Capital immatériel

Pierre PRÉJEAN,
Président du Comité développement et financement des entreprises du Conseil supérieur de l'Ordre des experts-comptables

Au siècle dernier, Henry Ford disait *« les deux choses les plus importantes n'apparaissent pas au bilan de l'entreprise : sa réputation et ses hommes »*.

Depuis lors, l'économie s'est profondément bouleversée, de nouveaux modèles de consommation ou de financement sont apparus. Notre économie est désormais de plus en plus immatérielle avec une attente de plus en plus forte des parties prenantes sur le rôle sociétal de nos entreprises dont les performances ne sont plus fondées uniquement sur des considérations financières.

Pour autant, les "actifs immatériels" n'apparaissent toujours pas au bilan de nos entreprises, (sauf au travers de l'allocation du goodwill dans les comptes consolidés ou plus récemment du mali de fusion dans les comptes sociaux).

Pourquoi ?

• La première difficulté est d'identifier les actifs immatériels, puis de structurer des indicateurs de mesure. Les grandes entreprises ont déjà cartographié leur immatériel et commencent à communiquer sur le sujet. On ne peut pas dire la même chose des PME. Afin de lancer le sujet, le CSOEC prenait l'initiative en 2011 de cartographier les 12 principales valeurs immatérielles observées dans les PME.

• La deuxième difficulté, c'est la qualité de l'information qui alimente la mesure de l'immatériel. A l'ère du *Big Data*, on peut imaginer que l'exhaustivité et la comparabilité de l'information ne devraient pas être un frein. Mais pour qui et à quel horizon ? C'est nettement moins évident s'agissant de sa fiabilité. D'où la nécessaire intervention des auditeurs.

• La troisième difficulté est d'établir le lien entre la mesure de l'immatériel et les critères financiers pour mieux démontrer le lien entre l'investissement immatériel et sa contribution à la valeur de l'entreprise. Les modèles de valorisation des entreprises, tout comme l'approche des praticiens, doivent évoluer pour intégrer cette "nouvelle" information, aujourd'hui extra-financière.

• La quatrième difficulté est d'intégrer l'immatériel dans la gouvernance de nos entreprises pour créer le "réflexe immatériel" du chef d'entreprise pour gérer, développer et sécuriser ses actifs immatériels. Les experts-comptables ont un rôle important à jouer dans cette sensibilisation du chef d'entreprise.

Le dossier spécial que nous vous proposons, apporte un éclairage nouveau sur les enjeux de l'immatériel et propose des solutions et/ou des mises en perspective pour identifier et valoriser le "Capital immatériel" qui demeure encore "invisible" au sein de nos entreprises aujourd'hui.

Bonne lecture.

CHIFFRES ET MOTS

Les actifs e-matériels [1]

Par Pierre-Alain MILLOT, Expert-comptable

Le dernier congrès de l'Ordre a mis en évidence les conséquences de la révolution numérique pour les entreprises, particulièrement pour les TPE. La capacité à utiliser, voire à optimiser les outils numériques constitue maintenant un facteur de différenciation des entrepreneurs. La rapidité d'évolution des technologies numériques amène certains entrepreneurs à la marginalisation, incapables de gérer ces mutations de front avec leurs obligations techniques, administratives et commerciales ordinaires. *A contrario*, les entreprises qui dominent les TIC [2] possèdent un atout supplémentaire qui constitue un actif immatériel.

Les chiffres

L'e-négalité

Le développement d'Internet, utilisé par le grand public en France depuis vingt ans seulement, constitue une source de progrès pour certains et un handicap pour d'autres. En 2014, 82 % des Français (âgés de 12 ans et plus) ont accès à Internet à leur domicile. De ce constat, découle que 18 % de nos concitoyens sont dépourvus de ce moyen de communication. L'absence d'accès à internet constitue un facteur d'exclusion.
Au niveau mondial on estime à 3 milliards le nombre de personnes utilisant le web, soit environ 42 % de la population du globe.

Les entreprises

Si en France, 99 % des entreprises bénéficient d'une connexion internet à haut débit, l'usage du web reste pour certaines d'un usage limité. En 2014, seulement 64 % des entreprises françaises disposait d'un site, contre 74 % en moyenne dans l'Union Européenne (UE 28) [3].
Les ventes aux particuliers, via internet sont passées de 8,4 Md€ en 2005 à environ 62,5 Md€ en 2015. Le nombre de sites marchands actifs était de 157 300 en 2014.
Si 25 % des entreprises françaises sont des cyberacheteuses, elles sont seulement 12 % à pratiquer la vente en ligne. Les entreprises de l'Union Européenne (UE 28) sont en moyenne 38 % à pratiquer les achats sur internet et 15 % à vendre sur la toile.
Dans les entreprises françaises employant au moins 10 personnes, 15 % emploie une personne spécialisée dans les TIC, la proportion moyenne est de 20 % dans l'UE.

En matière d'économie virtuelle, les entreprises tricolores sont donc en retard. Pourtant, la capacité à utiliser les TIC constitue un indéniable facteur de performance.

Les administrations

Il faut observer que les administrations françaises ont su imposer ce processus de communication aux entreprises contribuables. En 2013, les pourcentages d'entreprises utilisant internet pour certaines formalités sont édifiants.

Utilisation d'internet	France	UE 28
Déclarations de TVA	83 %	59 %
Déclarations cotisations sociales	80 %	55 %
Renvois de formulaires remplis	87 %	74 %

La protection des données

Les TIC sont aussi des outils de l'intelligence économique, que ce soit pour la veille ou la protection des actifs de l'entreprise. La cybercriminalité est courante et de nombreuses entreprises constatent, à leur dépend, des atteintes à l'intégrité de leurs données numériques. La protection de ces données passe par la formation du personnel, l'utilisation d'un *firewall* (pare-feu) efficace et l'utilisation de la cryptologie.
Notons encore que la lutte contre les spams [4], c'est-à-dire les courriels indésirables, constitue aussi une préoccupation des internautes.

Les mots

Nous limiterons notre étude aux mots "virtuel", au préfixe "cyber", et à "cryptologie".

L'adjectif virtuel vient du latin *virtus* « *force, vertu* » il apparaît au XV[e] siècle pour qualifier ce qui est « *relatif à une faculté de l'âme* ». L'adjectif est arrivé dans le vocabulaire informatique français, via l'adjectif anglo-saxon *virtual*.

Le préfixe cyber vient du grec *kubernân* qui veut dire « *gouverner* » et sert à former des mots relatifs à l'utilisation d'internet. Ce qui signifierait que le monde numérique nous dirige.

Le mot cryptologie est formé à partir du mot latin *crypta* « *caveau, souterrain* ». Celui-ci est emprunté au grec ancien *krupté* « *grotte* ». Le mot grec *kurptikos* voulant dire « *propre à cacher* ». La crypte d'une église est enfouie. Rappelons enfin que le suffixe "logie" veut dire « *science* ». Celui-ci nous vient aussi du grec via le latin *logia*.

Le treizième actif immatériel

La capacité, pour une entreprise, à procéder au traitement, au stockage et à la protection des données numériques utilisées par elle constitue indéniablement un actif immatériel. Il est possible de classer celui-ci dans la composante "organisation interne" identifiée parmi les douze constituant le référentiel des actifs immatériels établi par le Conseil supérieur de l'Ordre des experts-comptables [5]. Il est envisageable aussi de lui concéder une treizième place, au regard de l'importance grandissante des TIP dans les entreprises. ■

1. Rappel : le préfixe « e. » veut dire électronique et se lit « i ».

2. Technologies de l'Information et de la Communication.

3. Voir l'étude 2015 de la Direction générale des entreprises (DGE) intitulé : "Chiffres clés du numérique" *: http://www.entreprises.gouv.fr/observatoire-du-numerique.*

4 .Le mot spam *viendrait de l'expression* Spiced Ham *désignant le "jambon épicé" en conserve envoyé aux troupes américaines dans les boîtes de rations militaires.*

5. Voir P. Préjean et G. Proust, "Identifier les valeurs immatérielles des PME" *dans ce dossier, p. 27.*

Identifier les valeurs immatérielles des PME

Douze principales valeurs immatérielles dans les PME et indicateurs de mesure associés

Les facteurs de croissance et de compétitivité des PME se déplacent aujourd'hui du capital technique et financier vers le capital immatériel et le partage des connaissances. 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 !

Par Pierre PRÉJEAN,
Président du Comité développement et financement des entreprises du CSOEC

et Guillaume PROUST,
Président du Comité innovation et intelligence économique du CSOEC

Résumé

Cet article effectue un recensement exhaustif des valeurs immatérielles, présentes dans les PME. Les différents actifs immatériels y sont répertoriés par grandes familles et sont décrits succinctement. Chaque actif immatériel est accompagné de trois ou quatre indicateurs de mesure associés.

Fort de ce constat, le Conseil supérieur de l'Ordre des experts-comptables avait pris l'initiative, il y a cinq ans, de créer un référentiel des valeurs immatérielles identifiables dans les PME.
Ce référentiel présente douze valeurs immatérielles et propose, pour chacune d'elles, trois ou quatre indicateurs dont l'applicabilité varie suivant la taille de l'entreprise.
Les trois principaux composants du capital immatériels sont :
- le capital humain ;
- le capital structurel interne ;
- le capital relationnel externe.

Capital humain

■ Culture d'entreprise

La culture d'entreprise représente l'ensemble des règles de vie non formalisées d'une entreprise, des valeurs partagées (solidarité, éthique, parité, équité, respect de l'équilibre vie professionnelle/vie privée, …), la manière commune d'aborder et de résoudre les problèmes. Ces différents points, qui peuvent être retranscrits dans une charte des valeurs et des bonnes pratiques, représentent une partie du capital immatériel de l'entreprise. Cela peut se traduire notamment par la fidélisation du personnel (niveau peu élevé de *turnover*, niveau élevé d'adhésion et de satisfaction de la part des collaborateurs). Pour valoriser la valeur immatérielle induite par la culture de l'entreprise, les critères des agences de notation qui évaluent aujourd'hui l'implication sociétale et environnementale des entreprises cotées peuvent servir de guide.

Indicateurs
- **Dynamisme et motivation des collaborateurs** : taux de participation aux événements (arbre de noël, repas de fin de missions), 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 de la charte,…) ;
- **Esprit d'équipe et niveau d'efficience collective** : bon, moyen, mauvais ;
- **Climat social** : bon, moyen, mauvais.

■ Capital humain

Le capital humain regroupe les compétences, connaissances, savoir-faire et expériences des salariés et des décideurs de l'organisation. Il peut être apprécié à travers la diversité de profils des collaborateurs : parité hommes / femmes, origine, cursus de formation, expériences professionnelles,…

L'entreprise doit veiller à la fois à recruter les collaborateurs les plus adaptés aux postes qu'elle propose et à les former tout au long de leur carrière afin de continuer à développer la valeur du capital humain. L'intéressement (prime, bonus, variable, …) peut être un indicateur de mesure de la valeur immatérielle constituée par les ressources humaines d'une PME.

Indicateurs
- **Compétence** : complémentarité des cursus, niveau de formation (pourcentage des dépenses par rapport au chiffre d'affaires, nombre d'heures moyen par collaborateur), pourcentage 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

■ Marque

La marque est le signe qui permet à une entreprise de distinguer les produits ou services qu'elle commercialise des produits ou services équivalents de ses concurrents. A ce titre, la marque est souvent présentée comme étant l'élément qui permet de justifier un supplément de prix ou de susciter la préférence.

La notion de marketing "d'avantage au leader" démontre qu'une marque représente une valeur immatérielle non négligeable. Le *leadership* et la façon dont il est communiqué représentent des facteurs déterminants de choix très importants. Les consommateurs achètent habituellement le produit ou service leader.
La marque génère de la notoriété et de l'image, notamment à travers le nombre de fois où celle-ci est citée et la source des citations. Elle n'est pas uniquement un capital marketing : elle peut également contribuer à attirer les talents et à les fidéliser et renforcer l'influence de l'entreprise.
Au-delà de sa création, la valeur de la marque repose sur son exploitation opérationnelle et en premier lieu, les niveaux correspondants d'activité et de marge. Il faut donc la développer. Dès lors que la marque commence à avoir de la valeur (directement liée au développement de la société et très souvent du chiffre d'affaires ou de la part de marché), se pose la question de sa valorisation (Cf norme ISO 2010 évaluation d'une marque).

Indicateurs

• **Protection juridique** : existence d'une personne en charge, dépôt de marque, suivie des dépôts ;
• **Singularité** : nombre d'homonymes, nombre de voisins verbaux ou visuels ;
• **Notoriété** : indice de notoriété spontanée et assistée ;
• **Visibilité** : budget publicitaire en valeur absolue et relative (chiffre d'affaires), nombre de citations (citations dans la presse, nombre de salons, nombre d'actions (sponsoring, mécénat) présence sur la toile (site, niveau de référencement).

■ Organisation interne

L'organisation interne se matérialise par la capacité de l'entreprise à formaliser son mode de fonctionnement interne en tant que centre de profit. La création de manuels de procédures affectant notamment les tâches aux collaborateurs et détaillant les *process* qui permettent de créer de la richesse permet d'éviter une dépendance à l'égard du dirigeant. La présence d'hommes-clés détenant seuls une partie du savoir-faire que l'entreprise ne se serait pas appropriée, affaiblirait la valorisation des activités courantes de gestion ou d'une opération de cession de l'entreprise.
Lors des transmissions d'entreprises, nombre de ces savoir-faire sont mal valorisées dans la mesure où seul le dirigeant détient les *process* de création de richesse et que ces derniers n'ont pas été formalisés dans le cadre de manuels ou de plateformes informatiques de *knowledge* et ce, même si la solution passe par la mise en place de contrat d'accompagnement si le dirigeant n'a pas disparu.
Il est à noter que l'absence de manuels de procédures peut également engendrer des mauvaises gestions d'actifs.
Avec l'avènement des nouvelles technologies en matière de communication, le système d'informations d'une entreprise est un élément primordial qui ne doit pas être négligé. 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.

Indicateurs

• **Manuels de procédures** : existence, nombre, labellisation, fréquence d'actualisation ;
• **Partage des savoirs** : existence de *process* formalisé permettant le transfert de savoir (notamment celui des hommes clés), boîtes à idées, *knowledge management* ;
• **Maîtrise de la qualité** : nombre de retours, taux de rebus, existence d'une procédure de gestion de la qualité ;
• **Système d'informations** : fiabilité (nombre de pannes ou de dysfonctionnement 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.

■ Recherche et développement

Les investissements en R&D sont primordiaux pour la plupart des entreprises qui souhaitent accroître leur compétitivité pour perdurer et continuer à croître. Ces investissements consentis aujourd'hui pourront se transformer dans un futur proche, en d'importants flux de trésorerie pour l'entreprise.
Une partie de l'activité R&D, hormis le montant des investissements, est 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. L'obtention d'un statut de Jeune Entreprise Innovante (JEI) où le montant du Crédit Impôt Recherche sont d'autres critères qui permettent d'apprécier la valeur immatérielle attachée à la R&D et à l'innovation.

Indicateurs

• **Niveau d'innovation actuel et futur** : Dépenses de R&D en valeur absolue et relative (% du chiffre d'affaires) et évolution dans le temps (budget R&D n/ budget R&D n-1), taux de retour sur investissements de ces dépenses (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 trois exercices précédents ;
• **Nombre de brevets déposés et de licences d'exploitation**, suivie de la protection juridique ;
• **Pourcentage du chiffre d'affaires réalisé** avec de nouveaux produits ou services de moins de trois ans ;
• **Obtention d'un statut fiscal particulier** : JEI ;
• **Accès au Crédit Impôt Recherche** et évolution dans le temps.

■ Intelligence économique

La mise en place d'une veille (produits, services, concurrents, marchés, brevets, juridique, technologique…) adaptée à la stratégie de l'entreprise est essentielle pour anticiper les changements, apprécier les opportunités de développement et prévenir les difficultés. L'intelligence économique vise également la protection des actifs tant matériels qu'immatériels. Enfin, l'intelligence économique passe par la mise en place d'une stratégie d'influence.
Ces trois volets de l'intelligence économique s'appliquent de manière transversale dans une entreprise. La mise en place d'une telle démarche améliore la valorisation des informations dans l'entreprise (informations internes et externes) et leur utilisation pertinente, grâce à une meilleure circulation de celles-ci entre les membres et services de l'entreprise (valorisation du capital humain et des compétences contribuant à la mise à disposition de la "bonne information" au "bon moment" et entre l'entreprise et ses partenaires (un meilleur partage de l'information) permet l'apparition de nouvelles communautés, par exemple d'experts, permettant de développer des synergies et de rapprocher des compétences).
Si elle participe à la valorisation de l'organisation de l'entreprise, l'intelligence économique valorise la mémoire collective de l'entreprise (meilleure exploitation,

Abstract

This article accurately identifies intangibles assets in SME. These assets are classified according to large groupings and are succinctly described. Each intangible asset has three or four associated indicators.

enrichissement et capitalisation). La valeur matérielle inhérente à la mise en place d'une démarche d'intelligence économique pourra être appréciée par l'identification éventuelle d'un coordonnateur chargé des questions d'intelligence économique, voire la mise en place d'une cellule dédiée en cas de taille pertinente de l'entreprise.

Indicateurs

- **Existence d'un responsable de veille économique** ;
- **Existence d'outils de veille,** notamment sur les marques, les brevets et l'innovation technologique et non technologique ;
- **Sensibilisation et formation du personnel sur le sujet** ;
- **Existence d'un questionnaire offensif et défensif** (cf. outils proposés par le CSOEC).

Capital relationnel externe

■ Capital client

Le capital client représente la valeur de la relation client qui recouvre la clientèle existante et potentielle, les clients récurrents devant être distingués des clients occasionnels et des prospects. La valeur représentée par une base de données clients (GRC) peut être substantielle. Elle est liée à la qualité et à la profondeur de la base : plus la base de données comporte un grand nombre de critères (secteur d'activité, chiffre d'affaires, effectifs, contacts, …), plus cette dernière aura de la valeur dans la mesure où elle est constitutive de chiffre d'affaires potentiel. Une attention particulière doit être portée au risque du portefeuille clients : par exemple, concentration de l'activité sur un ou quelques clients, trop grande dépendance vis-à-vis de produits ou services sur des marchés en déclin.

Indicateurs

- **Suivi de la relation client** : existence de 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 chiffre d'affaires, poids en chiffre d'affaires des cinq ou dix plus gros clients ;
- **Fidélité** : ancienneté, récurrence et évolution dans le chiffre d'affaires, 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 chiffre d'affaires du portefeuille de commande, % du chiffre d'affaires assuré par des contrats, part de chiffre d'affaires assuré par des anciens clients ;
- **Développement** : part relative des nouveaux clients dans le portefeuille.

■ Offre de services

Ce point concerne principalement les entreprises du secteur tertiaire (qui représente 79 % de l'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). La valeur du service pourra être mesurée à travers des enquêtes de satisfaction ou par le taux de récurrence de commande.

Indicateurs

- **Enquête de satisfaction** : niveau de satisfaction des clients ;
- **SAV** : existence et qualité (taux et délais de réponse aux questions) ;
- **Nombre de services accessoires** au produit ou au service principal et part des dépenses engagées pour ces services accessoires.

■ Réseaux et relations avec les partenaires

Cet actif est constitué par les fournisseurs, les sous-traitants, les partenaires sociaux et les organismes sociaux et fiscaux, les actionnaires, les prestataires (banquiers, assureurs, conseils), les administrations et d'une manière générale, les 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 en demandant à ses partenaires une aide exceptionnelle : partenariat d'offres, partage de savoir-faire, mais aussi délais de paiement. Par ailleurs, une PME ne disposant que d'un seul fournisseur sera en péril en cas de faillite de ce dernier, d'où l'importance d'avoir un réseau diversifié.

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 trois ans sur nombre total ;
- **Niveau de dépendance relative entre les parties prenantes** : poids de la PME pour un 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, réputation

La réputation et l'image s'obtiennent par la qualité des activités opérationnelles avec les parties prenantes comme par la cotation financière : la mesure pourrait être appréciée par le coût de restauration de l'image de l'entreprise (investissements dans les fondations…).

Indicateurs

- **Image** : engagement de la société dans des projets à responsabilité sociétale : défense d'une cause, traçabilité de la chaine 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.

■ Notation/cotation

Ce système d'attribution de notes aux entreprises par la Banque de France, les établissements bancaires, les assureurs crédit et les agences spécialisées jouent un rôle important dans l'accès au financement auprès des banques. Le *rating* de la société représente une valeur immatérielle dès lors qu'il permet d'accéder aux sources de financement, levier de croissance des entreprises.

Indicateurs

- Notation, cotation des banques et autres partenaires financiers.

■ Environnement

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. En effet, à titre d'exemple, le coût de réhabilitation d'un sol contaminé peut être extrêmement onéreux. Le respect de l'environnement permet également aux entreprises de se prémunir du risque de dégradation de leur image.

Indicateurs

- **Existence d'une démarche environnementale** : cartographie des risques ;
- **Démarche de suivi des litiges** ;
- **Obtention d'un label de certification** :
  - ISO 9001 : management de la qualité ;
  - ISO 14001 : management environnemental ;
  - ISO 26000 (depuis le 1er novembre 2010) : responsabilité sociétale des organisations ;
- **Visibilité** : actions de communication sur le thème environnemental (presse, partenariats, évènements…). ■

Investir dans l'immatériel, un impératif stratégique pour les entreprises

Par Jo-Michel DAHAN, Sous-directeur des entreprises de services et des professions libérales, à la Direction Générale des Entreprises du Ministère de l'économie, de l'industrie et du numérique

Le développement de l'économie de l'immatériel se traduit par une plus grande diversité des modalités de création de valeur et de richesse pour les entreprises. Les Actifs Immatériels (AI) représentent ainsi 60 % de la valeur des entreprises et près de 80 % pour les sociétés numériques (grâce à la valeur marque, les entreprises digitales *trustent* 7 des 10 premières places du top 100 des marques les plus puissantes)[1].

La cartographie des actifs immatériels d'une entreprise illustre son ADN, son potentiel de croissance et ses perspectives de développement. Particulièrement pour une *start-up*, innovante et numérique, et alors que croît, dans certains cas, l'écart entre valorisation comptable et transaction boursière.

Enjeux de l'investissement dans l'immatériel

Alors que nous allons bientôt fêter les 10 ans du rapport Lévy-Jouyet[2] qui a représenté un apport structurant pour la doctrine sur l'Immatériel, ses promoteurs avaient déjà identifié trois piliers sur lesquels agir :

- le pilier de la connaissance pour doter la France d'un meilleur cadre, afin de faire émerger les talents que ce soit à l'école, à l'université, dans les centres de recherche, dans le domaine culturel et dans les entreprises ;
- le pilier de la régulation pour mettre en place des règles de fonctionnement des marchés ;
- le pilier des infrastructures pour permettre à la France de se doter de nouveaux réseaux (numérique, très haut débit, information et connaissance).

Dès 2007, deux initiatives pionnières, l'une publique, l'autre privée, se sont inscrites dans l'esprit de ce rapport :

- l'Agence du Patrimoine Immatériel de l'État (APIE) qui par une gestion optimisée des actifs immatériels publics, accompagne les stratégies de valorisation de ce patrimoine ;
- l'Observatoire de l'immatériel dont la mission est de promouvoir l'immatériel auprès des entreprises, en partenariat avec les pouvoirs publics.

Les investisseurs, quels que soient leurs projets, comparent et mettent en concurrence les territoires. C'est dans ce cadre que l'investissement dans l'immatériel devient stratégique pour les entreprises. Cependant, la crise financière de 2008 a accentué les craintes liées à un écart croissant entre valeur comptable et valeur de transaction boursière. Les valorisations d'entreprises de l'été 2014 l'illustrent bien : *WhatsApp*, rachetée par *Facebook* 19 Mds $, alors que cette entreprise non cotée, n'enregistre un chiffre d'affaires que d'une vingtaine de millions[3], soit un rapport de 1 à 1000 ; *Uber*, valorisé à près de 40 Mds $ (50 Mds $ même aux dernières estimations), malgré un chiffre d'affaires de 2 Mds $ et des pertes estimées à 470 millions…

Mise en évidence des enjeux de l'immatériel

La mise en évidence des enjeux de l'immatériel passe par les objectifs suivants :

- embrasser, dans la notion d'actifs immatériels, des ressources qui ne sont pas toutes reconnues comptablement (hors la marque, les brevets et pour peu qu'il y ait une transaction) mais susceptibles d'expliquer les sources d'éventuels avantages concurrentiels,
- trouver de nouveaux ressorts à la compétitivité des entreprises et à l'attractivité des territoires en France, quand la compétitivité hors coût et notamment l'image de marque d'un pays, devient un facteur de différenciation stratégique,
- contribuer à la mise en œuvre de politiques publiques adaptées en matière d'enseignement, de politique de R&D, d'innovation ou de politique d'investissement.

Outils mis à disposition des entreprises

Pour aider les entreprises à s'outiller s'agissant du plus emblématique des actifs immatériels, le capital marque, une méthodologie a été élaborée sur les fertilisations croisées entre marques collectives et marques privées autour de thématiques fédératrices.

Le guide de formation RSE pour les clubs sportifs (reconversion intégrée dans le cursus, l'entourage du joueur pris en compte…), ou encore la mission, confiée par la DGE et la Délégation Générale pour la Formation Professionnelle (DGEFP) à la Fédération de la formation professionnelle, illustrent l'intérêt pour le capital humain.

Quant à la protection des savoir-faire, elle a fait l'objet d'une étude qui s'attache à proposer des solutions concrètes aux entreprises sur la thématique de la propriété intellectuelle et du secret des affaires.

Le sujet de l'immatériel a certes progressé mais tous les acteurs de l'économie ne se sont pas encore emparés de l'ensemble de ses composants que sont notamment la compétitivité hors coût et l'attractivité des territoires comme leviers de performance et d'emploi. C'est la raison pour laquelle le Ministère de l'économie, au travers de la DGE, souhaite donner une nouvelle impulsion, en renforçant notamment sa coopération avec les acteurs incontournables que représentent les experts-comptables. *Bpifrance*, mais aussi la Caisse des dépôts ou encore le pôle de compétitivité Finance Innovation, œuvrent également pour faciliter le financement des entreprises, particulièrement les petites, pour qu'elles retrouvent le chemin de la performance et donc de l'emploi.

La reconnaissance de ces enjeux devient encore plus stratégique désormais car, dans une économie fondée sur la connaissance, l'importance des ressources de l'immatériel pour le développement et la croissance des entreprises, des marchés et des territoires, est de plus en plus centrale et il convient de lui apporter toute la résonance nécessaire. ■

1. Différents rapports et études attestent cette part des actifs immatériels dans la valorisation des entreprises, notamment : http://www.ey.com/Publication/vwLUAssets/0108_Etude_Capital_Immateriel/$FILE/0108_Etude_Capital_Immateriel.pdf ou encore http://www.oecd.org/fr/sti/inno/36701585.pdf

2. "L'économie de l'immatériel : la croissance de demain", Rapport de la commission sur l'économie de l'immatériel, décembre 2006, téléchargeable sur http://www.ladocumentationfrancaise.fr/var/storage/rapports-publics/064000880.pdf

3. Estimation Forbes pour 2013.

De l'influence positive du capital humain sur la stratégie des organisations (à l'échelle d'un pays, d'une entreprise, d'un individu)

Par Jo-Michel DAHAN, Sous-directeur des entreprises de services et des professions libérales, à la Direction Générale des Entreprises du Ministère de l'économie, de l'industrie et du numérique

« Le capital humain constitue un bien immatériel qui peut faire progresser ou soutenir la productivité, l'innovation et l'employabilité » [1]**. L'investissement en capital humain doit être conforté comme l'un des grands axes de politiques publiques dans les pays développés. Il semble pouvoir constituer une voie de remédiation, face à des problèmes comme le ralentissement de la croissance économique, la montée du chômage et la polarisation des revenus.**

La théorie du capital humain [2] a en effet contribué à expliquer la croissance économique et la formation des rémunérations individuelles. Elle suppose que les individus peuvent améliorer leur productivité par des actes volontaires d'investissement dans l'éducation ou la formation. Les écarts de revenus du travail traduisent alors le fait que les individus ne font pas les mêmes investissements, en formation par exemple.

Par analogie à la théorie du capital financier ou physique, celle du capital humain considère trois éléments qui, ensemble, déterminent une certaine aptitude de l'individu à travailler : les compétences, les expériences et les savoirs. Ainsi, comme le capital physique, le capital humain peut s'acquérir, notamment par l'éducation, se préserver et se développer par un entretien, grâce à des formations continues et/ou l'attention portée à la santé de l'individu au titre de son capital santé, par exemple. De même, il doit pouvoir produire un bénéfice (les revenus perçus lors de la mise à disposition des compétences).

Il représente donc un actif immatériel primordial que l'on se situe au niveau d'un pays, d'une entreprise ou d'un individu. La Direction Générale des Entreprises (DGE), au sein du ministère de l'économie, de l'industrie et du numérique, s'est donc positionnée sur ces différents aspects, depuis une dizaine d'années maintenant. En encourageant la recherche afin d'enrichir la doctrine sur le capital humain et en outillant les entreprises afin qu'elles valorisent davantage cet actif stratégique, la DGE soutient le pilier de la connaissance du rapport *"L'économie de l'immatériel, la croissance de demain"* dit Lévy-Jouyet et souhaite ainsi actionner le levier de performance que constitue la compétitivité hors coût.

Améliorer son attractivité et donc son rang dans la compétition mondiale

L'investissement dans le capital humain passe par le système éducatif – qui permet aux individus d'acquérir des savoirs et des savoir-faire indispensables à leur participation active à la vie sociale et économique. Le niveau de formation de la population adulte en apparaît comme un indicateur pertinent en donnant une mesure du niveau de compétence de la population et de la main d'œuvre. L'adéquation entre le niveau de formation des actifs et le marché du travail constitue à cet égard un autre indicateur du volume global d'investissement dans l'éducation et de son rendement qualitatif.

Dans un environnement concurrentiel où les économies émergentes sont à l'origine d'une part croissante des échanges mondiaux, le capital humain constitue un critère de différenciation mis en avant par les investisseurs étrangers dans leurs décisions d'investissement [3]. Dans ce contexte, la France dispose de l'atout d'une main d'œuvre qualifiée, particulièrement pour la population des 25-34 ans. Avec 43 %, la France se situe à un niveau proche de celui de la Suède (43 %) et des Etats-Unis (44 %), largement supérieur à celui de l'Allemagne (29 %) ou de l'Italie (22 %).

Autre atout de notre pays, porté par un capital humain bien formé et un environnement favorable, l'innovation devient un facteur déterminant pour la croissance et la compétitivité des économies. Ainsi, 75 % des dirigeants d'entreprises étrangères citent l'innovation et les activités de R&D parmi les facteurs d'attractivité de la France [4]. La population de chercheurs y est particulièrement bien représentée : avec 9,2 chercheurs pour 1 000 actifs en 2011, la France se place en 4è position, devant l'Allemagne (8,2) et le Royaume-Uni (8,3), en progression de 5,5 % par rapport à 2011. Par ailleurs, les incitations fiscales à la R&D, visant à réduire le coût marginal des activités de R&D, stimulent la création d'entreprises de R&D et permettent d'attirer des centres de recherche d'entreprises étrangères.

Se différencier de ses concurrents, accroître sa performance et, *in fine*, créer de la valeur

Le capital humain est un actif immatériel stratégique pour les entreprises (en particulier celles qui sont à forte intensité de main-d'œuvre, majoritaires dans les services) et il convient de le singulariser afin de les aider à transformer la conception qu'elles peuvent en avoir au quotidien. La démarche RSE favorise la performance globale de l'entreprise, notamment par ▸▸

1. "L'investissement dans le capital humain"*, OCDE, 1998 ;* "Du bien-être des nations, le rôle du capital humain et social"*, OCDE, 2001.*

2. Développée dans les années 60 par Theodore Schultz, puis Gary Becker.

3. Ainsi, « la part de marché des exportations françaises de biens et services dans les exportations mondiales se stabilise depuis 2010 pour atteindre 2,4 % en 2014 contre 3,4 % en 2000. Les Etats-Unis et le Royaume-Uni ont cependant connu un recul encore plus défavorable : baisse respective de 2,7 et 1,2 points de pourcentage sur la même période » *(source : Bilan 2014 des investissements étrangers en France, réalisé par Business France).*

4. Source : Bilan 2014 des investissements étrangers en France, réalisé par Business France.

une anticipation et maîtrise des risques, un regard nouveau porté sur l'activité de l'entreprise favorisant l'innovation et la différenciation auprès des clients, mais aussi la motivation, l'implication et la fidélisation des salariés, ainsi que la diversification enrichissante des profils de l'entreprise.

Il s'agit notamment de mieux orienter et accompagner les investissements des entreprises dans la formation professionnelle, mais aussi de développer les outils à destination des entreprises, en particulier les PME à forte composante en capital humain, leur permettant de mieux évaluer et rendre visibles leurs efforts en matière de formation, facteur de confiance pour leur environnement, clients comme actionnaires.

En convergence avec l'action de la DGE, les travaux conduits au sein de la section thématique "Emploi" de la Commission Nationale des Services (CNS)[5] ont permis la rédaction d'un avis sur l'accueil des jeunes en entreprise de services, dans lequel l'accent est mis sur la nécessité d'articuler l'alternance avec les autres dispositifs existants (emplois d'avenir, intérim, formation, contrats de génération) et notamment le besoin d'élargir les possibilités de parcours en alternance à des métiers de services qui n'y recourent pas actuellement (quel que soit le niveau de qualification). Cet avis, transmis au ministre de l'économie, pointe aussi l'utilité d'une mise en cohérence entre les besoins de l'entreprise et les attentes du jeune *via* l'alternance.

Quand les entreprises se mobilisent pour mieux valoriser leur capital humain, cela peut donner lieu à des initiatives originales et pédagogiques. Ainsi, conduite dans le cadre de l'action collective "Actifs immatériels des entreprises", le groupe Olympique Lyonnais a conduit l'élaboration d'un guide de formation RSE pour les clubs sportifs (reconversion intégrée dans le cursus, prise en compte de l'entourage du joueur…). En effet, la chaîne est longue qui conduit à admirer l'évolution d'un joueur sur la pelouse d'un stade : il convient en premier lieu de repérer un talent, ensuite de favoriser et bâtir un écosystème autour de lui afin que le potentiel puisse s'exprimer au maximum, veiller à protéger, préserver et faire fructifier ce capital jusqu'au moment de sa transmission et de sa reconversion.

Maintenir et développer son employabilité tout au long de sa vie professionnelle

La loi du 5 mars 2014 sur la formation professionnelle vise à redonner de l'autonomie au salarié dans l'exercice de son employabilité, grâce au Compte Personnel de Formation (CPF). La formation continue représente donc un moyen à portée de main.

Les bénéfices d'un investissement dans le capital humain s'observent au niveau des parcours individuels, puisque l'acquisition d'une qualification se traduit le plus souvent par l'obtention de revenus plus élevés pour les actifs, en dépit du coût qu'a pu représenter le choix de la poursuite d'études. L'acquisition de compétences par la formation initiale et continue induit aussi un accroissement de la productivité du salarié. Cependant, le rendement de la formation des individus ne se limite pas à la dimension économique, puisqu'elle se répercute sur le bien-être individuel et la cohésion sociale en participant par exemple à une amélioration de l'état de santé des individus ou en favorisant leur implication dans la vie sociale et associative.

5. Véritable "Parlement des services", la Commission nationale des services réunit, sous la présidence du ministre en charge des services, les représentants des entreprises de services et des organisations syndicales autour de l'Etat et d'acteurs institutionnels (financeurs publics, élus, personnalités qualifiées, etc.). L'ambition de la CNS est d'être force de proposition dans le vaste chantier de modernisation entrepris, car la compétitivité des entreprises se construit et se consolide d'abord sur leur marché intérieur. Les entreprises de services doivent pouvoir se développer dans un environnement juridique, fiscal, réglementaire et administratif favorable aux affaires et à la création de valeur, et ainsi disposer d'une assise solide pour promouvoir leurs activités à l'international.

6. Pour mémoire : connaissance, régulation et infrastructures ; le pilier de la connaissance consistant à doter la France d'un meilleur cadre afin de faire émerger les talents que ce soit à l'école, à l'université, dans les centres de recherche, dans le domaine culturel et dans les entreprises.

Avec le développement du numérique et des nouvelles formes de travail, la transformation des organisations devient un enjeu collectif pour les individus et pour les entreprises. Des outils existent pour accompagner cette transformation. Ainsi, le télétravail est une porte d'entrée vers le numérique. Aujourd'hui, de plus en plus d'entreprises et de salariés sont ainsi conscients des avantages liés au télétravail : collaborateurs plus impliqués, plus efficaces et en meilleure santé, baisse de l'absentéisme, réduction du temps et des coûts de déplacement, amélioration de l'image de l'entreprise… Au-delà du télétravail, les diagnostics amènent les dirigeants à réfléchir à l'impact du numérique sur leur entreprise. L'utilisation d'outils de travail collaboratifs à distance induit un changement de paradigme et des nouvelles pratiques managériales. Cela rend possible une réorganisation du travail et ouvre de nouvelles perspectives en terme de développement commercial, de partage d'informations et d'innovation.

Conclusion

Un profond processus de transformation du tissu productif est à l'œuvre. La digitalisation et la tertiarisation de l'économie, le vieillissement de la population ou les nouveaux besoins des consommateurs qui placent l'usage au cœur des nouvelles chaînes de valeur, représentent autant d'opportunités de recrutements dans les services et dans l'industrie et ce, à tous les niveaux de qualification. En outre, ces opportunités seraient encore plus importantes si certains secteurs qui n'arrivent pas à recruter en raison d'un déficit de notoriété ou d'un manque d'attractivité, parvenaient à améliorer l'image et la connaissance des métiers et des déroulements de carrière qu'ils permettent.

Dans un monde économique en mutation rapide, la question de l'adaptation des salariés aux nouvelles compétences devient ainsi stratégique. Les dirigeants d'entreprises ont l'ardent devoir de s'emparer des composants essentiels à la performance de leur société que sont la compétitivité hors coût et un « patrimoine humain » bien formé tout au long de sa vie professionnelle. Souscrivant ainsi au premier des trois piliers du rapport *"l'économie de l'immatériel, la croissance de demain"*[6] sur lesquels agir. ■

La nécessité d'intégrer l'immatériel, de la naissance à la fin du projet entrepreneurial

Par Arezki GUIDDIR,
Ingénieur-consultant
en Management Stratégique,
Initiateur, pilote et coordinateur du
GT48 "Evaluationde l'immatériel"
(Académie des Sciences et Techniques
Comptables et Financières).

Cette démarche établie de manière extra-financière ou financière, comptablement ou extra-comptablement, selon diverses approches ou méthodes, a pour objectifs de piloter, à travers des méthodes de management, l'entreprise afin de renforcer sa compétitivité, son levier de performance, d'accroître sa croissance interne et externe, de valoriser les outils de production de biens ou de services, de créer et d'enrichir sa valeur économique et financière.

Cette démarche a pour finalité également de développer son savoir-faire, son innovation, d'améliorer sa position stratégique, de limiter ses dysfonctionnements à travers une analyse fine de ses coûts cachés, de ranimer ses performances cachées, en bref d'enrichir son patrimoine et son savoir-faire.
La stratégie d'entreprise se définit comme le « *choix des domaines d'activité dans lesquels l'entreprise entend être présente et allouer des ressources de façon à ce qu'elle s'y maintienne et s'y développe* ».
La dimension immatérielle est l'une des composantes et l'une des richesses fondamentales détenues, pouvant être activée. Or, concernant la prise en compte de l'immatériel, que se passe-t-il réellement avant le lancement du projet (durant sa conception) et lors de la fin du projet, (après) notamment une période délicate, telle que la liquidation ?

De l'importance d'anticiper

Traditionnellement, les plans d'affaires (ou *business plan*) interrogent les futurs exploitants selon des critères communs afin d'obtenir une synthèse sur les cinq prochaines années concernant leur projet. Ils ont pour objectifs précis de quantifier le plus précisément possible les effets des décisions envisagées, les résultats attendus et les ressources à engager. C'est donc une étape pour amorcer une communication tant interne qu'avec les partenaires financiers et les associés (ou actionnaires, bailleurs de fonds…).

A titre d'exemple on retrouve classiquement dans chaque *business plan* :
• le projet : stratégie, politiques, investissements, résultats et rentabilités, marges… ;
• la présentation de l'entreprise : politiques, forme, expériences, équipes, management… ;
• la présentation de la gouvernance (équipe, organigramme…) ;
• les prévisions financières, fiscales et comptables ;
• l'analyse des risques.

Illustration : trois questions se posent sur le sort des actifs immatériels stratégiques (cf. tableau ci-dessous) :

1. Quelle place pour l'immatériel dans une démarche d'ouverture de projet ?

- *intégrer et prendre en compte, et si possible chiffrer dès la constitution du projet les actifs immatériels potentiels présents ou futurs ;*
- *communiquer sur ses actifs immatériels : en interne et en externe ;*
- *intégrer ceux-ci dans une stratégie globale, avec les hypothèses de réalisations, de permutations, de changements, et d'amélioration.*

2. Quelle place pour l'analyse et la stratégie juridique dans un tel plan, et particulièrement pour renforcer la garantie patrimoniale de ces actifs immatériels stratégiques ?

- *établir pour chacun de ces actifs les éléments juridiques nécessaires permettant d'en acter (et avec quel prestataire internes ou externe) ;*
- *identifier les étapes d'enregistrement auprès des organismes appropriés (INPI, commissaire aux comptes, commissaire à l'évaluation, expert-comptable, expertise judiciaires, avocat d'affaires…) ;*
- *créer un inventaire permanent, suivre le processus entrepreneurial à travers une veille juridique pour les documents adaptés ;*
- *chiffrer de manière permanente les capitaux immatériels ou ceux immobilisés afin d'ajuster les comptes de l'entreprise en vue d'une certification comptable ou ISO…*
- *établir une liste des risques potentiels liés au projet : quelles mesures ?*
- *identifier les moyens de conservation et de contrôle ;*
- *mettre en place les sécurités transactionnelles afin de sécuriser les relations commerciales, humaines et d'investissements ;*
- *établir une liste des droits d'accès et de propriétés (noms, fonctions, degré d'accès…) ;*
- *chiffrer les différentes hypothèses principales (ruptures, fautes, vols, reconstitution, d'expertises…) ;*
- *adapter, ajuster et intégrer les clauses contractuelles nécessaires par type de capital (par exemples [1] : confidentialité, non-concurrence, partage d'informations, non-débauchage…*

3. Que deviendront ces actifs en cas de liquidation ?

Les données 2014 confirment que 9 entreprises en cessation de paiement sur 10 se retrouvent en liquidation judiciaire. Il est donc très important d'incorporer, dès la création du projet, la capacité de l'entreprise à générer une valeur immatérielle et de permettra une continuité. Selon l'article L 640-1

1. Voir "La sécurité économique au quotidien en 22 fiches thématiques"*, Délégation Interministérielle à l'Intelligence Economique, Avril 2014, consultable sur http://www.intelligence-economique.gouv.fr/sites/default/files/fupload/fiches_rassemblees-v6_sansblanche.pdf à laquelle l'auteur a contribué pour la CGPME IDF*

du code de commerce, la procédure de liquidation judiciaire est destinée à mettre fin à l'activité de l'entreprise, à réaliser le patrimoine du débiteur par une cession globale ou à vendre ses biens. Il est aussi demandé au dirigeant d'établir une situation de trésorerie regroupant les dettes et les créances de l'entreprise, permettant de connaître la situation actuelle financière de l'entreprise. Le texte n'évoque donc pas la capacité immatérielle détenue !

Sort du capital immatériel en cas de liquidation

Plusieurs situations doivent être distinguées.

Maintien de l'activité

Le maintien de l'activité d'une durée maximale de 3 mois (renouvelable une fois) est autorisé en cas de cession totale ou partielle de l'entreprise et si l'intérêt public ou celui des créanciers l'exige (C. com., art. L 641-10).
Dans ce cas de figure, l'ensemble des capitaux immatériels seront utiles (Clients, fournisseurs/partenaires, actionnaires....).

Réalisation de l'actif

Afin d'honorer les engagements financiers auprès des créanciers, il est opportun de transformer les actifs en liquidité et parallèlement de procéder au recouvrement de créances diverses de toute nature.

Dans ce cas de figure, l'actif immatériel peut avoir un rôle majeur, particulièrement en cas de propriété de brevets, de marques, ou autres droits incorporels détenus par l'entreprise.

Cession d'entreprise

La cession de l'entreprise peut s'effectuer par :
• la vente des immeubles ;
• la vente des meubles (gré à gré, enchères publiques)
• la cession de l'entreprise (partielle ou en totalité) afin de :
- préserver les activités susceptibles d'encourager une exploitation autonome par le repreneur ;
- conserver tout ou partie des emplois ;
- apurer le passif.
L'ensemble de ces éléments relatifs à la liquidation posent plusieurs questions :
• l'entreprise a-t-elle réellement tenue compte de tous ses actifs et passifs immatériels ?
• dans l'affirmative aurait-elle été tout de même en liquidation judiciaire ?
• que restera t-il des actifs immatériels en cas de procédure judiciaire ?

Des nouveaux projets ont, à travers leurs marques, poursuivi leur chemin avec des rebondissements inattendus et se sont révélés rentables sur le plan socioéconomique *(Thomson, Tati, Caddie, Freescale, Technicolor, Pétroplus, Heuliez, SeaFrance, Péguinet...)*. Ces entreprises ont anticipé leurs difficultés par une préparation du dépôt de dossier avec une démarche de communication associée.

De même, leurs marques, leur capital réseaux, leur capital relationnel, leur capital actionnaire, fournisseurs/partenaires... ont contribué à ce sursaut et à cette confiance renouvelée. En effet, le capital Marque a certainement permis de traverser ces difficultés. Ce capital est une des conséquences de plusieurs facteurs stratégiques.

Le capital Marque

A l'instar des nombreuses "Maisons de Qualité" qui, au fil du temps, ont bâti leur empire, le capital Marque repose indubitablement non seulement sur la qualité des produits ou des services, mais également sur la combinaison de deux autres facteurs internes à l'entreprise : la qualité de leur management et la qualité de leur fonctionnement. L'ensemble de ces éléments étant naturellement porté par un effet de levier, constitué d'un capital immatériel prioritaire : le capital humain.

Ces facteurs constituent la qualité *intégrale*[2], grâce à laquelle le pilotage et la valorisation du capital immatériel peut se renforcer, en tenant compte entre autres de la lutte contre les dysfonctionnements (coûts et performances cachés) (ISEOR) et d'un pilotage stratégique à long terme. La pérennité de l'entreprise peut donc être renforcée et permettre ainsi une continuité d'exploitation à toute épreuve. ■

Enquête auprès des membres adhérents à la CGPME IDF à propos du capital immatériel *

90 % des réponses sont apportées par les dirigeants eux-mêmes et 32,5 % des répondants appartiennent à des structures dont l'effectif est compris entre 1 et 5 :

- ✔ 37,5 % ne connaissent pas sur quel(s) document(s) est chiffré leur capital immatériel
- ✔ 32,5 % ne se prononcent pas sur le détail de l'inscription de leur capital incorporel
- ✔ 55 % ne savent pas pour quel montant est inscrit leur capital incorporel
- ✔ 47,5 % ignorent si les normes IFRS sont appliquées ou pas dans leurs comptes
- ✔ 27,5 % apportent une attention "selon l'opportunité" pour leurs actifs immatériels
- ✔ 50 % ont un manque d'informations, de conseils et d'accompagnement
- ✔ 32,5 % pensent que leurs actifs immatériels seraient un atout pour leur structure
- ✔ 25 % estiment que le capital immatériel est utile sur le plan financier, 25 % sur le plan managérial
- ✔ 32,5 % estiment que l'évaluation et l'incorporation du capital immatériel dans leurs système d'information aurait une répercutions sur leurs objectifs stratégiques.
- ✔ 55 % des "évaluateurs" sont les Dirigeants eux-mêmes
- ✔ Le capital humain et le capital client sont les capitaux immatériels "majeurs" selon les structures.

** Questionnaire établi et adressé par Arezki Guiddir comportant 32 questions, auquel 40 réponses ont été apportées du 6/11/2014 au 31/12/2014.*
La seconde partie de l'enquête est effectuée par entretiens auprès de 10 chefs d'entreprise et experts-comptables (publication globale en mars 2016).

Mesure chiffrée de l'impact du capital immatériel sur les résultats de l'entreprise

Gilles Lecointre, Économiste-entrepreneur, enseignant à l'ESSEC, ancien Professeur de l'Université Paris Ouest

L'analyse quantifiée du capital immatériel est le meilleur outil pour guider les entrepreneurs sur le chemin de la croissance, de la rentabilité et de la valeur.

Méthodologie de la mesure

Lorsque l'on étudie la valorisation des entreprises, à travers notamment la mesure de la qualité de leur « fonds de commerce », il faut bien reconnaître que les approches exclusivement financières s'écartent souvent de la vérité des prix de cession des PME.
A partir de ce constat, un modèle a été construit en 2004 [1] qui a fait l'objet sur internet de dizaines de milliers de requêtes. Ce modèle repose sur l'observation de la réalité des transmissions de PME et fait intervenir un questionnaire divisé en 2 parties :
• l'une, sur les principaux ratios financiers de l'entreprise (10 items),
• l'autre sur les fondamentaux de son capital immatériel (40 questions relatives à la qualité du fonds de commerce).
En s'appuyant sur ce modèle, une nouvelle enquête portant sur un échantillon de 1 000 TPE-PME, a été réalisée fin 2015. Les réponses aux questions portant sur le capital immatériel ont été alors extraites et analysées dans le détail.

A partir de cette base, un indicateur synthétique de la valeur globale du capital immatériel a été élaboré en combinant les 40 critères retenus. Cet indicateur a été calé statistiquement sur un intervalle compris entre 0 et 20 (la moyenne et la médiane s'établissant à 10), afin de le rendre commodément interprétable, notamment par les chefs d'entreprise.

L'étape suivante a consisté à examiner la relation entre cet indicateur du capital immatériel et les résultats de gestion des entreprises : croissance, rentabilité [2].

Composantes du fonds de commerce

La notion de fonds de commerce est souvent ramenée à son expression la plus simple : les clients et les stocks. En réalité il s'agit d'un concept beaucoup plus large qui intègre les principaux critères qualitatifs analysés dans le questionnaire : marques, notoriété, image, métier, les produits et leurs compétences distinctives, le positionnement stratégique prix-marché, savoir-faire, technicité, clientèle (nombre, fidélité, concentration), puissance commerciale (zone de chalandise, réseaux de vente), relations avec la concurrence et les fournisseurs, type d'organisation (organigramme, procédures), capital humain (attachement, qualification, climat social), potentiel de développement, personnalité du dirigeant-propriétaire (âge, origine de la propriété, type de management, goût du risque).

Quand on observe ainsi l'étendue des composantes d'un fonds de commerce, on voit bien que, dans toutes ses dimensions, on retrouve les orientations stratégiques prises par l'entreprise pour définir sa place sur son marché. C'est en quelque sorte sa carte d'identité, son "génome", c'est ce qui fait sa différence par rapport à ses concurrents. C'est la raison pour laquelle le mot de « capital immatériel » est davantage approprié.
Mais ceci étant rappelé, peut-on mesurer l'incidence de ce capital sur la santé économique des PME ?

Impact avéré et mesuré de la qualité du capital immatériel sur la croissance et la rentabilité des PME

Les résultats obtenus à cet égard sont sans ambiguïté (voir graphique et tableaux 1et 2) :
• Il existe une relation de proportionnalité entre la qualité du fonds de commerce et le taux de croissance du chiffre d'affaires.
Plus on améliore le positionnement de l'entreprise sur son marché, plus la croissance est là. Près de 10 points de croissance annuelle séparent les PME qui ont des arguments marketing forts, de celles qui sont faibles sur ce point.
• Il existe une relation entre la qualité du fonds de commerce et la rentabilité. Ainsi on constate près de 5 points d'écart de marge (REX/CA) entre les PME à capital immatériel élevé, de celles qui en ont un médiocre.

Aujourd'hui, pour la première fois, la preuve est tangible et mesurable. On ne peut plus ignorer à quel point la façon dont on oriente une entreprise sur le "fond" a un impact majeur et mesurable sur sa santé économique.

Hiérarchie des composantes du capital immatériel qui jouent un rôle sur la santé des PME

La croissance est intimement liée à la qualité du fonds de commerce de l'entreprise. Dès lors, sur quels leviers prioritaires l'entrepreneur doit-il se concentrer pour obtenir le meilleur différentiel par rapport à ses concurrents ? Là encore, l'enquête réalisée donne des repères précis et quantifiés (voir tableau 3). La mesure exacte de l'impact de chaque attitude adoptée par l'entreprise dans la définition et l'exécution de son offre, y est déclinée.

On peut interpréter les résultats de la façon suivante :
• se mobiliser d'abord sur la qualité du produit : le savoir-faire particulier de l'entreprise (sa compétence distinctive) est décisif ; cela va permettre de tenir à distance la concurrence ; cette qualité "supérieure" s'appuie en outre sur des atouts de niche, de marque, de brevets, licences et autres normes techniques.
• s'attacher à mettre en place une organisation qui ne contrarie pas le processus de développement mais qui au contraire le favorise ; à cet égard il convient d' être attentif à un climat social favorable, un style de management plutôt démocratique qu'autocratique, des procédures de travail élaborées, un personnel qualifié et une zone de chalandise la plus étendue possible
• créer un lien très fort avec sa clientèle : beaucoup de clients est mieux qu'un petit nombre dont on dépend,

1. Dénommé VALENTIN (comme "valeur entrepreneuriale") et accessible depuis le site www.evaluermonentreprise.com

2. Voir G. Lecointre, "Comment les entreprises naissent, se développent et disparaissent"*, Edition Gualino 2016.*

une fidélité cultivée soigneusement par un suivi attentif, des plus et de la maintenance produit, avec comme résultat, l'impossibilité pour les concurrents de les subtiliser même en cassant les prix.

Comment les professionnels peuvent-ils utiliser un outil de mesure du capital immatériel ?

Dans le cadre des missions de conseils de l'expert-comptable, il existe au moins deux applications pratiques de l'analyse quantifiée du capital immatériel. L'une pourrait s'intégrer dans les missions permanentes à l'occasion d'un "contrôle technique" régulier de l'entreprise. L'autre concerne le guidage des start-ups, notamment sur les opérations de *crowdfunding*.

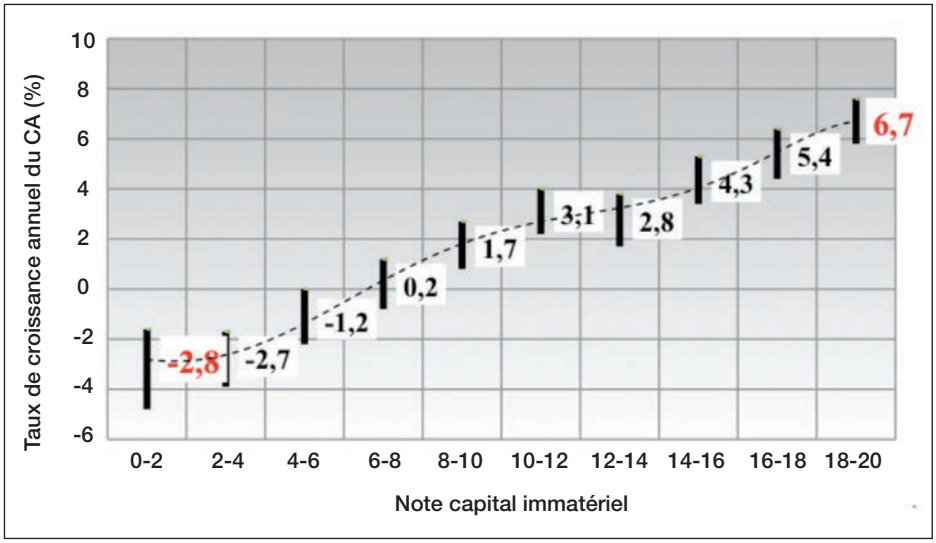
Audit, conseil : évaluation stratégique

Chaque entreprise devrait pouvoir bénéficier, au moins tous les cinq ans, d'un "contrôle technique". Ce contrôle, élaboré conjointement avec le dirigeant, permettrait d'abord de situer l'entreprise dans son univers de concurrence avec la mise en avant (sur une échelle de mesure objective) de ses points forts et faibles. Il en découlerait un plan d'action pour améliorer et suivre la situation observée. Ce serait ensuite l'occasion d'estimer de façon complète la valeur de l'entreprise, à la double lumière de ses ratios financiers mais aussi de son capital immatériel.

Test et scoring de projets entrepreneuriaux : lesquels retenir ?

Chacun connaît le trouble dont on est saisi à la lecture d'un *business plan* d'une start-up ou d'un projet entrepreneurial novateur, au moment du choix oui /non. Pour pallier une partie de l'incertitude qui entoure ce genre d'aventure, les fonds d'investissement font généralement une péréquation statistique : 1/3 des projets échoueront, 1/3 rembourseront la mise initiale mais sans faire d'étincelles, et 1/3 seront des paris gagnants qui compenseront les deux autres tiers et au-delà. Il serait peut-être plus efficace de rationaliser un peu ce genre de décision en faisant une projection qualitative du projet et non pas seulement quantitative, comme aujourd'hui. En utilisant une grille d'analyse du capital immatériel, on aurait déjà une meilleure idée du réalisme, des points sensibles et de rupture du projet. On aurait également une vision plus opérationnelle de la matérialité de l'entreprise, et non pas simplement une projection mécanique d'hypothèses financières. ■

Graphique 1 : Le taux de croissance annuel du CA varie avec la qualité du capital immatériel



Tableaux 1 et 2 : Impact du capital immatériel sur la rentabilité

Qualité globale du fonds de commerce de 0 à 20	Taux de marge % REX/ CA
0-8	6.7 %
8-14	8.2 %
14-20	11.3. %

Classes de Marge % (REX /CA)	Valeur du capital immatériel (de 0 à 20)
< 0 %	6.9
0 - 2 %	8.3
2 - 4.5 %	8.7
4.5 - 7 %	10.8
7 - 9.5 %	10.3
9.5 - 15 %	11.1
15 - 30 %	12.2

Tableau 3 : Chiffrage de l'incidence de 13 composantes du fonds de commerce sur le taux de croissance annuel des TPE-PME

Variable analysée	Δ (minimum /maximum) des taux de croissance annuel observé dans chaque variable
Climat social	6.2 points
Attractivité de la concurrence	5.8 points
Savoir-faire global	5.6 points
Elasticité prix	3.0 points
Fidélité client	2.6 points
Organisation	2.5 points
Etendue de la zone de chalandise	2.4 points
Nombre de clients	1.7 points
Détention de marques propres	1.7 points
Niveau de qualification du personnel	1.4 points
Position de niche	1.1 points
Détention de brevets, licence, distribution exclusive, normes ISO	1.0 points
Position de sous-traitant ou non	0.9 points

La reconnaissance du capital immatériel : un outil pour la croissance

Par Caroline de MAREUÏL-VILLETTE, Associée co-fondatrice du cabinet ICOSA de conseil en propriété intellectuelle, membre de l'Association des Experts en Evaluation d'Entreprises (A3E)
et Julien HERENBERG, Associé co-fondateur du cabinet OPSIONE GROUP Audit – Expertise – Conseil, membre de l'Association des Experts en Evaluation d'Entreprises (A3E), membre de la Commission Evaluation de la Compagnie Nationale des Commissaires aux Comptes

Force est de constater qu'à ce jour, la reconnaissance des immatériels au bilan des entreprises se réalise dans un contexte très restreint qu'est l'exercice d'allocation du prix d'acquisition (PPA[1]) dans le cadre d'un regroupement d'entreprise (norme IFRS et règl. CRC 99-02). Cependant, même à cette occasion, les actifs immatériels n'expliquent pas la majorité du prix payé.

A ce titre, l'ESMA (*European Securities and Market Authorities*) a constaté, dans le cadre d'une étude réalisée en juin 2014 sur le traitement comptable des opérations de croissance externe, que 89% de ces opérations dégagent un *goodwill*, c'est-à-dire que le prix payé est supérieur à l'actif net comprenant sa réévaluation et la reconnaissance des actifs incorporels identifiés[2]. De même, et cela interpelle davantage, 54 % du prix s'explique uniquement par un *goodwill* (résiduel), c'est-à-dire un actif incorporel non qualifié ou assimilé bien trop souvent aux "synergies", sans autre explication.

Dans un monde aussi innovant protégé par des procédés brevetés, des marques déposées, des logistiques de distribution considérables, il peut être étonnant de constater encore des parts de *goodwill* résiduel si significatives dans la comptabilité privée. Quels sont les freins à cette reconnaissance ? Pourquoi faudrait-il aller plus loin dans la reconnaissance des immatériels ? Quels sont les facteurs et acteurs utiles à ces besoins grandissants de reconnaissance des immatériels ?

Freins à la reconnaissance des immatériels

Après quasiment 10 ans d'application des normes IFRS, les actifs immatériels reconnus sont devenus régulièrement les mêmes (relations clientèles, marques, logiciels, licences etc... dans leur ordre d'importance)[3]. Nous assistons à un phénomène d'autoréalisation, c'est-à-dire qu'il est d'usage de qualifier les actifs immatériels en fonction des pratiques qui ont déjà eu lieu dans le même secteur sans faire d'effort d'adaptation et de démonstration des immatériels stratégiques acquis, alors que les entreprises sont de plus en plus innovantes et capitalisent toujours plus de connaissances, de procédés, de technicité. Comment reconnaître l'immatériel ou l'innovation créé par les entreprises si les experts susceptibles de faire reconnaître comptablement cette richesse n'innovent pas eux-mêmes dans leur approche de la création de valeur ?

• L'un des premiers freins serait donc l'application du principe analogique sans approfondissement suffisant des sources de création de valeur, même si elles sont supposées se dégager dans le futur. De toute évidence, il n'y a aucune réponse simple si l'on doit expliquer la valorisation induite par la dernière levée de fonds record réalisée par Blablacar, mais il paraît sain de s'interroger sur la qualification du ou des immatériels sur lesquels cette valeur s'assoit.

• Un deuxième frein, et des moins défendables à notre avis, semble être le fait que l'on qualifie et évalue ce que l'on a l'habitude de reconnaître. Ainsi, pourquoi vouloir évaluer autre chose qu'une relation clientèle (actif le plus souvent reconnu) alors que les ou la méthode qui permet d'y arriver est désormais rôdée et bien connue des spécialistes ? N'est-ce pas prendre le problème à l'envers ? Est-ce la technique qui doit guider la qualification et la reconnaissance ou plutôt la technique qui doit s'adapter au modèle de l'entreprise ?

• Ce qui amène à un autre frein qui consiste en la bonne compréhension du *business model* de l'entreprise et de ses sources de création de valeur. Outre les aspects de règlementation comptable, l'existence d'une relation clientèle n'est-elle pas la résultante d'une combinaison d'autres actifs immatériels qui a permis l'obtention, au final, d'une relation clientèle observable ? Auquel cas cette relation clientèle, majoritairement reconnue dans les PPA, est un immatériel généré par d'autres immatériels qui auraient beaucoup plus de valeurs en réalité. Ce sont ces derniers qu'il s'agirait d'identifier, qualifier et évaluer de la meilleure des façons.

• Enfin, vient le frein des compétences et donc du coût à engager pour mettre en œuvre ces études. Si elles sont évidentes mais restent confidentielles lors des *due diligences* stratégiques engagées par les grandes entreprises et les fonds d'investissements, ces études sont encore moins bien perçues par les PME-ETI qui pourraient pourtant avoir avantage à mettre en avant leurs actifs immatériels.

Aller plus loin dans la reconnaissance des immatériels et leur évaluation

Si les freins sont nombreux, (seuls quelques-uns sont cités ci-avant), il faut être convaincu de l'intérêt d'approfondir le travail d'identification et d'évaluation des incorporels pour s'y engager. La reconnaissance des immatériels n'est pas qu'une affaire de reporting comptable et de risque de voir les *goodwill* se déprécier du jour au lendemain ou de préférer anticiper l'amortissement d'actifs amortissables. L'exercice d'identification, de qualification et d'évaluation des immatériels, présente *a priori,* deux ▸▸

1. Purchase Price Allocation.

2. *ESMA, "Review on the application of accounting requirements for business combination in IFRS financial statements", 16 juin 2014/ESMA/2014/643.*

3. *Voir* "Regroupement d'entreprises : peut-on encore parler de PPA ?", *Cahier de l'Académie des sciences et techniques comptables et financières n° 29, juillet 2015.*

vertus dans les pays développés dominés par les secteurs des services.

Montrer la création de richesse présente et à venir

La reconnaissance des actifs immatériels est une façon de mettre en évidence la qualité de sa stratégie, la valeur des actifs sous-jacents sur lesquels repose l'ensemble de la valeur de l'entreprise. La connaissance accumulée dans les entreprises, le savoir-faire marketing et commercial, les procédés, les marques etc… sont autant d'éléments immatériels dont la valeur est telle qu'elle permet *a minima* la stabilité dans un monde très changeant et au mieux, une croissance et une rentabilité, lorsque l'environnement général des sociétés occidentales ne le laisse pas entrevoir. Il a été récemment répété que la France est le « *paradis pour les start-up* », que la politique soutient massivement l'innovation etc...

Il en va de même pour les marques : on se rappelle la marque *Gillette*, rachetée en février 2005 par le groupe *Procter et Gamble* pour 57 milliards de dollars, ce qui représentait 41 fois les résultats comptables de la société *Gillette*. Plus récemment, différents classements, comme par exemple *Interbrand*, ont été publiés sur la valeur des marques : lorsque, début 2014, le classement *BrandZ* Top 100 2014 du cabinet Milward Brown a publié que la marque *Google* avait dépassé la marque *Apple*, avec 158 milliards de dollars de valorisation, l'affaire avait fait grand bruit.

Mais qu'en est-il de la mesure afférente ? Où apparaît-elle dans les sociétés ? Et mieux encore, où apparaît-elle dans la croissance du PIB national ? Un système comptable, public et privé, ouvrant la porte à la reconnaissance d'un maximum d'actifs immatériels serait probablement de nature à favoriser la reconnaissance de la création de richesse. Il n'est pour autant pas nécessaire d'ouvrir la porte à des pratiques douteuses car les effets pervers seraient pires que l'effet bénéfique qui suit.

Faciliter le financement des entreprises

La reconnaissance de la création de valeurs immatérielles par les entreprises deviendrait fondamentale pour l'avenir des financements levés. Le financement est souvent octroyé en retour de garanties opposables, de nantissements. Les valeurs immatérielles reconnues sont des moyens de garantir des financements et donc d'en obtenir davantage. Historiquement, les fonds de commerce ont été régulièrement mis en nantissement, ce qui sous-entend qu'une part importante d'immatériels garantit déjà les financements. Mais on se souvient également qu'*Alcatel Lucent* avait nanti l'ensemble de son portefeuille de brevets en 2012 contre un emprunt de 2 Mds d'euros. Cette pratique de garantie par de l'immatériel *stricto sensu* n'est pas la plus courante mais elle tend les bras aux entreprises, la Chine ayant déjà pris une avance sur cette pratique.

Faciliter le financement des entreprises par leurs immatériels, passe nécessairement par l'étude sérieuse du portefeuille d'immatériels, sa qualification et sa valorisation.

Facteurs-clés d'une bonne reconnaissance des immatériels utiles au financement des entreprises

La reconnaissance et l'évaluation de ces immatériels notamment des brevets, marques ou tout ce qui relève de la propriété intellectuelle, procédés, etc... c'est-à-dire ce qui est juridiquement démontrable doit se faire avec le plus grand sérieux pour venir garantir des financements dont le montant est parfaitement connu et non contestable. L'exercice est certes complexe mais serait fortement utile.

Pour cela les financiers et les comptables doivent faire tomber les cloisons avec les spécialistes de la stratégie, du marketing, de la propriété intellectuelle ou industrielle, pour essayer de parler le même langage, de partager la même vision du modèle économique et le traduire le plus fidèlement possible.

Des recommandations pour mener au mieux les travaux d'expertise sont abordées dans la méta-norme ISO 10668 *"Evaluation d'une marque – exigences pour l'évaluation monétaire d'une marque"*, qui montre déjà la nécessité de combiner une expertise juridique avec une expertise comptable, financière et marketing. Les ingrédients facilitateurs seraient certes une plus grande souplesse comptable et une obligation de rigueur dans l'évaluation, mais surtout l'utilisation au mieux des compétences variées qui sont requises pour obtenir des valeurs fiables sur lesquelles les banques pourraient s'appuyer.

Ce frein n'est pas des moindres, faire parler les experts de domaines différents n'a jamais été chose aisée et l'on voit rapidement pointer la question du budget à engager pour faire reconnaître les actifs les plus créateurs de valeur.

A titre d'exemple, lorsque le financement d'une start-up par la BPI requiert une condition indiscutable, à savoir que la propriété intellectuelle soit apportée à la société financée, il ne s'agit pas d'un simple "caprice" mais d'une condition préalable à tout financement en s'assurant que ce qui produira toute la valeur soit bien au plus près du financement octroyé. De toute évidence, il est difficile de demander à un financier d'évaluer un brevet apporté sur lequel est assise une start-up, sans que la question de la stratégie et des risques liés à la gestion de la propriété industrielle ne soit pas traitée. Le conseil en propriété intellectuelle sera alors un interlocuteur-clé de l'expert financier, tout comme le chef d'entreprise qui démontrera toute sa stratégie régionale, nationale ou internationale. Inversement, le conseil en propriété intellectuelle ne peut plus s'épargner, lors de son accompagnement, d'intégrer la dimension de la valeur et des financements que la gestion de la propriété intellectuelle qui lui est confiée suscite. Enfin, tout conseil devra savoir s'adapter à ce qui lui est présenté et non l'inverse.

Pour faciliter cela, les chefs d'entreprises, les conseils en toute matière espèrent une plus grande ouverture des règles comptables et si nous n'en avons pas parlé jusqu'à présent parce qu'elle constitue peut-être le frein le plus important, une règle fiscale favorable à la reconnaissance des actifs immatériels créés, sans pour autant une application radicale de la fiscalité sur l'assiette des valeurs créées. ■

Vers une information extra-financière intégrée ?

Dernier né des "cadres de référence" de *reporting* d'entreprise, le Rapport Intégré promu par l'*International Integrated Reporting Council* (IIRC), se veut être une réponse à la demande grandissante d'informations de type extra-financier émanant des différentes parties prenantes de l'entreprise. Si cette demande existe, il faut toutefois garder en tête que les besoins informationnels des différentes parties prenantes ne sont pas forcément identiques et convergents.

Par Jean-Claude DUPUIS,
Docteur en sciences économiques,
HDR en sciences de gestion,
Professeur associé à l'Institut de Gestion Sociale

et Ludovic TAPHANEL,
Docteur en sciences de gestion,
Professeur à l'IGS-RH

Dès lors, se pose la question de savoir à quels besoins répond exactement ce nouvel outil. Cet article prend tout d'abord le soin de délimiter les principaux besoins en matière d'informations extra-financières qui se font jour. Sur cette base, les points de rencontre avec le cadre de *reporting* promu par l'IIRC font l'objet d'un examen. Nous constaterons, via l'exemple de la formation en entreprise et par comparaison avec d'autres cadres de *reporting* extra-financier, que cet outil répond à certains besoins plutôt que d'autres. Tirant parti de ce constat, nous conclurons sur les voies d'évolution possibles d'un *reporting* non financier à la croisée des chemins [1].

Une demande plurielle en informations extra-financières

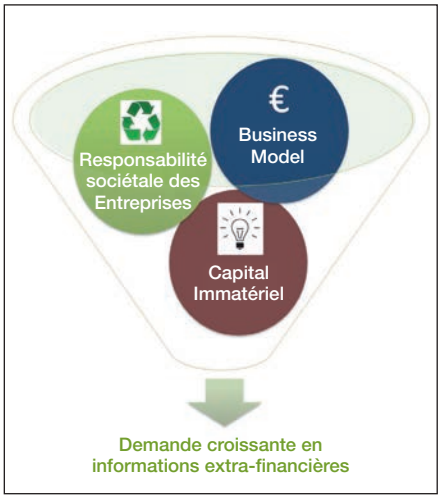
Pour comprendre ce qui se joue dans les mutations en cours du champ du *reporting* non financier, il semble nécessaire de distinguer les besoins sous-jacents aux principales demandes d'informations extra-financières.

• un premier besoin est un besoin de compréhension du *business model* et d'identification des *drivers* de la performance économique et financière de l'entreprise. Se pose alors bien entendu, dans le prolongement, la question de l'aptitude de l'entreprise à maintenir son avantage concurrentiel ;

• un second besoin est un besoin d'évaluation du capital immatériel dans une perspective de valorisation financière de l'entreprise. Les deux premiers besoins peuvent se recouper partiellement, l'évaluation du capital immatériel renvoyant largement à l'analyse des fondamentaux de l'entreprise ;

• un troisième besoin est un besoin de reddition d'une performance élargie de l'entreprise (économique, sociale et écologique). Se joue ici l'évaluation du degré de soutenabilité sociétale du modèle de développement de l'entreprise. Autant les deux premiers besoins ont pour origine principale le point de vue de l'investisseur financier et de ses auxiliaires (analystes financiers, évaluateurs), autant ce troisième besoin trouve sa source dans les attentes de parties prenantes non financières de l'entreprise (salariés/ IRP, pouvoirs publics, ONG…).

Figure 1 : Les moteurs de la demande en informations extra-financières



Le Reporting Intégré : une initiative internationale au milieu d'autres

Le cadre de référence promu par l'IIRC prend place dans un champ du *reporting* non financier travaillé depuis une bonne quinzaine d'années par une intensification de l'innovation. Cela se matérialise par la multiplication de référentiels et d'outils de reporting à l'échelle internationale et nationale [2].

L'IIRC est une coalition internationale regroupant des entreprises, des investisseurs, des autorités de réglementation, des autorités de normalisation, des repré-

Résumé

Face à une demande croissante et plurielle en informations extra-financières, deux tendances se dégagent en matière de *reporting*. La première vise à intégrer l'ensemble des éléments extra-financiers au sein d'un même outil, tandis que la seconde cherche à multiplier les outils pour répondre aux différents besoins informationnels. Chaque option est porteuse d'atouts et de limites, ce qui implique des arbitrages.

1. Voir JC Dupuis, "Reporting RSE, reporting de l'immatériel"*, RFC, n°493, décembre 2015, p. 60.*

2. Voir JC Dupuis, Économie et comptabilité de l'immatériel. Enjeux du reporting non financier*, 2014, Editions De Boeck, Bruxelles.*

sentants de la profession comptable et des ONG. Cette coalition est convaincue que l'information extra-financière est devenue au fil du temps, un millefeuille volumineux, complexe et coûteux, produisant de moins en moins de valeur informationnelle. Dans le prolongement, elle propose que le *reporting* des entreprises évolue vers une communication axée sur la capacité de l'organisation à créer de la valeur à court, moyen et long terme. Pour appuyer cette évolution, elle a élaboré un cadre de *reporting* [3] assez concis visant à intégrer les informations extra-financières et à les connecter à l'information financière. Même si les auteurs prennent le soin de préciser que « *le but premier du Rapport Intégré est d'expliquer aux apporteurs de capital financier comment l'organisation crée de la valeur au fil du temps* » [4], ils laissent entendre que leur référentiel serait porteur d'une approche inclusive [5]. Il pourrait conjoindre les attentes des différentes parties prenantes de l'entreprise, autrement dit, répondre, en partie ou en totalité, à leurs besoins informationnels. Ainsi, le Rapport Intégré serait « *cependant utile à l'ensemble des parties prenantes intéressées par la capacité de l'organisation à créer de la valeur, notamment le personnel, clients, fournisseurs, partenaires commerciaux, communautés locales, législateurs, autorités de réglementation et responsables politiques* » [6]. En d'autres termes, une telle approche du reporting pourrait également permettre d'apprécier la soutenabilité sociétale du modèle de développement de l'entreprise.

Pour saisir la portée du référentiel promu par l'IIRC, il convient de le situer par rapport à des référentiels ayant une visée moins intégrative et inclusive. Tel est le cas par exemple, des Lignes directrices pour le Développement Durable portées par la *Global Reporting Initiative* (GRI) et des *Wissensbilanzen*, modèles de rapport sur le capital intellectuel qui ont vu le jour en Allemagne et en Autriche.

La GRI s'est donnée pour mission de faire du *reporting* sur le Développement Durable une pratique courante. Ses lignes directrices [7] constituent le cadre de référence en matière de *reporting* sur la Responsabilité Sociétale et sur le Développement Durable. C'est aujourd'hui le cadre le plus utilisé à travers le monde. L'enjeu de ces lignes directrices est d'aider les entreprises à rendre compte de leurs performances et impacts économiques, écologiques et sociétaux et de permettre ainsi aux parties prenantes (*stakeholders*) d'évaluer la soutenabilité de leurs modes de développement. Pour ce faire, elles proposent une liste d'indicateurs de base et d'indicateurs complémentaires de nature quantitative et qualitative.

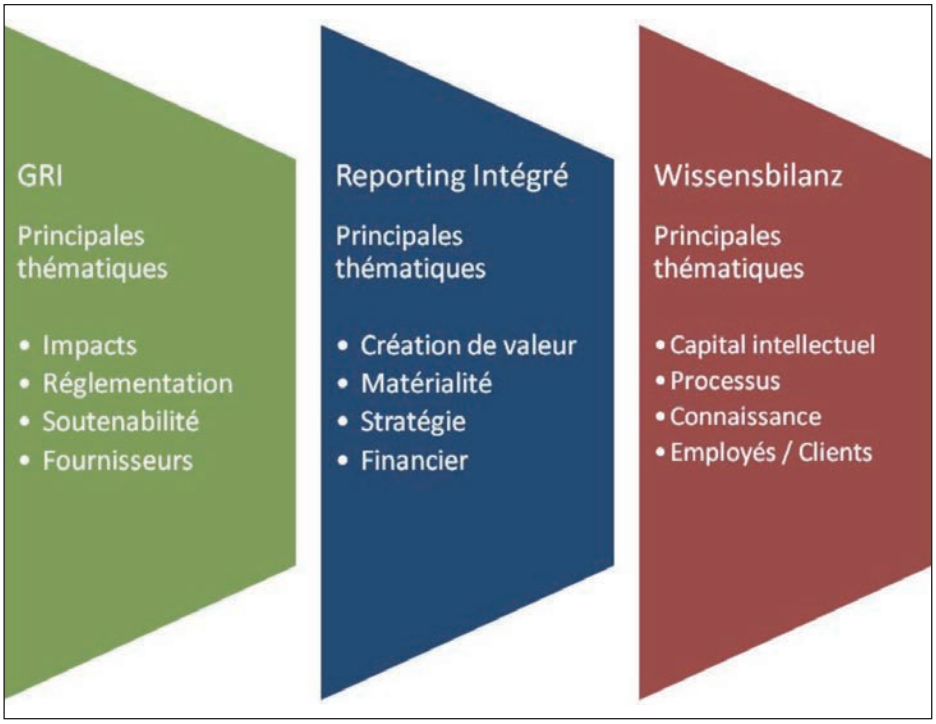
Une autre initiative internationale est celle des *Wissensbilanzen* développés en Allemagne et en Autriche. Ces bilans extra-financiers, développés dans le courant des années 2000 et soutenus dans chacun de ces pays par le Ministère de l'Économie, prolongent les initiatives scandinaves sur le capital intellectuel, lequel fait référence à l'ensemble des connaissances contrôlées par l'entreprise [8]. Élaborés en concertation avec et pour des entreprises intensives en capital intellectuel et en innovation, ils visent à permettre à ces entreprises d'expliquer leurs modèles de croissance et de compétitivité [9]. À l'image du cadre de référence du Reporting Intégré, aucun indicateur n'est standardisé. Chaque entreprise garde la liberté de mettre en œuvre le *reporting* le plus adapté à son propre *business model*.

Par comparaison avec le Rapport Intégré de l'IIRC, leur présentation fait apparaître que les Lignes directrices de la GRI et les Wissensbilanzen sont des outils informationnels plus spécialisés. Cela va de soi. Le cadre de référence promu par l'IIRC se veut en effet être un cadre intégrateur, une sorte de miroir panoptique de l'entreprise [10]. Reste à vérifier ce qu'il en est quand on entre dans la matérialité des outils.

L'exemple du *reporting* de la formation en entreprise

Afin d'illustrer et d'apprécier le degré de convergence et de divergence de ces

Figure 2 : Les lignes de force [11] des référentiels de la GRI, du Rapport Intégré et du *Wissensbilanz*



3. *IIRC (2013),* "Cadre de référence international portant sur le reporting intégré", *téléchargeable sur le site Web de l'IIRC.*

4. Ibid., *p. 6.*

5. *Au sens d'*Inclusive Stakeholder Approach. *Cela signifie que la matérialité d'une information est fonction de son importance pour une pluralité de parties prenantes. Autrement dit, elle n'est pas relative au point de vue d'une seule partie prenante, à commencer par les investisseurs financiers.*

6. Ibid.

7. *GRI (2013),* Lignes directrices pour le reporting développement durable. G4, *téléchargeable sur le site Web de la GRI.*

8. *Le capital intellectuel se compose du capital humain, du capital relationnel et du capital structurel. Il est une composante majeure du capital immatériel. Voir JC Dupuis,* Économie et comptabilité de l'immatériel. Enjeux du reporting non financier, *2014, Editions De Boeck, Bruxelles.*

9 .*Voir Edvinsson et Kivikas (2007),* "Intellectual capital (IC) or Wissensbilanz process: some German experiences", *Journal of Intellectual Capital, vol. 8, n° 3.*

10. *Et donc participer d'une* Inclusive Stakeholder Approach.

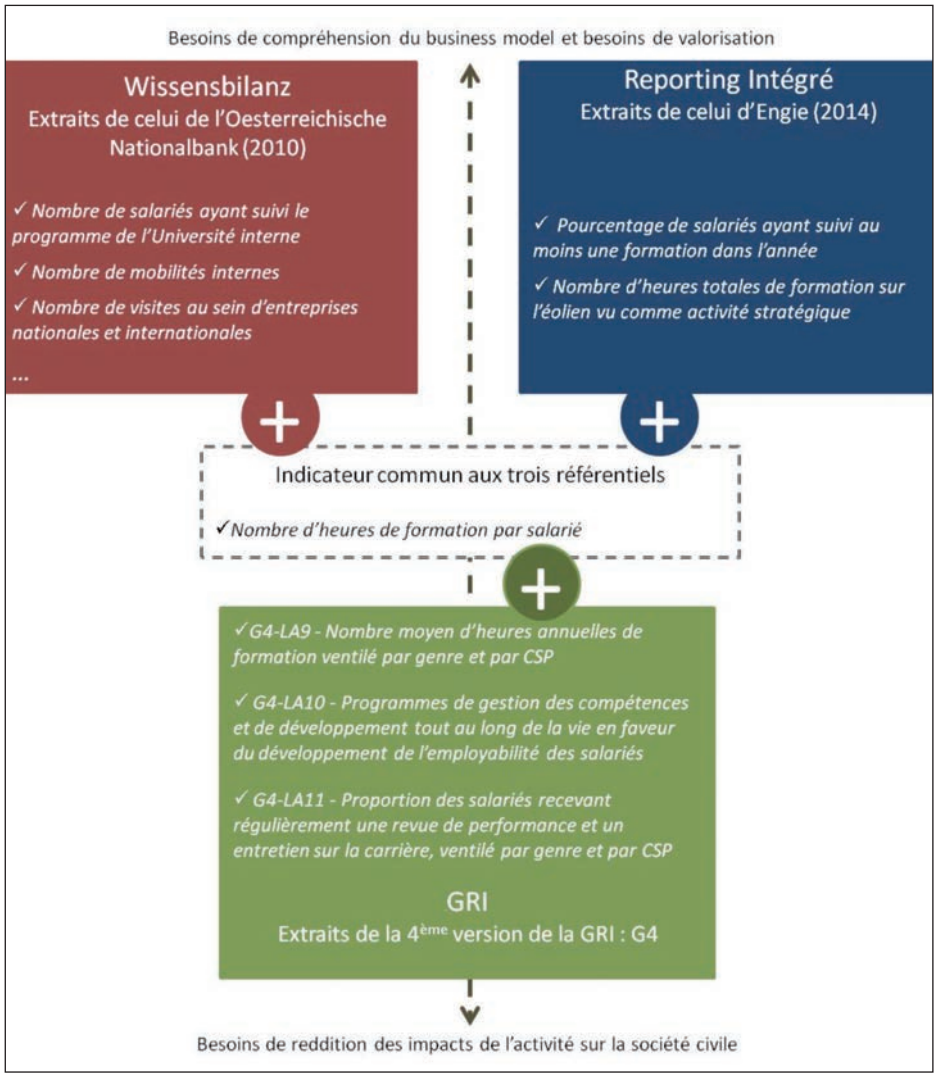
11. *Ces thématiques ont été identifiées via une analyse sémantique de chacun des trois référentiels menée sous Nvivo.*

démarches, nous avons choisi de nous centrer sur une thématique transversale à ces trois cadres de référence : la formation et le développement des compétences.

L'analyse confirme que les Lignes directrices de la GRI et les Wissensbilanzen sont des outils plus spécialisés. Ils comportent en cohérence un nombre plus élevé d'indicateurs sur la thématique de la formation en entreprise. Le cadrage à la commande de chacun des outils également n'est pas le même. Si les trois outils ont en commun un indicateur, le nombre annuel d'heures de formation par salarié, au-delà, une différence de traitement de la thématique apparaît. Ainsi, dans le cadre de la GRI, cet indicateur est complété et précisé via notamment sa ventilation en fonction des différentes catégories socioprofessionnelles de l'entreprise. Le focus porte ici sur l'égalité de traitement et l'entretien de l'employabilité des salariés. Lorsque ce même indicateur est pointé au sein des rapports issus du Wissensbilanz, le cadrage change. La compétence n'est plus étudiée à l'échelle de l'individu mais bien plus à celle de l'organisation. L'indicateur commun fait alors partie d'un panier d'indicateurs qui visent à décrire comment l'organisation entretient et développe son capital de compétences dans une perspective de compétitivité. Enfin, au sein du Rapport Intégré, la formation est pensée avant tout dans une logique d'investissement. Le rapport intégré d'*Engie* en témoigne via son soucis de montrer l'alignement de l'investissement formation avec la stratégie de l'entreprise, en l'occurrence son développement dans l'éolien.

Nous avons confirmation que ces outils ne visent pas à répondre aux mêmes besoins informationnels (*cf.* figure 3). De ce fait, ils ne sont pas façonnés par les mêmes critères de matérialité. Dans le prolongement, nous pouvons également constater que si le Rapport Intégré est doté d'une certaine capacité d'intégration et d'inclusion, il est loin d'être un miroir panoptique à 360 degrés, capable de répondre aux différents besoins des parties prenantes de l'entreprise.

Figure 3 : Convergences et divergences des référentiels sur les indicateurs de formation



De la nécessité d'arbitrer la tension intégration/ différenciation

L'intégration de l'information (au sein d'un même outil) conduit à l'ancrer dans une certaine matérialité. Bien que le Rapport Intégré promu par l'IIRC présente une certaine plasticité, il n'en demeure pas moins que l'information produite est relative à un certain point de vue et à une certaine hiérarchie de besoins informationnels. Il réduit donc la diversité des points de vue à l'œuvre. Par conséquent, il n'est pas neutre. Pour cette raison, penser qu'un rapport intégré pourrait être un modèle réduit qui viendrait seulement simplifier, c'est se méprendre.

Un seul et même outil ne peut répondre à la diversité des demandes en informations extra-financières. Tenter de répondre à une telle demande implique nécessairement une pluralité d'outils. Reste que l'option de la différenciation, à savoir la production d'outils différenciés, représente un coût certain, à commencer par un coût économique pour les producteurs de comptes.

Comme on le voit, chacune des options (intégration/différenciation) est vecteur d'avantages et d'inconvénients. Des tensions existent donc, tensions qu'il apparaît nécessaire de réguler et d'arbitrer. Cela passe par une mise en discussion dans des enceintes appropriées, de façon à ce que les critères d'efficience et d'efficacité n'aient pas l'exclusivité lors de l'arbitrage et que les critères du bon et du juste aient aussi droit de cité dans les débats. La consolidation du champ du *reporting* extra-financier n'est donc pas seulement une affaire de progrès et d'innovations techniques. Elle est aussi et surtout une affaire politique. ■

Abstract

Two trends emerged in the field of reporting to cope with a increasing and multifaced demand for non-financial information. The first one aims to integrating all the non-financial elements within a single tool, while the second one seeks to multiply tools to meet the different information needs. Each option carries strengths and weaknesses, which involves trade-offs.

Le *reporting* extra-financier comme réponse aux investisseurs de long-terme

Par Sébastien THÉVOUX-CHABUEL, Responsable de la recherche extra-financière, Comgest

"Accurate financial accounting data are neither inherently right nor wrong, they are only more or less useful for the questions that people want answered" [1]**. Cette citation rappelle une évidence souvent oubliée par les investisseurs : la comptabilité est une construction visant à révéler, sous une lumière choisie et subjective, l'activité, les résultats et le patrimoine de l'entreprise. En cela, elle correspond à une convention, au sens même de la théorie des conventions. Cette citation rappelle également que la comptabilité peut répondre ou non aux questions des parties prenantes de l'entreprise. Bien que les actionnaires de l'entreprise soient souvent la cible privilégiée des informations comptables produites dans le rapport annuel, ceux-ci n'y trouvent pas de réponse à la question essentielle suivante : comment l'entreprise compte-t-elle créer de la valeur ?**

Dans ses dernières recommandations, l'AMF propose par exemple, comment traiter les engagements hors bilan sur sept pages et les rémunérations des mandataires sociaux sur quinze pages. Et la seule demi-page dédiée au sujet de la création de valeur actionnariale précise que l'AMF laisse les professionnels décider de la façon de traiter la "chose". Si l'AMF et les entreprises évitent d'aborder ce sujet, c'est principalement du fait de sa complexité. Mais cette complexité ou l'absence de référentiel sur étagère ne doivent pas servir d'excuses, alors que la Directive européenne sur le *reporting* extra-financier s'apprête à offrir une merveilleuse opportunité de relever ce défi. Afin de faciliter ce processus, cet article détaille les trois éléments fondamentaux nécessaires à une bonne communication sur le sujet de la valeur créée.

Business model, pierre angulaire du *reporting* extra-financier

Tout d'abord, le *business model* doit servir de pierre angulaire au reporting extra-financier. Présenté sous une forme narrative ou graphique, le *business model* articule les liens entre les activités de l'entreprise, ses clients et la création de valeur en explicitant les différentes étapes et conditions de son émergence. Bien que le *business model* soit protéiforme [2], il cherche à décrire les différentes activités, de l'acquisition des matières premières jusqu'au client final, qui génèrent un nouveau produit ou service dont la valeur perçue par le client final est supérieure à son prix de vente et les coûts engendrés pour l'entreprise. La "valeur créée" émerge donc comme une différence d'utilités dont l'origine est la transformation opérée par l'entreprise, mais dont l'existence et l'étendue sont toujours conditionnées par le client et les effets qu'il ou elle recherche (transformation d'*input* en *output* pour l'entreprise et recherche d'outcome par le client via l'*output* de l'entreprise). Dès 1954, Peter Drucker définissait la valeur créée par l'entreprise en ces termes : « *It is the customer alone whose willingness to pay for a good or for a service converts economic resources into wealth, things into goods. What the business thinks it produces is not of first importance… Quality in a product or service is not what the supplier puts in. It is what the customer gets out and is willing to pay for... And what the customer buys and considers value is never a product. It is always utility, that is, what a product or service does for him. And what is value for the customer is anything but obvious* ». Nous invitons donc les entreprises à préciser les impacts et les effets de leur proposition de valeur sur leurs clients. Outre démontrer la capacité de l'entreprise à monétiser une partie de la valeur créée pour ses clients, la description du *business model* doit permettre également d'identifier les compétences et ressources nécessaires pour opérer cette transformation permettant l'émergence d'une utilité spécifique pour les clients (savoir-faire, réseaux de distribution, partenaires, marques, etc.). Enfin, le *business model* doit expliciter les choix organisationnels et de positionnement au sein de chaîne de valeur, en insistant sur les avantages et inconvénients qui en résultent en termes de flexibilité, de compétitivité et de sécurité d'accès aux compétences, ressources et actifs nécessaires à l'activité. Décrire intelligemment son *business model* n'est pas trivial mais une société comme Sodexo le fait très bien dans ses documents de référence. De plus, force est de constater que l'ANC en France, le FRC au Royaume-Uni ou l'EFRAG pour l'Europe ont pris position en faveur de son utilisation pour le reporting financier [3]. De la même façon, l'IIRC [4] pour le rapport intégré en fait un des pivots de son *framework*. Autant donc s'y préparer au plus vite.

Communiquer dans le contexte du projet d'entreprise

Les entreprises doivent pouvoir dire de façon claire et synthétique, pourquoi elles existent. Trop souvent, leur raison d'être semble oubliée ou diluée dans un imbroglio inextricable. Trop prescriptif sur les éléments de contenu, l'article 225 de la loi Grenelle II s'est souvent traduit par la production de rapports RSE sans intérêt ni pertinence, car ces rapports ne sont pas suffisamment spécifiques au projet de l'entreprise. Dès 1954, Peter Drucker donnait ce qui reste encore aujourd'hui une des meilleures définitions de la responsabilité sociale d'une entreprise : « *The proper "social responsibility" of business is to… turn a social problem into economic opportunity through economic benefit for customers, into human competence and well-paid jobs for employees, and into wealth for shareholders* ». En commençant par cette question « *quels sont les problèmes*

1. *Hulten & Hao dans* "Intangible Capital and the "Market to Book Value" Puzzle", *novembre 2008*

2. *Voir M. Eyquem-Renault,* "Analyse pragmatique du Business model", *Thèse 2011.*

3. *http://www.anc.gouv.fr/files/live/sites/anc/files/contributed/A_Recherche/C_Travaux%20proactifs_Efrag/2013/RESEARCH_PAPER_BUSINESSMODEL_2013_12_18.pdf*

4. *Voir J.C. Dupuis et L. Taphanel,* "Vers une information extra-financière intégrée ?", *dans ce dossier, p. 39.*

sociaux que je cherche à transformer en opportunités économiques en créant des bénéfices-clients nouveaux ? », les entreprises se donnent les moyens de parler intelligemment et positivement de leur RSE et ainsi de faire le lien avec leur proposition de valeur. Pour emprunter une analogie à la comptabilité, les actifs immatériels et la RSE peuvent se lire comme un système en partie double avec des emplois et des ressources, un actif et un passif et un débit et un crédit. Cette mise en contexte du projet (*Purpose*) de l'entreprise permet généralement de mieux éclairer ses choix ou de construire sa cohérence, alors qu'une traditionnelle matrice de matérialité donne l'impression d'une RSE subie, voire acceptée sous la menace. Si répondre à cette question de la raison d'être paraît saugrenue à certains, nous les invitons à parcourir les documents de références 2014 de *Dassault Systèmes* (p. 9), de *l'Oréal* (p. 7) ou d'*Essilor* (p. 5). Au travers de notions comme *purpose* ou mission, ces trois entreprises rappellent qu'il faut toujours commencer par le "pourquoi" avant d'articuler le "quoi" ou le "comment". A nouveau, citons Peter Drucker en rappelant que : *« Because it is the purpose of business to create a customer, any enterprise has two, and only two, basic functions: marketing and innovation. Marketing and innovation produce results all the rest are "costs" »*. En effet, trop d'entreprises oublient qu'il ne peut y avoir de création de valeur durable sans innovation. Or, pour innover, il faut généralement être convaincu de l'importance et de l'urgence de sa "mission". Les entreprises qui ont le souci sincère et la capacité réelle d'innover savent quel type de valeur apporter à leurs clients et publient généralement des documents de référence de bien meilleure qualité (outre *L'Oréal*, *Dassault Systèmes*, et *Essilor*, nous pourrions citer *Gemalto* ou *Gecina*). Il s'agit bien ici d'innovations au service des clients et susceptibles d'avoir un impact sur les ventes et les profits de l'entreprise. Trop souvent, les entreprises parlent d'innovation sans disposer d'une vraie culture client et sans que l'investisseur puisse percevoir le moindre impact de ces innovations sur les ventes (innovations forcées par le jeu concurrentiel).

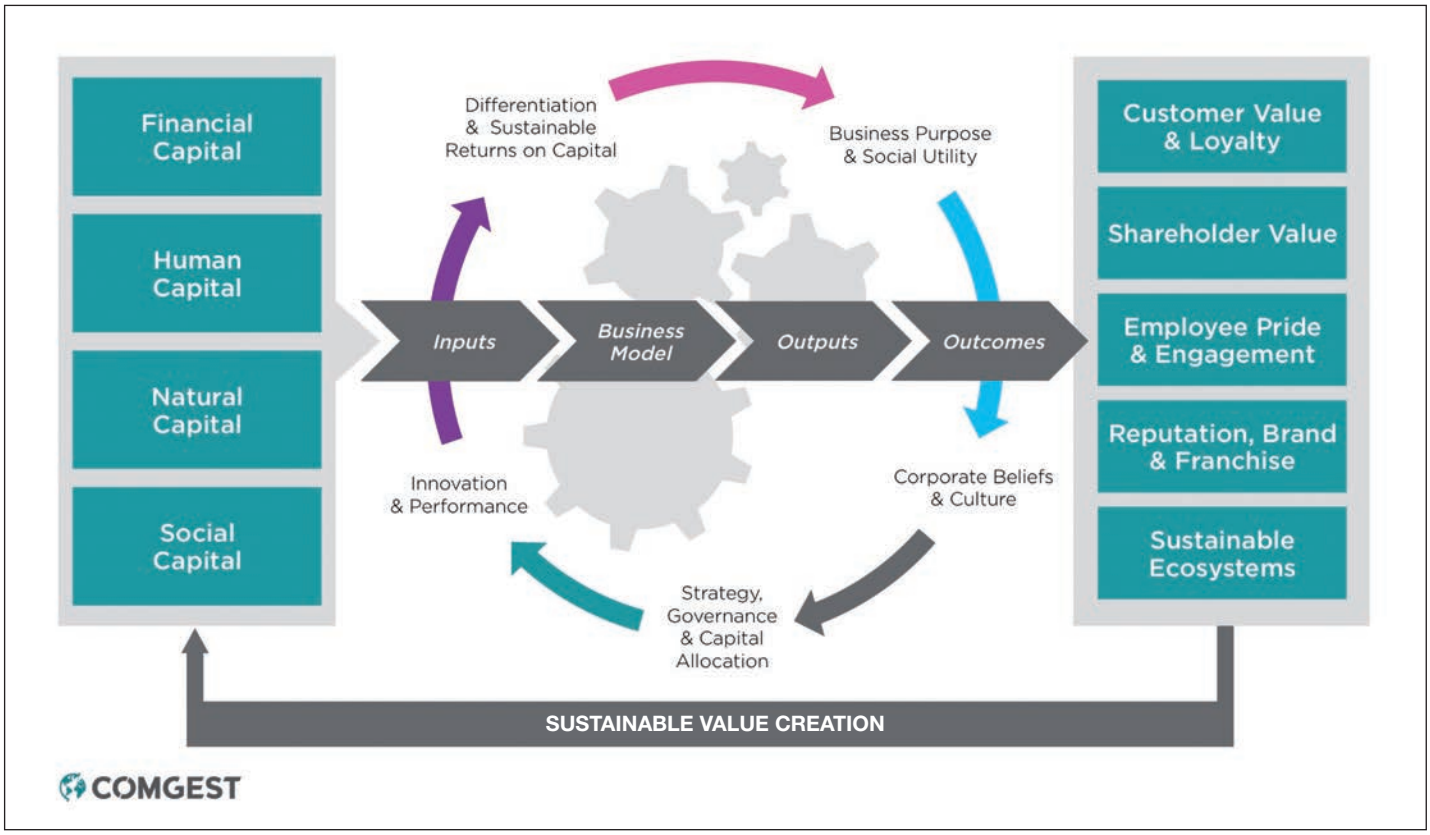
Communiquer sur sa singularité

Enfin, il serait souhaitable que les entreprises s'expriment sur leur culture, leurs croyances ou ce que certains appellent leur "singularité"[5]. Beaucoup d'entreprises parlent de stratégies et de l'importance de leurs bonnes exécutions mais oublient que leur culture conditionne l'exécution. Peter Drucker disait très justement *« Culture eats strategy for lunch »*. Certaines stratégies ne sont tout simplement pas compatibles avec certaines cultures et il est bien plus aisé et rapide de changer de stratégie que de culture. De la même manière, rien n'a autant d'importance sur la capacité à innover que la culture d'une entreprise. Ceux qui pensent encore qu'un pourcentage des ventes dédié à la R&D peut servir d'indicateur sur cette capacité à innover n'ont rien compris.

En conclusion, la Directive européenne sur le reporting extra-financier devrait être perçue comme une réelle opportunité pour les entreprises de décrire en quoi elles sont uniques, au travers de leur *business model*, de leur histoire et leur projet, et la culture d'entreprise qui en résulte. Idéalement, la narration de cette singularité doit permettre à l'investisseur de long-terme de comprendre la nature de la valeur qu'elles créent et des avantages compétitifs dont elles disposent. Les multiples références à Peter Drucker dans cet article montrent que ces éléments ne sont ni nouveaux, ni fantaisistes, mais servent seulement à répondre à cette question, laissée trop souvent sans réponse et pourtant essentielle : *« comment l'entreprise crée-t-elle de la valeur et justifie son existence ? »*.

Le schéma ci-dessous peut servir de référentiel pour analyser la création de valeur. ■

5. *Voir P. Mathieu,* La revue des marques*, n° 78, avril 2012, http://www.prodimarques.com/documents/gratuit/78/_pdf/Business-as-unusual.pdf*



REPORTING NON FINANCIER

De quoi les entreprises rendent-elles compte dans leur rapport de responsabilité sociale ?

Par Fouad BENSEDDIK, Vigeo, Directeur des Méthodes

La responsabilité sociale se déploie sur deux dimensions, l'engagement et la reddition. L'engagement se définit à l'endroit des parties prenantes et consiste à prendre en compte leurs attentes légitimes, leurs intérêts et leurs droits dans la stratégie et les opérations de l'entreprise. L'autre modalité consiste à rendre compte aux parties en question des objectifs précis poursuivis à leur égard, des processus et des moyens concrets mobilisés et des résultats obtenus.

Cette responsabilité n'est pas réductible à de la bienveillance morale. Elle est instrumentale. A ce titre, elle a besoin d'outils dédiés parmi lesquels le *reporting* compte pour beaucoup. Même, et surtout là où elle n'est pas une obligation légale, la reddition d'informations sur la responsabilité sociale contribue à améliorer les niveaux d'assurance sur la capacité des entreprises à maîtriser les risques qui peuvent affecter leur réputation, la cohésion de leur capital humain, l'efficience de leur organisation et de leurs opérations, leur transparence, leur acceptabilité sociétale et leur sécurité juridique. Le questionnement critique du *reporting* des entreprises et son croisement avec les informations et les prises de position de leurs parties prenantes sont au cœur de l'activité de notation de la responsabilité sociale.

Une étude de Vigeo, réalisée en 2014 [1], a montré que le *reporting* de responsabilité sociale est en train de s'universaliser. La disponibilité de l'information, en rapport avec les 300 indicateurs au regard desquels Vigeo attribue des scores et formule des niveaux différenciés d'assurance sur les engagements et les risques des entreprises cotées dans le monde, s'est améliorée de 4,2 points, atteignant 66 % pour la période 2012-2014. Les entreprises européennes conservent leur avance, mais les nord-américaines et celles de la zone Asie-Pacifique progressent : le taux d'information a augmenté de 2,9 points en Europe, contre 4 points en Amérique du Nord et 6,6 points dans la région Asie-Pacifique. Certaines entreprises, notamment en France et surtout dans le secteur bancaire, ont progressé de façon spectaculaire, atteignant des niveaux très élevés de transparence (99 %). Mais en moyenne, au niveau mondial, une entreprise cotée sur cinq fournit encore moins d'un indicateur sur deux.

Thèmes du *reporting*

Les thèmes du reporting sur la responsabilité sociale, en dépit de toutes les tentatives de normalisation, privées ou publiques, restent hiérarchisés :

- entre 2008 et 2010 comme entre 2012 et 2014, la gouvernance était le sujet le plus documenté : près de 87,5% des indicateurs sont renseignés au niveau mondial ;
- les deux thèmes suivants concernent l'éthique des affaires (notamment les mesures anticorruption) et la qualité de la relation avec les clients ;
- l'évolution la plus spectaculaire a concerné les facteurs environnementaux au sujet desquels la quantité des indicateurs publiés a augmenté de près de 10 points entre 2008 et 2014 ;
- en revanche, les facteurs au sujet desquels les entreprises fournissent le moins d'informations concernent le respect des droits de l'homme (droit syndical, négociation collective, non-discrimination et égalité professionnelle), l'emploi, les conditions de travail et les relations professionnelles avec des taux de disponibilité à la fois les plus faibles et les plus stagnants (près de 55 % de disponibilité et moins de 1 % d'amélioration entre 2008 et 2014).

Facteurs de motivation

Quatre grands facteurs agissent sur le comportement informationnel en responsabilité sociale :

- **le positionnement dans la chaîne de valeur** : les entreprises qui fournissent le plus d'informations sont majoritairement celles qui opèrent au contact du grand public ;
- **l'appartenance sectorielle** : les taux d'information moyens varient de 55,9% pour les secteurs des transports et du tourisme, à 79,3% pour les services aux collectivités, l'eau et la gestion des déchets ;
- **l'existence d'une obligation réglementaire** : le taux d'information moyen des entreprises cotées se limite par exemple à 49,8 % à Hong-Kong, contre 84,9 % en France. L'Afrique du Sud affiche un taux d'information (66,8 %) supérieur à la moyenne mondiale (66 %), suite à la mise en place d'une législation contraignante en matière de *reporting* RSE [2]. En Inde, depuis 2013, le *Companies Act* rend obligatoire la mise en place d'une stratégie RSE. Depuis 2006, les entreprises chinoises sont soumises à des règlementations contraignantes en matière de *reporting* RSE émanant du gouvernement et de certaines bourses, portant principalement sur des questions environnementales [3]. En 2012, la bourse de Hong-Kong a publié un guide du *reporting* [4] ;
- **l'engagement des directions générales et les orientations de leurs conseils d'administration**, ce facteur reste décisif : sous une même réglementation, dans un même pays, pour des secteurs et des produits identiques, les différences informationnelles sont importantes en raison des choix et des cultures des équipes dirigeantes.

1. "De quoi les entreprises rendent-elles compte ?", *Vigeo, novembre 2014. Cette étude a actualisé les données d'une première revue réalisée par Vigeo en 2010, à partir des rapports annuels publiés par 1 309 entreprises, en Europe, aux Etats-Unis, au Canada et dans la région Asie-Pacifique.*

2. *L'*Employment Equity Act *(1998) impose aux entreprises de moins de 150 employés de soumettre un rapport annuel sur l'équité en matière d'emploi des minorités. L'Air Quality Act (2004) obligeait les entreprises à définir des objectifs chiffrés en matière de qualité de l'air. Avec le Code de Gouvernance King III (mars 2010), toutes les entreprises sud-africaines cotées à la bourse de Johannesburg doivent produire un rapport intégré, exposant leur performance en matière de gestion des risques, non seulement financiers mais aussi sociaux et environnementaux.*

3. *La Green security law (2008) oblige les entreprises de 14 secteurs considérés comme les plus polluants, à rapporter des informations environnementales. En 2006, la bourse de Shenzen a publié des lignes directrices encourageant dans un premier temps le reporting RSE et le rendant obligatoire à partir de 2008.*

4. *Dans une communication du 21 décembre 2015, la bourse de Hong Kong a renforcé ses lignes directrices RSE pour les entreprises cotées, rendues obligatoires sous la règle du comply or explain.*
https://www.hkex.com.hk/eng/newsconsul/hkexnews/2015/151221news.htm

Conclusion

Le *reporting* n'est pas une activité coûteuse si la collecte et la consolidation des données sont intégrées à l'activité des métiers. Il importe que les indicateurs alimentent les revues de direction, les dispositifs d'audits et de gestion de risque.

Le rapport de responsabilité sociale n'a pas besoin d'être volumineux. La prolifération d'indicateurs juxtaposés est vaine et la seule vérification de sincérité du *reporting* par des tiers ne suffit pas à en assurer la pertinence. L'idée selon laquelle le reporting de responsabilité sociale puisse être au capital immatériel ce que le *reporting* financier est aux actifs matériels, est séduisante mais doit être considérée avec prudence.

Le *reporting* de responsabilité sociale doit aussi servir l'intelligibilité de la stratégie profonde et de l'information générale, y compris l'information financière. En grande partie narratif, il n'a pas vocation et ne dispose pas d'outils pour être converti en agrégats comptables et bilanciels.

Le *reporting* a vocation à faire ressortir les facteurs de responsabilité sociale les plus matériels pour les apporteurs de capitaux, investisseurs et prêteurs. Mais attention, les attentes et les intérêts des autres parties prenantes, en matière sociale, environnementale, de gouvernance ou d'éthique des affaires ne sont pas moins légitimes, ni moins matériels que ceux des acteurs financiers. ■

REPORTING NON FINANCIER

Recenser les capitaux immatériels pour créer de la valeur

Par Karine HILLAIREAU, CSR performance and rating, PSA Peugeot Citroën

PSA Peugeot Citroën publie chaque année un rapport RSE [1] dans lequel l'entreprise présente les actions qu'elle mène sur les enjeux ayant le plus d'impact sur sa performance économique : elle explique notamment comment elle transforme ses capitaux immatériels dans la chaîne globale de création de valeur du groupe.

PSA Peugeot Citroën, comme toute entreprise industrielle et commerciale, publie dans son document de référence un certain nombre de mentions environnementales et sociales, conformément à la législation Grenelle 2. Mais c'est surtout dans le rapport RSE que le groupe, s'appuyant sur une cartographie de 28 enjeux, décrit la chaîne de création de valeur telle qu'elle a été identifiée. Conscient et convaincu de l'importance de mieux valoriser l'entreprise, PSA Peugeot Citroën a souhaité intégrer dans sa chaîne de création de valeur un certain nombre d'enjeux RSE. Sur chacun de ces enjeux, le groupe mène des actions qui illustrent comment il transforme ses capitaux immatériels. Il s'agit de permettre aux parties prenantes de comprendre et de mesurer l'impact des actions du groupe relatives à ces différentes valeurs recensées, sur sa performance économique. En effet, cette approche économique des enjeux RSE/capitaux immatériels constitue une nouvelle préoccupation, en réponse à la demande des parties prenantes, très forte sur ce sujet.

Etat des lieux

Ce sont les investisseurs, par le biais des agences de notation extra-financières, qui cherchent à mesurer en quoi les différentes actions RSE des entreprises vont altérer ou, au contraire, enrichir leur performance économique et par conséquent, fragiliser ou conforter leur pérennité. En effet, contrairement aux investisseurs à visée exclusivement spéculative de court terme, les investisseurs de moyen et long terme se penchent sur ces analyses des capitaux immatériels et s'intéressent de près à la façon dont l'approche de la RSE de l'entreprise impacte à la hausse ou à la baisse la performance. Ils cherchent à comprendre comment les enjeux RSE sont pris en compte dans le *business model*.

Il ne s'agit en effet plus de décliner une liste d'indicateurs et de mesurer leur réalisation passée, comme sous l'empire de la loi NRE [2], mais de projeter des actions et d'en mesurer l'efficacité sur la performance économique de l'entreprise. Il s'agit donc **d'identifier les valeurs et les capitaux qui ont un impact sur la performance économique et de les faire croître ou de les protéger par des actions dédiées**.

Recensements des enjeux

La liste des enjeux a d'abord été établie par le Groupe à partir des attentes exprimées par les différentes parties prenantes (sous-traitants, communauté financière, pouvoirs publics, partenaires sociaux, clientèle, collectivités locales).

Les 28 enjeux ainsi recensés se répartissent en 6 thématiques :
- ressources humaines (par exemple, diversité et égalité des chances, attraction, développement et rétention des talents) ;
- éthique, gouvernance et économie (par exemple, transparence et intégrité des pratiques d'influence, éthique dans les relations d'affaires) ;
- mobilité durable (par exemple, qualité de l'air, innovation technologique) ;
- achats (par exemple relation fournisseurs et pratiques d'achat) ;
- écologie industrielle (par exemple, déchets et cycle des matériaux, rejets et nuisances industriels) ;
- sociétal (par exemple, gestion des données personnelles des clients, implication dans la vie des territoires, mécénat et philanthropie).

Chaque enjeu est ensuite coté selon deux axes d'analyse : son impact sur la performance économique et le niveau d'attente des parties prenantes. Cette cotation permet de distinguer les enjeux les plus stratégiques, les enjeux importants et les enjeux d'importance modérée [3].

Pour chacun des 28 enjeux, un engagement et une feuille de route ont été formalisés. Chaque année, le Groupe publie en toute transparence son avancement.

***Remarque** : Le groupe PSA s'appuie sur un réseau d'une dizaine de correspondants dans les différents métiers qui utilisent à leur tour des relais. Les objectifs sont ensuite discutés et décidés en comité exécutif. Cette procédure d'identification des enjeux et des objectifs requièrent une organisation fondée sur la transversalité et la coopération.*

Capitaux immatériels dans la chaîne de valeur

L'entreprise peut être vue comme une organisation qui transforme des stocks de valeurs pour les faire croître ou les protéger. Ces stocks de valeurs ne peuvent être réduits aux capitaux matériels. Les capitaux immatériels constituent indubitablement des ressources que les entreprises doivent savoir utiliser dans leur chaîne de création de valeur. L'entreprise augmente sa valeur ajoutée dès lors qu'elle saisit les opportunités offertes par ces capitaux et dès lors, qu'elle démontre qu'elle a su réduire ses risques, grâce au bon usage de ces capitaux.

Les résultats se traduisent en valorisation de l'entreprise, en termes de *pricing power*, réputation, coût de financement, coût de fabrication, climat social, acceptabilité dans les territoires d'implantation, attractivité vis-à-vis des talents…

1. Rapport RSE 2014, consultable sur : http://interactivedocument.labrador-company.com/Labrador/FR/PSA/RapportRSE2014/

2. L. 2001-420 du 15 mai 2001.

3. Rapport RSE 2014, p. 22.

Lorsque la présentation du *business model* d'une entreprise intègre l'utilisation de ses capitaux immatériels, les parties prenantes peuvent être rassurées : l'entreprise sait où sont ses risques et saisit les opportunités. Ces éléments viennent étayer son plan stratégique et le consolider. Ils sont de nature à conforter la confiance des investisseurs et des clients. En effet, en faisant progresser la valeur de l'entreprise, on la valorise dans l'esprit des parties prenantes. Ainsi par exemple, sur le marché automobile, les clients grands comptes qui achètent des flottes de véhicules sont sensibles aux performances RSE de leurs fournisseurs.

Illustration : prenons dans le rapport RSE, un certain nombre de valeurs immatérielles inscrites dans la chaîne de création de valeur

■ ***Les enjeux de la mobilité durable sont :***

- *l'émission de CO_2 des véhicules et la consommation de carburant ;*
- *la qualité de l'air ;*
- *la qualité et la sécurité des véhicules ;*
- *l'innovation technologique ;*
- *la satisfaction client ;*
- *l'impact environnemental des matériaux et de la fin de vie des véhicules ;*
- *les offres de services de mobilité.*

S'agissant de l'innovation technologique précisément, celle-ci se traduit par le nombre de brevets déposés qui permet de[4] *:*

- *créer et optimiser des coopérations afin de générer des volumes de vente ;*
- *de générer des revenus ;*
- *d'attirer et de conserver des talents ;*
- *de conforter sa réputation en matière de technologie et de valoriser ses inventions auprès de ses clients et des autres parties prenantes (par exemple, le filtre à particules additivé).*

En protégeant l'innovation et en augmentant le nombre de brevets, PSA a pour objectif de se différentier par rapport à la concurrence.

S'agissant de la qualité des produits, le rapport note qu'elle permet de :

- *baisser en quatre ans le coût des contrôles et retouches qualité en usine de 7,5 euros/véhicule produit en Europe (grâce à l'augmentation des véhicules sans défaut lors de la validation finale et à la réduction des avaries subies lors des transports) ;*
- *de réduire les dépenses de garantie : sur une base de dépenses 100 en 2006, le Groupe a dépensé à isoconditions 43 en 2012 (- 57 %/2006), et 38 en 2014 (- 11,5 %/2012) ;*
- *de réduire les provisions de garantie de 68 millions d'euros en 2014 ;*
- *d'accroître de 50 % les ventes de contrats d'extension de garantie depuis 2010. En 2014, par exemple, ce chiffre d'affaires a représenté 102 millions d'euros dans les cinq plus grands marchés européens.*

■ ***Les enjeux de la politique Ressources humaines sont***[5] *:*

- *gestion de l'emploi et dialogue social ;*
- *attractivité, développement et rétention des talents, avec un objectif affiché pour l'année, de faire bénéficier 2 salariés sur 3 d'au moins une action de formation ;*
- *diversité et égalité des chances, avec un objectif affiché de compter 11 % de femmes dans la population des cadres supérieurs et dirigeants (vs 5 % en 2008 à l'engagement de la démarche);*
- *diversité et égalité des chances ;*
- *droits de l'homme et liberté syndical.*

Il est pour l'instant difficile d'isoler et de mesurer précisément l'impact d'un enjeu sur la performance économique globale d'une entreprise. Quant à l'impact d'un enjeu sur la valorisation d'une entreprise, il est encore plus difficile à quantifier lorsque l'on voit les phénomènes de contagion sur les marchés boursiers, lors de la survenance d'un évènement défavorable chez un concurrent (par exemple, la fraude révélée chez Volkswagen). Or, ces effets de contagion ne sont ni maîtrisables, ni mesurables.

Perspectives de l'information extra-financière

L'IIRC a publié un cadre de référence pour l'élaboration d'un rapport intégré[6] destiné à l'ensemble des parties prenantes et offrant une vision globale du *business model* et des perspectives. Il constitue une base de travail et des *guidelines*. Le groupe PSA reste ouvert sur les méthodologies : pour l'heure, il publie un document de référence en qualité de société cotée et un rapport RSE[7] dont la première partie présente déjà la prise en compte des enjeux RSE dans la chaine de création de valeur et s'achemine vers un *"strategic report"*.

La lecture des différentes publications révèlent aujourd'hui que les entreprises doivent mieux structurer leur rapport. Les plus importantes ont déjà fait cet effort mais les autres peinent encore à développer cet aspect non financier de leur communication.

D'une manière générale, il conviendrait que le législateur intervienne pour améliorer l'organisation et la lisibilité du *reporting* RSE réglementaire, afin d'assurer la comparabilité de l'information, plutôt que d'en alourdir le volume. En effet, les dispositions prescriptives sont considérées comme autant de charges supplémentaires et font perdre de vue l'objectif de cette information extra-financière.

Donner du sens et de la cohérence à l'information amènerait les entreprises à percevoir ce rapport différemment : en effet, fournir ces informations extra-financières doit venir étayer la description du *business model* de l'entreprise et permettre de comprendre comment elle s'y prend pour créer de la valeur.

Appréhender le sujet de cette manière permettrait de montrer que livrer cette information extra-financière ne constitue pas une charge supplémentaire mais constitue en réalité un levier de performance qui la transforme en opportunité. ■

4. *Rapport RSE 2014, p. 40.*

5. *Rapport RSE 2014, p. 88.*

6. *Voir JC Dupuis et L. Taphanel,* "Vers une information extra-financière intégrée ?", *dans ce dossier, p. 39.*

7. *Voir F. Benseddik,* "De quoi les entreprises rendent-elles compte dans leurs rapports de responsabilité sociale", *dans ce dossier, p. 44.*

EVALUATION

L'évaluation de l'immatériel face au manque de pertinence des données financières

Par Hélène TREBOSC-CAMPILLO,
Expert-comptable,
Commissaire aux comptes,
Co-pilote du Groupe de travail du GT48 "Evaluation de l'immatériel"
(Académie des Sciences et Techniques Comptables et Financières)

Au cours de ces dernières années, l'évaluation des entités économiques a connu de profondes évolutions conceptuelles sous l'influence de la structuration de la théorie financière. Avec l'extension du périmètre de l'évaluation aux actifs incorporels de l'entreprise, ce sont non seulement les approches ou les méthodes qui sont en question, mais aussi les techniques permettant de les appliquer.

Le capital immatériel est aujourd'hui reconnu comme le levier de la création de valeur majeur dans toutes les organisations. Les récentes études confirment que l'immatériel constitue la première richesse de l'entreprise et que cette part s'accroît (selon la banque mondiale, l'économie française est immatérielle à 86%). L'évaluation de l'immatériel mobilise tous les acteurs de l'économie et fait l'objet d'un nombre important de recherches académiques et de publications. Pourtant, les acteurs professionnels sont confrontés au manque de pertinence des données financières et extra-financières et ce, dans une économie de plus en plus immatérielle.

Selon les normes comptables en vigueur, la plupart des investissements dits immatériels sont passés en charges en comptabilité lorsqu'ils sont encourus, entraînant une distorsion de l'information comptable puisque le principe fondamental de rattachement des charges aux produits n'est plus respecté. Par ailleurs, la valeur des immatériels n'étant pas normée, les entreprises recourent à des indicateurs dont la valeur est parfois étrangère à toute action des dirigeants. Ainsi, le lien entre les informations relatives aux actifs immatériels et les indicateurs financiers s'avère fragile et cette imprécision génère un risque informationnel et donc décisionnel élevé.

Résumé

Les auditeurs ont une approche de la création de la valeur qui répond à une logique managériale et organisationnelle. Le traitement des données dont disposent les auditeurs légaux pourrait permettre une avancée considérable dans la validation d'indicateurs relatifs au capital immatériel et ouvrir la voie à la création d'un référentiel permettant son évaluation.

Définitions

Evaluation de l'immatériel

A l'ère du *BigData* et de la transparence, les "consommateurs" d'informations économiques cherchent de plus en plus à comprendre la culture et les valeurs d'une entreprise. Ils veulent analyser son "comportement" et non plus seulement ses actifs nets, tels que présentés dans ses comptes.
L'évaluation de l'immatériel ouvre la voie à la création d'autres références, d'autres indicateurs. Il convient de commencer par définir ces deux mots si peu souvent associés : évaluation et immatériel.

Evaluer

L'évaluation est le rapport que l'on entretient avec la valeur (processus mental de l'agir humain). Elle "varie" en fonction de l'évaluateur mais elle "varie" aussi, pour un même évaluateur, dans le temps. Toute démarche d'évaluation peut viser, soit le contrôle, soit l'accompagnement. La démarche d'évaluation suppose une conduite et une mise en œuvre indépendante (principe de gouvernance) et un niveau conceptuel élevé (appréhension globale de l'entité évaluée). Toute action est adossée à des processus d'évaluation qui sont tantôt des vérifications de la conformité de nos actes, tantôt de l'auto-questionnement.

Remarque : mesurer (étalon) et évaluer (jugement) ont des sens différents. Mesurer, c'est relier une grandeur à un symbole.

Immatériel (ou intangible)

Réduire les actifs immatériels à une définition ou à une liste serait une erreur. Le terme immatériel ou intangible englobe différentes notions qui, tout en présentant une certaine complémentarité, n'en sont pas moins différentes sur la forme et sur le fond : on parle des investissements intangibles, des actifs intangibles, du capital intangible…

Selon le monde académique et conformément aux études économiques, le terme est relié à la notion d'actif sans substance physique. C'est pourquoi les actifs immatériels ont été perçus jusqu'à présent comme "gazeux" ou "volatils", notamment par les sciences financières et comptables.

Vers une nouvelle définition comptable

Selon l'IAS 38, une immobilisation incorporelle est un actif non monétaire identifiable sans substance physique. Un actif répond au critère d'*identifiabilité* lorsqu'il est séparable ou s'il résulte de droits contractuels ou d'autres droits légaux, que ces droits soient ou non cessibles ou séparables de l'entité.

En pratique, on distingue trois catégories majeures d'intangibles :
• Les intangibles pour lesquels les droits de propriété sont relativement clairs et pour lesquels les marchés existent (peuvent être achetés, vendus) :
- les actifs tels que brevets, droits d'auteur, marques et nom commercial ;
- les accords commerciaux, licences, contrats exécutoires et bases de données.
• Les intangibles contrôlés par la firme mais pour lesquels les droits de propriété

les protégeant légalement peuvent ne pas exister et pour lesquels les marchés sont rares, voire même inexistants (R&D en cours, secrets commerciaux, capital réputation, systèmes de gestion de propriété et les processus d'affaires...) ;
• Les intangibles pour lesquels l'entreprise a peu de droits de contrôle et pour lesquels les marchés sont inexistants et qui sont associés aux gens travaillant pour l'entreprise (actifs humains, actifs structurels (ou organisationnels), actifs relationnels, c'est à dire les composantes du capital intellectuel…).

D'autres définitions nous semblent aujourd'hui plus adaptées et pourraient être :
• Un investissement intangible qui incorpore une part de connaissance dominante dans le but de contribuer à la compétitivité.
• Un actif de long terme, assorti d'une politique d'investissement, en résonnance avec la capacité à rassembler une intelligence collective.

C'est pourquoi, l'évaluation de l'immatériel pourrait et devrait permettre la détermination de mesures conventionnelles, attachées à la stratégie de l'entreprise, des actifs au caractère évolutif que les méthodes généralement admises ne permettent pas d'évaluer.

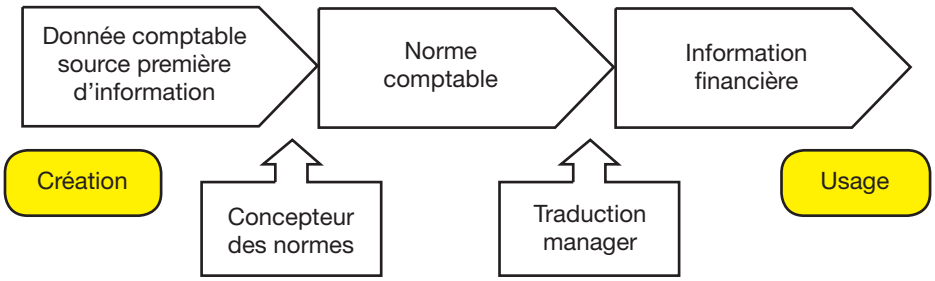
Traitement de l'information relative à l'immatériel : fiabilité ou pertinence ?

La simple perception d'une information relative à un actif volatil semble s'opposer à la possibilité de réaliser toute forme d'inventaire, de suivi, de maîtrise, de mesure et surtout de certitude. On peut, par conséquent, s'interroger sur la possibilité de traiter correctement les données relatives à l'immatériel en vue d'obtenir une information pertinente…

Pour qu'une information soit pertinente, elle doit être "traduite" et devenir "sensée". Le langage socio-économique a besoin de son dictionnaire et de sa grammaire, il a besoin de ses normes et de son cadre conceptuel.

Une donnée comptable est initiée par un événement, ici la création de l'immatériel. Ainsi, la donnée décrivant l'événement est la source première de l'information. En pratique, les normalisateurs, par la création de standards, proposent une conception de la comptabilisation des immatériels. Ces données créées par les normalisateurs sont reçues par les préparateurs des états financiers comme des nombres comptables.

***Remarque** : c'est la valeur d'usage de l'information qui confère aux nombres comptables leur pertinence. C'est leur fiabilité qui assure l'objectivité scientifique des critères de reconnaissance et d'évaluation.*



En confrontant les concepts apportés par la théorie des systèmes d'information à ceux de la théorie comptable, il apparaît que la qualité première de la représentation d'un immatériel est sa pertinence, mais que seule sa fiabilité garantit la reconnaissance d'une information formelle et quantitative. On se heurte ici au problème principal : les actifs immatériels désignent à la fois un acquis et un potentiel et sont toujours en évolution.

Pour le gestionnaire préparateur de comptes, c'est la valeur d'usage attribuée à l'information dans le temps qui est primordiale (potentiel), alors que pour le normalisateur, concepteur de données comptables, l'image d'un immatériel est confirmée par la fiabilité attachée à sa représentation à un moment donné (acquis). Si l'on considère que la valeur informative d'une donnée produite "*just on time*" dépend de la projection qu'elle établit entre le passé et le futur, il paraît difficile de réfléchir à une possible évaluation de l'immatériel sans refondation des systèmes d'information et donc du référentiel comptable élaboré par l'IASB.

Limites liées au cadre conceptuel et aux normes applicables

La profession comptable est confrontée aux limites liées au cadre conceptuel et aux normes applicables. On ne peut en effet que constater la focalisation financière de l'IASB et l'incompatibilité de son cadre conceptuel avec l'objectif de durabilité et la reconnaissance des immatériels. Il suffit de prendre connaissance de certains paragraphes du cadre conceptuel :
• CC 1989 paragraphe 10 : cette affirmation est discutable : « *Comme les investisseurs sont les apporteurs de capitaux à risque de l'entité, la fourniture d'états financiers qui répondent à leur besoin répondra également à la plupart des besoins des autres utilisateurs susceptibles d'être satisfaits par les états financiers* » ;
• CC 1989 paragraphe 19 : la manière dont l'IASB conçoit la performance est purement financière : « *L'information sur la situation financière est principalement fournie dans un bilan. L'information sur la performance est principalement fournie dans un compte de résultat* ».

Approche de l'auditeur

Face à cette problématique, il paraît intéressant de changer de prisme ou de "casquette" et d'aborder le sujet sous l'approche de l'auditeur, systémique, stratégique et toute en nuances.

L'audit légal, examen auquel procède un professionnel compétent et indépendant, en vue d'exprimer une opinion motivée sur la régularité, la sincérité et l'image des comptes annuels ou consolidés d'une entreprise, est une mission particulièrement formalisée. Dans le dossier de travail du commissaire aux comptes, sont recensées des informations quantitatives et qualitatives permettant d'alimenter plus de 80 % des données requises par l'outil de notation Thésaurus Bercy [1]. Le

Abstract

Auditors have an approach of value creation which follows a managerial and organizational logic. Data processing the statutory auditors have access to, could contribute significantly to validate many indicators related to intangible assets and help to draw up an evaluation framework.

1. Le Thésaurus constitue un référentiel d'évaluation, de mesure et de valorisation des actifs immatériels à destination des entreprises.

dossier de l'auditeur pourrait être la véritable base de l'évaluation de l'immatériel.

Est ainsi mise en évidence la corrélation entre les données indispensables à la réalisation d'une mission d'audit qui se trouvent dans les dossiers normalisés et les composantes du capital immatériel proposées par le thésaurus Bercy dans sa méthodologie de l'évaluation de l'immatériel.

Revenons sur la principale interrogation qui est celle de la fiabilité de l'information. Une base de données alimentée par les données extraites des dossiers des commissaires aux comptes deviendrait suffisante pour permettre de rendre l'information mesurable parce que comparable. Cette première étape ouvrirait le champ des possibles, initierait la détermination de mesures conventionnelles et permettrait de grandes avancées quant à l'évaluation de l'immatériel.

Ainsi, à l'examen précis d'un programme de travail d'audit financier par cycle, on observe aisément que les travaux relatifs aux cycles :
• ventes / clients permettent d'évaluer le Capital client ;
• immobilisations corporelles et incorporelles permettent d'évaluer le Capital marques ;
• fonds propres permettent d'évaluer le Capital actionnaire ;
• personnel et organismes sociaux permettent d'évaluer le Capital humain.

A la lecture de l'ISA 315, on relève que l'auditeur apprécie :
• le marché et la concurrence, y compris la demande, la capacité de production et la concurrence sur les prix ;
• l'activité cyclique ou saisonnière ;
• la technologie des produits fabriqués par l'entité ;
• l'approvisionnement énergétique et son coût ;
• les principes comptables et les pratiques spécifiques au secteur d'activité ;
• le cadre règlementaire propre à un secteur d'activité règlementé ;
• le cadre législatif et règlementaire qui affecte de manière importante les opérations de l'entité, y compris la supervision directe exercée par les régulateurs ;
• la fiscalité ;
• les politiques gouvernementales affectant la conduite des affaires courantes de l'entité, telles que la politique monétaire, la politique fiscale, les incitations financières ainsi que la politique de tarification ou de restrictions commerciales ;
• les exigences environnementales affectant le secteur d'activité et les opérations de l'entité.

***Remarque** : la NEP 315 est un excellent outil d'évaluation des actifs fondamentaux et plus particulièrement, du Capital organisationnel, du Capital système d'information, du Capital environnemental et sociétal, du Capital fournisseur/partenaire, du capital clients, du Capital technologique, du capital marques, du capital naturel…*

Examinons un autre extrait de l'ISA 315 :
A29 : L'entité exerce ses activités dans un contexte caractérisé par des facteurs sectoriels et règlementaires et par d'autres facteurs internes et externes. Selon ces facteurs, la direction de l'entité ou les personnes constituant le gouvernement d'entreprise définissent des objectifs qui constituent des plans stratégiques globaux de l'entité. Les stratégies se définissent comme la démarche par laquelle la direction pense atteindre ses objectifs.

Il est ici question d'immatériel et uniquement d'immatériel. Le commissaire aux comptes l'apprécie et l'évalue sans référentiel et pourtant son opinion en découle.

A30 : Bien que l'incluant, le risque lié à l'activité est plus large que le risque que les états financiers comportent des anomalies significatives. Le risque d'entreprise peut être attribuable au changement ou à la complexité des activités. Le fait de ne pas reconnaître un besoin de changement peut aussi entraîner un risque d'entreprise. Le risque d'entreprise peut être lié, par exemple :
• au développement de nouveaux produits ou services qui peuvent échouer,
• à un marché qui, bien que développé avec succès, n'est pas adéquat pour répondre à la demande du produit ou du service ;
• à des défauts du produit ou d'un service qui peuvent engendrer des passifs et risquer d'altérer la réputation.

Il est ici question de l'approche par les risques, intrinsèque à la démarche de l'auditeur et indispensable à l'évaluation de l'immatériel, interprétable, délicate à mettre en équation et ayant par conséquent, un effet d'incertitude.

Le dossier de travail des auditeurs pourrait devenir l'outil de référence de l'évaluation de l'immatériel. N'oublions pas le positionnement des commissaires aux comptes, "générateurs de confiance" et œuvrons pour que l'immense travail invisible qu'ils réalisent puisse être utilisé dans des perspectives économiques et stratégiques par la voie de l'évaluation de l'immatériel. Les données permettant d'évaluer l'immatériel existent et la profession comptable peut proposer des solutions concrètes, bénéfiques à notre économie.
La difficulté, précédemment soulignée liée au caractère évolutif des actifs immatériels pourrait être fortement atténuée par cette nouvelle base de données, étendues et cohérentes, permettant de multiples itérations. Elle génèrera peut–être le langage commun, la grammaire commune, à l'évaluation de l'immatériel. ■

Bibliographie

"Le traitement comptable des intangibles, ses conséquences et les solutions envisagées", travaux de Daniel Zéghal et Anis Maaloul, université d'Ottawa.

"*De la représentation des immatériels en comptabilité*", travaux de Monique Lacroix, directeur honoraire de l'ISEM.

LA BOUTIQUE D'EXPERTS-COMPTABLES SERVICES

COMM'DIGITALE ET E-RÉPUTATION

La Comm' digitale est devenue omniprésente. Mais de quoi parle-t-on et en quoi est-elle si importante pour le cabinet ? Sans tomber dans le simplisme, ce focus vulgarise la Comm' digitale afin de la rendre accessible à tout cabinet, quels que soient sa taille, son âge, ses ressources.
Ce focus suggère un esprit d'ouverture d'un phénomène grandissant qui touche toutes les sphères de l'environnement du cabinet, notamment ses clients et ses collaborateurs.

À commander dès maintenant sur WWW.BOUTIQUE-EXPERTS-COMPTABLES.COM

L'évaluation au risque de l'information intégrée

Par Dominique LEDOUBLE, Expert-comptable, Ancien président du CSOEC

La pratique de l'évaluation se trouve aujourd'hui confrontée à deux évolutions doctrinales qui conduisent à se reposer un certain nombre de questions élémentaires [1].

Une première évolution, issue de la problématique du développement durable, tient à l'importance croissante prise par l'information extra-financière, déclinée autour des questions sociales, environnementales et sociétales. Une seconde est liée à l'importance prise par les actifs immatériels dans l'économie qui n'est pas transcrite dans les documents financiers traditionnels. Comment identifier et mesurer ces capitaux immatériels qui sont enfouis dans une ligne fourre-tout de *goodwill* [2] ?

Avec son Rapport Intégré [3], l'*International Integrated Reporting Council* (IIRC) ambitionne de faire une synthèse de l'information traditionnelle et de celle qui résulte des deux mouvements doctrinaux que nous venons de rappeler. Peut-il réussir ? Nous sommes dans une période transitoire où, si l'on regarde le passé récent, l'extra-financier a pris sa place dans le champ de l'ISR [4], mais pas encore dans celui des analystes de la grand-rue. Mais si l'on se projette dans l'avenir, il fait peu de doute que la problématique RSE va prendre une place grandissante, notamment en raison des mutations formidables que va engendrer le changement climatique [5]. Que les rapports deviennent progressivement intégrés n'est plus une question mais une certitude. Seule inconnue, la vitesse de la mise en application.

Il n'est donc pas trop tôt pour réfléchir à l'incidence de ces changements sur les méthodes d'évaluation des entreprises ou des parts sociales. Posons-nous donc ces questions sans avoir nécessairement la prétention d'y trouver dès aujourd'hui, les réponses appropriées.

Les modifications apportées à l'environnement de l'évaluation ?

Information dont dispose l'évaluateur

L'évaluateur disposera dans un futur très proche :

- d'une information financière historique ou prévisionnelle ;
- d'une information extra-financière portant au moins sur trois axes : environnemental, social, sociétal ;
- d'une information sur les caractéristiques (quantitatives ou qualitatives) d'un certain nombre de "capitaux" non reconnus en comptabilité : les incorporels traditionnels (brevets, marques…) et d'autres plus novateurs (portefeuille clients, personnel, organisation [6],…).

Les méthodes d'évaluation

On évalue une entreprise [7] :

- par son Actif Net Réévalué : la connaissance de la valeur de nouveaux "capitaux" ou de nouveaux engagements va conduire à les intégrer dans le calcul de l'ANR ;
- par comparaison : plus l'information non traditionnelle va se diffuser et plus elle s'intégrera dans les prix de marché ;
- par ses flux futurs : quelles opportunités ou quels risques les nouvelles approches vont permettre de découvrir ou à tout le moins, de mieux cerner ? Comment vont-t-elles modifier les flux de trésorerie ou le coût du capital, ou encore l'horizon de la prévision ?
- par des options réelles : un instant passées de mode parce qu'à la base des exagérations de la bulle de 2000 ou celle de 2007, elles reviendront à l'ordre du jour parce que l'information non financière peut faire surgir de nouvelles options [8].

Le point de vue d'où l'on se place

L'évaluateur fixe sa valeur par référence au comportement de l'investisseur avisé. Mais quel est-il dans une perspective intégrée ? Est-il toujours mû par des considérations uniquement financières ? La réponse n'est pas évidente dans la mesure où toute l'information "nouvelle" n'est pas et ne sera probablement jamais totalement traduisible en unités monétaires.

Faut-il d'ailleurs considérer qu'il n'existe que deux types de valeur, correspondant à deux types d'acteurs :

- la valeur d'équité ou valeur des capitaux propres, représentative des fonds investis par les actionnaires ;
- la valeur d'entreprise représentative des fonds investis par les actionnaires et les prêteurs financiers.

Peut-on imaginer d'autres valeurs correspondant à des collèges plus larges de parties prenantes : par exemple les actionnaires + les financiers + le personnel ?

Enfin quelle entité évalue-t-on ? Les frontières comptables sont aujourd'hui aux bornes du groupe, ensemble des sociétés dans lesquelles la société mère possède le contrôle ou une influence notable. Aussi, peut-on imaginer que des comptes nouveaux soient établis, par exemple :

- aux bornes des entreprises sur lesquelles un contrôle économique est exercé : les franchisés, les sous-traitants à client unique,
- aux bornes de la chaîne d'approvisionnement, dès lors que l'entreprise ▸▸

---

1. Voir JC Dupuis, "Reporting RSE, reporting de l'immatériel"*, RFC n° 493, décembre 2015, p. 60.*

2. Sous l'égide du Ministère des Finances, un Observatoire de l'immatériel a beaucoup travaillé à l'élaboration d'un référentiel de mesure du capital immatériel sous le titre de "Thésaurus Bercy".

3. Voir sur ce point : International Integrated Reporting Council - Cadre de référence international portant sur le reporting intégré - décembre 2013 www.theiirc.org. Pour une application française, se reporter aux rapports intégrés d'Engie, de Danone ou de Vivendi, ainsi qu'à ceux d'Eurazeo PME et de Gecina

4. L'Investissement Socialement Responsable représente en France une capitalisation de plus de 220 milliards d'euros (source : Novethic, 2014). C'est la première capitalisation européenne dans ce secteur.

5. La Directive Européenne 2014/95 du 22 octobre 2014 sur la publication d'informations non financières par les grandes entreprises devrait mettre l'ensemble des pays européens au même niveau sur ce thème.

6. Voir JC Dupuis, "Le capital immatériel"*, La Découverte 2014 et* "Le pilotage des actifs immatériels au service de la performance"*, Analyse Financière n° 51, p. 46.*

7. Voir Les cahiers techniques DFCG, "Evaluation dans l'entreprise"*, n° 15, octobre 2015 et* "Evaluation – Le point de vue des praticiens"*, RF Comptable n° 433.*

8. Voir Thésaurus Bercy volet 2, pp. 10-11, octobre 2015.

"consolidante" supporte les risques liés à ces fournisseurs ?

Modifications à apporter aux calculs

L'information traditionnelle présente l'avantage de données exprimables, à la fois dans une métrique physique et en unités monétaires. Tel n'est pas le cas de l'information "nouvelle".

Types de données

Par quelle mécanique peut-on tenir compte de ces nouveaux éléments non financiers ? Examinons les différents cas de figure :

• ils sont chiffrables en unité monétaire et respectent les conditions pour être comptabilisés ; ce sera par exemple le cas du prix du carbone quand celui-ci sera stabilisé. C'est d'ailleurs le cas des échanges de quotas [9].

• ils sont chiffrables mais ne remplissent pas les conditions pour être comptabilisés : situation courante et qui n'empêche nullement l'évaluateur d'en tenir compte ;

• ils sont quantifiables mais pas évaluables en unités monétaires : c'est le cas par exemple de la parité hommes/femmes ou de l'atteinte à la biodiversité. Il faut rechercher une mesure indirecte de l'effet sur l'entreprise :

- par référence à une mesure moyenne de la donnée en question dans un échantillon d'entreprises comparables,
- ou par référence à des études/questionnaires statistiques [10] ;

• ils sont étalonnés mais non quantifiés : c'est le cas des notations synthétiques. Comment une mauvaise note donnée par une agence de notation extra-financière peut-elle être prise en considération dans une évaluation financière ?

Impacts sur les modèles financiers

Dès lors qu'elle peut être directement ou indirectement appréciée en termes monétaires, l'information "nouvelle" peut donner naissance [11] à :

• des actifs/passifs nouveaux :

- des passifs environnementaux qui ne sont pas aujourd'hui comptabilisés parce que la condition de probabilité ou celle de rapport à l'exercice n'est pas respectée ;
- des actifs nouveaux tels que la valeur de la clientèle ou celle du personnel ;

• des charges/produits nouveaux :

- des charges nouvelles sous forme d'amortissement si la législation vient à élargir la notion de maintien du capital, du capital financier au capital environnemental [12] ;
- des produits nouveaux chaque fois que les capitaux inscrits à l'actif viendront à se réévaluer ;

• des modifications dans la répartition des flux dans le temps. Question capitale qui va dominer la transition climatique qui n'aura vraisemblablement rien de linéaire. Sur quelle durée les ressources pétrolières en terre doivent-elles être comptabilisées et amorties [13] ?

Conclusion

Evaluation fiction ? Pas le moins du monde et sur un secteur au moins, celui de l'immobilier, on en constate déjà les effets. L'écart négatif par rapport aux meilleurs standards de construction, la qualité de vie des immeubles pour les salariés qui y travaillent sont autant de facteurs qui ont une incidence directe sur la valeur de l'immeuble [14]. Le premier parce que le "verdissement" nécessaire augmente les "capex" à loyers constants, le second parce qu'il influe sur le loyer facturable.

L'évolution de la pratique des évaluateurs est déjà là ; difficile par contre, de savoir le temps que prendra une mutation complète de nos modes de pensée. On peut poser la question autrement : combien de temps faudra-t-il pour que les données environnementales ou sociales soient disponibles en masse et dans une métrique utilisable ? ■

9. PCG, art. 615-1 et s.

10. Voir Thésaurus Bercy volet 1, p. 47, octobre 2011.

11. Le groupe Kering produit un "compte de résultat environnemental" sur ces bases depuis deux ans… tout en affirmant dans un Disclaimer, *sous la plume vigilante de ses avocats, qu'en substance, cette information n'a aucune valeur juridique ! Voir L. Godard,* "Le groupe Kering ouvre la voie à la comptabilité environnementale"*, RFC n° 483, janvier 2015, p. 38.*

12. Voir J. Richard, "Comptabilité et développement durable"*, Dunod 2012 et J. Richard & H. Gbego,* "Vers une vraie comptabilité environnementale"*, RFC n° 483 janvier 2015, p. 27.*

13. On lira sur ce point les pénétrantes analyses du Gouverneur de la Banque d'Angleterre dans son discours du 29 septembre 2015 "Breaking the tragedy of the Horizon – Climate change and financial stability".

14. V. Verdenne – Valorisation immobilière et "valeur verte en Europe" BNP Paribas Real Estate – décembre 2015.

LA BOUTIQUE
D'EXPERTS-COMPTABLES SERVICES

CAPITAL HUMAIN : QUELLE INNOVATION POUR UN CHOC DE COMPÉTITIVITÉ ?

Cet ouvrage est constitué :

• d'interviews d'acteurs économiques incontournables sur le sujet (issus de grands groupes et de PME, de la sphère financière, d'agences de "rating", d'institutions, de "think tanks"…) ;
• d'un article de synthèse ;
• du point de vue Sciences Po (10 bonnes pratiques, des propositions) ;
• d'une rubrique actualité (une vingtaine de points d'actualité) ;
• d'une bibliographie.

Auteurs : Marie-Ange Andrieux, Directeur de la Tribune Sciences-Po de l'économie de l'immatériel, Romain Girac, chargé de missions au sein du département des études du CSOEC, un groupe de cinq étudiants Sciences Po ayant choisi ce projet collectif dans le cadre de leur cursus

À commander dès maintenant sur WWW.BOUTIQUE-EXPERTS-COMPTABLES.COM

Evolution du traitement comptable du mali de fusion suite au règlement ANC 2015-06

Par Robert OBERT, Professeur agrégé, Diplômé d'expertise comptable, Docteur en sciences de gestion

La notion de mali de fusion en comptabilité a été introduite par le règlement CRC 2004-01 relatif au traitement comptable des fusions et opérations assimilées, lequel fut d'abord intégré dans l'annexe 1 du PCG puis, par le règlement ANC 2014-03, dans le titre VII du PCG (art. 710-1 à 780-1). Le règlement ANC 2015-06 vient notamment de réécrire les articles 745-1 à 745-10 du PCG relatifs au boni de fusion et au mali de fusion. Si la réglementation relative au boni de fusion n'a pas été modifiée, il n'en est pas de même du mali de fusion. Les nouvelles dispositions doivent s'appliquer pour les exercices ouverts à compter du 1er janvier 2016.

Notion de mali de fusion

Selon l'article 745-3 du PCG, « *le mali de fusion représente l'écart négatif entre l'actif net, positif ou négatif, reçu par l'entité absorbante à hauteur de sa participation dans l'entité absorbée et la valeur comptable de cette participation* ». Cette définition est similaire à celle figurant dans le règlement CRC 2004-01 qui ne précisait pas toutefois, la nature positive ou négative de l'actif net.
Un mali de fusion se rencontre généralement lorsque, lors d'une fusion ou d'une transmission universelle de patrimoine, les apports d'une société absorbée sont comptabilisés à la valeur comptable et que la valeur nette des titres de la société absorbée figurant à l'actif de la société absorbante est supérieur à l'actif net comptable apporté.

***Exemple** : cas d'une société Alpha qui possède 60 % des actions de la société Bêta, acquis 24 000 k€ en N-5. En N, la société Alpha va absorber la société Bêta dont l'actif net est de 30 000 k€.*

Les apports seront comptabilisés à la valeur comptable, puisque les sociétés Alpha et Bêta sont sous contrôle commun (PCG, art. 743-1).

L'actif net reçu par l'absorbante à hauteur de sa participation est de 30 000 × 60 % = 18 000 k€. Le mali de fusion sera de 24 000 - 18 000 = 6 000 k€.

Décomposition et comptabilisation du mali de fusion

Comme dans le règlement CRC 2004-01, le mali de fusion peut être décomposé, dans le règlement ANC 2015-06, en deux éléments :
• un mali technique qui correspond, à hauteur de la participation antérieurement détenue, aux plus-values latentes sur éléments d'actif comptabilisés ou non dans les comptes de l'absorbée (éléments d'actifs identifiés hors fonds commercial, fonds commercial), déduction faite des passifs non comptabilisés dans les comptes de l'absorbée en l'absence d'obligation comptable (par exemple provisions pour retraites, impôts différés passifs). Alors que l'avis 2005-C du Comité d'urgence considérait que « *le mali doit être affecté au prorata des plus values latentes nettes d'impôt* », le règlement CRC 2004-01 n'imposant pas de règles particulières d'affectation des impôts différés aux actifs sous-jacents. Dans le règlement ANC 2015-06, seules les plus-values latentes sur éléments d'actif destinés à être revendus à brève échéance sont évaluées nettes d'impôts ;
• au delà du mali technique, un solde qui peut être représentatif d'une éventuelle dépréciation ou complément de dépréciation de la participation détenue par la société absorbée, lequel doit être comptabilisé dans le résultat financier de la société absorbante de l'exercice au cours duquel l'opération est réalisée.

Alors que, dans le règlement CRC 2004-01, le mali technique était comptabilisé dans un sous-compte intitulé "mali de fusion" du compte 207 "fonds commercial", il doit, dans le règlement ANC 2015-06, être affecté aux différents actifs apportés et inscrits dans des comptes spécifiques. Les comptes suivants ont été ajoutés à l'article 932-1 du PCG pour enregistrer cette affectation, ces comptes pouvant être subdivisés :
• compte 2081 "Mali de fusion sur actifs incorporels",
• compte 2187 "Mali de fusion sur actifs corporels",
• compte 278 "Mali de fusion sur actifs financiers",
• compte 4781 "Mali de fusion sur actif circulant".

Cette affectation doit être réalisée comme suit :
• si le mali technique est supérieur à la somme des plus-values latentes sur les éléments d'actifs identifiés hors fonds commercial, il est affecté aux actifs apportés et le montant résiduel au fonds commercial ;
• si le mali technique est inférieur à la somme des plus-values latentes sur les éléments d'actifs identifiés hors fonds commercial, il est affecté aux actifs apportés au prorata des plus-values latentes.

***Exemples** : supposons que l'on ait déterminé un mali technique de 6 000 k€ et que l'on ait constaté une plus-value sur actifs incorporels (brevets par exemple) de 1 000 k€ et une plus-value sur actifs corporels (terrains et constructions par exemple) de 3 000 k€.*
Dans ce cas, le mali est supérieur de 6 000 - 1 000 - 3 000 = 2 000 k€ aux plus-values latentes sur éléments d'actifs identifiés hors fonds commercial et après avoir affecté 1 000 k€ aux actifs incorporels et 3 000 € aux actifs corporels, on affectera ces 2 000 k€ au fonds commercial.

Si par exemple, toujours pour un mali technique de 6 000 k€, on a constaté une plus-value sur actifs incorporels de 3 000 k€ et une plus-value sur actifs corporels de 5 000 k€, soit au total 8 000 k€, on affectera le mali aux actifs apportés proportionnellement aux plus-values constatées soit 3 000 × 6/8 = 2 250 k€ aux actifs incorporels et 5 000 × 6/8 = 3 750 k€ aux actifs corporels. Il n'y aura pas dans ce cas d'affectation au fonds commercial.

Amortissement et dépréciation du mali technique

Alors que dans le règlement CRC 2004-01, le mali technique n'était pas amortissable ▸▸

et ne pouvait faire que l'objet d'une dépréciation, l'article 745-7 nouveau du PCG précise que le mali technique est amorti ou rapporté au résultat selon les mêmes règles que les actifs sous-jacents auquel il est affecté.
D'autre part, chaque quote-part du mali affecté à un actif sous-jacent subit une dépréciation lorsque la valeur actuelle de l'actif sous-jacent devient inférieure à sa valeur nette comptable, majorée de la quote-part de mali affectée. La dépréciation est imputée en priorité sur la quote-part du mali technique.
Le mali technique résiduel affecté au fonds commercial suit les règles de dépréciation applicables aux fonds commerciaux. Aussi, s'il fait l'objet d'une dépréciation comptabilisée, aucune reprise de dépréciation n'est possible.

***Exemple** : supposons que l'on ait dégagé un mali technique de 6 000 k€, correspondant à une plus-value sur immobilisations incorporelles de 1 000 k€ (brevets dont la durée d'amortissement résiduelle est de 5 ans), de 3 000 k€ sur immobilisations corporelles (terrains non amortissables pour 1 000 k€ et constructions, dont la durée d'amortissement résiduelle est de 20 ans, pour 2 000 k€) et qu'on ait affecté au fonds commercial (qui ne figurait pas jusqu'alors dans les comptes de l'absorbée) le solde du mali soit 2 000 k€. Au 31 décembre N (soit un an après la fusion), les valeurs comptables des brevets, des terrains et des constructions sont respectivement de 10 000 k€, 5 000 k€ et 20 000 k€.*
On déterminera d'abord un amortissement sur le mali afférent au brevet soit 1 000 × 20 % = 200 k€ et sur le mali afférent aux constructions soit 2 000 × 5 % = 100 k€. On calculera ensuite les valeurs comptables corrigées du mali non amorti, soit pour les brevets 10 000 + 1 000 - 200 = 10 800 k€, pour les terrains 5 000 + 1 000 = 6 000 k€, pour les constructions 20 000 + 2 000 - 100 = 21 900 k€ et pour le fonds commercial à 0 + 2 000 = 2 000 k€.
En supposant qu'au 31 décembre N, la valeur réelle des brevets soit de 9 500 k€, celle des terrains de 5 500 k€, celle des constructions de 23 000 k€ et celle du fonds commercial de 1 000 k€, il y aura lieu de constater une dépréciation sur les brevets et sur le fonds commercial. La dépréciation sur les brevets, soit 10 800 - 9 500 = 1 300 k€ s'imputera d'abord sur le mali de fusion non amorti, soit 1 000 - 200 = 800 k€ et pour le solde sur la valeur comptable hors mali des brevets, soit 1 300 - 800 (ou 10 000 - 9 500) = 500 k€. La dépréciation sur le fonds commercial, soit 1 000 k€ suivra les règles communes et ne pourra être reprise.

Les amortissements et dépréciations seront comptabilisés dans des comptes spécifiques par catégorie d'actif concerné. Les comptes suivants ont été insérés à l'article 932-1 du PCG :
• compte 28081 "Amortissement du mali de fusion sur actifs incorporels",
• compte 29081 "Dépréciation du mali de fusion sur actifs incorporels",
• compte 28187 "Amortissement du mali de fusion sur actifs corporels",
• compte 29187 "Dépréciation du mali de fusion sur actifs corporels",
• compte 29787 "Dépréciation du mali de fusion sur actifs financiers".

Précédemment, l'article 745-5 du PCG (aujourd'hui remplacé) préconisait, afin de suivre dans le temps la valeur du mali, de procéder de manière extracomptable à l'affectation de ce mali aux différents actifs apportés par la société apporteuse. Un modèle de tableau présenté dans cet article permettait de suivre la valeur comptable et la valeur réelle des actifs de la société absorbée, y compris ceux ne figurant pas dans les comptes (fonds commercial par exemple) les plus-values latentes et l'affectation au prorata des plus values latentes et dans les limites de celles-ci.

Le règlement ANC 2015-06 ne présente plus de modèle, mais il reste possible d'établir un tableau de suivi similaire distinguant par nature d'actif et pour l'ensemble des actifs concernés :
• la valeur comptable,
• la plus-value latente,
• l'affectation du mali aux différents actifs,
• l'amortissement du mali,
• la valeur nette totale (valeur comptable + affectation du mali - amortissements),
• la valeur réelle,
• la dépréciation du mali,
• la dépréciation éventuelle de la valeur comptable de l'actif correspondant.

Informations à fournir dans l'annexe

A chaque clôture d'exercice, l'entité doit mentionner dans l'annexe, le suivi de son mali affecté aux actifs en détaillant par actif la valeur brute et le cas échéant, les amortissements, les reprises d'amortissements, les dépréciations et reprises de dépréciations (PCG, nouvel art. 780-2).

Fiscalité du mali de fusion

Selon l'article 210 A du CGI (article traitant du régime de faveur des fusions), « *l'inscription à l'actif de la société absorbante du mali technique de fusion consécutif à l'annulation des titres de la société absorbée ne peut donner lieu à aucune déduction ultérieure* ». Ainsi les amortissements et dépréciations du mali (constatées dans des comptes de charges) doivent être réintégrés dans le tableau 2058 A.
Lorsqu'une fusion est placée sous le régime de droit commun, la société absorbée ou confondue doit être imposée sur les plus-values et profits latents existant à la date de l'opération. Dans ces conditions, dès lors que le mali technique est représentatif de tout ou partie de ces plus-values ou profits latents, il convient d'admettre les charges constatées sous forme d'amortissement ou dépréciation du mali ou lors de sa sortie du bilan, en déduction du résultat imposable.

Application pour les malis déjà constatés

A l'ouverture de l'exercice ouvert à compter du 1er janvier 2016, le mali technique comptabilisé devra être affecté, opération par opération, aux actifs sous-jacents sur lesquels existent les plus-values latentes. Cette affectation devra être réalisée selon les informations disponibles à la date d'ouverture de l'exercice et conduire :
• soit à prendre en compte l'affectation extracomptable existante ;
• soit à procéder à un nouvel examen des plus-values existantes.

Le mali technique et le cas échéant les dépréciations associées seront reclassés au bilan dans les comptes prévus à cet effet, à l'ouverture de l'exercice ouvert à compter du 1er janvier 2016. Le cas échéant, le mali technique devra être amorti ou déprécié à compter de l'exercice ouvert à compter du 1er janvier 2016, de façon prospective. ■

Pour en savoir plus

- Règl. ANC 2015-06 du 23 novembre 2015 modifiant le règlement ANC 2014-03 relatif au plan comptable général, art. 9 à 12.
- Règl. ANC 2014-03 du 5 juin 2014 relatif au plan comptable général, art 745-1 à 745-8.
- Bulletin Officiel des Finances Publiques-Impôts (BOI-IS-FUS-10-50-20-20) - IS - Fusions et opérations assimilées - Règles fiscales du boni et du mali de fusion.
- R. Obert, "*Le mali de fusion*", RFC n° 392, octobre 2006, p. 4.

Comptabilisation des autorisations de mise sur le marché en règles françaises

Par Eric TORT, Diplômé d'expertise comptable et Docteur HDR en sciences de gestion

Les coûts de dossier liés aux Autorisations de Mise sur le Marché (AMM) de médicaments sont susceptibles d'être inscrits à l'actif en immobilisations incorporelles et amortis selon leur durée réelle d'utilisation à compter de leur délivrance.

Afin de pouvoir être commercialisés, les médicaments fabriqués industriellement doivent obtenir une AMM délivrée par les autorités compétentes européennes ou nationales (ANSM [1]).
Les règles de comptabilisation des coûts de dossier liés aux AMM ne font pas l'objet de dispositions expresses spécifiques dans le PCG [2]. Les dispositions fiscales ont évolué en faveur de l'amortissement il y a 10 ans, suite à plusieurs arrêts du Conseil d'Etat.

Comptabilisation initiale des AMM selon leur origine

Création d'AMM

Comme indiqué dans le tableau ci-après, les coûts de dossier engagés pour obtenir une AMM suivent le traitement comptable des dépenses de R&D visées par l'article 212-3 du PCG comprenant le choix pour les coûts de développement, entre comptabilisation en charges ou application de la méthode préférentielle [3]. Selon cette dernière, les coûts de développement peuvent être comptabilisés à l'actif s'ils se rapportent à des projets nettement individualisés, ayant de sérieuses chances de réussite technique et de rentabilité commerciale.

Acquisition d'AMM

« Les dépenses engagées par les laboratoires qui commercialisent des médicaments génériques pour l'acquisition des dossiers scientifiques et techniques, correspondant aux résultats de recherches déjà menées à leur terme par des tiers en vue de l'obtention d'une AMM, sont à immobiliser pour leur coût d'acquisition [4] ».

Modalités d'amortissement des AMM inscrites à l'actif

Amortissement comptable

Au plan comptable, les AMM figurant à l'actif du bilan sont amortissables sur leur durée réelle d'utilisation, à compter de la date de délivrance de l'AMM [5]. Conformément à l'art. 214-3 du PCG, les frais de développement définis à l'article 212-3 sont amortis sur la durée d'utilisation estimée du projet. Si cette durée ne peut être déterminée de façon fiable, ils sont amortis sur une durée maximale de 5 ans.

Amortissement fiscal

A titre de règle pratique, l'administration admet un amortissement linéaire des AMM à compter de leur date de délivrance, sur une durée d'usage de 10 ans, sauf à justifier de circonstances particulières [6].

D. Dossiers de demande d'AMM d'une spécialité pharmaceutique [7]

400. (…) Par plusieurs arrêts de principe [8] (…), le Conseil d'État a admis que les droits détenus sur les dossiers scientifiques et techniques prévus à l'art. R 5121-25 du code de la santé publique, nécessaires à l'obtention, au renouvellement ou au transfert de l'AMM d'une spécialité pharmaceutique, puissent faire l'objet d'un amortissement dès lors qu'il est possible de déterminer la durée prévisible durant laquelle la commercialisation de cette spécialité pharmaceutique produira ses effets bénéfiques sur l'exploitation, en tenant compte notamment de l'évolution des conditions scientifiques, techniques et économiques du marché de cette spécialité.

410. L'amortissement de ces droits (…) doit être pratiqué, selon le mode linéaire, en fonction de la durée attendue de ses effets bénéfiques sur l'exploitation, telle qu'elle est admise par les usages de la profession ou justifiée par des circonstances particulières à l'entreprise et dont celle-ci doit établir la réalité [9] (…). Eu égard aux modalités d'exploitation de ces droits, il est toutefois admis à titre de règle pratique, que l'amortissement soit effectué sur une période de dix ans.

420. En application des principes généraux, l'amortissement est pratiqué à compter de la date de mise en service, c'est-à-dire, en principe la date à laquelle l'immobilisation est en état de fonctionner suivant l'utilisation prévue par l'entreprise. En pratique, l'amortissement de ces droits pourra être pratiqué à compter de la date de délivrance de l'AMM.

Les divergences entre amortissement comptable et fiscal sont susceptibles de donner lieu à une réintégration extracomptable (amortissement comptable < 10 ans) ou à l'inverse, à un amortissement dérogatoire [10]. ■

Origine	Modalités de comptabilisation initiale
AMM « créées en interne »	Comptabilisation en charges des dépenses engagées pour la recherche Comptabilisation des dépenses de développement (y compris frais de dépôt et de dossiers) en charges ou par application de la méthode préférentielle, en immobilisations incorporelles si conditions d'activation satisfaites
AMM « acquises »	Inscription en principe, en immobilisations incorporelles pour leur coût d'acquisition

Source : MC § 1635, 1650 et 1685.

1. Agence Nationale de Sécurité du Médicament et des Produits de Santé (ansm.sante.fr).

2. En l'absence de dispositions comptables spécifiques dans le PCG concernant les AMM, il est fait référence ici à certaines précisions issues du Mémento Comptable (MC) F. Lefèbvre au niveau de la comptabilisation initiale et de l'amortissement des AMM capitalisées.

3. Cette méthode préférentielle est également applicable dans les comptes consolidés établis selon le règlement CRC 99-02. Cf. E. Tort, "Les méthodes préférentielles en comptabilité française", *Option finance n° 1287, 6 octobre 2014.*

4. Extrait du Mémento Comptable (MC), § 1685.

5. Cette durée prend en compte la durée de protection initiale et des renouvellements probables de l'AMM et des éléments propres à la spécialité pharmaceutique concernée (MC § 1725).

6. Cf. par ex. A. Quenedey, "AMM : un bonus fiscal sur l'amortissement", *Pharmaceutiques, février 2006, p. 55.*

7. BOI-BIC-AMT-10-20-N°400, 410 & 420.

8. CE, 14 octobre 2005, n° 260486 ; CE, 14 octobre 2005, n° 260511 ; CE, 28 décembre 2005, n° 260450.

9. CE, 14 octobre 2005, n° 260511.

10. Cf. Pour plus de détails, MC § 1725.

Immobilisations incorporelles en IFRS

Par Benoit LEBRUN, Expert-comptable, Commissaire aux comptes, associé KPMG

Les immobilisations incorporelles font l'objet de la norme IAS 38 qui a été mise en vigueur en 2004 et a peu évolué depuis. Cette norme nous est familière dans la mesure où nombre de ses dispositions ont été introduites dans le Plan Comptable Général par des règlements du Comité de la Réglementation Comptable. Il n'en résulte pas pour autant une identité de cette norme avec les règles comptables françaises.

Comptabilisation initiale de l'actif incorporel

Une immobilisation incorporelle est définie comme un actif identifiable non monétaire sans substance physique (IAS 38.8). Un actif est identifiable s'il est séparable, c'est-à-dire s'il peut être séparé ou dissocié de l'entité et vendu, transféré, loué ou licencié, échangé, soit individuellement, soit en même temps qu'avec le contrat auquel il est lié, ou avec un actif ou un passif identifiable, peu importe l'intention de l'entité de procéder à cette séparation. La condition d'identifiabilité est également remplie si l'actif est issu d'un contrat ou d'autres droits, même si ces droits ne sont pas transférables ou séparables de l'entité (IAS 38.12).

Une immobilisation incorporelle est comptabilisée à l'actif lorsque son coût peut être évalué de manière fiable et qu'il est probable que l'entité bénéficiera des avantages économiques procurés par l'actif (IAS 38.21).

Pour pouvoir être comptabilisé, un actif doit procurer à l'entité ses avantages économiques, ce qui implique que l'entité dispose du contrôle sur cet actif et a la faculté de limiter l'accès des tiers à ces avantages. L'existence du contrôle et de la faculté à obtenir les avantages économiques ne résultent pas toujours de droits reconnus à l'entité, lui assurant une protection juridique. Néanmoins, à titre d'illustration, il sera difficile à une entité de prouver qu'elle dispose du contrôle sur les avantages futurs procurés par une équipe de collaborateurs qualifiés.

Lorsqu'une entité acquiert un actif incorporel isolé, il est considéré que cet actif remplit les conditions pour être comptabilisé à l'actif. En effet, le prix de l'actif reflète les attentes de l'entité quant à la probabilité d'obtenir les avantages économiques de l'actif (IAS 38.25). Cet actif est comptabilisé à son coût, qui comprend le prix net payé au vendeur, incluant tous les droits et taxes non remboursables, ainsi que tous les coûts encourus pour que l'actif soit mis en état d'être utilisé selon l'intention de l'acquéreur, tels que des honoraires, les tests relatifs au fonctionnement de l'actif (IAS 38.27 et 28).

Un autre mode habituel d'acquisition des immobilisations incorporelles est constitué par les regroupements d'entreprises, que ces regroupements soient structurés sous forme d'achat direct des actifs de la cible ou sous forme d'achat des actions de la société qui possède l'entreprise. Dans ce cas, la norme IFRS 3 et la norme IAS 38 exigent la comptabilisation à l'actif de l'acquéreur de tous les actifs incorporels de la cible, peu importe que ces actifs ne figurent pas dans le bilan de la cible avant son acquisition, dès lors que les actifs incorporels de la cible remplissent les conditions requises. Les immobilisations incorporelles en cause peuvent être des marques, des relations clientèles, des projets de développement en cours. Elles sont évaluées à la date d'acquisition de la cible pour leur juste valeur.

Les actifs incorporels créés par l'entité pour elle-même

Autant la comptabilisation à l'actif des immobilisations incorporelles se conçoit bien lorsqu'elles sont acquises isolément ou grâce à l'acquisition d'une entreprise, autant il est plus difficile d'admettre que l'on puisse immobiliser des actifs incorporels créés par l'entité pour elle-même. La norme IAS 38 impose six conditions pour que certaines immobilisations incorporelles créées soient inscrites à l'actif et interdit que certains types d'immobilisations incorporelles créées soient immobilisées.

En présence d'un projet de développement portant sur un nouveau produit ou de nouveaux processus, la norme distingue la phase de recherche et la phase de développement : la phase de recherche vise à obtenir de nouvelles connaissances ou compréhensions en matière scientifique et technique, la phase de développement est la mise en œuvre des connaissances acquises grâce à la phase de recherche, pour obtenir de nouveaux produits, procédés, matières, systèmes, etc. Alors que les coûts de recherche sont des charges dès qu'ils sont encourus, les frais de développement sont susceptibles d'être immobilisés.

Ainsi, une immobilisation incorporelle issue d'un projet ou de la phase de développement d'un projet interne doit être comptabilisée à l'actif si l'entité peut démontrer :

- la faisabilité technique des étapes qui permettront d'obtenir l'actif incorporel, jusqu'à ce qu'il soit disponible pour être utilisé ou cédé ;
- son intention de mener l'actif incorporel jusqu'à son terme, de l'utiliser ou de le vendre ;
- sa capacité à utiliser ou à vendre l'actif ;
- la manière selon laquelle l'actif engendrera des avantages économiques futurs. Entre autres, l'entité peut démontrer l'existence d'un marché pour la production de l'immobilisation incorporelle ou pour l'immobilisation incorporelle elle-même et, en cas d'utilisation interne de l'actif incorporel, l'utilité de celui-ci ;
- la disponibilité des ressources notamment techniques et financières pour mener à bien le projet et pour utiliser ou vendre l'actif incorporel ;
- sa capacité à évaluer de manière fiable les dépenses liées à l'immobilisation incorporelle pendant son développement (IAS 38.57).

Avant que l'ensemble de ces conditions ne soient réunies, ce qui ne peut se produire qu'en phase de développement et non en phase de recherche, toutes les dépenses de développement sont des charges. Cette imputation comptable initiale ne peut être modifiée rétroactivement si les six conditions énoncées ci-dessus viennent à être remplies ultérieurement (IAS 38.71).

Que ces conditions soient réunies ou non, les catégories suivantes d'immobilisations incorporelles créées par l'entité ne peuvent jamais être immobilisées : les marques, les titres de journaux et de magazines, les fichiers de clients (IAS 38.63).

Par ailleurs, les dépenses de publicité et de promotion, les frais de préexploitation, les frais de réorganisation et de déménagement, les frais de formation ne peuvent jamais être immobilisés (IAS 38.69). S'agissant des frais de promotion et de publicité, tels que des catalogues des

films publicitaires, ces coûts sont enregistrés en charge dès que le fournisseur a accompli la prestation, peu importe que ces catalogues ou films n'aient pas encore été utilisés par l'entité, à l'occasion de campagnes publicitaires ou de promotion.

Evaluation ultérieure des immobilisations incorporelles

Une fois comptabilisées initialement au bilan, les immobilisations incorporelles sont évaluées selon le modèle du coût et peuvent aussi être réévaluées. Toutefois, la réévaluation nécessite que les immobilisations incorporelles fassent l'objet d'un marché actif (IAS 38.75), ce qui limite singulièrement la portée de cette option comptable.

En matière de durée d'amortissement, la norme IAS 38 distingue les immobilisations incorporelles ayant une durée d'utilité déterminée et celles pour lesquelles cette durée est indéterminée (IAS 38.88). En cas de durée d'utilité déterminée, l'amortissement est calculé sur cette durée. En cas de durée d'utilité indéterminée, l'immobilisation incorporelle n'est pas amortie.

La méthode d'amortissement des immobilisations incorporelles amortissables doit refléter la séquence selon laquelle les avantages futurs produits par l'actif devraient être consommés par l'entité. Si cette séquence ne peut être déterminée de manière fiable, la méthode linéaire est utilisée (IAS 38.97). Une modification récente de la norme IAS 38, entrée en vigueur début 2016, encadre la possibilité d'utiliser le chiffre d'affaires procuré par l'actif incorporel comme base d'amortissement de celui-ci, sans que cette modification ne mette en cause la faculté de choisir une durée fondée sur les unités de production. Par exemple, dans le secteur de la production cinématographique, cette nouvelle disposition devrait avoir des effets sur la pratique consistant à amortir les droits de diffusion en fonction des budgets non linéaires de chiffre d'affaires.

La norme impose la revue des durées et des méthodes d'amortissement lors de chaque clôture pour les actifs ayant une durée d'utilité déterminée et, pour ceux qui ont une durée d'utilité indéterminée, le réexamen des circonstances justifiant que la durée d'utilité soit indéterminée. Quel que soit le changement opéré, celui-ci a un caractère prospectif.

La norme IAS 36 sur les dépréciations d'actifs contient une disposition spécifique sur les immobilisations incorporelles ayant une durée de vie indéterminée : celles-ci doivent faire l'objet d'un test de dépréciation au moins une fois par an, qu'il existe ou non un indicateur de perte de valeur (IAS 36.10).

Le cas particulier du *goodwill*

Le *goodwill* est défini dans l'annexe A de la norme IFRS 3 comme un actif qui représente les avantages économiques futurs issus de tous les actifs acquis, dans le cadre d'un regroupement d'entreprise, qui n'ont pu être identifiés individuellement et comptabilisés séparément. Cette norme indique que l'évaluation initiale du *goodwill* est la différence entre d'une part, la rémunération versée au vendeur de la cible, le montant des intérêts minoritaires, la juste valeur de la participation déjà détenue dans la cible et d'autre part, la juste valeur des actifs et des passifs identifiables acquis (IFRS 3.32).

Ainsi qu'en témoigne la définition ci-dessus, le *goodwill* est la fraction du prix d'acquisition d'une entreprise qui ne peut être allouée à des éléments identifiables du patrimoine de cette entreprise. Le *goodwill* est ainsi la seule immobilisation incorporelle qui ne remplit pas la condition d'identifiabilité imposée par la norme IAS 38. C'est à ce titre qu'il constitue un actif d'un type particulier.

Comme pour beaucoup d'actifs incorporels créés par une entité, et plus encore pour le *goodwill*, les dépenses qui contribuent à former le *goodwill* d'une entreprise au fil du temps ne peuvent remplir les conditions pour être immobilisées en tant qu'actif identifiable (IAS 38.48). Ce *goodwill* créé de manière interne n'est révélé qu'à l'occasion d'une acquisition de l'entreprise par un tiers et valorisé grâce au prix qu'accepte de payer l'acquéreur.

N'ayant pas de durée d'utilité déterminée, le *goodwill* n'est pas amortissable. Cette caractéristique impose qu'un test de dépréciation soit mené au moins une fois par an, peu importe l'existence ou non d'indicateurs de perte de valeur. La dépréciation d'un *goodwill* ne peut être déterminée de manière isolée comme cela est possible pour d'autres actifs. Elle est toujours évaluée dans le cadre de la dépréciation d'une unité génératrice de trésorerie (IAS 36.80). Une autre règle spécifique en matière de dépréciation du *goodwill* est que, contrairement aux autres actifs dépréciés, la dépréciation du *goodwill* a un caractère définitif et ne peut être reprise ultérieurement en résultat (IAS 38.124).

Des dispositions comptables françaises sur les *goodwill* désormais plus proches des IFRS

La récente transposition en France de la directive comptable de l'Union européenne aboutit à réduire les différences qui subsistent entre les règles françaises et les dispositions des IFRS sur les *goodwill*. Le droit comptable français dispose de deux mots pour dire le *goodwill*, le fonds commercial (comptes annuels) et l'écart d'acquisition (comptes consolidés) ; il en a résulté historiquement deux régimes comptables distincts malgré l'identité conceptuelle des deux termes.

La transposition de la directive gomme les différences entre ces deux régimes comptables, et les rapproche des IFRS, sans les effacer complètement : le fonds commercial est présumé avoir une durée non limitée et pourra alors ne pas être amorti. Cette absence d'amortissement engendrera l'obligation d'avoir à effectuer un test annuel de dépréciation. L'éventuelle dépréciation constatée ne pourra pas être reprise en résultat. Le régime comptable de l'écart d'acquisition dans les comptes consolidés sera désormais très proche de celui applicable aux fonds commerciaux : l'écart d'acquisition cessera de devoir être amorti si sa durée d'utilisation est considérée comme illimitée, et devra dans ce cas faire l'objet d'un test de dépréciation annuel. Les dépréciations comptabilisées ne seront pas réversibles.

Dans les comptes consolidés établis selon les règles comptables françaises, la faculté de comptabiliser des parts de marché distinctement de l'écart d'acquisition est supprimée. Cette faculté n'est pas reconnue par la norme IAS 38, les parts de marché ne remplissant pas les conditions pour être comptabilisées séparément.

Des différences demeurent sur d'autres aspects

La possibilité de réévaluer les immobilisations incorporelles n'existent pas selon les règles françaises. Certains frais d'acquisition des immobilisations incorporelles peuvent être maintenus en charge selon les règles françaises, alors qu'ils sont toujours inclus dans le coût d'acquisition selon la norme IAS 38. Alors que les frais de développement qui remplissent les six conditions requises (voir ci-dessus), sont toujours comptabilisés en immobilisation incorporelle selon la norme IAS 38, les frais de même nature qui remplissent ces conditions peuvent être immobilisés ou comptabilisés en charge selon les règles françaises. Enfin, le concept de frais d'établissement dans le droit comptable français n'a pas d'équivalent dans les normes IFRS. ■

DROIT FISCAL

Amortissement et dépréciation du fonds de commerce et du fonds commercial : aspects comptables et fiscaux

Par Patrick COLLIN,
Directeur des affaires fiscales
du Conseil supérieur de l'Ordre
des Experts-Comptables

Dans le cadre de la transposition de la directive comptable 2013/34/UE du 26 juin 2013, le règlement 2015-06 du 23 novembre 2015 de l'Autorité des normes comptables a modifié les dispositions du Plan Comptable Général relatives à l'amortissement et à la dépréciation des actifs immobilisés, corporels et incorporels et en particulier, du fonds commercial.

Les nouvelles règles comptables relatives à l'amortissement du fonds commercial, que l'on s'attachera à exposer dans un premier temps, heurtent-elles de front les règles fiscales qui, si l'on s'en tient à la lettre de l'article 38 sexies de l'annexe III au CGI[1], sembleraient exclure toute possibilité d'amortissement ? L'examen de la doctrine administrative et de la jurisprudence fiscale auquel il sera procédé dans un second temps, montre qu'il n'en est rien.

Amortissement et dépréciation du fonds de commerce et du fonds commercial : nouvelles règles comptables à compter de 2016

Avant d'analyser les nouvelles règles comptables liées à la dépréciation[2], il convient au préalable de distinguer le fonds de commerce du fonds commercial.

Fonds commercial et fonds de commerce

Le fonds de commerce est une universalité qui comprend l'ensemble des moyens regroupés par une personne (physique ou morale) en vue de l'exercice d'une activité commerciale. Il est composé de divers éléments, traditionnellement divisés en éléments incorporels (clientèle, droit au bail, nom commercial, droits de propriété industrielle…) et en éléments corporels (marchandises en stocks et matériels), à l'exclusion des immeubles.

Les règles comptables prennent en compte cette diversité, les éléments d'un fonds de commerce acquis faisant l'objet du classement suivant :

- stocks ;
- matériel et installations ;
- droit au bail (s'il est identifié dans l'acte d'acquisition) ;
- brevets, marques, concessions et droits similaires ;
- fonds commercial, dont le montant est constitué par la différence entre le prix total d'achat et les précédents éléments identifiés.

Le fonds commercial, notion juridique spécifique en droit comptable français, constitue la partie "pivot" du fonds de commerce. Il est composé principalement de la clientèle, de l'achalandage, de l'enseigne, du nom commercial et plus largement, des parts de marché[3]. Sont comptabilisés dans le poste fonds commercial les éléments incorporels du fonds de commerce acquis (et non pas créé) qui ne font pas l'objet d'une évaluation et d'une comptabilisation séparées au bilan et qui concourent au maintien et au développement du potentiel d'activité de l'entité[4]. Par ailleurs, l'article R 123-186 du Code de commerce précise que *« les éléments acquis du fonds de commerce qui ne peuvent figurer à d'autres postes du bilan sont inscrits au poste "fonds commercial" »*.

Sauf cas particuliers, le fonds commercial devrait pouvoir continuer à ne pas être amorti. Etant présumé avoir une durée de vie non limitée, il est donc non amortissable sans qu'il y ait à en justifier. Cette présomption est réfutable lorsque la durée d'utilisation est limitée au regard de critères inhérents à son utilisation par l'entité[5] :

- il est adossé à un contrat ou à une autorisation légale ayant une durée d'utilisation limitée comme, par exemple, un contrat de concession ou une autorisation d'extraction d'une mine ;
- ou lorsqu'une décision d'arrêter l'activité à laquelle le fonds commercial est rattaché, est prise par l'entité.

Dans ce cas, le fonds commercial est amorti sur sa durée d'utilisation ou, si cette durée ne peut être déterminée de façon fiable, sur 10 ans. Les petites entreprises définies à l'article L 123-16 du Code de commerce peuvent amortir sur 10 ans tous leurs fonds commerciaux, même s'il n'existe pas de limite prévisible à l'exploitation de ces derniers[6].

Avant l'entrée en vigueur de ces règles, le fonds commercial n'était généralement

Résumé

Il ne semble y avoir aucune incompatibilité entre la possibilité reconnue par les nouvelles règles comptables d'un amortissement du fonds commercial et les règles fiscales découlant de la jurisprudence – à laquelle la doctrine ne semble pas opposée – qui admet la possibilité d'amortir les éléments incorporels individualisables du fonds de commerce à certaines conditions.

1. *« La dépréciation des immobilisations qui ne se déprécient pas de manière irreversible notamment (…) les fonds de commerce, donne lieu à la constitution de provisions (…). »*

2. *Voir A-L Blandin, M. Dos Santos,* "Amortissement du fonds commercial : peu de changements en 2016", *Feuillet rapide comptable Francis Lefebvre FR 1/16, n° 20 et Revue Fiduciaire FH 3621, 10 décembre 2015, p. 6 à 10.*

3. *Note de présentation du règl. ANC 2015-06, §1.*

4. *PCG, art. 212-3.*

5. *Note de présentation du règl. ANC 2015-06, § 2.2.*

6. *PCG, art. 214-3.*

pas amorti, en dépit de l'existence du compte 2807 "Amortissement du fonds commercial" prévu, sans autre précision, par l'article 432-1 du PCG.

Obligation de réaliser à chaque clôture un test de dépréciation pour les fonds commerciaux non amortis

Un test de dépréciation devra être réalisé, au moins une fois par exercice, pour les fonds commerciaux dont la durée d'utilisation est non limitée, qu'il existe ou non un indice de perte de valeur[7]. En revanche, les fonds commerciaux amortis continuent à faire l'objet d'un test de dépréciation uniquement en cas d'indice de perte de valeur à la clôture.

Impossibilité de reprendre la dépréciation constatée sur un fonds commercial

Par exception au principe général de reprise au résultat des dépréciations quand les raisons qui les ont motivées ont cessé d'exister, les dépréciations comptabilisées sur le fonds commercial ne sont jamais reprises[8]. Cette question constitue un point d'attention pour les fonds commerciaux existant à la clôture au 31 décembre 2015.

Amortissement et dépréciation du fonds de commerce et du fonds commercial : aspects fiscaux

Amortissement du fonds de commerce : position de l'administration

L'administration a souligné de longue date[9] :

- qu'aux termes de l'article 38 sexies de l'annexe III au CGI, les immobilisations qui ne se déprécient pas avec le temps (tels les fonds de commerce) ne donnent pas lieu à amortissement ;
- qu'en conséquence, « *la dépréciation du fonds de commerce donne lieu à la constitution de provisions* ».

Comme on le verra, il peut s'agir :

- d'une dépréciation globale du fonds portant sur ses éléments indifférenciés ;
- ou d'une dépréciation isolée de certains droits incorporels individualisés à l'actif du bilan, sous réserve qu'ils soient dissociables du fonds de commerce (droit au bail, marques...).

Dans le même temps, la doctrine, juste avant de rappeler que la prise en compte de la dépréciation du fonds de commerce se fait par voie de provision, précise que « *certains éléments incorporels sont eux-mêmes sujets avec le temps à un amoindrissement de valeur motivant un amortissement* » et fait sienne à cet égard une jurisprudence déjà ancienne du Conseil d'État, lequel « *a jugé qu'un élément incorporel de l'actif immobilisé ne peut faire l'objet d'un amortissement que s'il est normalement prévisible, dès sa création ou son acquisition, que ses effets bénéfiques sur l'exploitation prendront fin nécessairement à une date déterminée* »[10]. Elle mentionne ensuite des actifs incorporels faisant partie intégrante du fonds de commerce et pourtant amortissables, comme les brevets d'invention[11]. En matière de fonds de commerce, la doctrine n'exclut donc l'amortissement que lorsque la dépréciation constatée ne s'explique pas « *du fait de l'usage ou du temps* »[12] – autrement dit lorsque l'immobilisation ne se déprécie pas « *de manière irréversible* » au sens de la rédaction actuelle de l'article 38 sexies de l'annexe III au CGI – et, s'appuyant là encore sur la jurisprudence du Conseil d'Etat, en donne pour exemple (*a contrario*) le droit au bail[13]. Sa position n'est, de ce fait, pas fondamentalement différente de celle du juge fiscal.

Amortissement du fonds de commerce : position de la jurisprudence

Sans du tout prétendre adopter une solution novatrice qui irait à l'encontre des règles et des pratiques comptables, le Conseil d'Etat a laissé ouverte la possibilité de constater par voie d'amortissement, dans certaines situations et sous certaines conditions, la dépréciation de certains éléments du fonds de commerce, voire du fonds lui-même. Il est intéressant de noter qu'il a été fait application de cette jurisprudence déjà ancienne, à laquelle, comme on l'a vu, la doctrine administrative fait référence, à des éléments qui, représentatifs d'une clientèle, font normalement partie du fonds commercial. Le Conseil d'Etat a considéré en effet[14] :

- « *qu'un élément d'actif incorporel identifiable, y compris un fonds de commerce, ne peut donner lieu à une dotation à un compte d'amortissement que s'il est normalement prévisible, lors de sa création ou de son acquisition par l'entreprise, que ses effets bénéfiques sur l'exploitation prendront fin à une date déterminée* » ;
- « *qu'en outre, cet élément d'actif incorporel, lorsqu'il fait partie des éléments constitutifs d'un fonds de commerce et qu'il est représentatif d'une certaine clientèle attachée à ce fonds, ne peut donner lieu à une dotation spécifique d'amortissement que si, en raison de ses caractéristiques, il est dissociable à la clôture de l'exercice des autres éléments représentatifs de la clientèle attachée à ce fonds* ».

Ainsi, des mandats de gestion acquis par un administrateur de biens ne peuvent faire l'objet d'une dotation distincte à un compte d'amortissement, dès lors qu'ils ne diffèrent pas par leurs caractéristiques (et notamment la faculté des propriétaires ou copropriétés mandants de les révoquer à tout moment), des autres mandats qu'il exploite et qu'ils se sont indissociablement intégrés dans un portefeuille qui, se renouvelant en permanence au fur et à mesure de la résiliation de certains mandats et de l'obtention de nouveaux, ne peut prévisiblement se déprécier de manière irréversible avec le temps.

Il résulte donc de la jurisprudence que les fichiers clients représentatifs d'une clientèle peuvent être amortis, du moins au plan des principes, lorsqu'en raison de leurs caractéristiques propres ils sont dissociables des autres éléments représentatifs de la clientèle attachée au fonds et qu'il est normalement prévisible, lors de leur acquisition ou de leur création par l'entreprise, que leurs effets bénéfiques sur l'exploitation prendront fin à une date déterminée. Le caractère dissociable de la clientèle attachée aux fichiers clients pourrait résulter de l'exploitation d'une nouvelle catégorie de clients, dont les caractéristiques seraient différentes de celles de la clientèle habituelle de l'entreprise[15]. Par

7. PCG, art. 214-15.

8. PCG, art. 214-1 9.

9. Voir le dernier état de cette doctrine à BOI-BIC-AMT-10-20, n° 360, 12 mars 2014.

10. CE, 4 avril 1979, req. n° 8153 et BOI-BIC-AMT-10-20, n° 340.

11. Ibid, n° 380.

12. Ibid, n° 310.

13. Ibid, n° 370.

14. CE 1er octobre 1999, n° 177 809, Dr. fisc. 1999, n° 45, comm. 824, concl. Goulard.

15. CE 17 mai 2000 n° 188975, 8e et 9e s.-s., Sté Les Fils Charvet ; RJF 7-8/00, n° 883.

Abstract

ailleurs, l'individualisation du fichier en comptabilité n'est pas une circonstance suffisante à elle seule, pour caractériser le caractère dissociable de la clientèle.
La dépréciation irréversible du fichier client doit être prévisible et établie par référence à des éléments propres à l'entreprise, et non par rapport à des faits extérieurs tels que la réduction des débouchés dans le secteur d'activité concerné. Ainsi, une société exerçant une activité de négoce de combustibles qui a acquis de tels fichiers auprès d'entreprises dont l'activité est identique et les a amortis sur cinq exercices, n'établit pas la dépréciation irréversible qu'ils subiraient en se bornant à invoquer l'évolution générale à la baisse du marché de la distribution des combustibles [16].

***Remarque** : Le respect de ces conditions doit inciter à la prudence. Selon le Conseil d'Etat [17], une entreprise qui amortit un fonds de commerce au lieu de constater sa dépréciation par voie de provision prend une décision de gestion qui lui est opposable et ne peut prétendre, en l'absence de constatation de la provision dans ses écritures, à la déduction d'une somme correspondant aux amortissements pratiqués à tort et réintégrés par l'administration.*

Provision pour dépréciation de l'ensemble du fonds de commerce

La voie de l'amortissement n'est donc pas fermée en fiscalité. Il n'en reste pas moins que, s'agissant du fonds de commerce considéré dans son ensemble, elle ne peut être qu'exceptionnelle et suppose, selon les termes de l'arrêt précité, qu'il soit normalement prévisible, comme pour tout actif incorporel, que ses effets bénéfiques sur l'exploitation prendront fin à une date déterminée. En dehors de cette hypothèse, une dépréciation du fonds de commerce, entendu dans son ensemble, en l'absence de divisibilité des éléments le composant, ne peut être constatée que par voie de provision et cette provision ne peut être constituée que dans les conditions suivantes :
• la valeur du fonds figure à l'actif du bilan, ce qui suppose que le fonds ait été acquis, et non pas créé par l'entreprise ;
• le fonds a subi une dépréciation effective au cours de l'exercice considéré ;
• la dépréciation affecte l'ensemble du fonds de commerce et non pas seulement certains de ses éléments.

Concernant la deuxième condition, il résulte de la jurisprudence citée par la doctrine administrative [18] que cette dépréciation peut résulter par exemple, d'une baisse importante du chiffre d'affaires, lorsque cette baisse a entraîné une diminution notable des bénéfices [19]. Le Conseil d'Etat a eu l'occasion de confirmer cette solution en 2011 à propos d'un fonds de commerce d'hôtellerie et de restauration [20].
En revanche, le Conseil d'État a jugé que la constitution d'une provision pour dépréciation du fonds de commerce ne peut trouver de justifications suffisantes, ni dans une baisse du chiffre d'affaires lorsque cette baisse n'a entraîné aucune réduction notable des bénéfices de l'exercice considéré, ni dans le non-renouvellement du bail des locaux dans lesquels le fonds est exploité, dès lors que cet événement a eu lieu à une date postérieure de plusieurs années à la clôture dudit exercice [21]. Sur ce dernier point, la Haute Assemblée avait déjà jugé que la circonstance que le bail afférent aux locaux commerciaux utilisés par une entreprise ne sera pas renouvelé ne suffit pas à elle seule, à démontrer que le fonds de commerce a subi, au cours d'une période encore assez éloignée de la date d'expiration dudit bail, une dépréciation effective pouvant donner lieu à la constitution d'une provision [22].
Concernant la troisième condition selon laquelle la dépréciation doit affecter l'ensemble du fonds de commerce et non pas seulement certains de ses éléments [23], le Conseil d'État a jugé que les variations de la valeur du droit au bail, lequel ne constitue qu'un élément du fonds de commerce, ne peuvent à elles seules démontrer que celui-ci a subi, dans son ensemble, une dépréciation effective [24].
De même, l'abandon par une entreprise de l'exploitation d'un de ses magasins de vente au détail, ne saurait lui permettre de déduire de ses bénéfices une somme égale à la valeur pour laquelle ledit magasin était inscrit dans sa comptabilité, dès lors qu'il n'apparaît pas que cet abandon ait entraîné une dépréciation effective du fonds dans son ensemble et qu'il est établi au contraire, que la fermeture de ce magasin est intervenue dans l'intérêt de la bonne marche de l'activité générale de l'entreprise dont le chiffre d'affaires total a d'ailleurs marqué une progression [25].
Lorsque des travaux routiers ou de voirie de longue durée sont entrepris, la dépréciation de l'ensemble des éléments du fonds de commerce d'une entreprise riveraine due à une diminution notable du bénéfice et du chiffre d'affaires, peut être couverte par une provision déductible du résultat imposable dans la limite de la valeur comptable du fonds inscrite à l'actif [26].

Provision pour dépréciation d'éléments individualisés du fonds de commerce

La jurisprudence admet aussi la possibilité de constater la dépréciation d'éléments du fonds de commerce, pourvu qu'ils soient réellement individualisables, par voie de provision (lorsque la cause particulière de cette dépréciation n'est pas de nature à justifier un amortissement). Ceci a ainsi été jugé pour le droit au bail dont la valeur s'est abaissée en dessous de son prix de revient [27] et pour des licences de transport à l'occasion d'un changement de la réglementation des transports routiers de marchandises [28].

En conclusion

Il ne semble y avoir aucune incompatibilité entre la possibilité reconnue par les nouvelles règles comptables d'un amortissement du fonds commercial et les règles fiscales découlant de la jurisprudence – à laquelle la doctrine ne semble pas opposée – qui admet la possibilité d'amortir les éléments incorporels individualisables du fonds de commerce lorsqu'il est normalement prévisible que leurs effets bénéfiques sur l'exploitation prendront fin à une date déterminée.
L'on attend néanmoins avec intérêt, les éventuelles prises de position de l'administration fiscale sur ces nouvelles règles comptables alors que, à notre connaissance, elle ne s'est pas à ce jour, prononcée sur la déductibilité de l'amortissement des fonds commerciaux. ■

16. CE 29 novembre 2000 n° 185347, 8e et 3e s.-s., RJF 2/01, n° 147.

17. CE 18 décembre 2002 n° 240924, 8e s.s., RJF 5/03, n° 546.

18. BOI-BIC-PROV-40-10-10, n°110 à 130.

19. CE 27 décembre 1937, n° 56712.

20. CE 23 décembre 2011 n° 329282, Dr. fisc. 2012, n° 6, comm. 133, concl. Aladjidi.

21. CE 24 octobre 1938, n° 61968.

22. CE 11 juillet 1936, n° 51511.

23. BOI-BIC-PROV-40-10-10, n°140 et 150.

24. CE 19 juin 1934, n° 34901.

25. CE 5 juin 1961, n° 48550.

26. Rép. Min. Raoult n° 5647, JO AN du 22 novembre 1993, p. 4148.

27. CE 15 octobre 1982 n° 26585, 7e et 8e s.s. ; RJF 12/82 ; Dr. fisc. 1983, n° 15, comm.754, concl. Rivière.

28. CE 13 juillet 2007 n° 289658, RJF 11/07, n° 1218. Voir aussi CAA Bordeaux 30 décembre 1997, n° 95-1494, Desbordes ; RJF 3/98, n° 240 (non-admission du pourvoi en cassation par le Conseil d'Etat : CE 20 octobre 2000 n° 194992, 8e et 3e s.s. ; RJF 1/01, n° 13).

Le Référencement des acteurs en crédit impôt recherche : une opportunité pour les experts-comptables !

Par Guillaume PROUST, Expert-comptable, Président du comité innovation des entreprises
et Frédéric FELLER, Consultant en droit fiscal, Infodoc-experts

Fréquemment, les entreprises innovantes ne savent pas vers qui se tourner pour être accompagnées dans les dispositifs d'aides et notamment sur le Crédit d'Impôt Recherche (CIR) ou le Crédit d'Impôt Innovation (CII).

Nouveau référencement

Afin de pouvoir distinguer les acteurs en crédit d'impôt recherche qui présentent de réelles compétences et expertises en la matière, la Médiation Inter-entreprises, qui dépend du Ministère des Finances et des comptes publics, a instauré depuis septembre 2015 un référencement des acteurs du conseil en CIR-CII. Il s'agit d'un dispositif construit avec les acteurs du conseil en CIR et CII et les entreprises clientes, contribuant à optimiser le fonctionnement de la chaîne innovation, et afin de remédier à certains abus.

Il répond à une démarche volontaire des acteurs et ne s'appuie sur aucun texte normatif. Tous les acteurs qui adhérent aux 5 devoirs et aux 11 engagements de la Charte des Acteurs du conseil en CIR-CII peuvent se porter candidats au processus de référencement.

Ce référencement est pour les entreprises innovantes, un gage de confiance dans la capacité des cabinets conseils à entretenir une relation contractuelle mutuellement responsable.

Il est naturellement ouvert aux experts-comptables pour qui ce référencement peut être un outil de reconnaissance de leurs compétences en matière de CIR et de CII. Ce référencement est également un outil de communication externe du cabinet car il met en avant son rôle d'accompagnant des entreprises. En effet, ces dispositifs sont encore trop peu connus des chefs d'entreprise. Or, ce sont les experts-comptables qui peuvent repérer ces entreprises à potentiel, les orienter vers les bons dispositifs, les inciter à se regrouper et à innover.

Au-delà des recherches d'opportunités en termes d'aides et financements spécifiques, l'expert-comptable doit être aussi un incitateur à l'innovation, à l'occasion d'un dialogue avec l'entrepreneur sur ses projets, sa stratégie, sa vision des mutations de son secteur d'activité, les possibilités de nouveaux produits et services.

Le référencement démontre que l'expert-comptable est une force de proposition. Il peut ainsi prendre l'initiative d'organiser un entretien dédié avec l'entrepreneur afin d'évoquer ses projets innovants. Il l'accompagnera et le conseillera ensuite tout au long de sa démarche stratégique d'innovation (investissement, financement, statut de jeune entreprise innovante, crédit d'impôt recherche, outils de pilotage…).

Modalités de référencement

Le référencement résulte d'une démarche volontaire du cabinet qui doit s'engager à respecter les exigences d'un référentiel. Ils sont évalués par la Médiation inter-entreprises sur leur capacité à respecter et à faire respecter par leurs clients, de façon systématique et durable, ces exigences.

Le référencement est prononcé à l'issu de plusieurs étapes : dépôt de candidature, évaluation documentaire puis en face à face, restitution des résultats et demandes d'amélioration.

Il est délivré pour 3 ans par l'autorité de référencement désignée, après avoir pris l'avis du Comité de Référencement. Il est soumis à un suivi annuel qui prend en compte les informations en provenance des parties prenantes, la capacité des cabinets conseil à s'adapter aux évolutions du référentiel, de son environnement et de sa propre organisation. ■

Pour en savoir plus

Site dédié du Ministère de l'Economie : http://www.economie.gouv.fr/mediation-interentreprises/referencement-des-acteurs-conseil-en-cir-cii

Le socle de la Charte des Acteurs du conseil en CIR-CII se compose de 5 critères :

1. Devoir d'information : le signataire de la Charte s'engage à en informer ses prospects et clients et à mettre la charte à leur disposition.
2. Devoir de sensibilisation : le signataire de la Charte s'engage à sensibiliser ses entreprises clientes aux règles fiscales applicables au CIR et/ou CII ainsi qu'aux obligations de conformité que les prospects et clients devront satisfaire et démontrer.
3. Devoir d'alerte : le signataire de la Charte s'engage à alerter formellement l'entreprise cliente des risques de remise en cause du CIR et/ou du CII et de toutes leurs conséquences en cas d'insuffisances ou manquements de l'entreprise cliente dûment constatés.
4. Devoir de protection : le signataire de la Charte s'engage à souscrire une assurance professionnelle couvrant l'ensemble des prestations fournies aux entreprises clientes.
5. Devoir de communication : le signataire de la Charte s'engage à collecter et analyser toutes les informations en relation avec le bon respect de la charte et de ses pratiques afin de s'inscrire dans une dynamique de progrès continu.

Revue Française de Comptabilité

Dossiers spéciaux parus

À commander sur WWW.BOUTIQUE-EXPERTS-COMPTABLES.COM

Patrimoine et dirigeant
Février 2015 - N° 484

Association et mécénat
Mars 2015 - N° 485

International
Avril 2015 - N° 486

Financement des entreprises
Mai 2015 - N° 487

Complémentaire santé
Juin 2015 - N° 488

Agricole
Juillet-Août 2015 - N° 489

Diplôme d'Expertise Comptable (DEC)
Septembre 2015 - N° 490

Comités d'entreprise
Octobre 2015 - N° 491

Patrimoine immobilier
Novembre 2015 - N° 492

L'expert-comptable numérique - 70e congrès
Décembre 2015 - N° 493

Secteur public
janvier 2016 - N° 494

Prochains dossiers spéciaux à paraître

Création d'entreprises
Mars 2016 - N° 496

Professions libérales
Avril 2016 - N° 497