

Membre de la BRVM

# CGF BOURSE

Société de gestion et d'Intermédiation agréée

## LETTRE MENSUELLE

N° 71 - Août 2005

### ANALYSE BOURSIÈRE

#### Le détachement du coupon de l'action Sonatel fait baisser la capitalisation boursière

A la clôture du mois de juillet 2005, la capitalisation boursière du marché des actions s'est chiffrée à 1 094 milliards de Fcfa, soit une baisse mensuelle de 6%. Celle des valeurs composant le BRVM 10 est en recul avec un montant de 766 milliards de Fcfa, soit un recul de 5% par rapport au mois de juin. Ces baisses sont largement imputables au détachement du coupon de l'action SONATEL, entraînant ainsi une réduction de son cours de 5 050 Fcfa dès le 1er juillet 2005 représentant plus de 50 milliards de Fcfa.

Les indices BRVM 10 et BRVM Composite suivent la même évolution avec des clôtures à 120,93 points et 95,05 points, soient des baisses respectives de 8% et 6%.

A contrario, la capitalisation du marché obligataire se chiffre à 199 milliards de Fcfa en hausse de 8%. Ce marché a bénéficié de la première cotation de l'emprunt obligataire public ONATEL 6,65% 2005-2011 (Office National des Télécommunications du Burkina Faso) effectuée le 28 juillet 2005 et portant sur un montant de 16 milliards de Fcfa.

Le marché des actions reflète la tendance à la baisse déjà remarquée au mois de juin 2005. En effet, 20 487 actions ont été transigées pour un montant total de 687 millions de Fcfa, soit une baisse de 2%. Quant au marché des obligations, il poursuit sa croissance avec 3 313 obligations échangées pour une valeur de 33 millions de Fcfa.

Le volume des transactions du secteur des services publics est en très nette diminution. En effet, 10 215 actions ont été échangées durant la période contre 19 768 au mois de juin. En dépit de cette baisse significative, l'action Sonatel se démarque toujours en totalisant 10 102 titres soit un peu plus de 98% des transactions du secteur.

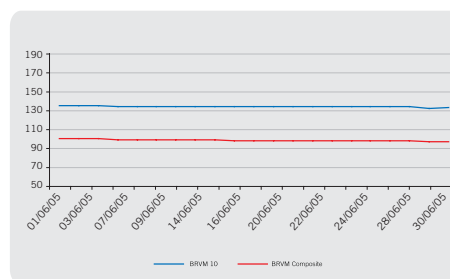
Le secteur financier totalise un volume de 2 389 actions négociées. A noter l'augmentation du cours de l'action Safca CI qui gagne 3 000 Fcfa et qui représente 58% du volume échangé dans ce secteur. Autre fait marquant de ce secteur, la société SGB CI a vu son capital augmenté de 222 millions de Fcfa, soit 44 444 nouvelles actions, via la fusion-absorption de ses filiales SOGEFINANCE et SOGEFIBAIL. Ces titres ont été admis à la cote le 11 Juillet 2005.

Le secteur industriel affiche un volume mensuel en légère progression de 2 351 actions échangées. L'action Solibra CI gagne 6 990 Fcfa, soit une hausse de 4% à 175 000 Fcfa pour 133 actions échangées. Notons également la progression de l'action SMB CI qui, avec 1008 transactions, voit son cours passer à 31 175 Fcfa, soit une hausse de 8%.

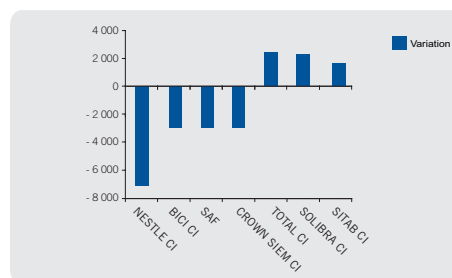
Le secteur agricole totalise 4 493 actions négociées et est toujours dominé par la Sogb CI qui regroupe à elle seule 57% des transactions.

Le secteur distribution voit son nombre de transactions dégringoler à 864 actions échangées. On remarque la chute du cours de l'action Total CI qui perd 4 000 Fcfa et passe à 44 000 Fcfa ; soit une baisse de 8% consécutive au détachement du coupon de 4 320 Fcfa intervenu le 08 juillet 2005.

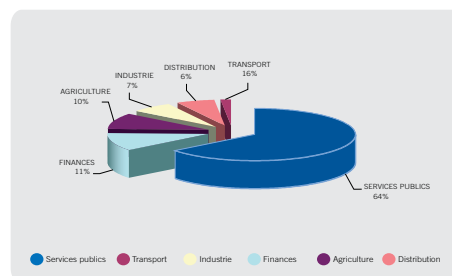
Evolution des indices



Plus fortes hausses / baisses



Volumes sectoriels



## THÈME DU MOIS

### LE COACHING

#### **Une formule d'accompagnement professionnel pour mobiliser les énergies**

Devant la complexité de leur métier et la pression de leur environnement, les managers et leurs collaborateurs expriment le besoin d'une aide régulière et d'une écoute constructive afin de trouver des réponses opérationnelles aux questions qu'ils se posent. Telle est la conviction tirée des conclusions d'une étude publiée en juillet 2005 par le cabinet SLC & Associé et intitulée "*Comment optimiser les atouts humains et professionnels des managers dans l'exercice de leurs responsabilités*". En effet, le coaching aide les managers à apporter des réponses à des questions telles que : comment trouver le bon positionnement entre autorité, animation et négociation pour mobiliser et entraîner des collaborateurs et le corps social ? Quels moyens utiliser pour déterminer une vraie valeur ajoutée, en distinguant ce qui ressort du stratégique, du pilotage et de l'opérationnel et donc prioriser et mieux gérer son temps ? À l'aide de quelles ressources régler un problème de communication ou de relation ?

Le coaching repose sur une alliance conçue pour accompagner une personne ou un groupe vers son meilleur niveau de réussite et d'épanouissement. Il s'agit d'une pratique fondée sur des principes simples : l'art du questionnement, l'écoute active et la reformulation, le feedback positif, la prise de conscience, la considération positive inconditionnelle. En effet, le coach facilite l'apprentissage par l'expérience pour acquérir des savoir-faire et travaille avec des forces émergentes humaines ou organisationnelles pour capter une nouvelle énergie, du sens, dessiner des visions et des plans neufs et générer les résultats désirés. C'est une personne formée et dévouée à guider les autres vers davantage de compétences, d'engagements et de confiance en eux. Par son jeu de questions, le coach fait prendre conscience ou met en valeur des points clés du comportement de son coaché que celui-ci, une fois mis en lumière, pourra modifier ou changer. Par des jeux de rôles et des mises en situation, il se fait entraîneur de son client. Il est à la fois un miroir et un appui inconditionnel.

D'abord associé au sport de haut niveau (au sens d'entraîneur), le coaching a fait son apparition dans le monde de l'entreprise à la fin des années 1990 à la demande des cadres dirigeants et depuis peu dans la sphère de la vie privée. Longtemps associé à l'idée de défaillance ou de personne en difficulté, le coaching connaît aujourd'hui un effet de mode relayé par les médias. Il est courant de considérer que les notions de management et de leadership ne sont réservées qu'au top management. Les exigences actuelles tendent à prouver le contraire : les salariés juniors font leur preuve, aux yeux de la hiérarchie, tant au niveau de leurs réalisations et résultats que leur capacité à travailler et/ou encadrer une équipe, à manager. L'expertise technique ne suffit alors plus et la communication joue un rôle essentiel.

## INFO D'AILLEURS

### **ABN AMRO et BBVA échouent dans leur offensive bancaire en Italie**

La "campagne d'Italie" lancée, ce printemps, par le groupe bancaire néerlandais ABN Amro et par l'espagnol BBVA, visant à prendre le contrôle respectivement de Banca Antonveneta et de la Banca Nazionale del Lavoro (BNL), vient de se solder par un échec cuisant.

A la clôture des deux offres publiques, le vendredi 22 juillet 2005, les deux colosses européens n'ont réussi à conquérir qu'une infime partie du capital des deux banques italiennes. L'offre publique d'échange de BBVA, qui proposait une de ses actions pour cinq actions BNL, n'a recueilli que 0,848% du capital de BNL, a annoncé, ce vendredi soir, Borsa Italiana, la société qui gère la Bourse de Milan. BBVA qui détient 14,72% de BNL avait comme objectif d'arriver à 50%.

De son côté, l'offre publique d'achat en cash d'ABN Amro qui proposait 26,50 euros (17 383 Fcfa) par action Banca Antonveneta, n'a attiré que 2,88% du capital de la banque italienne, s'ajoutant aux 29,9% que le néerlandais possède déjà.

La conclusion des deux opérations représente une écrasante victoire pour les défenseurs de l'"italianité" du système bancaire transalpin, au premier rang desquels Antonio Fazio, le gouverneur de la Banque d'Italie. Antonveneta devrait désormais tomber dans l'escarcelle de la Banca Popolare Italiana (BPI, anciennement Banca Popolare di Lodi), dont l'offre d'achat et d'échange a démarré le mercredi 20 juillet pour se terminer le 25 août 2005.

BNL devrait, pour sa part, passer sous le contrôle de la compagnie d'assurances Unipol qui en détient déjà 41,9% au moyen d'un complexe jeu d'alliances et a annoncé une offre publique d'achat pour septembre. BBVA avait reconnu sa défaite avant même l'annonce des résultats officiels. Dans un communiqué diffusé le vendredi 22 juillet, en milieu de journée, la banque espagnole avait expliqué qu'elle ne prendrait pas possession des actions apportées à l'offre si celles-ci ne devaient pas lui permettre d'atteindre la majorité du capital.

*Extrait, Le Monde - 23 juillet 2005*

Le coaching intervient à trois niveaux avec des objectifs divers:

- accompagner les dirigeants et responsables dans leur prise de fonction et leur mission ;
- accompagner les équipes dans leur constitution et la résolution de dysfonctionnements ;
- accompagner les salariés à titre individuel dans leur projet professionnel, l'optimisation de leurs ressources et le développement de leur autonomie.

*Suite en page 4*

## LU POUR VOUS

### L'aide n'éradique pas la pauvreté

Trente ans d'aide alloués par les pays riches n'a pas suffi à l'Afrique pour venir à bout de la pauvreté. Ce ne sont pas les formules qui ont manqué : "Live Aid" initié en 1985 par Bob Geldof pour l'Ethiopie, "Make Poverty History" qui préconise une augmentation de l'aide. Malgré cette aide massive, les pays africains vivent encore la misère alors que des pays asiatiques ont connu un décollage économique en ne comptant que sur leurs propres forces. C'est le cas de la Corée du Sud et de la Thaïlande qui se situaient, il y a trente ans, au même niveau économique que la Zambie et le Sénégal, respectivement. Même le Nigeria où les richesses pétrolières sont estimées, en trente ans, à 300 milliards de dollars, une bonne partie de la population y survit encore aujourd'hui avec moins d'un dollar par jour.

Du fait de la structure des programmes d'aide au développement, la multiplicité des intervenants, les lourdeurs administratives, l'aide ne parvient pas aux populations cibles. Pour la malaria, par exemple, on estime que seuls moins de 5% des sommes alloués par le Fonds Mondial de Lutte contre le Sida, la Tuberculose et le Malaria arrivent à destination. Faut-il doubler l'aide aux pays pauvres ? Rien n'est moins sûr. Et il faudra tenir compte de la capacité d'absorption des pays bénéficiaires surtout en ce qui concerne des infrastructures aussi nécessaires que les routes.

L'augmentation de l'aide suppose une réforme des politiques d'aide au développement et la mise en œuvre d'une approche participative qui permettra, par souci de transparence, d'informer les populations qui financent cette aide à travers leurs impôts. Il s'agira de combattre la corruption, le népotisme et le gaspillage en mettant en place des politiques qui contribuent, de manière efficace, à la croissance et à la réduction de la pauvreté dans les pays bénéficiaires.

L'aide peut avoir des effets pervers en induisant une éviction du secteur privé comme c'est le cas dans certains pays africains où près de 50% du budget et 90% des investissements publics proviennent de celle-ci. La croissance y est faible et le secteur privé est handicapé par une bureaucratie pesante. Par contre, au Vietnam, l'aide contribue, pour 1 à 2 points, à une croissance économique interne qui peut atteindre 6%.

Par ailleurs, selon la Banque Mondiale, le coût de création d'une entreprise en Afrique est exorbitant et les formalités administratives y sont lourdes. Ce qui constitue un frein aux investissements privés et à la création de richesse nationale.

L'aide soutien des Etats plutôt faibles et ne profite pas au secteur privé. L'idée de solidarité mondiale liée à l'aide ne s'exprime pas dans les pays bénéficiaires où des fortunes arrivent à échapper à toute forme d'imposition. Il ne s'agit pas de "donner davantage" car l'aide n'est rien d'autre qu'une bouffée d'oxygène qui freine le développement et alimente la corruption.

Quelle est la pertinence de l'aide au développement et les politiques qui l'accompagnent telle que la protection de l'agriculture européenne ou la multiplication des organismes d'assistance ? Ce sont là des contradictions qu'il faut lever tout en améliorant la bonne gouvernance des programmes d'aide au développement. En tout état de cause, aucun pays ne s'est développé grâce à l'aide. Les pays bénéficiaires doivent pouvoir compter sur leurs ressources et leurs forces internes pour sortir de la pauvreté et du sous développement.

*Synthèse d'une réflexion de Alain DESTEXHE,  
Sénateur belge, ex-Secrétaire Général de Médecins Sans Frontières,  
membre du réseau de parlementaires de la Banque Mondiale.*

## Annonces

### • Paiements d'intérêts

Titre	Dividende par action (en Fcfa)	Date de paiement
PEYRISSAC CI	4 050	20 juillet 2005
CFAO CI	903,6	05 août 2005

### • Paiements d'intérêts

SHELTER AFRIQUE a procédé, le 20 août 2005, aux paiements des intérêts semestriels et au remboursement partiel du capital de son emprunt obligataire SHELTER AFRIQUE 6,25% 2003-2010.

### • Franchissement de seuil

Il a été porté à la connaissance du public que, suite à une opération de reclassement des actions de SAUR International dans le capital de la CIE, la société S.I.S.P détient désormais 69,02% du capital de cette dernière. Cette opération, portant sur un volume de 504 480 actions CIE CI, soit 18,02% du capital, a été effectuée par transaction sur dossier le 28 juin 2005.

## (Suite de la page 2)

### LE COACHING

#### Une formule d'accompagnement professionnel pour mobiliser les énergies

Communément, on distingue deux orientations dans le coaching : un coaching axé sur la personne et un coaching de situation, répondant à une problématique plus circonstancielle. Dans sa première acception, le coaching s'inscrit dans sa vocation initiale de développement des performances. Le coaching permet aussi de gérer un obstacle professionnel : déperdition d'énergie, démotivation, difficultés relationnelles, inhibition, gestion du stress... Le coaching centré sur la situation vise à permettre d'affronter et de gérer au mieux une situation particulière, souvent complexe et inédite : changement de poste, intégration dans une nouvelle équipe, mise en place d'une organisation nouvelle, gestion d'une crise avec un supérieur ou entre collaborateurs ou encore création d'une entreprise.

Pour être efficace, un coach doit impérativement réunir, outre son savoir-faire et ses capacités intuitives, plusieurs atouts :

- *Une expérience professionnelle importante et diversifiée* lui permettant d'appréhender, avec perspicacité, la réalité et les enjeux de la situation de son client.
- *Une solide connaissance des fonctionnements humains, relationnels et managériaux* afin d'être capable de percevoir et d'explicitier les situations étudiées.
- *Avoir lui-même bénéficié d'un long accompagnement et disposer d'un lieu de supervision* lui donnant la maîtrise de son implication dans la relation.
- *Une indépendance vis à vis des organisations et personnes clientes* assurant l'objectivité et le recul d'un regard extérieur ainsi que la capacité à s'exprimer librement.
- *Une déontologie rigoureuse* garantissant la confidentialité indispensable et l'engagement à servir les intérêts de son client.

Les coachs sont issus d'horizons très divers : consultants, formateurs, spécialistes en gestion des ressources humaines, psychothérapeutes. Ainsi, un bon coach se doit d'associer une connaissance approfondie de l'entreprise : une maîtrise de la sociologie des organisations et du management, une maîtrise des techniques de diagnostic et d'investigation après avoir réalisé un travail thérapeutique sur lui-même.

Dans les formes plus traditionnelles du management, le manager tente de contrôler strictement son environnement mais aussi les activités de ses collaborateurs. Aujourd'hui, la plupart des entreprises adoptent le management participatif. Dans ce cas, bien que le manager porte toujours en grande partie la responsabilité des objectifs, il se fait aider par ses collaborateurs suivant un modèle participatif.

Le coaching se différencie des styles de management dits "classiques". Avec le coaching, le collaborateur sait exactement quel résultat l'on attend de lui et travaille en conséquence. C'est précisément cette notion de résultat qui fait la différence avec les formes traditionnelles de management. Le collaborateur est devenu une sorte d'entrepreneur motivé. Avec le coaching, le manager ne se focalise plus sur les tâches (l'input) de ses collaborateurs ; c'est à lui de rendre les objectifs attrayants et motivants. Le manager va donc soutenir son équipe dans l'accomplissement des objectifs convenus. En conséquence, le coaching s'oppose aux styles de management avec un haut degré de contrôle. Le coach devient alors plus qu'un manager participatif ; il est un "tuteur" des membres de l'équipe.

Des collaborateurs entreprenants, responsabilisés sont aussi plus flexibles, plus aptes à entreprendre des démarches personnelles pour trouver les solutions. Tel est le résultat auquel le coaching veut aboutir.

Effet de mode peut-être au début, la pratique est en réalité révélatrice d'un changement fondamental de culture : on ne demande plus exclusivement aux cadres de reproduire des schémas conventionnels, on attend d'eux créativité, ouverture et adaptabilité. Les réponses traditionnelles de formation et de conseil ont certes toujours leur utilité, elles ne sont plus exclusives : en plus du développement des compétences, c'est l'optimisation des ressources qui est visée. Les entreprises parlent de «faire grandir» leurs cadres, de les amener à «parler vrai». En d'autres termes, être un bon coach, c'est également être un bon leader.

#### Vos contacts à CGF Bourse

Marketing & Communication	Oumar DEME	(221) 849 03 97
Emission et Conseil Financier	Paul LÔ	(221) 849 03 88
Marché des Capitaux	Marie Odile SENE KANTOUSSAN	(221) 849 03 90
Documentation, recherche et études	Théodora DE CARVALHO DJANIE	(221) 849 03 86
Clientèle Privé et Administration	Anta DIA	(221) 849 03 99
Gestion des opérations	Ndèye Khady DIACK NDIR	(221) 849 03 88
Gestion des Actifs (CGF Gestion)	Mame Marie SOW SAKHO	(221) 849 03 96

12, rue Saint-Michel, BP 11 516 Dakar - Tél. : (221) 849 03 99 - Fax (221) 823 38 99

E-mail : [cgfbrvm@sentoo.sn](mailto:cgfbrvm@sentoo.sn) - Site web : [www.cgfbourse.com](http://www.cgfbourse.com)