

Les indicateurs de l'Ordre des experts comptables pour évaluer le capital immatériel des PME

Les actifs immatériels devenant de plus en plus prépondérants dans la valorisation des entreprises, y compris désormais dans celles de taille petite ou moyenne, le Conseil supérieur de l'Ordre des experts comptables publie, en partenariat avec le MEDEF, un référentiel permettant d'identifier et d'évaluer les valeurs immatérielles des PME. Il souhaite en effet encourager ces entreprises à piloter et à communiquer sur leurs actifs immatériels. Pour chaque valeur immatérielle du capital humain, du capital structurel interne et du capital relationnel externe, des indicateurs à appliquer en fonction de la taille de l'entreprise sont proposés (*CSOEC, « Les 12 principales valeurs immatérielles et les indicateurs de mesure associés », janvier 2011 ; <http://www.experts-comptables.fr>*).

Capital humain

La culture d'entreprise

Ce sont les règles de vie d'une entreprise (non formalisées ou retranscrites dans une charte des valeurs et des bonnes pratiques) : valeurs partagées (solidarité, éthique, parité, respect de l'équilibre vie professionnelle/vie privée...), manière d'aborder et de résoudre les problèmes.

| La culture d'entreprise : indicateurs | |
|---|--|
| Dynamisme et motivation des collaborateurs | Taux de participation aux événements, implication sur les projets, force de proposition, prise en compte des performances dans les modalités de rémunération |
| Savoir être | Existence d'une charte des valeurs et des bonnes pratiques (niveau d'adhésion du personnel, fréquence d'actualisation) |
| Esprit d'équipe, niveau d'efficacité collective | Bon, moyen, mauvais |
| Climat social | Bon, moyen, mauvais |

Les salariés et les décideurs

Le capital humain se mesure par la qualité des collaborateurs en termes de compétence, de comportement et de diversité des profils. L'intéressement peut en être un indicateur.

| Le capital humain : indicateurs | |
|---------------------------------|---|
| Compétence | Complémentarité des cursus, niveau de formation (% de dépenses sur chiffre d'affaires, nombre d'heures moyen par collaborateur), % de collaborateurs dont le travail ne peut être assumé par un autre |
| Diversité des profils | Parité H/F, courbe des âges |
| Fidélité et loyauté | Évolution du taux de turnover, absentéisme |

Capital structurel interne

La marque

La marque fait naître un « avantage au leader », valeur immatérielle non négligeable pour la PME en tant qu'elle génère de la notoriété et de l'image et qu'elle contribue à attirer les talents.

À savoir L'INPI présente des dossiers complets sur la marque (www.inpi.fr) et la valorisation de la marque a fait l'objet de la norme ISO 10668-2010.

| La marque : indicateurs | |
|-------------------------|---|
| Protection juridique | Existence d'une personne en charge, dépôt de(s) marque(s), suivi des dépôts |
| Singularité | Nombre d'homonymes, nombre de voisins verbaux ou visuels |

| La marque : indicateurs (suite) | |
|---------------------------------|--|
| Notoriété | Indice de notoriété spontanée et assistée |
| Visibilité | Budget publicitaire en valeurs absolue et relative (% CA), nombre de citations (presse, salons), nombre d'actions (sponsoring, mécénat), présence sur le web (site, niveau de référencement) |

L'organisation interne

Elle se matérialise par la capacité à formaliser le mode de fonctionnement interne en tant que centre de profits, notamment par la création de manuels de procédures détaillant les process.

La détention du savoir-faire par un ou des hommes clés affaiblit la valorisation des activités courantes, mais aussi se révèle problématique lors de la cession ou de la transmission de l'entreprise.

Avec les technologies nouvelles, le système d'informations de l'entreprise est un point primordial.

| L'organisation interne : indicateurs | |
|--------------------------------------|---|
| Manuels de procédures | Existence, nombre, labellisation, fréquence d'actualisation |
| Partage des savoirs | Existence de process formalisés permettant le transfert de savoir (notamment celui des hommes clés), boîtes à idées, knowledge manager |
| Maîtrise de la qualité | Nombre de retours, taux de rebut, existence d'une procédure de gestion de la qualité |
| Système d'informations | Fiabilité (nombre de pannes ou de dysfonctionnements par an et suivi), facilité d'usage, sécurité (assurance, existence de procédures de sauvegarde), fréquence des mises à jour du reporting |
| Développement d'outils internes | Nombre d'outils en support du savoir-faire, fréquence des mises à jour, fréquence d'utilisation |

La R&D et l'innovation

Investir dans la R&D est essentiel pour accroître sa compétitivité et assurer sa pérennité.

| Recherche et développement, innovation : indicateurs | |
|--|--|
| Niveaux d'innovation actuel et futur | Dépenses de R&D en valeurs absolue et relative (% CA) et évolution dans le temps (N/N - 1), taux de retour sur investissement (nombre de projets aboutis sur nombre de projets lancés) |
| Politique d'innovation | Nombre d'innovations technologiques et non technologiques sur le dernier exercice et comparaison par rapport à la moyenne des 3 exercices précédents |

| R&D, innovation : indicateurs (suite) | |
|---------------------------------------|---|
| Suivi de la protection juridique | Nombre de brevets déposés et licences d'exploitation |
| Impact sur l'exploitation | % CA réalisé avec de nouveaux produits ou services de moins de 3 ans |
| Optimisation des incitations fiscales | Obtention d'un statut fiscal particulier (JEI), accès au CIR et évolution dans le temps |

L'intelligence économique

L'intelligence économique se décline en trois volets : - mise en place d'une veille adaptée à la stratégie de l'entreprise (produits, services, concurrents, marchés, brevets, juridique, technologique...)
;

- protection des actifs matériels et immatériels ;
- mise en place d'une stratégie d'influence.

L'intelligence économique : indicateurs

Existence d'un responsable de veille économique

Existence d'outils de veille (sur les marques, les brevets, l'innovation technologique et non technologique...)

Sensibilisation et formation du personnel sur le sujet

Existence d'un questionnaire offensif et défensif (voir les outils proposés sur le site de l'Ordre des experts comptables)

Capital relationnel externe

Le capital client

Les PME doivent porter une attention particulière à la concentration de l'activité sur quelques clients, ainsi qu'à la dépendance de produits en déclin.

Le capital client : indicateurs

| | |
|----------------------------------|---|
| Suivi de la relation client | Existence d'une base de données clients (Customer Relationship Management), nombre de critères d'analyse dans la base pour le suivi de la performance de la relation client |
| Niveau de dépendance aux clients | Part relative des différents clients dans le CA, % CA des 5 ou 10 plus gros clients |
| Fidélité | Ancienneté, récurrence et évolution dans le CA, perte de clientèle (nombre de clients n'ayant pas renouvelé leurs achats sur le nombre de clients total) |
| Récurrence du chiffre d'affaires | Volume en jours du CA du portefeuille commandes, % CA assuré par des contrats, part de CA assuré par des anciens clients |
| Développement | Part relative des nouveaux clients dans le portefeuille |

L'offre de services

Sont visées ici les entreprises du tertiaire ainsi que les entreprises industrielles qui peuvent, outre la vente de leur production, proposer des services.

L'offre de services : indicateurs

| | |
|----------------------------------|---|
| Enquêtes de satisfaction | Niveau de satisfaction des clients |
| Service après vente | Existence et qualité (taux et délais de réponses aux questions) |
| Offre de prestations accessoires | Nombre de services accessoires au produit ou au service principal et part des dépenses engagées pour ces services accessoires |

Les réseaux et les relations partenaires

La qualité et la diversité du réseau ainsi que les relations avec les partenaires commerciaux, financiers ou administratifs aident les entreprises, et notamment les PME, à faire face à des difficultés et à saisir des opportunités (partenariat d'offre, partage de savoir-faire, délais de paiement...).

| Réseaux, relations avec les partenaires : indicateurs | |
|---|---|
| Niveau de dépendance aux fournisseurs et autres parties prenantes | Part relative dans les dépenses, nombre de fournisseurs en situation de monopole |
| Relation de confiance | Durée moyenne de la relation, nombre de fournisseurs ou de parties prenantes de plus de 3 ans sur le nombre total |
| Niveau de dépendance relative entre les parties prenantes | Poids de la PME pour le fournisseur |
| Existence d'une cartographie des parties prenantes | Entretien de la relation avec chacune d'entre elles (fréquence des échanges, durée moyenne de la relation) |
| Niveau de présence et d'intégration dans l'environnement | Appartenance à des réseaux professionnels (syndicats, clubs, CCI), partenariats institutionnels ou opérationnels |

Image, notoriété et réputation

| Image, notoriété et réputation : indicateurs | |
|--|--|
| Image | Engagement dans des projets à responsabilité sociale : défense d'une cause, traçabilité de la chaîne de production |
| Notoriété | Actions médiatiques et/ou de promotion de la part des dirigeants, sponsoring |
| Réputation | Absence de litige, existence d'une procédure de gestion de crise |

La notation-cotation financière

Le Conseil supérieur de l'Ordre des experts comptables a récemment créé un Observatoire cotation-notation des entreprises afin de sensibiliser les entreprises à la cotation de la Banque de France, des établissements de crédit ou des assureurs-crédit. Il est présenté dans RF Comptable 379 de janvier 2011 (www.experts-comptables.fr/Observatoire-cotation-notation-des-entreprises).

Rappelons également le dossier de la Compagnie des conseils et experts financiers paru dans la RF Comptable précitée, pages 20 à 29, sur le thème « PME : comprendre sa notation bancaire, se l'approprier et gérer ses relations avec la banque ».

Environnement/démarche normes ISO

Une entreprise ayant une démarche dans ce domaine aura une valeur de transaction plus haute qu'une autre qui ne s'en serait pas souciée.

Environnement/démarche normes ISO : indicateurs

| | |
|---------------------------------------|--|
| Démarche environnementale | Existence, cartographie des risques |
| Suivi des litiges | Existence de la démarche |
| Obtention d'un label de certification | ISO 9001-2008 « Management de la qualité » ISO 14001 « Management environnemental » ISO 26000 « Responsabilité sociétale des organisations » (depuis le 1 ^{er} novembre 2010) |
| Visibilité | Actions de communication sur le thème environnemental (presse, partenariats, événements...) |

L'essentiel

-> **L'Ordre des experts comptables incite les PME à suivre leurs valeurs immatérielles à travers un tableau de bord.**

-> **Trois volets composent le capital immatériel d'une entreprise :**

- son capital humain,
- son capital structurel interne,
- son capital relationnel externe.

-> **À chaque critère d'analyse, l'Ordre associe plusieurs indicateurs à suivre en fonction de la taille de la PME et de sa spécificité.**

Parution: 04/2011

Droits de reproduction et de diffusion réservés © Groupe Revue Fiduciaire 2017. Usage strictement personnel. L'utilisateur du site reconnaît avoir pris connaissance de la [licence de droits d'usage](#), en accepter et en respecter les dispositions.