

Rapport annuel 2009



5, boulevard Abdelmoumen - Casablanca
Tél. : 05 22 54 51 00 - Fax : 05 22 27 13 42

www.wafasalaf.ma

Filiale d' Attijariwafa bank





SOMMAIRE

Profil	04
Chiffres clés	05
Entretien avec le Président du Directoire	06
Comité de Direction	08
Comité Exécutif	10
Stratégie	14
Rapport de gestion	30
Éléments financiers	40
Rapport des commissaires aux comptes	50
Résolutions	54
Liste des agences	58



PROFIL

Dans un environnement marqué par un ralentissement de l'élan économique national et international, le secteur du crédit à la consommation a subi en 2009 le contrecoup du repli de l'économie et ses impacts.

Forte d'une expertise et d'un savoir-faire bâtis pendant près d'un quart de siècle, Wafasalaf a su s'adapter à ces fortes mutations, confortant ainsi sa position d'acteur incontournable dans le secteur du crédit à la consommation avec une part de marché de 29,7%.

CHIFFRES CLÉS

 **+5%**
909,3 millions de dirhams

Produit net bancaire financier

Une progression positive du produit net bancaire

Le PNB financier a atteint 909 millions de dirhams, en progression de 5%. Cette hausse significative est le résultat du recentrage de la stratégie client vers les segments à rentabilité maîtrisée et des tarifications maîtrisées dans un contexte de plus en plus concurrentiel marqué par le resserrement des marges. Le PNB social augmente pour sa part de 13% pour atteindre 881 millions de dirhams en décembre 2009.

 **+9%**
8 205 millions de dirhams

Production globale

Un niveau de production en croissance

La production globale s'est améliorée à fin décembre 2009 de +9% s'établissant à 8 205 millions de dirhams dont 4 642 millions de dirhams pour la production portée. Cette croissance est la résultante de la performance de la production gérée qui a réalisé 3 562 millions de dirhams (+22%) et du maintien de l'activité portée.

 **+12%**
17 105 millions de dirhams

Encours global

Une progression résultant du développement soutenu des partenariats de gestion pour compte

L'encours brut évolue de +12% et s'établit à 17,1 milliards de dirhams en décembre 2009 contre 15,2 milliards de dirhams en décembre 2008. Cette évolution reflète le dynamisme continu des activités de gestion pour compte au profit de nos partenaires.

302
millions de dirhams

Résultat net financier

Une légère baisse du résultat dans un contexte de marché difficile

Le résultat net financier réalisé au cours de l'exercice s'est élevé à 302 millions de dirhams, soit une baisse de -5,5% par rapport à l'exercice 2008. Cette évolution s'inscrit dans un contexte économique difficile marqué par une contraction de l'activité et par l'évolution de la charge du risque. Ceci atteste de la résistance de Wafasalaf qui consolide sa position en tant que leader du secteur du crédit à la consommation. Le résultat net social s'établit à 263 millions de dirhams, en diminution de 2% par rapport à l'exercice 2008.



Entretien avec le Président du Directoire

Mme Lai'la MAMOU

Comment a évolué le secteur du crédit à la consommation en 2009 ?

2009 a été une année de régression pour les sociétés de crédit à la consommation pour deux raisons majeures :

Le secteur bancaire fait, désormais, du crédit à la consommation, un produit d'appel et de fidélisation. Ainsi depuis quelques années, les banques mènent une politique agressive sur le marché.

La deuxième raison est inhérente au comportement de nos deux principaux marchés : l'automobile et le prêt personnel. Concernant le premier marché, nous notons un recul de 9,5 % des ventes des véhicules ce qui a impacté les financements automobiles, quant au prêt personnel la stagnation est due à des effets conjoncturels.

Quel bilan tirez-vous pour Wafasalaf dans une conjoncture aussi difficile ?

Le bilan est positif, Wafasalaf a su stabiliser sa production, sa croissance a été de 0,7% donc supérieure au marché qui a chuté de 3,7%. Ce résultat est la consécration de notre réactivité et notre adaptabilité aux différents changements qu'a connu le marché.

2009 a été une phase salutaire qui a accéléré certains chantiers qui nous ont aidé à nous remettre en question et à mesurer notre capacité à affronter les perturbations qu'a connu le secteur.

Comment avez-vous réussi à concilier développement commercial et rentabilité ?

Wafasalaf n'a pas vocation à casser les prix, nous sommes plus attendus sur nos prestations et la qualité de notre service. Et de ce fait, l'accent a été le plus mis sur la maîtrise de nos processus internes. Nos métiers sont gérés à l'image d'une industrie : la chaîne de production doit être efficace et optimale.

Comment arrivez-vous à mobiliser vos collaborateurs dans un environnement de plus en plus contraignant ?

La situation nécessite d'être expliquée et comprise. La mobilisation autour d'un projet ne peut devenir réalité que s'il y a partage de l'information à tous les niveaux. On doit se poser deux questions simples : Pourquoi et comment ? Un : établir le constat et deux : savoir où l'on veut aller.

Ainsi, pour gérer cette zone de turbulence il a fallu une forte mobilisation de tous les collaborateurs. Un effort supplémentaire a été demandé et chacun y a répondu. D'ailleurs, nos collaborateurs sont plutôt des collaborateurs car ils sont les principaux acteurs de cette capacité à affronter cet environnement en mutation.

Et de ce fait, nous avons plusieurs espaces managériaux qui permettent la réflexion, le partage et la co-construction. Chaque manager joue le rôle de relais auprès des équipes, et les collaborateurs sont coresponsables de la construction de la feuille de route annuelle et de la stratégie de l'entreprise. Ils sont donc co-acteurs de cette mobilisation.

Pourquoi avoir fait de la proximité la valeur phare de Wafasalaf ?

Etre proche de nos clients est notre raison d'être. Notre vocation première est d'être là quand on a besoin de nous, toute demande urgente doit être satisfaite rapidement. Wafasalaf a été le précurseur en matière de démocratisation du crédit à la consommation, un simple exemple, notre slogan en 2000 était « une réponse en une heure » : la rapidité c'est déjà de la proximité !

Ensuite la proximité revêt à mon sens plusieurs aspects : proximité avec le client à travers l'élargissement de notre réseau et nos points de vente agréés, proximité établie avec nos partenaires exprimée par l'anticipation et l'accompagnement de leur développement, et enfin proximité avec nos collaborateurs au quotidien et nos actionnaires avec lesquels les synergies sont très fortes.

Au final, il s'agit d'une proximité multidimensionnelle, une alchimie entre divers acteurs, un lien solide et pérenne, un engagement de tous envers tous, un esprit d'équipe gagnante et un véritable engagement : et nous en avons fait notre signature.

Quelle est la place accordée à l'innovation dans la stratégie de développement de Wafasalaf ?

L'innovation est, bien entendu une valeur clé de Wafasalaf, elle est partout présente il y a de l'innovation sur les canaux de distribution, dans nos moyens de communication, dans les process ; le tout dans une logique de servir le développement commercial.

Cependant et d'une façon générale, l'innovation doit être au service des clients et de l'entreprise. Par exemple, en étant les premiers à mettre à disposition nos services sur Internet, nous permettons à nos clients d'accéder au crédit via un nouveau canal. Innover c'est être là avant les autres, au service de nos clients et partenaires.

Quelles perspectives pour Wafasalaf en 2010 ?

Rester le faiseur du marché ! Cette position ne tolère pas de relâchement, il faut être constamment en alerte, à l'écoute du marché et des clients. Nos résultats nous encouragent à consolider cette posture.

Nous pouvons accompagner notre banque-mère là où notre expertise peut créer de la valeur pour notre groupe. Nous sommes donc disposés à exporter notre savoir-faire.



CONSEIL DE SURVEILLANCE

M. Boubker JAI	Président
M. Omar BOUNJOU représentant Attijariwafa bank	Membre
M. Mohamed EL KETTANI	Membre
M. Saïd SEBTI	Membre
M. Alain BREUILS représentant CACF (Crédit Agricole Consumer Finance)	Membre
M. Vincent MOUVEROUX	Membre
M. Benoît MILLARD	Membre
M. Bernard NOËL	Membre

COMITÉ DE DIRECTION

1. Mme Laïla MAMOU	Président du Directoire
2. M. Youssef BAGHDADI	Directeur du Pôle Risque et membre du Directoire
3. M. Hicham MENJOUR	Directeur du Pôle Secrétariat Général
4. M. Jean Marc MERLY	Directeur du Pôle Commercial et Marketing
5. M. Mohamed KETTANI	Directeur du Pôle Organisation, Opérations et Partenariats
6. M. Khalid AIT BENYAHYA	Directeur du Programme Schéma Directeur

« Pour conforter notre position, nous allons procéder à une révision de tous nos process notamment sur l'organisation du risque. Etre leader, c'est avoir la capacité de maîtriser son risque. »
M. Youssef BAGHDADI

« Dans un contexte économique moins porteur, Wafasalaf a fait le choix stratégique de maintenir son programme d'investissement avec pour objectif de réaliser la transformation et la modernisation de sa plateforme technologique. »
M. Hicham MENJOUR

« L'innovation a été un des temps forts de l'année. Citons la Carte Africaia, l'avance sur salaire ou encore Salaf Aarboune. Tout cela a été rendu possible par la participation active de tous les collaborateurs concernés. On a su s'appuyer sur les synergies existantes au sein du groupe. »
M. Jean Marc MERLY

« En 2009, on a assisté à une forte mobilisation des équipes qui ont montré une forte capacité à réagir, notamment en adaptant l'organisation et les moyens. L'union fait la force. Ce principe a guidé notre démarche, il nous a permis de rebondir. »
M. Mohamed KETTANI

« La conduite du changement constitue un défi dans lequel toutes les directions sont engagées. Sa nature est triple : tant au niveau de la DSI, de l'organisation que des métiers et process. Il faudra en gérer les impacts en direction des collaborateurs et des partenaires. »
M. Khalid AIT BENYAHYA

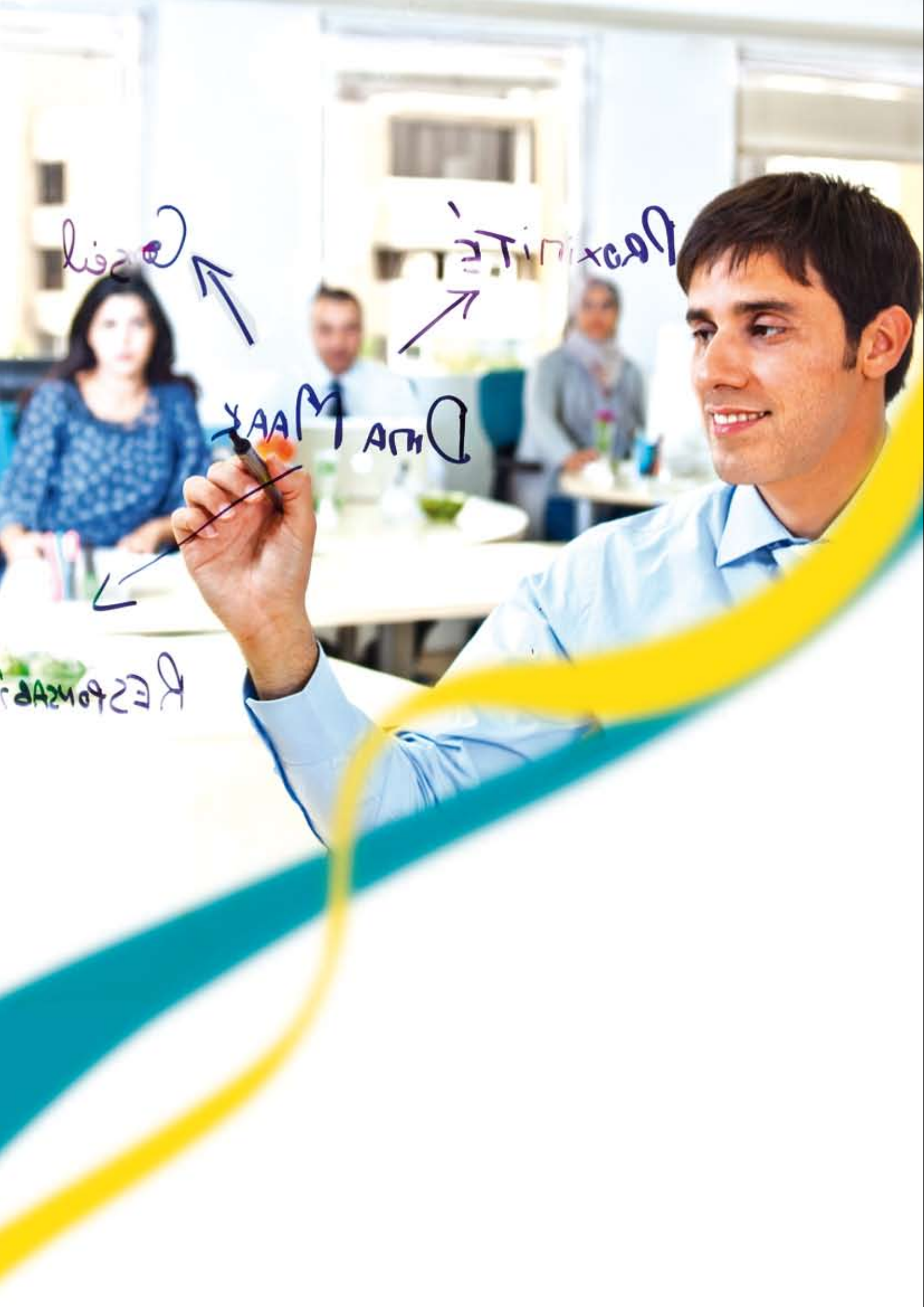


COMITÉ EXECUTIF

- | | | |
|----|--------------------------|--|
| 1. | Mme Touria ABDOU | Directeur Marketing et Communication |
| 2. | M. Khalid BOUKANTAR | Directeur des Partenariats |
| 3. | M. Abdellatif DALHI | Directeur Contrôle des Risques et Conformité |
| 4. | M. Fayçal EL ABASSI | Directeur du Réseau |
| 5. | Mme Nadia MGOUNI IDRISSE | Directeur Chargée de mission |
| 6. | M. Norddine LOUALI | Directeur des Ressources Humaines |
| 7. | M. Omar MOUSSI | Directeur des Systèmes d'Information |
| 8. | Mme Lamia RAFAÏ | Directeur Recouvrement Amiable |
| 9. | M. Younes ZOUBIR | Directeur Administratif et Financier |

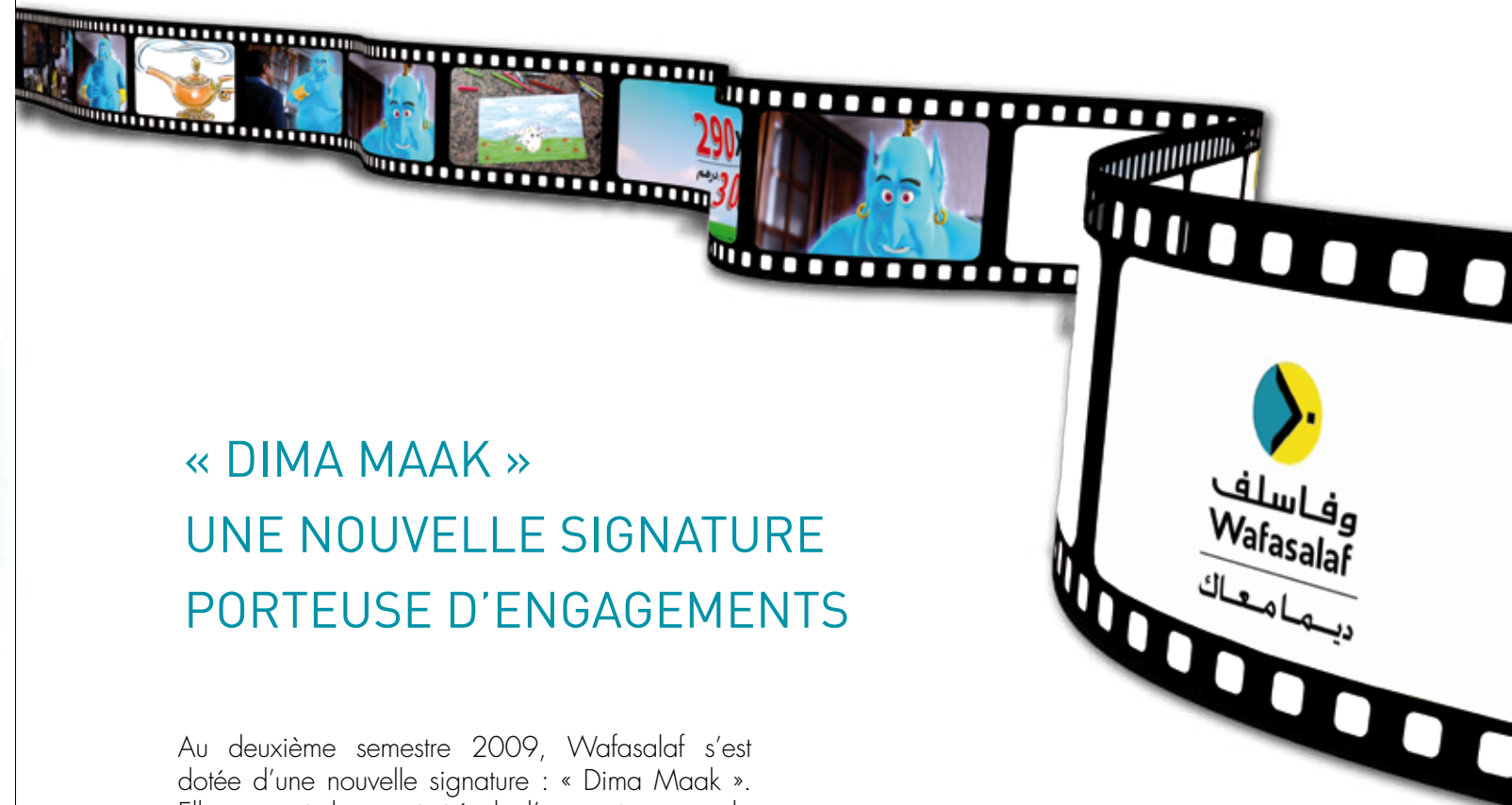
Etre plus proche de vous





STRATEGIE

- « Dima Maak » : une nouvelle signature porteuse d'engagements
- Proximité, Conseil et Responsabilité au cœur de la dynamique de développement de Wafasalaf
- L'activité RH : un levier d'efficacité et de performance
- Actions citoyennes : une autre manière de confirmer la proximité



« DIMA MAAK » UNE NOUVELLE SIGNATURE PORTEUSE D'ENGAGEMENTS

Au deuxième semestre 2009, Wafasalaf s'est dotée d'une nouvelle signature : « Dima Maak ». Elle transcrit la proximité de l'entreprise avec le consommateur marocain et confirme encore plus son engagement auprès de ses clients et de ses partenaires.

Cette nouvelle signature accompagne la dynamique de développement de la marque, et réaffirme d'une manière forte son positionnement en tant qu'acteur incontournable du secteur du crédit à la consommation.

Dans un style de communication direct, accessible et mémorable, les campagnes développées renforcent la complicité entre la marque et le consommateur, et annoncent le nouveau ton que Wafasalaf entend dorénavant adopter pour mieux se démarquer auprès du public. Les messages sont majoritairement exprimés en arabe dialectal pour maintenir le fort lien de proximité entre Wafasalaf et ses clients.

La genèse de cette nouvelle signature est la résultante d'un état d'esprit construit depuis plus de 20 ans. La proximité faisant partie des valeurs de Wafasalaf est axée sur l'engagement d'accompagner ses clients, ses partenaires et ses collaborateurs.

« Quand on dit au client « Dima Maak », cela veut dire que « nous vous accompagnons dans tout événement où vous avez besoin d'être soutenu ». Le client le ressent réellement, et c'est le rôle assuré aujourd'hui par Wafasalaf et ses partenaires agréés. »

M. Najib AAMAR,
Partenaire agréé

« Dima Maak est une signature qui nous parle parce qu'avant tout elle est marocaine, elle s'adresse aux marocains. Elle symbolise aussi cette présence au quotidien de Wafasalaf. »

M. Mohamed HALOUANE,
Client

« La relation de confiance entre Wafasalaf et nous est établie depuis 15 ans. Nous pré-sélectionnons nos clients, ce qui permet de mieux sécuriser la prise de risque en amont. »

M. Hassan Biougnach,
Directeur Général BIOUGNACH EQUIPEMENT



PROXIMITÉ, CONSEIL ET RESPONSABILITÉ AU CŒUR DE LA DYNAMIQUE DE DÉVELOPPEMENT DE WAFASALAF

Dans un environnement contraignant et grâce à une politique commerciale offensive, Wafasalaf a inscrit l'année 2009 sous le signe de la proximité et de l'innovation.

Une Proximité confirmée par :

> **La réorganisation de la force de vente** privilégie les relations de proximité à travers la multiplication des représentations locales, en passant de 2 à 5 régions commerciales, Wafasalaf garantit ainsi une meilleure efficacité et qualité de service à ses clients et partenaires.

> **L'élargissement de son réseau**, en ouvrant 5 nouvelles agences : Safi, Mohammedia, Tanger Qods et à Casablanca Emile Zola et Sidi Othmane. Wafasalaf porte ainsi la couverture à 41 agences dont 15 dédiées aux partenaires automobiles et équipement des ménages. Ce maillage davantage renforcé sur le territoire national permet au plus grand nombre de clients et partenaires d'accéder facilement aux produits et services de Wafasalaf.

Le maillage du réseau conjugué au professionnalisme des équipes est un atout considérable dans le développement commercial de Wafasalaf et le renforcement des relations de confiance avec sa clientèle et ses partenaires.

Une innovation continue portée par la mise en place de produits novateurs :

> **Avance sur salaire**, un prêt destiné à financer les avances sur salaire des collaborateurs des grandes entreprises. Les responsables des ressources humaines se voient ainsi déchargés de la gestion administrative de ce type de demandes.

> **Carte Easy One**, une carte à puce privative et nominative développée en collaboration avec le groupe AFRIQUIA permettant le règlement en mode «fin de mois» des produits et services disponibles dans les stations d'essence AFRIQUIA et points de vente SPEEDY (carburant, produits alimentaires «Mini Brahim», accessoires automobiles...).

> **Salaf Aarboune**, destiné à financer l'apport personnel lors de l'acquisition d'un logement. Wafasalaf a donné un nouvel élan à son produit en développant des partenariats avec de grands acteurs du secteur de la promotion

immobilière et en complétant l'offre proposée par Wafa Immobilier à ses clients : bel exemple de synergie groupe.

L'innovation est aussi portée par le développement du multi-canal pour soutenir le réseau de distribution classique :

> **L'Internet**, sur lequel Wafasalaf est précurseur à travers l'octroi de crédits en ligne, constitue un réel levier de croissance. Wafasalaf confirme sa volonté de renforcer sa présence sur Internet par la mise en place d'une équipe dédiée au web, et en s'associant aux meilleurs partenaires locaux et internationaux pour offrir aux consommateurs d'aujourd'hui et de demain une solution fiable, rapide et simple d'utilisation.

> **Le Télémarketing** qui a connu un réel essor en 2009, soit plus de 200 000 appels servis à une cible de clientèle axée sur les nouveaux canaux de distribution.

Des partenariats consolidés

Wafasalaf continue de renforcer ses partenariats par la conclusion de nouveaux accords :

Wafasalaf a signé en juin 2009 un accord de partenariat avec la **CIMR** afin de mettre à la disposition des retraités affiliés à la CIMR des solutions adaptées, permettant ainsi à Wafasalaf d'élargir ses offres de produits et services à une autre cible : les retraités du secteur privé.

Fidèle à sa politique d'accompagnement et de facilitation de l'accès au financement des biens d'équipement pour le plus grand nombre, Wafasalaf se positionne en tant que partenaire de la grande distribution. Son expertise et son savoir faire ont amené de nombreuses entreprises à lui faire confiance, dont l'enseigne **Carrefour**, géant mondial de la distribution qui s'est installé au Maroc en février 2009.

Wafasalaf a conclu en septembre 2009 un accord de partenariat avec **Afriquia** SMDC, filiale du groupe AKWA et leader dans la distribution de carburants au Maroc. Wafasalaf innove en assurant le volet crédit de la 1ère carte post-payée de carburant destinée aux particuliers au Maroc.

Enfin, le partenariat avec le **Crédit Agricole du Maroc** renforce le positionnement de Wafasalaf en tant que référence dans la gestion pour compte des activités de crédit à la consommation. Le groupe Crédit Agricole du Maroc rejoint ainsi la liste des partenaires de Wafasalaf : Attijariwafa bank, Crédit du Maroc et Renault Crédit International.

« Le site Internet de Wafasalaf est excellent ; on peut faire une demande de crédit à n'importe quelle heure, un conseiller de clientèle vous rappelle de suite. Il y a une facilité d'accès incomparable. »

M. Abderrazak DERI,
Client

Nomination de WAFASALAF aux Morocco Awards, parmi les 5 meilleures marques d'entreprise dans les activités de service au Maroc

« Morocco Awards », l'évènement organisé par le Ministère de l'Industrie du Commerce et des Nouvelles Technologies, en partenariat avec l'Office Marocain de la Propriété Industrielle et Commerciale (OMPIC), récompense les meilleures marques marocaines dans les catégories : services, production et distribution. Wafasalaf a été nommée parmi les 5 meilleures marques de la catégorie « Services » sur les 19 entreprises pré-sélectionnées pour cette catégorie.

L'ensemble des candidatures ont été soumises à un comité d'évaluation qui a procédé à une pré-sélection sur la base de l'histoire de la marque, des efforts en matière de propriété industrielle, de l'évolution du chiffre d'affaires, de la politique commerciale, des activités d'exportation, de l'innovation (Recherche & Développement) et du système de qualité.

Cette nomination vient consacrer les efforts déployés par Wafasalaf dans la promotion de sa marque.



Vous donner
le bon conseil



L'ACTIVITÉ RH : UN LEVIER D'EFFICACITÉ ET DE PERFORMANCE

L'année 2009 a été marquée par la concrétisation des travaux de visionning élaborés par les collabor'acteurs tout au long de l'année 2008.

Le visionning a porté sur la révélation de la Vocation et des Valeurs qui portent les ambitions et la stratégie de Wafasalaf, et unissent les équipes. Le visionning a concerné également l'organisation, la gouvernance et les projets structurants de l'entreprise.

Des cercles managériaux : espaces d'échange et d'élaboration d'une vision commune

Un axe majeur de **ce visionning** a été consacré en 2009 par la mise en place de cercles managériaux. Ces cercles regroupent des cadres managers de l'entreprise, leur permettant de contribuer à la mise en œuvre des axes stratégiques construits dans le cadre d'Eva+ (Événement des 20 ans de Wafasalaf).

Les cercles managériaux ont pour vocation de consolider les liens entre le top management et les collabor'acteurs et de concrétiser la volonté de la direction générale de pérenniser la proximité, l'implication et l'intelligence collective. Trois cercles managériaux ont ainsi été organisés.

En mars 2009, le premier cercle managérial a porté sur « **la charte des Valeurs** » basée sur les valeurs construites par l'ensemble des collabor'acteurs dans le cadre d'Eva+ et déclinées comme suit :

- **PROXIMITÉ :**

Proche des clients et des partenaires au quotidien ;

- **INNOVATION :**

Nouvelles solutions adaptées aux besoins des clients et partenaires ;

- **IMPLICATION :**

Accompagner les clients et partenaires pour satisfaire leurs attentes ;

- **ESPRIT D'ÉQUIPE :**

Mobiliser les équipes au service des clients et partenaires ;

- **ETHIQUE :**

Agir dans le respect de la déontologie du métier.

Ces Valeurs défendues par l'ensemble des Collabor'Acteurs consacrent l'esprit d'une entreprise orientée client qui se fait un devoir de rendre le crédit accessible, en développant une offre globale et en enrichissant les relations de confiance avec l'ensemble de ses partenaires.

En avril 2009, le deuxième cercle managérial a eu pour mission de mener une réflexion conjointe entre le top management et l'ensemble des cadres sur les leviers à actionner pour affronter les perturbations de la crise et de ce fait concevoir les feuilles de route opérationnelles de l'année 2010.

Ces leviers ont permis à Wafasalaf d'acter que l'année 2009 est une année marquant une phase transitoire vers une transformation importante pour l'entreprise.

Une réorganisation visant plus d'efficacité commerciale et une maîtrise renforcée du risque

Pour répondre aux exigences de proximité et d'efficacité commerciale, le réseau d'agences a connu une réorganisation, par la création de nouveaux métiers et de nouvelles régions commerciales.

La Direction du Risque a également fait l'objet d'une réorganisation de ses principales entités, aussi bien au niveau du recouvrement amiable que du contentieux.

« L'innovation chez Wafasalaf, que ce soit sur l'automobile ou le prêt personnel, est toujours inspirée par les idées qui remontent du terrain. »

M. Mustapha BENHIDA,
Directeur Régional Centre

« Le lancement de l'étude - Indice de Satisfaction Clients - a permis de dégager des axes d'amélioration substantiels. La qualité du contact doit être la même en vente qu'en recouvrement. »

M. Amine EL KASSY,
Responsable Recouvrement Amiable

« La DSI ne se contente pas d'assurer uniquement le développement technique. Notre proximité avec le métier, permet d'anticiper les demandes. Nous sommes une force de proposition pour une amélioration constante. »

M. Fouad OUAHMANE,
Responsable Etudes et Développement

« L'organisation des cercles managériaux confirme la volonté de Wafasalaf de mettre en valeur le management intermédiaire. Cette démarche permet une meilleure communication, un meilleur partage de l'information avec les équipes et facilite la prise de décision. »

M. Youssef KHARDI,
Animateur Partenariat Bancaire



La technologie au service des demandes administratives RH

En février 2009, la mise en place des premiers « libre services » à travers le nouvel outil « RessourcesNet » a permis à l'ensemble des collabor'acteurs d'effectuer leurs demandes administratives (congés, attestations, suivi des remboursements médicaux, consultation de la fiche individuelle,...). Cette démarche s'inscrit dans le cadre du projet SIRH visant à améliorer la qualité des services rendus par la Direction des Ressources Humaines.

Aujourd'hui totalement déployé, cet outil assure aussi la gestion des avances et prêts, des frais de déplacement, des visites médicales et de la planification des congés annuels.

Une nouvelle dynamique pour la communication interne

Outil majeur de la cohésion du personnel à travers une information claire et conséquente, la communication interne a connu une nouvelle dynamique.

La création de divers outils complémentaires de communication interne ont fait l'objet d'un effort soutenu. Il s'agit notamment, d'un spécial OPUS informant régulièrement les collabor'acteurs de Wafasalaf de l'état d'avancement du programme de Transformation des Systèmes d'Information de l'entreprise, ainsi que d'un site Intranet.

La refonte de Jousour, le journal interne, s'est accompagnée sous la supervision de la DRH par la formation d'un comité de rédaction constitué de collabor'acteurs volontaires.

Une mobilisation en faveur de la représentation du personnel

En mai 2009, se sont déroulées des élections qui ont permis la désignation du Collège des représentants du personnel : 7 titulaires et 7 suppléants.

Plusieurs actions ont permis d'organiser et de planifier l'activité sociale et ses instances représentatives à savoir :

- La constitution du collège des délégués ;
- La réunion mensuelle des délégués avec les représentants de Wafasalaf ;
- Le Comité d'Hygiène et Sécurité ;
- Le Comité d'entreprise.



“ A travers une information claire et englobante, par l'amélioration et la multiplication des supports, la communication interne a connu une nouvelle dynamique. ”



ACTIONS CITOYENNES : UNE AUTRE MANIÈRE DE CONFIRMER LA PROXIMITÉ

Engagée dans une action économique globale destinée à conforter le niveau de vie des ménages marocains, Wafasalaf n'en oublie pas pour autant sa responsabilité sociale face aux défis humains que le Maroc doit relever. Son engagement citoyen au profit des personnes les plus précaires ou de jeunes étudiants s'accroît de plus en plus chaque année.

En partenariat avec l'association **INSAF** (Institution Nationale de Solidarité avec les Femmes en Détresse), une collecte de vêtements et une récolte de dons ont été organisées en 2009, par les collabor'acteurs pour venir en aide aux enfants de Chichaoua.

Si cette action permet de palier aux situations les plus urgentes, d'autres s'inscrivent dans la préparation de l'avenir. C'est le cas à travers la plateforme offerte par Injaz el Maghrib. Membre de Junior Achievement Worldwide, **Injaz Al Maghrib** offre aux lycéens l'opportunité de créer et de gérer une jeune entreprise. Pendant une heure par semaine, des volontaires, parmi les collabor'acteurs de Wafasalaf, aident ces élèves à concevoir un produit ou un service, conduire l'étude de faisabilité, établir un business plan, tout en leur donnant les outils et conseils pour commercialiser leurs produits.

Wafasalaf a apporté son soutien à l'Association Injaz Al Maghrib en offrant son expertise et en assurant l'encadrement des élèves du

Lycée Moulay Abdellah. Une des actions menées auprès de ces derniers a été de les assister dans le projet de création d'une jeune entreprise spécialisée dans la production et la commercialisation de tee-shirts.

Wafasalaf poursuit sa collaboration avec l'**Association Al Jisr** à travers les actions de soutien scolaire aux élèves des écoles publiques assurées par les collabor'acteurs.

Enfin, Wafasalaf s'est engagée auprès de l'**Association Chabab** qui organise chaque année des colonies de vacances destinées aux orphelins et aux enfants issus de milieux défavorisés. Plus de 200 enfants de différentes régions du Royaume ont bénéficié de cette action du 6 juillet au 3 août 2009.



« Il existe une adhésion réelle à notre projet d'entreprise de la part de tous les collabor'acteurs. La culture managériale fait que l'ambiance, le style, la manière traversent toutes les strates de l'entreprise. »

M. Nordine LOUALI,
Directeur des Ressources Humaines

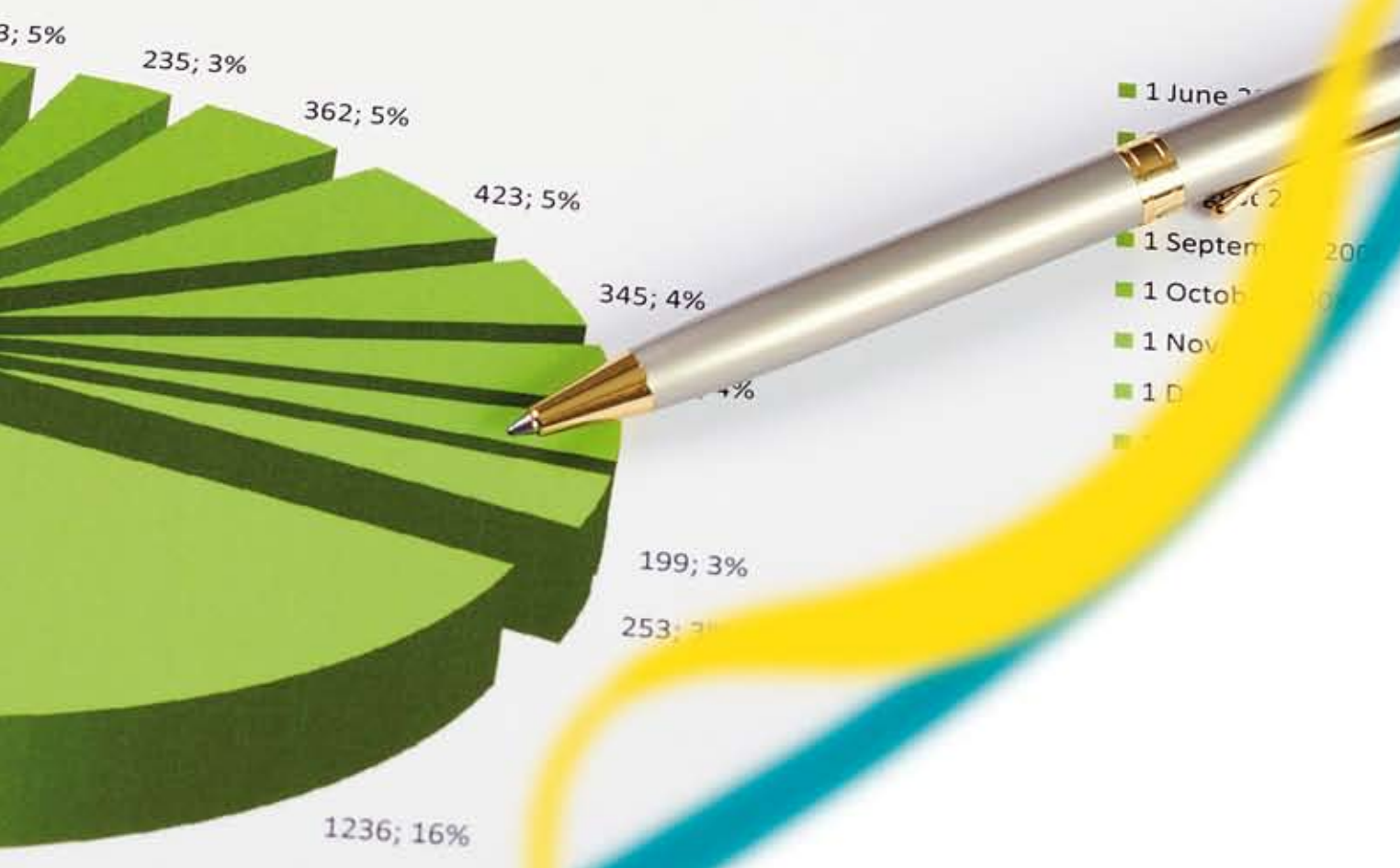
« L'engagement de Wafasalaf au niveau de l'éducation est un parfait exemple d'accompagnement durable de l'Ecole dans ses efforts de mise à niveau. Au-delà des dons en matériel en faveur des établissements scolaires, Wafasalaf agit en faveur de la qualité de l'école et dans la formation. »

M. M'hamed ABBAD ANDALOUSSI,
Président de l'Association Al JISR
et Vice Président d'Injaz Al Maghrib

Vous accompagner

en toute sérénité





RAPPORT DE GESTION

- Environnement économique
- Environnement sectoriel
- Activité de Wafasalaf par marché
- Rapport financier



ENVIRONNEMENT ÉCONOMIQUE

ENVIRONNEMENT ÉCONOMIQUE INTERNATIONAL

Une reprise économique encore fragile

Après les crises successives de la fin 2008 et du début 2009, des signes d'accalmie sont apparus au 2^{ème} trimestre : le rythme de repli de l'activité a ralenti et certains pays enregistrent même une croissance positive grâce aux premiers effets des plans de relance.

Cependant, la croissance mondiale a été négative, -1%, contre une perspective de +2,9% pour 2010.

La reprise demeure toutefois fragile. En zone euro, la résorption des déséquilibres macro-économiques prend du temps. La consommation des ménages est restée relativement peu dynamique.

Quant à l'investissement des entreprises, il continue d'être affecté par des perspectives de croissance encore modestes.

Europe, Asie, Etats-Unis : un arrêt de la dégradation des activités économiques

L'activité en zone euro qui, début 2009, a enregistré son plus fort repli depuis la création de l'union monétaire, s'est stabilisée au cours du deuxième trimestre. Certains pays de la zone euro renouent même avec la croissance. C'est le cas de l'Allemagne et de la France (+0,3 %).

Le Japon connaît une évolution similaire : après une décroissance historique à la fin 2008 et au début 2009, l'activité s'est redressée au 2^{ème} trimestre 2009 (+0,6 %). En Asie du Sud Est aussi, le rebond a été particulièrement marqué (+2,4 %).

Enfin, aux États-Unis, l'activité a certes de nouveau reculé au 2^{ème} trimestre (-0,3 %), mais le rythme de contraction est bien moindre que ce qui a été observé depuis mi 2008

Un signe positif est à relever côté demande : les indicateurs du moral des consommateurs se redressent aux États-Unis, en Europe et en Chine.

Afrique : une activité macro-économique moins favorable

À la fois dépendante de l'économie mondiale et des mouvements de yo-yo du prix des matières premières, l'Afrique connaît une situation macro-économique moins favorable que les années précédentes. En 2009, la croissance a subi une sévère chute, passant d'un taux moyen d'environ 6 % en 2006-2008 à 2,5 % avec un PIB par habitant quasiment stable.

Trois secteurs très sensibles aux soubresauts internationaux, mines, industrie manufacturière et tourisme, ont été frappés de plein fouet par la chute des économies des pays les plus riches. La conséquence a été une baisse

des exportations, l'effondrement du prix des matières premières, un amoindrissement des revenus issus des travailleurs expatriés et une diminution d'un tiers des investissements directs étrangers. Des pays comme l'Afrique du Sud et l'Égypte ont mis sur pied des politiques de relance budgétaire et monétaire pour contrer les effets de la crise. À noter aussi le rôle positif de l'aide publique au développement qui est restée stable, ainsi que le service de la dette qui s'est amélioré, notamment grâce aux allègements consentis par le Fonds Monétaire International et la Banque Mondiale, qui ont tous deux octroyé plusieurs prêts.

Misant sur une reprise probable de l'économie mondiale portée par le géant chinois et une stabilité du prix des matières premières à des niveaux satisfaisants, la croissance pourrait se situer à un niveau de 4,5 % en 2010 et de 5,2 % en 2011.

ENVIRONNEMENT ÉCONOMIQUE NATIONAL

Le Maroc a résisté aux soubresauts de l'économie mondiale.

Ainsi le taux de croissance économique s'est consolidé à hauteur de 5,3% en 2009 contre 5,6% en 2008 grâce notamment à :

- Une bonne performance du secteur agricole (récolte céréalière exceptionnelle de 102 millions de quintaux)

- La vigueur de la demande intérieure stimulée par les politiques publiques fiscales d'amélioration du pouvoir d'achat des contribuables et les politiques de développement des infrastructures territoriales.

- Le dynamisme de certaines activités, notamment le secteur minier, les BTP et les services, et la bonne résistance de certains secteurs non agricoles sous l'impulsion du plan de veille stratégique, mis en place par le gouvernement.

Par contre :

- Le secteur industriel n'a pas renoué avec sa croissance tendancielle habituelle lors des années précédentes.

- Les recettes touristiques et les transferts des Marocains Résidant à l'Étranger ont connu une chute respective de -21,6% et -14,6% à fin mars 2009, pour se ressaisir sous l'effet de la reprise de la conjoncture économique internationale à fin décembre (-5,8 % et -5,3 %).

- Les secteurs orientés vers l'extérieur ont été particulièrement touchés par la baisse de la demande étrangère.

- La distribution des crédits bancaires à l'économie a connu en 2009 un ralentissement sans précédent, passant de 100,3 milliards DH en 2008 à 49,4 MMDH en 2009.



ENVIRONNEMENT SECTORIEL

Marché du crédit à la consommation

Face à cette crise mondiale, le Maroc a résisté à la dégradation de la conjoncture internationale. Toutefois, le secteur du crédit à la consommation en a été indirectement affecté. La production nette globale des crédits à la consommation a enregistré un montant de 16 Milliards de DH en 2009, en baisse de 3,7% par rapport à l'année 2008.

Deux facteurs expliquent cette tendance : d'une part, un marché du financement automobile en régression suite à la baisse des ventes et d'autre part, les prêts personnels qui pâtissent des difficultés qu'ont connu certains ménages, affectés par le ralentissement économique.

Seul marché à connaître une légère progression en 2009, celui de l'équipement des ménages qui affiche un taux de croissance de 1,7% par

rapport à 2008. Cette évolution positive trouve sa source dans l'extension d'enseignes de la grande distribution.

Les encours bruts du marché global maintiennent leur tendance haussière avec un montant de 39,4 Milliards de DH, soit un accroissement de 8,9%.

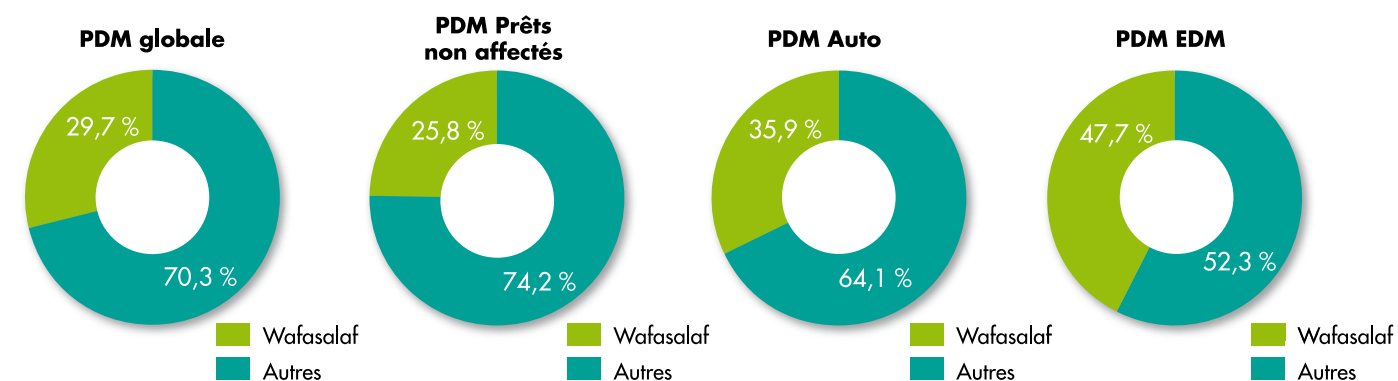
Dans ce contexte, Wafasalaf continue à se positionner en tant que leader avec une part de marché de 29,7%.

En milliers de Dirhams

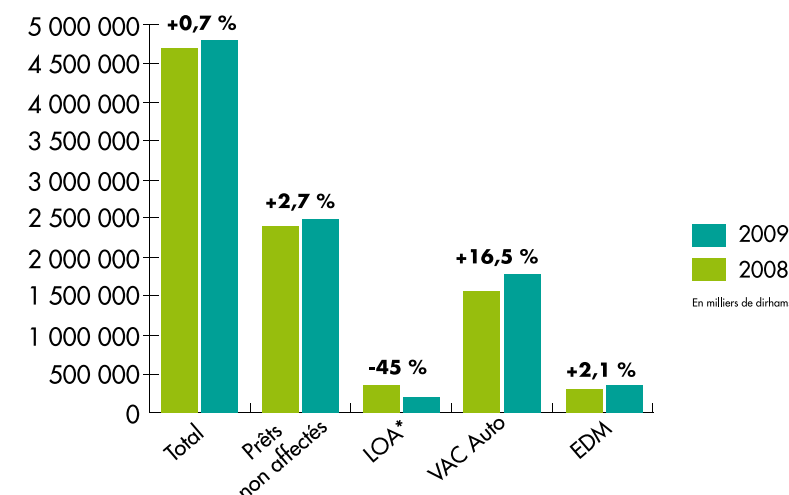
PRODUCTION NETTE	Marché 2008	Marché 2009	Evolution
Prêts non affectés	9 955 970	9 567 332	-3,9 %
Prêts personnels	9 644 266	9 327 368	-3,3 %
Revolving	311 705	239 964	-23,0 %
Prêts affectés	6 747 817	6 515 240	-3,4 %
* Automobile	6 109 191	5 865 709	-4,0 %
VAC Auto	4 442 992	4 863 914	9,5 %
LOA	1 367 480	853 630	-37,6 %
Mourabaha	298 720	148 165	-50,4 %
* EDM	638 626	649 531	1,7 %
Autres	2 607	620	-76,2 %
TOTAL	16 706 394	16 083 192	-3,7 %

Source : APSF

Parts de marché Wafasalaf



Evolution de Wafasalaf par marché



* Ce produit n'est plus attractif depuis la Loi de Finances 2008.

“ Wafasalaf consolide sa position de leader incontesté du marché du crédit à la consommation sur tous ses segments : Prêts non affectés, financement automobile et équipement des ménages. ”



ACTIVITE DE WAFASALAF PAR MARCHÉ

Malgré une conjoncture difficile marquée par une tension sensible sur le pouvoir d'achat des ménages marocains, et la baisse des ventes automobiles, Wafasalaf a réalisé des résultats positifs durant l'exercice 2009. Elle a consolidé sa position de leader incontesté du marché du crédit à la consommation sur tous ses segments : Prêts non affectés, financement automobile et équipement des ménages.

Prêts non affectés

Wafasalaf maintient sa position de leader sur le segment des prêts non affectés (+2,7 %). Le prêt personnel affiche une évolution de + 4,1 % sur un secteur en recul de 3,3 %.

Les raisons de cette performance sont à rechercher dans l'élaboration d'une stratégie commerciale et marketing de proximité. Différents leviers ont été utilisés pour sa mise en œuvre. La diversification des offres et des produits : Salaf Aarboune, Avance sur salaire, Hamzat Mouaddaf, ... ainsi que l'extension du réseau d'agences, avec l'ouverture en 2009 de 5 nouvelles agences a aussi grandement contribué à concrétiser la stratégie de proximité.

Financement automobile

En 2009, le marché automobile a connu un brutal coup de frein. Selon les chiffres communiqués par l'AIVAM - Association des Importateurs de Véhicules Automobiles au Maroc - seuls 109 969 véhicules neufs ont trouvé preneurs en 2009, soit une chute de 9,5% par rapport à 2008. Cette atonie est due pour une large part, à un effet d'éviction auprès de la clientèle du marché du véhicule d'occasion importé.

En dépit de tout cela, Wafasalaf a su maintenir sa position de leader sur le marché du financement automobile avec une part de marché de 35,9 %.

Cette performance tient, d'une part, à la forte implication des équipes commerciales qui ont notamment fait porter leurs efforts sur l'accompagnement des partenaires automobiles et des principaux distributeurs, et d'autre part, à une gestion optimisée des offres promotionnelles qui a démontré toute son efficacité.

Équipement des ménages

Leader sur le marché du financement de l'équipement des ménages, Wafasalaf améliore encore en 2009 sa part de marché pour la hisser à 57,4 %.

La multiplication d'enseignes spécialisées sur le territoire marocain, matérialisée par l'ouverture de grandes et moyennes surfaces dont Carrefour et Electroplanet, a fortement servi ce marché. Wafasalaf a su accompagner cet élan.

En 2009, 125 nouveaux partenaires ont été agréés dans différents marchés : blanc, brun, informatique et meuble. Un dispositif d'accompagnement de ces nouveaux acteurs a été mis en place avec notamment la fourniture d'outils de promotion et d'aide à la vente. Des formules personnalisées ont permis aux partenaires de fidéliser leurs clientèles : « Salaf Madmoun » la formule novatrice en est un parfait exemple (crédit pré-accepté).

Par ailleurs, le dispositif marketing et commercial mis en place pour l'Aïd Adha, moment fort d'équipement des ménages, a reçu un accueil très positif de la part de l'ensemble des enseignes.

En final cette performance puise sa force dans la démarche de proximité et de la qualité du relationnel de Wafasalaf avec l'ensemble des partenaires et clients.

« On a toujours droit à un très bon accueil, on prend le soin de m'informer sur le détail de mon crédit dans la clarté et la transparence. Pour mon crédit, c'est toujours Wafasalaf. »

M. Abdessamad AMRO,
Client

« Un partenaire solide, c'est un partenaire bien structuré qui a la capacité d'assurer un suivi régulier du partenariat. Mais c'est aussi un partenaire qui dispose d'un réseau d'agence développé qui permet d'accorder un crédit sur place »

M. Abdelouahab ENNACIRI,
Directeur Général Adjoint FORD
Groupe AUTO-HALL

« Des équipes commerciales sont dédiées spécialement au marché de l'ameublement, ce qui traduit l'importance accordée à cette activité. »

M^{me} Hasnaâ IDRISSE KABBAJ,
Directrice Marketing MOBILIA

« Wafasalaf est portée par une vision dynamique et non statique. L'équipe nous accompagne aussi bien dans la conquête, que dans la fidélisation de nos clients : Un réel esprit de partenariat. »

M. Khalid JENNANE,
Directeur Général ELECTROPLANET

RAPPORT FINANCIER

Activité

La production globale annuelle a enregistré une progression de 5,5% par rapport à l'exercice précédent en passant de 9 031 millions de dirhams à 9 529 millions de dirhams en 2009, soit une progression de +498 millions de dirhams.

Cette croissance résulte de la stratégie volontariste de développement des partenariats de gestion pour compte des tiers, et du maintien de l'activité propre dans un contexte de plus en plus difficile.

- La production gérée pour le compte des tiers est passée de 2 914 millions de dirhams en 2008 à 3 562 millions de dirhams en 2008 avec un taux de progression de 22,2%.

- La production portée par Wafasalaf s'établit à 4 642 millions de dirhams, soit +0,7% par rapport à la production de 2008 qui s'élevait à 4 610 millions de dirhams.

En termes d'encours, les crédits portés par Wafasalaf se sont établis à 11 686 millions de dirhams au 31/12/2009 contre 11 251 millions de dirhams au titre de l'exercice précédent, soit une progression de +3,9%.

Refinancement

La politique de refinancement de Wafasalaf a été marquée par le lancement d'un programme d'émission des BSF en juin 2009 ayant un double objectif :

- D'abord, optimiser les coûts de refinancement en tirant parti de la convergence du marché secondaire vers le marché primaire, et de la relative appétence des investisseurs sur le compartiment de la dette privée.

- Ensuite sécuriser la liquidité à travers la diversification des instruments de refinancement dans un contexte marqué par la contraction de la liquidité.

Résultats sociaux

Le compte des produits et charges fait ressortir une évolution satisfaisante des différents soldes intermédiaires de gestion.

En effet, les produits d'exploitation bancaires ont évolué de +3% et passent de 2 437 millions de dirhams en 2008 à 2 499 millions de dirhams en 2009. Cette évolution a été favorisée par la croissance des :

- Produits d'intérêts perçus qui ont enregistré une croissance de 15% et passent de 883 millions de dirhams à fin 2008 à 1 016 millions de dirhams.

- Commissions sur prestation de service qui sont passées de 128 millions de dirhams en 2008 à 138 millions de dirhams en 2008, soit une progression de 8%.

Les charges d'exploitation bancaires s'établissent à 1 567 millions de dirhams contre 1 618 millions de dirhams en 2008, soit -2%. Cette baisse est générée essentiellement par la charge de l'amortissement comptable de l'activité LOA qui est passée de 1 299 millions de dirhams en 2008 à 1 227 millions de dirhams en 2009.

Les réalisations en produits et charges d'exploitation bancaires ont généré un PNB qui affiche une croissance de 13% et s'établit à 881 millions de dirhams contre 779 millions de dirhams en 2008. Cette tendance haussière s'inscrit dans un contexte de plus en plus concurrentiel marqué par le resserrement des marges.

Les charges générales d'exploitation se sont élevées à 324 millions de dirhams en 2009 contre 305 millions de dirhams en 2008, soit une augmentation de 6% avec +18 millions de dirhams, générée essentiellement par les charges du personnel (+15,9 MDH).

Sur le plan du risque de contrepartie, les dotations aux provisions constituées en 2009 s'élèvent à 291 millions de dirhams contre 215 millions de dirhams en 2009. Les pertes sur créances irrécouvrables s'établissent à

131 millions de dirhams contre 107 millions de dirhams l'exercice précédent. Le contexte économique difficile de 2009 a impacté le coût du risque qui s'établit à un niveau de 1,92% contre 1,11% en 2008.

En dépit de ce contexte difficile, le résultat net financier de l'exercice s'établit à 301,9 millions de dirhams, soit -5.5% par rapport à 2008. Le résultat net social s'établit à 263,4 millions de dirhams contre 268,4 millions de dirhams, soit une évolution de -2% par rapport à l'exercice 2008.

Proposition d'affectation du résultat

Le résultat à affecter s'élève à 270 560 272,57 dirhams, correspondant au résultat net réalisé en 2009, soit 263 437 090,06 dirhams et au report à nouveau des exercices précédents 7 123 182,51 dirhams.

Au titre de l'exercice 2009, l'Assemblée Générale Ordinaire, tenue le 31 Mai 2010, a décidé la distribution d'un dividende de 80 dirhams par action et d'affecter le résultat de la manière suivante :

- Dividendes	90 543 600,00 Dh
- Réserve légale	0,00 Dh
- Réserve réglementée	3 477 046,30 Dh
- Autres réserves	1 68 000 000,00 Dh
- Solde à reporter à nouveau	8 539 626,27 Dh

L'Assemblée décide de fixer la date de mise en paiement de ce dividende à compter du 1^{er} Juin 2010.



ELEMENTS FINANCIERS

- Bilan avant répartition
- Bilan après répartition
- Hors bilan
- Compte de produits et charges
- Etat des soldes de gestion
- Tableau des flux de trésorerie

Bilan avant répartition

(milliers MAD)

ACTIF	31/12/09	31/12/08
Valeurs en caisse, Banques centrales, Trésor public, Service des chèques postaux	9 459	12 535
Créances sur les établissements de crédit et assimilés	385 311	321 520
. A vue	204 710	202 124
. A terme	180 601	119 396
Créances sur la clientèle	9 136 005	7 924 701
. Crédits de trésorerie et à la consommation	8 856 254	7 613 774
. Crédits à l'équipement		
. Crédits immobiliers	21 664	21 866
. Autres crédits	258 087	289 060
Créances acquises par affacturage		
Titres de transaction et de placement		
. Bons du Trésor et valeurs assimilées		
. Autres titres de créance		
. Titres de propriété		
Autres actifs	267 111	517 115
Titres d'investissement		
. Bons du Trésor et valeurs assimilées		
. Autres titres de créance		
Titres de participation, Participations dans les entreprises liées et emplois assimilés	681	581
Créances subordonnées		
Immobilisations données en crédit-bail et en location	1 569 106	2 501 201
Immobilisations incorporelles	199 549	196 457
Immobilisations corporelles	71 247	73 160
TOTAL DE L'ACTIF	11 638 471	11 547 270

(milliers MAD)

PASSIF	31/12/09	31/12/08
Banques centrales, Trésor public, Service des chèques postaux		
Dettes envers les établissements de crédit et assimilés	7 514 539	8 385 646
. A vue	506 377	439 417
. A terme	7 008 161	7 946 229
Dépôts de la clientèle	90	33
. Comptes à vue créditeurs		
. Comptes d'épargne		
. Dépôts à terme		
. Autres comptes créditeurs	90	33
Titres de créance émis	1 719 808	280 741
. Titres de créance négociables	1 719 808	280 741
. Emprunts obligataires		
. Autres titres émis		
Autres passifs	998 955	1 461 495
Provisions pour risques et charges	28 140	39 601
Provisions réglementées	17 235	20 712
Subventions, fonds publics affectés et fonds spéciaux de garantie		
Dettes subordonnées	105 214	300 082
Ecart de réévaluation		
Primes liées au capital et réserves	870 749	671 137
Capital souscrit	113 180	113 180
moins capital non versé		
Report à nouveau (+/-)	7 123	6 217
Résultat net en instance d'affectation (+/-)		
Résultat net de l'exercice (+/-)	263 437	268 426
Total du Passif	11 638 471	11 547 270

Bilan après répartition

(milliers MAD)

ACTIF	31/12/09	31/12/08
Valeurs en caisse, Banques centrales, Trésor public, Service des chèques postaux	9 459	12 535
Créances sur les établissements de crédit et assimilés	385 311	321 520
. A vue	204 710	202 124
. A terme	180 601	119 396
Créances sur la clientèle	9 136 005	7 924 701
. Crédits de trésorerie et à la consommation	8 856 254	7 613 774
. Crédits à l'équipement		
. Crédits immobiliers	21 664	21 866
. Autres crédits	258 087	289 060
Créances acquises par affacturage		
Titres de transaction et de placement		
. Bons du Trésor et valeurs assimilées		
. Autres titres de créance		
. Titres de propriété		
Autres actifs	267 111	517 115
Titres d'investissement		
. Bons du Trésor et valeurs assimilées		
. Autres titres de créance		
Titres de participation et emplois assimilés	681	581
Créances subordonnées		
Immobilisations données en crédit-bail et en location	1 569 106	2 501 201
Immobilisations incorporelles	199 549	196 457
Immobilisations corporelles	71 247	73 160
Total de l'Actif	11 638 471	11 547 270

(milliers MAD)

PASSIF	31/12/09	31/12/08
Banques centrales, Trésor public, Service des chèques postaux		
Dettes envers les établissements de crédit et assimilés	7 514 539	8 385 646
. A vue	506 377	439 417
. A terme	7 008 161	7 946 229
Dépôts de la clientèle	90	33
. Comptes à vue créditeurs		
. Comptes d'épargne		
. Dépôts à terme		
. Autres comptes créditeurs	90	33
Titres de créance émis	1 719 808	280 741
. Titres de créance négociables	1 719 808	280 741
. Emprunts obligataires		
. Autres titres émis		
Autres passifs	1 089 499	1 529 403
Provisions pour risques et charges	28 140	39 601
Provisions réglementées	17 235	20 712
Subventions, fonds publics affectés et fonds spéciaux de garantie		
Dettes subordonnées	105 214	300 082
Ecart de réévaluation		
Réserves et primes liées au capital	1 042 226	870 749
Capital	113 180	113 180
Actionnaires. Capital non versé (-)		
Report à nouveau (+/-)	8 540	7 123
Résultat net en instance d'affectation (+/-)		
Résultat net de l'exercice (+/-)		
Total du Passif	11 638 471	11 547 270

(milliers MAD)

HORS BILAN	31/12/09	31/12/08
Engagements donnés	293 113	537 636
Engagements de financement donnés en faveur d'établissements de crédit et assimilés		
Engagements de financement donnés en faveur de la clientèle	293 113	537 636
Engagements de garantie d'ordre d'établissements de crédit et assimilés		
Engagements de garantie d'ordre de la clientèle		
Titres achetés à réméré		
Autres titres à livrer		
Engagements reçus	1 666 831	2 293 075
Engagements de financement reçus d'établissements de crédit et assimilés	1 666 831	2 293 075
Engagements de garantie reçus d'établissements de crédit et assimilés		
Engagements de garantie reçus de l'Etat et d'organismes de garantie divers		
Titres vendus à réméré		
Autres titres à recevoir		

(milliers MAD)

	31/12/09	31/12/08
PRODUITS D'EXPLOITATION BANCAIRE	2 499 280	2 437 363
Intérêts et produits assimilés des opérations avec les établissements de crédit	149	135
Intérêts et produits assimilés des opérations avec la clientèle	1 016 706	883 076
Intérêts et produits assimilés des titres de créance		
Produits des titres de propriété		28
Produits des immobilisations en crédit-bail et en location	1 344 738	1 426 331
Commissions sur prestations de service	137 688	127 792
Autres produits bancaires		
CHARGES D'EXPLOITATION BANCAIRE	1 618 161	1 657 981
Intérêts et charges assimilées des opérations avec les établissements de crédit	343 106	326 108
Intérêts et charges assimilées des opérations avec la clientèle		
Intérêts et charges assimilés des titres de créance émis	37 836	26 181
Charges des immobilisations en crédit-bail et en location	1 227 527	1 298 908
Autres charges bancaires	9 692	6 783
PRODUITS NET BANCAIRE	881 119	779 381
PRODUITS D'EXPLOITATION NON BANCAIRE	26 548	29 706
CHARGES D'EXPLOITATION NON BANCAIRE		
CHARGES GENERALES D'EXPLOITATION	323 746	305 200
Charges de personnel	102 974	87 045
Impôts et taxes	8 919	10 311
Charges externes	182 031	181 107
Autres charges d'exploitation	4 313	2 572
Dotations aux amortissements et aux provisions des immobilisations incorporelles et corporelles	25 509	24 165
DOTATIONS AUX PROVISIONS ET PERTES SUR CREANCES IRRECUPERABLES	422 559	322 487
Dotations aux provisions pour créances et engagements par signature en souffrance	291 283	214 984
Pertes sur créances irrécupérables	131 275	107 173
Autres dotations aux provisions		330
REPRISES DE PROVISIONS ET RECUPERATIONS SUR CREANCES AMORTIES	234 338	216 908
Reprises de provisions pour créances et engagements par signature en souffrance	212 005	204 018
Récupérations sur créances amorties	7 395	7 278
Autres reprises de provisions	14 938	5 612
RESULTAT COURANT	395 701	398 308
PRODUITS NON COURANTS	21 109	17 733
CHARGES NON COURANTES	3 224	459
RESULTAT NON COURANT	17 885	17 274
RESULTAT AVANT IMPOTS SUR LES RESULTATS	413 586	415 582
IMPOTS SUR LES RESULTATS	150 149	147 157
RESULTAT NET DE L'EXERCICE	263 437	268 426

(milliers MAD)

I - TABLEAU DE FORMATION DES RESULTATS		
	31/12/09	31/12/08
+ Intérêts et produits assimilés	1 016 855	883 211
- Intérêts et charges assimilées	380 942	352 289
Marge sur intérêts	635 913	530 922
+ Produits sur immobilisations en crédit-bail et en location	1 344 738	1 426 331
- Charges sur immobilisations en crédit-bail et en location	1 227 527	1 298 908
Résultat des opérations de crédit-bail et de location	117 211	127 423
+ Commissions perçues	137 688	127 792
- Commissions servies	2 570	363
Marge sur commissions de prestations de service	135 118	127 429
+ Résultat des opérations sur titres de transaction		
+ Résultat des opérations sur titres de placement		
+ Résultat des opérations de change		
+ Résultat des opérations sur produits dérivés		
Résultat des opérations de marché		
+ Autres produits bancaires		28
- Autres charges bancaires	7 123	6 421
PRODUIT NET BANCAIRE	881 119	779 381
+ Résultat des opérations sur immobilisations financières		
+ Autres produits divers d'exploitation	26 548	29 706
- Autres charges diverses d'exploitation		
- Charges générales d'exploitation	323 746	305 200
RESULTAT BRUT D'EXPLOITATION	583 921	503 887
+ Dotations nettes des reprises aux provisions pour créances et engagements par signature en souffrance	203 158	110 860
+ Autres dotations nettes de reprises aux provisions	-14 938	-5 282
RESULTAT COURANT	395 701	398 308
RESULTAT NON COURANT	17 885	17 274
- Impôts sur les résultats	150 149	147 157
RESULTAT NET DE L'EXERCICE	263 437	268 426

(milliers MAD)

II - CAPACITE D'AUTOFINANCEMENT		
	31/12/09	31/12/08
+ RESULTAT NET DE L'EXERCICE	263 437	268 426
+ Dotations aux amortissements et aux provisions des immobilisations incorporelles et corporelles	25 509	24 165
+ Dotations aux provisions pour dépréciation des immobilisations financières		
+ Dotations aux provisions pour risques et charges		330
+ Dotations aux provisions réglementées		
+ Dotations non courantes		
- Reprises de provisions	14 938	5 612
- Plus-values de cession des immobilisations incorporelles et corporelles	35	513
+ Moins-values de cession des immobilisations incorporelles et corporelles		
- Plus-values de cession des immobilisations financières		
+ Moins-values de cession des immobilisations financières		
- Reprises de subventions d'investissement reçues		
+ CAPACITE D'AUTOFINANCEMENT	273 973	286 796
- Bénéfices distribués	67 908	67 908
+ AUTOFINANCEMENT	206 065	218 888

(milliers MAD)

	31/12/09	31/12/08
FLUX DE TRESORERIE PROVENANT DES ACTIVITES D'EXPLOITATION :		
Produits sur opérations bancaires perçus	2 499 280	2 437 363
Récupérations sur créances amorties	7 395	7 278
Produits divers d'exploitation perçus	259 627	234 010
Charges sur opérations bancaires versées	-1 618 161	-1 657 981
Charges diverses d'exploitation payées	-425 782	-322 615
Charges générales d'exploitation payées	-323 746	-305 200
Impôts sur les résultats payés	-150 149	-147 157
Flux de trésorerie net provenant du compte de produits et charges	248 464	245 697
Variation des actifs d'exploitation		
Créances sur les établissements de crédit et assimilés (hors liquidités)	-63 791	284 638
Créances sur la clientèle	-1 211 305	-1 431 473
Titres de transaction et de placement (hors liquidités)	-100	
Autres actifs	250 003	-3 274
Immobilisations données en crédit-bail et en location	932 095	716 970
Variation des passifs d'exploitation		
Dettes envers les établissements de crédit et assimilés	-871 107	306 938
Dépôts de la clientèle	57	
Titres de créance émis	1 439 067	-105 331
Autres passifs	-462 540	-30 041
SOLDE DES VARIATIONS DES ACTIFS ET PASSIFS D'EXPLOITATION	12 380	-261 572
FLUX DE TRESORERIE NETS PROVENANT DES ACTIVITES D'EXPLOITATION	260 844	-15 875
FLUX DE TRESORERIE PROVENANT DES ACTIVITES D'INVESTISSEMENT		
Produit des cessions d'immobilisations financières		
Produit des cessions d'immobilisations incorporelles et corporelles	35	513
Acquisition d'immobilisations financières		
Acquisition d'immobilisations incorporelles et corporelles	-1 179	-12 147
Intérêts reçus		
Dividendes reçus		28
FLUX DE TRESORERIE NETS PROVENANT DES ACTIVITES D'INVESTISSEMENT	-1 144	-11 606
FLUX DE TRESORERIE PROVENANT DES ACTIVITES DE FINANCEMENT		
Subventions, fonds publics reçus		
Fonds spéciaux de garantie reçus		
Emission d'emprunts et de titres subordonnés	-194 868	100 022
Emission d'actions		
Remboursement des capitaux propres et assimilés		
Intérêts versés		
Dividendes versés	-67 908	-67 908
FLUX DE TRESORERIE NETS PROVENANT DES ACTIVITES DE FINANCEMENT	-262 776	32 114
VARIATION NETTE DES LIQUIDITES ET EQUIVALENTS DE LIQUIDITES	-3 076	4 634
LIQUIDITES ET EQUIVALENTS DE LIQUIDITES A L'OUVERTURE DE L'EXERCICE	12 535	7 901
LIQUIDITES ET EQUIVALENTS DE LIQUIDITES A LA CLOTURE DE L'EXERCICE	9 459	12 535



ERNST & YOUNG

37 Bd Abdellatif Ben Kaddour
20050 Casablanca
Maroc

PRICEWATERHOUSECOOPERS

Price Waterhouse
101 Bd Massira Al Khadra
20100 Casablanca
Maroc

Aux actionnaires de
WAFASALAF
Casablanca

**RESUME DU RAPPORT DES COMMISSAIRES AUX COMPTES
EXERCICE DU 1^{er} JANVIER AU 31 DECEMBRE 2009**

Conformément à la mission qui nous a été confiée par votre Assemblée Générale, nous vous présentons notre rapport relatif à l'exercice clos le 31 décembre 2009.

Nous avons effectué l'audit des états de synthèse, ci-joints, de la société WAFASALAF au 31 décembre 2009, comprenant le bilan, le hors bilan, le compte de produits et charges, l'état des soldes de gestion, le tableau des flux de trésorerie, et l'état des informations complémentaires (ETIC), relatifs à l'exercice clos le 31 décembre 2009. Ces états de synthèse font ressortir un montant de capitaux propres et assimilés de KMAD 1.376.938, dont un bénéfice net de KMAD 263.437

La direction est responsable de l'établissement et de la présentation sincère de ces états de synthèse, conformément au référentiel comptable admis au Maroc.

Notre responsabilité est d'exprimer une opinion sur ces états de synthèse sur la base de notre audit. Nous avons effectué notre mission selon les Normes de la Profession au Maroc et compte tenu des dispositions légales et réglementaires en vigueur

Nous certifions que les états de synthèse, cités au deuxième paragraphe ci-dessus, sont réguliers et sincères et donnent, dans tous leurs aspects significatifs, une image fidèle du résultat des opérations de l'exercice écoulé ainsi que de la situation financière et du patrimoine de la société WAFASALAF au 31 décembre 2009 conformément au référentiel comptable admis au Maroc.

Vérifications et informations spécifiques

Nous avons procédé également aux vérifications spécifiques prévues par la loi et nous nous sommes assurés notamment de la concordance des informations données dans le rapport de gestion du Directoire destiné aux actionnaires avec les états de synthèse de la banque.

Casablanca, le 17 mars 2010

Les Commissaires aux Comptes

ERNST & YOUNG


Bachir TAZI
Associé
ERNST & YOUNG
37, Boulevard Abdellatif Ben Kaddour
20050 CASABLANCA
Tél. : (212-2) 2 85 79 00 Fax : (212-2) 2 35 02 04

PRICE WATERHOUSE


Aziz BIDAH
Associé



RESOLUTIONS

I- ASSEMBLÉE GENERALE ORDINAIRE

Première résolution

L'Assemblée Générale Ordinaire, après avoir entendu la lecture des rapports du Conseil de surveillance et des Commissaires aux Comptes, approuve lesdits rapports. Elle examine et approuve le bilan et le compte de produits et charges de l'exercice 2009, tels qu'ils lui ont été présentés, faisant ressortir un bénéfice net après impôt de 263 437 090,06 dirhams.

Deuxième résolution

L'Assemblée Générale Ordinaire ratifie le montant du bénéfice distribuable composé comme suit :

• Bénéfice net de l'exercice	263 437 090,06 Dh
• Report à nouveau des exercices précédents	7 123 182,51 Dh
• Bénéfice distribuable	270 560 272,57 Dh

L'Assemblée Générale décide la distribution d'un dividende de 80 dirhams par action et d'affecter le résultat de la manière suivante :

• Dividendes	90 543 600,00 Dh
• Réserve légale	0,00 Dh
• Réserve réglementée	3 477 046,30 Dh
• Autres réserves	168 000 000,00 Dh
• Solde à reporter à nouveau	8 539 626,27 Dh

L'Assemblée décide de fixer la date de mise en paiement de ce dividende à compter du 1^{er} Juin 2010.

Troisième résolution

L'Assemblée Générale Ordinaire prend acte de la démission de Monsieur Christophe GRAVE en tant que membre du Conseil de Surveillance représentant CACF, de la démission de Monsieur Amir DJOURABTCHI en tant que membre du Conseil de Surveillance, de la démission de Monsieur Amin BENJELLOUN TOUIMI en tant que Vice-président et membre du Conseil de Surveillance, la démission de Monsieur Omar BOUNJOU en tant que membre du Conseil de Surveillance représentant Attijariwafa bank et de la démission de Monsieur Mohamed KETTANI en tant que membre du Conseil de Surveillance et leur donne quitus entier et définitif de l'exécution de leurs mandats au titre de l'exercice 2009.

Quatrième résolution

L'Assemblée Générale Ordinaire ratifie la cooptation par le Conseil de Surveillance lors de sa délibération du 17 Septembre 2009 de Monsieur Alain BREUILS en tant que membre du Conseil de Surveillance, représentant CACF.

L'Assemblée Générale Ordinaire ratifie la cooptation par le Conseil de Surveillance lors de sa délibération du 9 Décembre 2009 de Monsieur Bernard NOEL en tant que nouvel administrateur, membre du Conseil de Surveillance.

L'Assemblée Générale Ordinaire ratifie la cooptation par le Conseil de Surveillance lors de sa délibération du 11 Mars 2010 de Monsieur Vincent MOUVREAU en tant que membre du Conseil de Surveillance, en remplacement de Monsieur Amir DJOURABTCHI.

L'Assemblée Générale Ordinaire ratifie la cooptation par le Conseil de Surveillance lors de sa délibération du 11 Mars 2010 de Monsieur Ismail DOUIRI en tant que membre du Conseil de Surveillance.

L'Assemblée Générale Ordinaire ratifie la nomination par le Conseil de Surveillance lors de sa délibération du 11 Mars 2010 de Monsieur Mohamed KETTANI en tant que membre du Conseil de Surveillance, représentant Attijariwafa bank.

Cinquième résolution

L'Assemblée Générale Ordinaire ratifie le renouvellement du mandat de madame Laïla MAMOU en qualité de Président du Directoire et ratifie le renouvellement du mandat de Monsieur Youssef BAGHDADI en qualité de Membre du Directoire.

Sixième résolution

L'Assemblée Générale Ordinaire donne quitus entier et définitif de leur gestion aux Membres du Directoire et de l'exécution de leur mandat aux Membres du Conseil de Surveillance au titre de l'exercice 2009. Elle donne également acte aux sociétés ERNEST & YOUNG et PRICE WATERHOUSE COOPERS, commissaires aux comptes, de l'accomplissement de leur mission au titre de l'exercice 2009.

Septième résolution

L'Assemblée Générale Ordinaire, après avoir entendu la lecture du rapport spécial des commissaires aux comptes sur les conventions relevant des articles 95 et suivants de la loi n° 17/95 relative aux sociétés anonymes, approuve les conclusions dudit rapport et les conventions qui y sont mentionnées.

Huitième résolution

L'Assemblée Générale Ordinaire donne tout pouvoir au porteur d'une copie ou d'un extrait des présentes pour effectuer les formalités prévues par la loi.

II- ASSEMBLÉE GENERALE EXTRAORDINAIRE

Première résolution

MODIFICATIONS ET MISE A JOUR DE CERTAINS ARTICLES DES STATUTS DE WAFASALAF

Ces modifications et mises à jour concernent les articles ci-après dont la rédaction est soit modifiée, soit complétée comme suit:

- Article 8 : Cession et Transmission des actions
- Article 11 : Augmentation du Capital
- Article 26 : Actions de garantie
- Article 32 : Conventions réglementées

ARTICLE 8 : CESSION ET TRANSMISSION DES ACTIONS

2- Cessions libres

Sont libres les transferts d'actions intervenant :

- En cas de succession
- Au profit du conjoint, d'un ascendant, d'un descendant ou d'un allié jusqu'au deuxième degré inclus.
- Entre actionnaires de la même catégorie d'actions;
- Au profit des membres du Conseil de Surveillance de la société dans la limite du nombre d'actions visées à l'article 26.
- Au profit des sociétés apparentées aux sociétés actionnaires mères ou filiales, à raison de 50% du capital social au moins.....

ARTICLE 11 : AUGMENTATION DE CAPITAL

2.6 Suppression du droit préférentiel de souscription

2-6.2- La suppression dupersonnes.

Dans ce cas.....aux comptes.

Le rapport.....chacun d'eux.

Les attributaires éventuels des actions nouvelles ainsi que leurs filiales et les sociétés qu'elles contrôlent ne peuvent ni personnellement, ni par mandataire, prendre part au vote de l'assemblée écartant en leur faveur le droit préférentiel de souscription ; le quorum et la majorité requis pour cette décision se calculent sur l'ensemble des actions à l'exclusion de celles possédées ou représentées par les dits attributaires, par leurs filiales et par les sociétés qu'ils contrôlent.

ARTICLE 26 : ACTIONS DE GARANTIE

Sont supprimés des statuts les alinéas 2 et 3 de cet article.

ARTICLE 32 : CONVENTIONS REGLEMENTEES

a) Toute convention intervenant entre la société et l'un des membres de Directoire ou du Conseil de Surveillance ou l'un des actionnaires détenant plus de 5% du capital ou des droits de vote.

Deuxième résolution

L'Assemblée Générale Extraordinaire donne tous pouvoirs au porteur d'une copie ou d'un extrait des présentes pour effectuer les formalités prévues par la Loi.

Liste des Agences

CASABLANCA

Agence Anfa

155, Bd d'Anfa
Tél. : 05 22 95 72 40

Agence Abdelmoumen

5, Bd Abdelmoumen
Tél. : 05 22 54 51 05

Agence Maâni

416, rue Mustapha El Maâni
Tél. : 05 22 54 50 01

Agence Mohammed V

1, Avenue Hassan II
Tél. : 05 22 88 96 80/81/83

Agence Mechouar

Angle rue d'Ifrni et place Hamidou
Al Watani Résidence Attijariwafa bank
Tél. : 05 22 45 14 14

Agence Hay Mohammadi

27, Bloc Kodja, Bloc 5
Tél. : 05 29 01 22 41/42

Agence Sidi Maârouf

Programme Al Moustakbal,
imm 105, N°13-14 GH4
Tél. : 05 22 58 21 50 > 59

Agence Sidi Bernoussi

Amal 1, N° 108 Avenue Bnou Harita
Tél. : 05 22 76 33 00

Agence El Fida

316, Bd El Fida, place Sraghna
Tél. : 05 22 85 98 60

Agence Ain Chock

Quartier les Crêtes, Haddaouia 3,
N°771, Avenue 2 Mars
Tél. : 05 22 52 93 40

Agence Oulfa

Bd Oum Rabie, groupe 1, Rés.
Jardins Oum Rabie
Tél. : 05 22 93 68 30

Agence Hay Hassani

Marjane Hay Hassani
Tél. : 05 29 00 83 79

Agence Emile Zola

Quartier de la Gare, angle Bd Emile Zola, rue Douai
et rue Sijlmassa
Tél. : 05 29 01 17 47

Agence Sidi Othmane

Bd Akid Alam Hay Salama 4
Tél. : 05 29 01 17 40

MOHAMMEDIA

Agence Mohammedia

93, Bd de la Résistance Hassania 2 El Alia
Tél. : 05 29 01 06 84/88

RABAT

Agence Allal Ben Abdellah

65, angle Allal Ben Abdellah et Bd Hassan II
Tél. : 05 37 26 22 16

Agence Avenue de France

29, Avenue de France, Agdal
Tél. : 05 37 68 28 28

Agence Ibn Sina

13, Avenue Ibn Sina, Agdal
Tél. : 05 37 77 07 06

Agence Mohammed V

Rue Bayt Lahm, Imm Baruk,
Avenue Mohammed V, 1er étage
Tél. : 05 37 20 83 83

Agence Hay Ryad

Résidence Bachiri 1, lot. 30, N°6 Secteur 16
Tél. : 05 37 56 93 40

Agence Hassan II

408, Avenue Hassan II, Imm. "A", Rabat
Tél. : 05 38 00 23 10/11

SALÉ

Agence Salé

Rés. Diar 3, imm. 11, n°25 Bd Mohammed VI, route
de Kénitra
Tél. : 05 37 84 91 00/01/02

TEMARA

Agence Temara

15, lot Marie, IDDA 15 T19 2015 Al Alaouiye
Tél. : 05 37 61 69 90

KENITRA

Agence Kénitra

1, rue Omar Riffi
Tél. : 05 37 37 33 21 / 05 37 37 63 68

MARRAKECH

Agence Hivernage

Résidence l'Hivernage, Avenue de France
Tél. : 05 24 43 39 42

Agence Kawkab

22, rue Imam Chafii Harti, Gueliz
Tél. : 05 24 43 33 09/10

Agence Medina

Rue Mly Ismail Res. des Heritiers
Tél. : 05 24 38-85-70

AGADIR

Agence Dakhla

149, Avenue Hassan 1er, Dakhla
Tél. : 05 28 21 49 65

Agence Hassan II

1 et 2 galerie Al Inbiat Avenue Hassan II
Tél. : 05 28 82 67 53

FES

Agence Florence

Avenue Hassan II, Tour Al Wataniya
Tél. : 05 35 94 16 34

Agence Mohammed V

46, Bd Mohammed V, Résidence Sara
Tél. : 05 35 93 29 39/42

TANGER

Agence Tanger

137, Avenue Prince Héritier
Tél. : 05 39 32 54 47/48/49

Agence Tanger Al Qods

79, Avenue Al Qods, Hay Al Majid, lot 73
Tél. : 05 38 80 04 04/02/03

EL JADIDA

Agence El Jadida

82, Avenue Hassan II
Tél. : 05 23 35 45 19/05

MEKNES

Agence Ismailia

20, Bd Idriss II, Résidence Mimosa
Tél. : 05 35 51 18 08/37

OUJDA

Agence Jazoulit

17, Rue Jazoulit, face à la préfecture de police
Tél. : 05 36 70 31 32/33

TETOUAN

Agence Tétouan

Angle Bd Al Ourouba et Yacoub El Mansour El Mouwahidi
Tél. : 05 39 70 90 80/77

SETTAT

Agence Settata

Lot. Hatim N° 25, Bd Hassan II
Tél. : 05 23 72 93 60/61/62

SAFI

Agence Safi

5, Rue Lamarne
Tél. : 05 29 01 17 49 > 53