

Le cabinet d'avocats Llobet & Beirat a conseillé la société MEDCOMTECH, S.A., société de droit espagnol, dans la préparation de son introduction en Bourse, dans le marché boursier alternatif espagnol.

Le marché alternatif espagnol ("*Mercado Alternativo Bursátil*") – segment de marché de sociétés en expansion (ci-après dénommé "*MAB*") a été créé en décembre 2008 et se révèle être une opportunité pour une entreprise de devenir une société cotée et de pouvoir faire appel public à l'épargne. Cette option, est désormais possible pour de nombreuses sociétés pour lesquelles, jusqu'à présent, l'entrée en bourse n'était pas envisageable.

Le MAB est un marché destiné aux entreprises dont la capitalisation boursière est relativement faible (essentiellement des entreprises de taille moyenne PME) ayant des besoins de financement. Cette initiative a été lancée par la bourse espagnole ("*Bolsas y Mercados Españoles*"). Ce marché est logiquement surveillé par une entité administrative indépendante, la « commission nationale du marché des valeurs mobilières » (ci-après, la "*CNMV*") qui veille à son contrôle et assure les règles de transparence du marché.

Les avantages d'être une société cotée sur un marché règlementé tel que le MAB sont, notamment, les suivants:

- a. Permettre de déterminer et de mettre en valeur l'entreprise, ce qui, dans de nombreuses hypothèses, notamment dans celles des entreprises familiales, peut être un important outil destiné à régler des situations complexes de sortie ou de permanence de certaines personnes de la famille dans le capital de la société;
- b. Permettre de proposer ses titres, actions, parts sociales et valeurs mobilières, au public. La cotation est un outil très efficace de financement non bancaire, qui, en période de crise de liquidité, offre une solution alternative pour de nombreuses entreprises qui envisagent d'ores et déjà cette option de façon sérieuse ;
- c. Permettre de répondre aux besoins de liquidité des actionnaires ;
- d. Offrir une visibilité accrue aux entreprises grâce à un plus faible coût. En effet, le coût de cette publicité qu'offre la cotation en bourse, est bien inférieur à celui engagé en ayant recours à une campagne de marketing traditionnelle, pour, à la clef, atteindre des objectifs de notoriété similaires ; et
- e. Conférer plus de garanties et renforcer la confiance dans l'entreprise vis-à-vis des clients et des fournisseurs car la société devient une société cotée et donc, soumise au contrôle du régulateur boursier. En outre, la cotation de la société permet un élargissement du marché auquel l'entreprise a accès. Celle-ci pourra,

dès lors, s'adresser à un nombre de clients et de fournisseurs beaucoup plus large qu'avant son entrée en bourse.