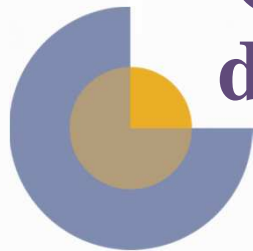




SYMPOSIUM INTERNATIONAL

Évaluation et valorisation des actifs immatériels

6 et 7 octobre 2011 - Paris



Quelle place pour les immatériels dans la communication financière?

Dr Adel BELDI
Enseignant-Chercheur
IESEG School of Management Lille-Paris, ESDES Lyon

La place des immatériels dans la communication financière

- La notion des immatériels : un problème de terminologie ?
- Les méthodes de mesure et d'évaluation des immatériels
- La publication volontaire par les entreprises d'informations sur les immatériels

Les immatériels : quelle terminologie?

- L'OCDE (2008) considère que le champ d'application des actifs intellectuels a évolué vers un concept plus large qui comprend les ressources et capacités humaines, les moyens structurels (bases données, technologie, habitudes et culture) et le capital relationnel (concepts et processus organisationnels, réseaux de clients et fournisseurs)
- La notion **d'incorporel** fait référence à la terminologie comptable
- Le capital intellectuel permet de tenir compte d'informations qui ne sont pas prises en compte par la comptabilité et par les méthodes traditionnelles de calcul de la valeur de l'entreprise. Ce terme est utilisé pour justifier la différence entre la valeur de marché et la valeur comptable de l'entreprise.
- L'observatoire français de l'immatériel retient le terme « actif immatériel » qui le définit comme un facteur de production de richesse dont l'entreprise dispose. Il identifie une liste de 10 actifs immatériels (capital client, humain, organisationnel, système d'information, savoir, marque, partenaires, actionnaire, naturel, sociétal)

Champs de recherche sur les immatériels

- Les travaux sur le thème des immatériels portent généralement sur les aspects : comptables, financiers et managériaux.
- Ils permettent une rencontre pluridisciplinaire dans les domaines :
 - de la comptabilité financière (actifs incorporels et comptabilité),
 - du contrôle de gestion (capital intellectuel et pilotage de l'entreprise)
 - de la finance d'entreprise (immatériel et évaluation financière de l'entreprise)

Méthodes d'évaluation et de mesure des immatériels

- Il est possible d'identifier 4 approches pour évaluer et mesurer les immatériels:

1- Direct Intellectual Capital Methods (DIC): Elles ont pour objet d'estimer la valeur monétaire des intangibles en identifiant leurs composantes. Une fois les composantes identifiées, elles peuvent être évaluées, de manière individuelle ou en utilisant une approche agrégée.

2- Market capitalization Methods (MCM) : elles calculent la différence entre la valeur boursière d'une entreprise et les capitaux propres. Cet écart constitue la valeur du capital immatériel (ou intellectuel).

3- Return on Assets methods (ROA) : elles se basent sur calcul d'une rentabilité des actifs intangibles,

4- Scorecard Methods (SC) : Les différentes composantes des immatériels sont identifiées, des indicateurs et des indices sont générés et reportés dans des scores ou des graphiques. Il n'y a pas d'estimation monétaire mais une affectation de scores ou d'indicateurs pour chaque composante des actifs immatériels.

Liste des principales méthodes d'évaluation et de mesure des immatériels

Approches	Nom de la méthode	Auteurs et année
Direct Intellectual Capital (DIC)	<ul style="list-style-type: none"> - The value Explorer - Intellectual Asset Valuation - Technology Broker - Citation Weighted Patents 	<ul style="list-style-type: none"> - Andriessen & Tiesesn (2000) - Sullivan (2000) - Brooking (1996) - Dow Chemical (1996)
Market capitalization Methods (MCM)	<ul style="list-style-type: none"> - Calculated Intangible Value - The invisible Balance Sheet - Q de Tobin 	<ul style="list-style-type: none"> - Stewart (1997) - Sveiby (1989) - Tobin (1950)
Scorecard Methods (SC)	<ul style="list-style-type: none"> - Balanced Scorecard - Skandia Navigator - IC Rating - Value Chain Scorecard - Meritum Guidelines - Danish guidelines - National Intellectual Capital Index - Thesaurus 	<ul style="list-style-type: none"> - Kaplan & Norton (1992) - Edvinsson & Malone (1997) - Edvinsson (2002) - Lev (2002) - Meritum Guidelines (2002) - Mouritzen, Bukh et al (2003) - Bontis (2004) - Observatoire Français de l'immatériel
Return on assets (ROA)	<ul style="list-style-type: none"> - Economic Value Added (EVA) - Knowledge Capital Earnings 	<ul style="list-style-type: none"> - Stern & Stewart (1997) - Lev (1999)

La divulgation volontaire d'informations sur les immatériels

- **Recherche empirique** : mesurer l'importance des immatériels dans la communication financière des entreprises
- ❖ **Echantillon** : 10 multinationales : Starbucks; McDonalds; Apple, Coca-Cola, Pepsi, Dell, Abercrombie-Fitch, GAP, Carter's, HP
- ❖ **Source des données** : Rapports annuels publiés fin 2010
- ❖ **Méthode de scoring** : un système de notation a été appliqué pour mesurer le niveau de communication sur les immatériels:
 - 0 quand l'item n'apparaît pas dans le rapport annuel
 - 1 quand l'item apparait de façon narrative, numérique ou monétaire dans le rapport annuel

Classification des immatériels

(proposée par Guthrie et al. (1999) et issue de Sveiby 1997)

Catégories	Éléments
Structure interne Propriété intellectuelle Infrastructure	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Brevets ▪ Copyrights ▪ Nom commercial • Philosophie de management • Culture d'entreprise • Processus de management • Système d'information • Système de réseaux • Relations financières
Structure externe (capital clients)	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Marques ▪ Clients ▪ Fidélité client ▪ Nom de l'entreprise ▪ Réseau de distribution ▪ Partenariats ▪ Accords de licences ▪ Accords de franchise
Capital Humain	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Savoir-faire ▪ Education ▪ Qualification ▪ Savoir ▪ Savoir-être ▪ Esprit entrepreneurial

Résultats du scoring et comparaison avec des travaux antérieurs

Classes	Eléments	10 entreprises multinationales	Etude de Guthrie et al. (1999) en Australie, 20 entreprises de grande taille	Etude de Brennan (2001) en Irlande, 11 entreprises technologiques
Structure interne				
Propriété intellectuelle	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Brevets ▪ Copyrights ▪ Nom commercial 	7 (70%) 8 (80%) 9 (90%)	3 (15%) 1 (5%) 2 (10%)	3 (27%) 1 (9%) 1 (9%)
Infrastructure	<ul style="list-style-type: none"> • Philosophie de management • Culture d'entreprise • Processus de management • Système d'information • Système de réseaux • Relations financières 	4 (40%) 6 (60%) 0 2 (20%) 1 (10%) 0	12 (60%) 6 (30%) 15 (75%) 10 (50%) 3 (15%) 1 (5%)	1 (9%) 0 3 (27%) 3 (27%) 0 0
Structure externe (capital clients)	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Marques ▪ Clients ▪ Fidélité client ▪ Noms d'entreprises ▪ Réseau de distribution ▪ Partenariats ▪ Accords de licences ▪ Accords préférentiels ▪ Accords de franchise 	10 (100%) 9 (90%) 2 (20%) 0 8 (80%) 0 6 (60%) 0 7 (70%)	9 (45%) 16 (80%) 7 (35%) 5 (25%) 10 (50%) 13 (65%) 8 (40%) 1 (5%) 1 (5%)	0 5 (45%) 1 (9%) 0 4 (36%) 5 (45%) 3 (27%) 2 (18%) 0
Capital Humain	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Savoir-faire ▪ Education ▪ Qualification ▪ Savoir ▪ Savoir-être ▪ Esprit entrepreneurial 	1 (10%) 9 (90%) 0 1 (10%) 0 0	6 (30%) 6 (30%) 1 (5%) 12 (60%) 9 (45%) 19 (95%)	4 (36%) 1 (9%) 0 2 (18%) 0 2 (18%)

Discussion des résultats

- Les principaux composants des immatériels ne sont pas suffisamment divulgués dans les rapports annuels
- Les principaux domaines de divulgation pour les multinationales sont les brevets, les marques, les clients, les copyrights et les contrats de franchise
- Pour les entreprises australiennes, les principaux domaines de divulgation sont liés au capital humain et à l'organisation
- Pour les entreprises irlandaises, les principaux domaines de divulgation sont liés aux brevets, clients et partenariats. Le savoir-faire est aussi mis en valeur dans la communication
- Les résultats montrent que malgré le poids important des immatériels dans la valeur financière de ces entreprises, le niveau de divulgation d'informations liés à ces éléments reste faible.
- Cette divulgation est faite dans la majorité des cas en **termes qualitatifs**.