

## ENCOURAGER LES PME À GÉRER LEURS ACTIFS IMMATÉRIELS

Le Conseil Supérieur de l'Ordre des Experts-Comptables (CSOEC) a pris l'initiative de créer un référentiel des valeurs immatérielles identifiables dans les PME. Il en recense douze catégories accompagnées d'indicateurs modulables en fonction de la taille de l'entreprise.

Les facteurs de croissance et de compétitivité de nos PME se déplacent aujourd'hui du capital technique et financier vers le capital immatériel et le partage des connaissances. Nos PME doivent sans cesse enrichir leur offre pour satisfaire les besoins immatériels croissants du marché (savoir être, éthique, responsabilité sociétale, parité, ...).

Les valeurs immatérielles sont toutes sources d'avantages concurrentiels pour les PME. Elles leur permettent d'accroître leur compétitivité et sont un facteur clé de succès pour la pérennité de leur développement. Les actifs immatériels deviennent dès lors des actifs stratégiques !

### LE CAPITAL HUMAIN

La culture d'entreprise représente l'ensemble des règles de vie non formalisées d'une entreprise, ses valeurs partagées, la manière commune d'aborder et de résoudre les problèmes. Ces différents points, qui peuvent être retranscrits dans une charte interne, constituent une

partie du capital immatériel. Les indicateurs proposés par le CSOEC se regroupent en quatre thèmes : dynamisme et motivation, savoir-être, esprit d'équipe et climat social.

Le capital humain regroupe les compétences, connaissances, savoir-faire et expériences des salariés et des décideurs. Les indicateurs qui permettent de l'apprécier sont, par exemple, la diversité des profils (parité hommes/femmes, cursus de formation, expériences professionnelles), la fidélisation ou l'effort de formation réalisé pour pérenniser et développer la valeur du capital humain. La politique d'intéressement (prime, bonus, variable, ...) peut également être un indicateur de mesure.

### LE CAPITAL STRUCTUREL INTERNE

La marque permet à une entreprise de distinguer les produits ou services qu'elle commercialise de ceux équivalents de ses concurrents, de justifier un supplément de prix ou de susciter la

préférence. Comme le démontre la notion de marketing « d'avantage au leader », elle représente donc une valeur immatérielle non négligeable. Mais la marque n'est pas uniquement un capital marketing : elle peut également contribuer à attirer les talents, les fidéliser et à renforcer l'influence de l'entreprise.

Au-delà de la question de valorisation financière de la marque, les indicateurs que le CSOEC propose de suivre sont relatifs à la notoriété, la visibilité et la protection juridique.

L'organisation interne se matérialise par la capacité de l'entreprise à formaliser son mode de fonctionnement interne en tant que centre de profit. Cette valeur immatérielle peut être suivie par exemple au travers de l'existence de manuels de procédures affectant les tâches et détaillant les process, ou d'indicateurs sur la présence d'hommes clés détenant seuls une partie du savoir-faire de l'entreprise. Avec l'avènement des technologies nouvelles en matière de communication, le système d'information est également un élément primordial à suivre. En effet, il permet de protéger la mémoire de l'entreprise en privilégiant la capitalisation, le partage et le développement des savoir-faire et des compétences collectives.

La R & D et l'innovation constituent des investissements primordiaux pour la plupart des entreprises souhaitant accroître leur compétitivité. Une partie de l'activité de R & D, hormis le montant des investissements, est

**AGNÈS BRICARD,**  
VICE-PRÉSIDENTE  
DU CONSEIL SUPÉRIEUR  
DE L'ORDRE DES  
EXPERTS-COMPTABLES  
(CSOEC), en charge du secteur  
évolution des marchés.

**JÔËLLE LASRY,**  
ASSOCIÉE, RICOL  
& LASTEYRIE, présidente  
de la commission des normes  
professionnelles du CSOEC.

**ALBAN DE MONTABERT,**  
ASSOCIÉ, ACCENT FINANCE,  
fusions-acquisitions.

**PIERRE PRÉJEAN,**  
ASSOCIÉ GÉRANT, PAC,  
président du comité transmission  
et évaluation des entreprises  
du CSOEC.

**GUILLAUME PROUST,**  
ASSOCIÉ FONDATEUR, AEC.

quantifiable grâce notamment au nombre de brevets déposés ou de licences d'exploitation ou par le montant de chiffre d'affaires réalisé avec de nouveaux produits ou services. Le budget consacré à l'innovation, la politique de dépôt de brevets et le suivi de la protection juridique figurent parmi les indicateurs à suivre selon le CSOEC.

Les trois volets de l'intelligence économique (veille stratégique et concurrentielle, protection des actifs et stratégie d'influence) participent à la valorisation de l'organisation de l'entreprise, mais contribuent également à la valorisation de sa mémoire col-

lective (meilleure exploitation, enrichissement et capitalisation). La valeur immatérielle qui en découle pourra être appréciée par l'identification éventuelle d'un coordinateur chargé de ces questions, voire la mise en place d'une cellule dédiée en cas de taille pertinente de l'entreprise.

### LE CAPITAL RELATIONNEL EXTERNE

Le capital client recouvre la clientèle existante et potentielle, les clients récurrents devant cependant être distingués des clients occasionnels et des prospects. La valeur d'une base de données clients (GRC) peut être substantielle. Plus l'outil disposera d'un grand nombre de critères (secteur d'activité, contacts,...), plus il sera constitutif de chiffre d'affaires potentiel. Une attention particulière doit toutefois être portée aux risques liés au portefeuille clients, en particulier en termes de concentration.

L'offre de services est une valeur immatérielle qui concerne principalement les entreprises du secteur tertiaire (79 % de notre économie). Notons que des entreprises industrielles peuvent également proposer des services pour accompagner la vente de leur production (ex : prêts ou leasing proposés par les constructeurs automobiles). L'existence d'un service après-vente, d'enquêtes de satisfaction et le nombre de services accessibles font partie des indicateurs à observer dans ce domaine.

Les réseaux et les relations avec les partenaires peuvent être por-

teurs d'une valeur immatérielle significative. Qu'il s'agisse des fournisseurs, des sous-traitants, des partenaires sociaux et des organismes sociaux et fiscaux, des actionnaires, des prestataires (banquiers, assureurs, conseils), des administrations et d'une manière générale, des parties prenantes... La qualité et la diversité du réseau d'une PME, la qualité (durabilité, confiance, valeur ajoutée) de ses relations avec ses parties prenantes lui permettra de faire face avec davantage de chances de succès aux différentes situations, difficultés ou opportunités, opérationnelles ou financières auxquelles elle pourrait être confrontée.

La réputation et l'image s'obtiennent par la qualité des relations entretenues par l'entreprise avec l'ensemble des

## Les valeurs immatérielles sont sources d'avantages concurrentiels pour les PME, et deviennent des actifs stratégiques.

parties prenantes. Les engagements dans des projets à responsabilité sociétale, les actions médiatiques, l'existence d'une procédure de gestion de crise constituent des indicateurs de suivi de cette valeur immatérielle.

La notation ou la cotation par les banques et les autres partenaires financiers (assureurs crédit et les agences spécialisées) jouent un rôle important dans l'accès au financement auprès des banques. Les différentes notations peuvent donc constituer une valeur immatérielle significative, et peuvent donc être suivies en tant qu'indicateurs.

Une société qui met en place des procédures visant à limiter les répercussions néfastes qu'elle peut avoir sur l'environnement aura une valeur de transaction plus élevée qu'une entreprise similaire ne s'étant pas souciée de ces questions. Le respect de l'environnement permet également aux entreprises de se prémunir du risque de dégradation de leur image. Parmi les indicateurs à suivre figurent l'existence d'une cartographie des risques environnementaux, la démarche de suivi des litiges ou encore la politique d'obtention des labels de certification. ■

Retrouvez l'intégralité du référentiel et des indicateurs sur le site de l'Ordre, [www.experts-comptables.org](http://www.experts-comptables.org)

#### LES 12 CATÉGORIES IDENTIFIÉES PAR LE CSOEC

##### Capital humain

La culture d'entreprise  
Le capital humain

##### Capital structurel interne

La marque  
L'organisation interne  
La R & D et l'innovation  
L'intelligence économique

##### Capital relationnel externe

Le capital client  
L'offre de services  
Les réseaux, les relations avec les partenaires  
Image, notoriété, réputation  
Notation ou cotation par les banques et autres partenaires financiers  
L'environnement