERS ET DES PROFESSIONNELS

Pour compléter sa gamme de produits destinés aux jeunes, la BMCI a lancé le Compte et la Carte B free pour les jeunes de moins de 18 ans et Im@gine pour les 18 - 25 ans. Ces deux formules s'adaptent à leur mode de vie, en leur permettant de mieux vivre la banque au quotidien grâce à de nombreux produits bancaires et à de multiples avantages extra-bancaires.

En 2005, un nouveau système de commissionnement a été instauré pour mieux récompenser les performances de la force de vente et pour favoriser le développement de la collecte des ressources et l'équipement en produits de la clientèle.

Ainsi, le taux de détention en produits par client est passé à 3,60 en décembre 2005 contre un taux de 3,16 en décembre 2004.

L'action de collecte de ressources a permis à la BMCI de réaliser sur le segment de la clientèle des particuliers et des professionnels, une progression de 16,8% en Ressources Non ou Faiblement Rémunérées et d'améliorer le ratio de structure en le portant de 48,4% en décembre 2004 à 51,1% en décembre 2005.

Grâce à une bonne performance en matière de nouvelle production en crédit habitat, les encours moyens ont évolué en 2005 de 21% par rapport à 2004.

Enfin, la stratégie de développement de la BMCI sur le segment de la clientèle haut de gamme a permis à l'Espace Gestion de Patrimoine d'enregistrer une croissance sensible de son activité. Ainsi, en 2005, les avoirs gérés par l'Espace Gestion de Patrimoine ont augmenté de 16% par rapport à l'année 2004.

■ Un portefeuille de PME-PMI fortement enrichi

Dans un environnement de plus en plus concurrentiel marqué par l'effritement des marges et une montée des risques, la BMCI a poursuivi sa stratégie de développement en se basant sur une démarche sélective de la clientèle, sur le cross-selling et sur le développement des synergies avec les filiales de la banque.

La mise en place de nouveaux outils de mesure de performance de la force de vente a également permis d'avoir une meilleure maîtrise de l'évolution du portefeuille global et donc de mieux cibler les actions de prospection. Ainsi, les réalisations de l'année 2005 ont été satisfaisantes puisque le portefeuille de PME-PMI a été enrichi de 210 nouveaux comptes.

Les ressources ont enregistré une progression de 17% et ont dépassé les 2 milliards de dirhams pour la partie Ressources Non ou Faiblement Rémunérées et un taux de progression de 24% induisant ainsi un excellent ratio de structure.

Les engagements globaux ont enregistré une évolution de 13%, soit plus de 1,2 milliard de dirhams par rapport à l'année 2004. Ainsi, le montant des engagements a dépassé 9,3 milliards de dirhams. Les engagements par signature ont connu, quant à eux, une évolution sensible de 10%.

Dans le cadre des synergies avec les filiales de la banque, la ligne de clientèle PME-PMI a contribué fortement aux objectifs des activités de leasing et de factoring.

Enfin, la BMCI en tant qu'acteur majeur sur la scène bancaire et financière au Maroc a, durant ces dernières années, participé activement au financement des entreprises de micro-crédit. Consciente de la dimension stratégique que revêt la micro-finance en tant que levier de développement social et de lutte contre la pauvreté, la BMCI apporte tout son soutien financier aux associations de micro-crédit les plus actives au Maroc.

La BMCI a participé à la 3^{ème} édition des assises de la PME-PMI à Casablanca

La BMCI a participé aux 3^{ème} assises de la PME-PMI qui ont eu lieu les 10 et 11 novembre 2005 à l'Office des Changes de Casablanca, sous le thème « Les PME marocaines dans l'espace afro-méditerranéen ».

■ Le commerce international : une activité en progression

La tendance positive enregistrée par l'activité commerce international en 2004 s'est améliorée en 2005 et a été illustrée par une progression du produit net bancaire de 20% du Trade Center BNP Paribas de Casablanca.

L'année 2005 a été également caractérisée par de fortes synergies entre la BMCI et la Turk Ekonomi Bankasi, une filiale de BNP Paribas en Turquie, ce qui a permis le recrutement d'importantes relations.

De plus, le rattachement des activités « Correspondant Banking » et « Garanties Internationales » au Trade Center BNP Paribas de Casablanca a permis de drainer des opérations importantes et rémunératrices, compensant la baisse des marges.

■ La BMCI consolide sa position sur le marché des grandes entreprises, des institutionnels et des financements structurés

En 2005, la stratégie poursuivie par la BMCI sur le segment des grandes entreprises et institutionnels a été orientée principalement sur la consolidation de ses parts de marché. En effet, la BMCI a maintenu sa position de leader grâce au développement significatif de ses emplois et ressources, avec des taux de croissance respectifs de 21% et 61%.

Les Ressources Non ou Faiblement Rémunérées et les Ressources Rémunérées ont enregistré une progression significative, respectivement de 27% et de 117%, confirmant la capacité de la filière grandes entreprises et institutionnels à lever des volumes importants en cas de besoin et ce, en dépit de l'impact de la mise en place de la solution Cash Pooling en faveur d'importants clients.

Au niveau des emplois, les crédits à long et moyen-terme ont représenté plus de 53% des encours par caisse. Les engagements par signature ont, quant à eux, affiché une progression de 5% malgré le fait que les crédits documentaires à l'import représentent de moins en moins un mode de paiement pour la clientèle des grandes entreprises et institutionnels. Cette performance a été réalisée dans un contexte de concurrence accrue avec une forte pression à la baisse sur les marges d'intermédiation.

La BMCI a financé des projets d'investissement d'envergure, notamment la construction de la nouvelle cimenterie Holcim à Settat dont le coût d'investissement s'est chiffré à 1,2 milliard de dirhams pour la part locale et 100 millions d'euros pour la part en devise. La BMCI a participé dans ces deux prêts respectivement à hauteur de 300 millions de dirhams et 20 millions d'euros, soit une part de marché moyenne de 24%.

De plus, dans le cadre du rachat de 16% du capital de Maroc Telecom par Vivendi Universal, la BMCI a participé à hauteur de 11,6% au financement de l'opération en octroyant un prêt de 700 millions de dirhams.

Par ailleurs, la BMCI a participé, en 2005, à plusieurs opérations de fusion-acquisition à forte valeur ajoutée notamment l'absorption de la société MVI par la Société Immobilière la Mer ou encore l'acquisition de Tissir Primagaz par le Groupe Afrikaia, qui ont permis de générer des commissions dépassant les 6 millions de dirhams.

La BMCI a également enrichi son portefeuille de clientèle grandes entreprises et institutionnels par de nouvelles entrées en relation de dimension nationale et internationale telles que le Groupe Soft, Mak-Yol, Roca Maroc, Sadvel ou encore certaines entreprises opérant dans l'aéronautique.

En 2005, trois conventions de centralisation de trésorerie ont été signées et ont permis de capter plus de flux de la part de la clientèle.

La BMCI a également renforcé sa présence sur le segment de la monétique en lançant la première gamme de Cartes Affaires au Maroc pour une gestion optimale et efficace des frais professionnels, mais aussi en maintenant sa position de précurseur en terme de solutions pour la gestion de la paie des salariés non bancarisés.

Enfin, de fortes synergies entre les différents métiers de la banque, notamment les financements structurés, la gestion d'actifs, le crédit bail et le cash management, ont permis de développer le cross-selling auprès des grandes entreprises et institutionnels et d'apporter une réponse globale à leurs besoins.



DIRECTION DES GRANDES ENTREPRISES,
DES INSTITUTIONNELS ET DES FINANCEMENTS STRUCTURÉS

■ Activités de marchés : un résultat en progression de 20%

Dans un environnement caractérisé par une concurrence accrue, la Salle des Marchés a su améliorer sa compétitivité et maintenir la BMCI au sein des quatre banques les plus actives sur les marchés financiers au Maroc.

Le résultat global réalisé en 2005 par la Salle des Marchés a dépassé pour la première fois la barre des 100 millions de dirhams enregistrant ainsi une progression de 20% par rapport à l'année 2004. Cette performance s'explique notamment par la progression des résultats de l'activité de change qui se sont élevés à 77,3 millions de dirhams en hausse de 28,3% par rapport à l'exercice précédent.

Le volume traité avec la clientèle sur le marché de Change a atteint 50,6 milliards de dirhams, en progression de 27%, traduisant une très bonne présence commerciale auprès de la clientèle directe de la Salle des Marchés notamment les grandes entreprises.

L'activité de Trésorerie a également enregistré une croissance notable de son résultat qui a progressé de 37% grâce à une bonne maîtrise des risques de taux et de liquidité, l'année ayant été marquée par un resserrement continu de la politique monétaire américaine et par une crise de liquidité suite à de fortes rumeurs de dévaluation du dirham.

L'activité Obligataire a, quant à elle, poursuivi son expansion en termes de :

- Couverture de marché : la part de marché de la BMCI sur le marché secondaire a progressé de 10,2% en 2004 à 12% en 2005 ;
- Lancement de nouveaux produits : la Salle des Marchés a étoffé son offre de produits par le lancement des dépôts structurés en dirhams destinés aux investisseurs institutionnels.

La BMCI équipe deux entreprises du produit BMCI CASH ENTREPRISE

La ligne d'activité Cash Management a conclu deux contrats de près de 800 cartes Cash Entreprises. Le premier a été signé avec le groupe pétrolier TOTAL et le deuxième a été signé avec la société CALM.

La BMCI équipe le groupe Véolia d'un produit de Cash Pooling

Afin d'optimiser la gestion de sa trésorerie, le groupe Véolia au Maroc a adopté le produit de Cash Pooling de la BMCI.



ACTIVITÉS DES FILIALES SPÉCIALISÉES

■ BMCI BANQUE OFFSHORE : une croissance soutenue

BMCI BANQUE OFFSHORE a maintenu la croissance soutenue de son activité en 2005, avec l'augmentation de ses emplois globaux moyens qui ont atteint 436 millions de dollars US, soit une progression de 18% par rapport à l'exercice précédent.

Le produit net bancaire et le résultat net ont, quant à eux, atteint respectivement 2,8 et 2,3 millions de dollars US.

L'année 2005 a été caractérisée par une interaction commerciale plus importante avec la BMCI et par le développement du cross-selling auprès de la clientèle.

La marge moyenne s'est raffermie en 2005 passant à 1,12% contre 0,99% en 2004 grâce, notamment, aux directives de Bank Al-Maghrib instituant une marge minimale de 1% sur toutes les opérations de financement en devises traitées avec les clients locaux.

■ BMCI LEASING poursuit son développement dans la rentabilité

Dans un contexte économique et fiscal favorable au crédit-bail, BMCI LEASING a poursuivi le développement de son activité tout en restant fidèle à sa politique de maîtrise des risques et de rentabilité. Au 31 décembre 2005, la production de BMCI LEASING s'est établie à 1,05 milliard de dirhams, soit un accroissement de 18% par rapport à l'année 2004. Cette forte progression a été marquée par une prédominance du crédit-bail mobilier qui a connu une hausse de 21% pour s'établir à 922 millions de dirhams. Le crédit-bail immobilier a, quant à lui, progressé de 3% pour s'établir à 132 millions de dirhams.

Le secteur des transports, aussi bien en véhicules utilitaires que de tourisme, a constitué un peu plus de la moitié de la production, suivi des équipements industriels et du BTP.

Le bon niveau de production réalisé en 2005 et la gestion prudente des taux ont permis d'atténuer l'impact négatif de la dégradation de la marge d'intermédiation.

Le produit net bancaire s'est ainsi élevé au 31 décembre 2005 à 85,9 millions de dirhams.

L'encours financier net des actifs immobilisés en crédit-bail de BMCI LEASING s'est établi, à fin décembre 2005, à 2,4 milliards de dirhams soit une progression d'environ 15% par rapport à l'année précédente.

La politique de maîtrise et d'optimisation des charges d'exploitation a été poursuivie en 2005.

Ainsi, les frais de gestion n'ont enregistré qu'une très légère hausse par rapport à l'exercice 2004, soit 0,8 million de dirhams, et le coefficient d'exploitation s'est établi à 18,7% contre 25% l'exercice précédent.

■ BMCI BOURSE: un volume de transactions de 8 milliards de dirhams

Pendant l'année 2005, le marché boursier a été marqué par le remplacement des sur-liquidités monétaires sur le marché actions, par l'afflux des fonds d'investissements étrangers et par la multitude des opérations d'aller-retour effectuées en fin d'année anticipant le retour d'imposition des plus-values boursières.

Ainsi, le MASI a enregistré une hausse de 22,5% à 5 539,1 points. Le volume global des transactions a atteint, en 2005, 148,5 milliards de dirhams contre 71,7 milliards de dirhams en 2004, soit une hausse de 107% attribuable aux bonnes performances enregistrées par le marché central et le marché de blocs respectivement de 136% et 213%. Hors apports de titres, celui-ci a progressé de 46% à 104,8 milliards de dirhams. Dans ce contexte, BMCI BOURSE a maintenu sa position parmi les leaders du marché avec un volume de transactions négociées de 8 milliards de dirhams en 2005 contre 7,4 milliards de dirhams en 2004, soit une progression de 8,1%.

Enfin, BMCI BOURSE a réalisé un chiffre d'affaires de 5,8 millions de dirhams. Après retraitement des commissions perçues sur les opérations exceptionnelles de 2004, le chiffre d'affaires a progressé de 11,5% par rapport à l'année précédente. Le chiffre d'affaires réalisé avec les personnes physiques a également progressé de 251% pour les clients directs et de 140% pour le réseau d'agences BMCI.

Un nouveau support de communication boursière, « Investir en Bourse »

Dans le cadre de son activité « Analyse et Recherche » et afin d'améliorer son service à la clientèle, BMCI BOURSE a élaboré un support d'information boursière, « Investir en bourse », dont la périodicité est quotidienne et hebdomadaire.

■ BMCI GESTION : des actifs nets gérés totalisant 7,45 milliards de dirhams

Les actifs gérés par BMCI GESTION ont totalisé, au 31 décembre 2005, 7,45 milliards de dirhams, ce qui lui confère une part de marché de 8,8% avec un positionnement de 4^{ème} sur le marché de la gestion d'actifs.

Par conséquent, les frais de gestion collectés passent de 41,56 millions de dirhams à 43,26 millions de dirhams soit une hausse de 4,1% et le chiffre d'affaires net a atteint 25,11 millions de dirhams soit une hausse de 14,5% par rapport à 2004.

Le résultat d'exploitation a enregistré une hausse de 15,4% pour atteindre 17,18 millions de dirhams et le résultat net s'est établi à 11,51 millions de dirhams en progression de 11,9% par rapport à l'exercice précédent.

BMCI GESTION a organisé une conférence-débat sur « La dynamisation de la gestion de trésorerie »

BMCI GESTION a invité près de 200 clients et prospects Grandes Entreprises et Institutionnels à une conférence-débat autour du thème « Dynamisation de la gestion de trésorerie ».

■ BMCI FINANCE : une année riche en mandats

En 2005, l'activité de BMCI FINANCE a été riche en mandats avec notamment, l'émission obligataire d'un milliard de dirhams de la Société Financière Internationale.

Le produit net bancaire de BMCI FINANCE s'est établi en 2005 à 10,2 millions de dirhams et a enregistré une progression par rapport à l'exercice 2004.

L'émission d'obligations de la Société Financière Internationale au Maroc était une belle réussite et une première sur le continent. Cette opération, d'un montant d'un milliard de dirhams et pour laquelle BMCI FINANCE a été banque conseil et la BMCI chef de file du syndicat de placement, a permis aux institutionnels de la place d'investir dans des obligations à 7 ans de qualité exceptionnelle. Il s'agit de la première émission d'un emprunt en monnaie locale par un organisme supranational dans la région Afrique et Moyen Orient.

Partenariat BMCI-Cetelem : un bel exemple de synergie

Dans le cadre du partenariat BMCI-Cetelem, une filiale commune a été créée, « BMCI CRÉDIT CONSO », détenue à hauteur de 49% par Cetelem et 51% par la BMCI. En s'appuyant sur le savoir-faire et l'expertise de Cetelem, spécialiste dans le domaine du crédit à la consommation, la qualité du service rendu est meilleure grâce à des délais de réponse très courts (maximum 8 minutes dans la plupart des cas) et une édition instantanée des contrats.

■ Cetelem et BMCI SALAF : une fusion réussie

L'année 2005 a été marquée par la fusion de Cetelem et de BMCI SALAF qui a donné naissance à Cetelem Maroc. Cetelem Maroc a terminé l'année 2005 avec une production de 1,16 milliard de dirhams et un encours de 1,44 milliard de dirhams.

■ ARVAL MAROC : un chiffre d'affaires en très forte progression

Dans un marché de la Location Longue Durée en croissance soutenue et soumis à une très forte concurrence, ARVAL MAROC a accru sa part de marché en 2005 en la portant à environ 15% du parc total de véhicules en location.

Le parc ARVAL loué a atteint 1560 véhicules en 2005, soit une croissance de 40% par rapport à l'année précédente.

Avec 140 clients répartis sur le segment des marchés publics, des grands comptes et des clients du réseau d'agences BMCI, le chiffre d'affaires d'ARVAL MAROC s'est établi, en 2005, à 64,7 millions de dirhams, ce qui représente plus du double de celui de 2004.



DES MOYENS A LA HAUTEUR DES AMBITIONS

■ Une politique de gestion des ressources humaines dynamique

L'année 2005 a vu se concrétiser des actions de fond engagées depuis près de deux ans visant à doter la Direction des Ressources Humaines d'outils de gestion prévisionnels efficaces.

En effet, l'année 2004 avait été marquée par une réflexion approfondie sur trois thèmes majeurs : la mobilité fonctionnelle et géographique, la gestion individuelle des carrières et la formation préalable à la prise de poste. Les préconisations ont été entièrement réalisées et mises en place en 2005. Une note circulaire a formalisé les conditions de mobilité, la gestion individuelle de carrière et la formation préalable à la prise de poste. La création du nouveau centre de formation vient également renforcer ce dispositif de développement des compétences des collaborateurs.

Par ailleurs, la politique de recrutement hautement sélective visant à attirer des profils d'excellents niveaux, fiables et viables selon un processus rodé et maîtrisé, a été poursuivie. En appui, des plans de formation alternés entre le centre de formation et le terrain ont été matérialisés dans le cadre de cette nouvelle procédure confortant ainsi la Direction des Ressources Humaines dans son pilotage d'intégration de jeunes bien formés et opérationnels.

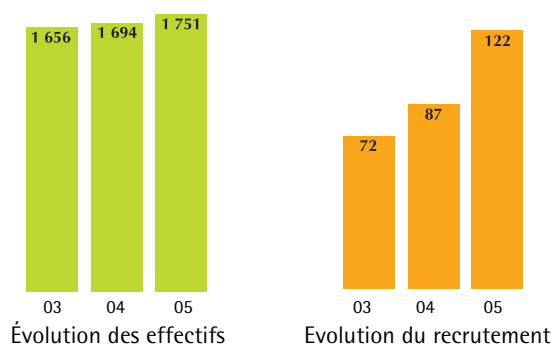
Grâce au plan de relève, qui a également été enrichi et qui devient un outil incontournable de gestion de la mobilité, la Direction des Ressources Humaines dispose d'une visibilité à moyen-terme sur l'évolution des besoins de la banque et peut identifier et préparer les compétences adéquates. Parallèlement, le système de gestion individuelle des carrières s'est vu dynamisé.

Dans un autre registre, l'effort d'optimisation de la filière des ressources humaines a été maintenu par la mise à jour du référentiel des emplois et par l'élaboration et la diffusion d'un guide dédié aux nouvelles recrues « Guide du Collaborateur ».

Dans le cadre d'une politique motivante et équitable de rétribution, la rémunération d'autres fonctions supports a été revalorisée. L'objectif recherché étant de rendre ces fonctions plus attrayantes pour les jeunes qui constituent la relève de demain.

Sur le plan social, le fait marquant de l'année 2005 est l'inauguration du restaurant d'entreprise de la BMCI.

Ces actions ont renforcé les prérogatives de l'action des ressources humaines et tendent à améliorer la prestation qualitative de la Direction des Ressources Humaines.



Un restaurant d'entreprise pour la BMCI

Dans le cadre de sa politique sociale, la BMCI a ouvert un véritable restaurant d'entreprise, qui se distingue de l'habituel concept des cantines, pour les collaborateurs du siège social et des agences avoisinantes.

■ Fusion de la Direction de l'Organisation et la Direction des Systèmes d'Information

La BMCI, ayant confié ses développements informatiques à sa filiale BDSI et le pilotage de sa production informatique à sa filiale Mediha Informatique, une nouvelle structure a été créée en 2005 sous le nom de la Direction de l'Organisation et du Support Technique (DOST) regroupant la Direction des Systèmes d'Information et la Direction de l'Organisation.

En 2005, la Direction de l'Organisation de la BMCI a piloté des chantiers stratégiques qui ont permis d'optimiser les processus de la banque et de réaliser des synergies très sensibles.

L'une des réalisations majeures de l'année 2005 est la mise en place d'un traitement centralisé des opérations de back-office du réseau d'agences de Casablanca et de Mohammedia. Le Service des Opérations Centralisées (SOC) a été spécialement créé au sein de la Direction de l'Administration et des Services Clientèle pour assurer le traitement de toutes ces opérations. Cette centralisation a permis de réaliser des synergies d'effectifs redéployées au profit de la force de vente, mais aussi de réduire les risques opérationnels et comptables des traitements, tout en renforçant la qualité du service rendu à la clientèle. Par ailleurs, l'externalisation de certaines tâches a permis de libérer des énergies et ainsi créer une équipe de renfort technico-commercial.

Parallèlement, les premiers résultats du projet de refonte du référentiel de procédures de la banque ont vu le jour. Au cours de l'année 2005, les procédures relatives à des métiers majeurs de la banque ont été formalisées et enrichies, notamment les crédits aux particuliers, aux entreprises et la Salle des Marchés.

Enfin, la BMCI a mis en production un outil de workflow portant sur le traitement des opérations documentaires qui permet d'accélérer les délais de transmission de documents et de validation par les services internes, ce qui a contribué directement à l'amélioration notable de la qualité de service.

En 2005, la Direction des Systèmes d'Information a mené un plan d'actions ambitieux afin d'améliorer l'outil de travail et le service d'accueil en agence à travers notamment le renouvellement du parc des stations de travail et la mise à niveau des infrastructures télécom. Le renforcement de la sécurité informatique a également été un chantier majeur.

■ Ethique et Déontologie

Dans le cadre des exigences internationales en matière de conformité, les différents pôles et métiers de BNP Paribas ont continué à perfectionner leurs procédures, leurs méthodes et leurs outils afin de les mettre en adéquation avec ces exigences.

S'intégrant dans la politique générale du Groupe BNP Paribas, l'objectif principal de la BMCI en matière d'éthique et de déontologie est de préserver sa réputation et son image. Le dispositif déontologique de la BMCI, qui est conforme aux directives du CDVM concernant les sociétés cotées, est composé d'un code d'éthique et de déontologie et de chartes spécifiques aux entités ayant des relations avec les fournisseurs et les clients de la banque ainsi que d'un référentiel de procédures.

Le code d'éthique et de déontologie est l'axe central autour duquel s'articule tout le dispositif. Diffusé à l'ensemble des collaborateurs de la banque, ce code définit les obligations déontologiques du personnel, à savoir le secret professionnel, le respect de l'intégrité des marchés et le respect de la primauté des intérêts des clients. Les collaborateurs se doivent également de concourir à la prévention du blanchiment des capitaux et à la lutte contre la corruption et de respecter les règles relatives à l'utilisation des moyens informatiques.

En matière de lutte contre le blanchiment et le financement du terrorisme, le dispositif a été renforcé en adaptant les instructions du Groupe BNP Paribas, notamment en matière de surveillance des opérations, de contrôle des suspects et de gestion et suivi des embargos financiers.

L'action d'encadrement et la formation d'accompagnement demeurent une priorité pour sensibiliser les collaborateurs de la BMCI sur tous les compartiments du dispositif déontologique, notamment la lutte contre le blanchiment et le financement du terrorisme.

Réalisation d'un guide dédié aux nouvelles recrues, « Le Guide du Collaborateur »

Le Guide du Collaborateur met à la disposition des collaborateurs toutes les informations nécessaires à la gestion de leur parcours et leur quotidien professionnels. Il a pour objectif de répondre aux questions relatives à la gestion individuelle des carrières, au calcul de la rémunération et aux aspects réglementaires de la vie au sein de la BMCI.

DIRECTION DES RESSOURCES HUMAINES



2005, UNE ANNÉE RICHE EN INNOVATIONS

■ La carte de crédit renouvelable "Viva Aurora MasterCard"

Dans le cadre du partenariat avec Cetelem, la BMCI a enrichi son offre de produits avec le lancement de la carte de crédit renouvelable Viva Aurora MasterCard. Cette carte met à la disposition du client une réserve d'argent utilisable en une ou plusieurs fois et remboursable par petites mensualités. Elle permet également au client de mieux gérer son budget dans la durée. En cas de besoin d'argent, il peut effectuer des retraits dans les GAB, régler ses achats chez les commerçants affichant le logo Aurora ou MasterCard et faire des virements sur son compte personnel sur un simple appel téléphonique.



■ L'offre IM@GINE pour les 18 - 25 ans

Afin de compléter sa gamme de produits destinés aux jeunes, la BMCI a lancé Im@gine, une offre dédiée aux 18 - 25 ans, avec deux formules : « Jeune Actif » pour les clients dont le revenu mensuel net est supérieur ou égal à 5000 dirhams et « Jeune Etudiant » pour tous les jeunes âgés de 18 à 25 ans et qui ne sont pas éligibles à la formule « Jeune Actif » (étudiants, actifs dont le revenu est inférieur à 5000 dirhams, salariés non titulaires). L'offre IM@GINE s'adapte aux besoins et au mode de vie des étudiants et des jeunes actifs et leur permet de mieux vivre la banque au quotidien grâce à de nombreux produits bancaires et à de multiples avantages extrabancaires regroupés en un seul compte.



■ Le Compte et la Carte B free pour les jeunes de moins de 18 ans

Pour compléter sa gamme de produits destinés aux jeunes, la BMCI a lancé le Compte et la Carte B free pour les jeunes de moins de 18 ans. Le Compte et la Carte B free leur permettent de se familiariser avec le monde bancaire et les encouragent à épargner grâce à une meilleure rémunération de leurs économies. Pour plus de liberté, B free met à la disposition des jeunes une carte de retrait utilisable dans tous les guichets automatiques de la BMCI et dans la limite du plafond fixé au préalable par leurs parents.



■ La gamme des Cartes Affaires, une première au Maroc

La BMCI a lancé la première gamme de Cartes Affaires au Maroc, destinées exclusivement aux entreprises, quelles que soient leur taille et leur activité. La gamme des Cartes Affaires de la BMCI permet une gestion optimale et efficace des frais professionnels. Composée de la carte VISA BUSINESS (valable au Maroc) et de la carte VISA CORPORATE (valable dans le monde entier), cette gamme de cartes de paiement et de retrait offre des services d'assurance et d'assistance liés aux déplacements ainsi qu'une restitution détaillée des informations sur les transactions réalisées.



■ Assur-Plus Retraite Entreprise : un nouveau produit de retraite dédié aux entreprises

La BMCI a instauré un nouveau partenariat avec AXA Assurance Maroc, concrétisé par la commercialisation du premier produit d'épargne salariale proposé par une banque : Assur-Plus Retraite Entreprise. Destiné aux entreprises qui se préoccupent de l'avenir de leurs collaborateurs, Assur-Plus Retraite Entreprise est un produit d'épargne retraite par capitalisation auquel les salariés peuvent adhérer dans le cadre d'un contrat conclu avec leur employeur.



■ La carte de retrait et de paiement à l'étranger, Odysée

Afin de permettre à ses clients particuliers et professionnels de voyager en toute sérénité, sans soucis liés à la gestion de leur argent en espèces, la BMCI a mis à leur disposition la carte de retrait et de paiement Odysée. Odysée est une carte sur laquelle est logée tout ou une partie de la dotation touristique, « Omra » ou professionnelle. Le client peut utiliser Odysée pour régler ses achats ou retirer de l'argent à l'étranger.



■ Le Prêt PERSO, encore plus attractif avec l'option « Confort »

A l'écoute des besoins de ses clients, la BMCI a enrichi le Prêt PERSO d'une option facultative permettant un remboursement tout en souplesse des mensualités qui peuvent, selon la situation financière du client, être reportées ou ajustées.



■ PATRIMOINE Plus et PLAN EPARGNE Plus

La BMCI a enrichi son offre d'assurances avec le lancement de PATRIMOINE Plus et PLAN EPARGNE Plus. Ces produits s'adressent à deux profils différents d'épargnants. PLAN EPARGNE Plus est destiné aux « petits épargnants », disposés à faire un effort d'épargne constant et régulier. Il permet de constituer progressivement une épargne, moyennant le versement de primes périodiques et/ou complémentaires qui génèrent des produits financiers. Quant à PATRIMOINE Plus, il est destiné aux épargnants ayant une importante somme d'argent à placer. Il permet de faire fructifier et valoriser ce capital à moyen et long-terme.



■ Campagne de notoriété du service Western Union

Afin d'asseoir le partenariat qui lie la BMCI à Western Union et l'ancrer dans les esprits des clients potentiels, la BMCI a lancé une campagne de communication qui se démarque des campagnes habituelles relatives à ce service. Cette campagne, qui met en avant la qualité de service de la BMCI, s'articule autour de deux actions principales : créer une animation autour des agences BMCI concernées pour inciter les prospects à y entrer et communiquer sur le partenariat BMCI – Western Union.

