

République Algérienne Démocratique et Populaire
Ministère de l'enseignement Supérieur et de la Recherche scientifique



Ecole supérieure de Management – Tlemcen

Département : Management

Spécialité : Management et stratégie des entreprises

Mémoire de Fin d'Etudes

En vue de l'obtention du diplôme de Master académique

Thème :

**L'importance du capital immatériel dans
la création de la valeur:
Cas des entreprises algériennes
(*ARIB & BATIMETAL*)**

**Présenté par :
SERAT Louiza**

Soutenu le : 26 /06/2019

Devant le jury composé de :

Nom et Prénom	Grade	Qualité
1- CHIKHI Kamel	MCA	Président
2- BOURI Sarah	MCB	Encadreur
3- SALMI Abdeljabar	MCA	Examineur

Année universitaire : 2018 / 2019

Remerciements

*Notre reconnaissance va en premier lieu à Dieu, qui nous accorde
santé et protection, et nous comble de ses bénédictions tous
les jours de notre vie.*

*Et en deuxième lieu spécialement à mon promoteur
(BOURI Sarah) et généralement à tous ceux qui ont contribué
à la réalisation et à la réussite de notre travail.*

Dédicaces

Je dédie ce modeste travail:

À mes chers parents qui m'ont toujours soutenu et

Qui ont répondu présents tout au long de mes études.

Ma mère qui a été toujours là pour moi dans tous les moments difficiles, que

Dieu la protège.

À mes frères et sœurs ainsi que leurs familles.

À mes chers amis, Lina, Houda, Asma, Soumia, Madiha, Karima et Yamna.

À tous ceux qui me connaissent de loin ou de près et qui ont contribué à la

Réalisation de ce modeste travail.

Sommaire

Introduction Générale	2
Chapitre I. Le cadre conceptuel du capital immatériel	7
Introduction	8
Section1 : Le concept capital immatériel	9
Section 2: La mesure du capital immatériel et l'investissement dans l'immatériel.....	21
Conclusion	30
Chapitre II. Capital immatériel et création de la valeur	31
Introduction	32
Section 1 : Les théories de la valeur dans les sciences économiques.....	33
Section 2 : La valeur de l'entreprise et le capital immatériel.....	43
Conclusion.....	52
Chapitre III. L'importance du capital immatériel dans la création de la valeur : Etude empirique	53
Introduction.....	54
Section 1 : Présentation générale des organismes d'accueil.....	55
Section 2 : Démarche méthodologique et résultats de l'étude.....	59
Conclusion	103
Conclusion Générale	105

LISTE DES TABLEAUX

Liste des tableaux

N° du tableau	Titre du tableau	Page
Chapitre I		
(I.1)	Les investissements immatériels	25
Chapitre II		
(II.1)	Création de valeur et extraction de valeur	47
Chapitre III		
(III.1)	Description de l'entreprise laiterie d'Arib Ain Defla	55
(III.2)	Description de l'entreprise BATIMETAL CHARPENTE OUEST	57
(III.3)	Questionnaires distribués et récupérés	61
(III.4)	Coefficient d'Alpha Cronbach	62
(III.5)	Répartition des données de l'échantillon par genre	63
(III.6)	Répartition des données de l'échantillon par expérience	64
(III.7)	Le degré de connaissance du capital immatériel	65
(III.8)	Les données des composants du capital immatériel	66
(III.9)	Les éléments des composants du capital immatériel	68
(III.10)	L'intérêt de l'entreprise par le capital immatériel	70
(III.11)	La pensée des employés concernant le capital immatériel	71
(III.12)	Comparaison entre capital immatériel et capital matériel	72
(III.13)	La source de la création de la valeur	72
(III.14)	Les éléments nécessaires pour la création de la valeur	73
(III.15)	L'investissement dans le capital immatériel	76
(III.16)	Les aspects influencés par l'investissement au capital immatériel	76
(III.17)	Les aspects concernés par la création de la valeur	77
(III.18)	Les dimensions du management des ressources immatérielles	78
(III.19)	Les aspects touchés par les menaces sur le capital immatériel	79
(III.20)	Coefficient de corrélation entre les deux variables	79
(III.21)	La regression (Anova one way)	80
(III.22)	Coefficient d'Alpha Cronbach	82
(III.23)	Répartition des données de l'échantillon par genre	82
(III.24)	Répartition des données de l'échantillon par expérience	83

(III.25)	Le degré de connaissance du capital immatériel	84
(III.26)	Les données des composants du capital immatériel	85
(III.27)	Les éléments des composants du capital immatériel	88
(III.28)	L'intérêt de l'entreprise par le capital immatériel	89
(III.29)	La pensée des employés concernant le capital immatériel	89
(III.30)	Comparaison entre capital immatériel et capital matériel	91
(III.31)	La source de la création de la valeur	91
(III.32)	Les éléments nécessaires pour la création de la valeur	92
(III.33)	L'investissement dans le capital immatériel	95
(III.34)	Les aspects influencés par l'investissement au capital immatériel	96
(III.35)	Les aspects concernés par la création de la valeur	97
(III.36)	Les dimensions du management des ressources immatérielles	98
(III.37)	Les aspects touchés par les menaces sur le capital immatériel	99
(III.38)	Coefficient de corrélation entre les deux variables	99
(III.39)	La régression (Anova one way)	100

LISTE DES FIGURES

Liste des figures

N° de la figure	Le titre	Page
Chapitre I		
(I.1)	Le capital immatériel	14
(I.2)	Illustration représente la décomposition du capital immatériel	19
(I.3)	Les interactions entre les différentes composantes du capital immatériel.	20
(I.4)	Les actifs immatériels : le trésor caché de l'entreprise.	22
(I.5)	Le capital immatériel dans le bilan de l'entreprise	23
(I.6)	Les relations causales de la mesure de l'immatériels	27
(I.7)	La distinction entre investissements, dépenses et actifs immatériels	28
Chapitre II		
(II.1)	Distinction de la valeur	45
(II.2)	Matrice création de valeur extraction de valeur.	48
(II.3)	Le rôle du capital immatériel	50
Chapitre III		
(III.1)	L'organigramme de la laiterie d'ARIB	56
(III.2)	L'organigramme de BATIMETAL	58
(III.3)	Le modèle de l'étude	62
(III.4)	Représentation graphique de la répartition de l'échantillon	63
(III.5)	Représentation graphique de l'expérience des employés	64
(III.6)	Présentation graphique du pourcentage des personnes intéressé par le capital immatériel	70
(III.7)	Représentation graphique de la répartition de l'échantillon	83
(III.8)	Représentation graphique de l'expérience des employés	84
(III.9)	Présentation graphique de l'investissement dans l'immatériel	95

LISTE DES ANNEXES

Liste des annexes

N° de l'annexe	Titre de l'annexe	Page
A.1	Le questionnaire	II

Introduction Générale

Introduction Générale

Aujourd'hui le monde traverse une période d'évolution et de changement rapide dans divers domaines, à la fois économiques, sociaux ou politiques. Le contexte économique actuel se caractérise par un environnement plus turbulent et plus dynamique. Les entreprises se trouvent aussi dans un milieu concurrentiel acharné, caractérisé par une nouvelle capacité productive, la créativité, la qualité, l'innovation...etc. Avec la révolution importante des technologies d'information et de communications, les entreprises cherchent à adapter un nouveau modèle de création de valeurs plus durable et plus vertueuse.

Elles sont basées sur les connaissances et elles ont décidé d'exploiter la richesse de leur capital immatériel. Après que le capital matériel était la base de la production dans plusieurs entreprises, la situation a changé maintenant et les entreprises sont intéressées par l'immatériel plus que le matériel.

Et pour démontrer que le capital immatériel est plus important que le capital matériel, prenant l'exemple de Microsoft, dont la valeur marchande au début du XXe siècle était de 115 milliards de dollars, le capital matériel ne représentait que 10%, contre le capital immatériel qui représente 90%. L'enjeu crucial de réussite économique des entreprises se fonde largement sur l'innovation, la compétence des hommes et l'intelligence. La performance de l'entreprise devient de plus en plus basée sur des éléments immatériels (recherche et développement, formation, publicité, méthode d'organisation...) qui représentent actuellement le nouveau capital de l'entreprise. Les valeurs portées par l'entreprise, son patrimoine, ses savoirs, ne se limitent plus aux seuls actifs matériels et financiers mais ils prennent en compte le capital immatériel dans la 1ère classe. Dans l'économie actuelle de la connaissance, les investissements en actifs immatériels sont de plus en plus considérés comme un élément stratégique pour la croissance, la rentabilité, la compétitivité et surtout la création de la valeur d'une entreprise.

L'intérêt grandissant pour le capital immatériel, en tant que facteur de création de valeur, l'amélioration et la préservation de cette valeur dépend du degré d'exploitation de capital immatériel et sa gestion efficace en profitant de ses composants : le capital humain qui est le principal facteur d'innovation, le capital organisationnel qui réduit des coûts et de temps consommés dans les processus de production et le capital client (relationnel) qui maintient de bons clients d'entreprise et les fidélisés.

➤ **Problématique de l'étude**

L'objectif de notre travail consiste à répondre à notre problématique de recherche en expliquant la relation dynamique qui existe entre le capital immatériel et la création de la valeur. Pour cela, nous tenterons d'apporter des éléments de réponses à la question principale de notre recherche qui est la suivante : « *Quelle est l'importance du capital immatériel dans la création de la valeur de l'entreprise ?* ».

Ce sujet soulève de notre part un véritable intérêt, dans la mesure où son étude nous permettra de mieux expliquer ce concept qui est le capital immatériel, et d'apprécier son apport à ces deux entreprises Algériennes.

De ce qui précède, deux questions subsidiaires découlent de la question principale :

- A quel degré l'entreprise s'intéresse par son patrimoine immatériel ?
- Quel est le rôle du capital immatériel dans la création de la valeur ?

➤ **Hypothèses de l'étude**

Pour mener à bien et cerner notre travail et atteindre notre objectif, cette recherche s'est fondée sur deux hypothèses à savoir :

- **H 1** : Il existe une relation entre capital matériel et création de valeur
- **H 2** : Il n'existe aucune relation entre le capital immatériel et la création de valeur.

➤ **L'importance de l'étude**

L'importance de l'étude découle de l'importance du capital immatériel en tant qu'il est considéré comme une source essentielle de la rentabilité et la compétitivité des entreprises. L'intérêt de ce capital dicté par les défis économiques, les évolutions rapides et les fortes pressions concurrentielles, sans oublier que la capacité intellectuelle innovante est devenue l'un des facteurs les plus importants de l'économie mondiale du savoir.

La propriété intellectuelle joue un rôle important dans la création de valeur pour l'organisation, dans l'amélioration de sa créativité et sa réputation, ainsi que dans l'attrait des clients. Donc l'importance de cette étude dépend de :

- Le développement de la capacité innovante de ressources humaines qui va améliorer la productivité et par conséquent l'augmentation du profit.
- L'amélioration des relations avec les clients et les fournisseurs en fournissant des services et des produits distincts.
- La nécessité de protéger le capital immatériel.

➤ Raisons du choix du sujet

Nous avons opté pour ce sujet plusieurs raisons, en voici quelques-unes:

- En raison d'une documentation et des études insuffisantes sur ce thème concernant le cas des entreprises Algériennes.
- Comprendre le concept de capital intellectuel et souligner son importance pour les entreprises Algériennes.
- Identifier le degré d'accréditation des entreprises Algériennes sur la gestion du capital immatériel pour créer de la valeur.
- Identifier les composants de base du capital immatériel.
- Assurer qu'il existe une relation entre le capital immatériel et la création de la valeur.
- L'ambition de faire un essai d'investigation empirique, en utilisant des méthodes modernes sur notre cas.

➤ Démarche Méthodologique

La méthodologie adoptée dans ce travail se répartie entre une démarche descriptive, analytique et déductive. En effet, à travers une étude littéraire, la méthode descriptive nous permettra d'apporter une vision globale sur la compréhension du capital immatériel et de la création de la valeur. Puis, une étude empirique nous permettra, grâce à l'utilisation de la méthode analytique quantitative d'étudier les aspects pratiques du sujet de l'étude, sur la base des méthodes statistiques. Enfin, quant à la méthode déductive, celle-ci sera privilégiée dans l'apport des conclusions appropriées qui seront systématiquement relevées et qui permettront de répondre à notre problématique et à vérifier nos hypothèses.

➤ Les études précédentes

Plusieurs études antérieures ont cherché à appréhender le lien entre le capital immatériel et la création de la valeur de l'entreprise. Parmi ces études nous avons :

L'étude de **Bontis et al, (2000)**¹ a défini les relations entre les différents composants du capital immatériel et son influence sur la performance de l'entreprise, elle a conclu qu'il existe une relation positive entre le capital humain et le capital relationnel, ainsi que le capital relationnel a une grande influence sur le capital organisationnel.

¹ Nick Bontis, William Chua Chong Keow, Stanley Richardson, *Intellectual capital and business performance in Malaysian industries*, Journal of Intellectual Capital, Vol. 1, 2000.

Introduction Générale

L'objectif de l'étude de **De- Castor et al, (2006)**² est d'évaluer le capital organisationnel du point de vue de l'approche fondée sur les ressources, réalisée aux États-Unis. L'étude a abouti à plusieurs conclusions, notamment le fait que, grâce au cadre du capital organisationnel, elle a été développée avec un ensemble de variables: atouts précieux, difficulté d'imitation, difficulté d'échange, difficulté de transport.

Le but de l'étude de **Flatt, Stanley, (2008)**³ est de démontrer comment un avantage concurrentiel peut être obtenu grâce à des actifs incorporels. Connaissant l'impact direct et indirect de la culture et de la réputation institutionnelle, l'étude a été menée auprès de 104 organisations appartenant à sept industries aux États-Unis d'Amérique, concluant que la culture institutionnelle n'est pas le seul facteur d'amélioration des performances financières des organisations.

La thèse de **Memon et al. (2009)**⁴ s'appuie sur le capital intellectuel en tant que partie intégrante de toute organisation, dont l'objectif principal est de permettre aux entreprises d'obtenir l'avantage concurrentiel. L'étude a révélé que les changements technologiques, la mondialisation et le défi de la concurrence ont changé les formes des modèles qui conduisent à un avantage concurrentiel. Par conséquent, les plus aptes à changer et à acquérir plus de connaissances sont les plus susceptibles de changer et le capital intellectuel est le plus influent sur les composantes de l'avantage concurrentiel de l'investissement.

De même, l'étude de **Ipek & Zeki, (2009)**⁵ est considéré comme un modèle permettant de mesurer l'impact du capital intellectuel sur l'avantage concurrentiel des investissements fondés sur l'économie du savoir, et a conclu que le capital immatériel n'est pas moins important que le capital financier, quand on parle sur l'avantage concurrentiel dans une économie basée sur la connaissance.

² Gregorio Martín-de-Castro, José Emilio Navas-López, Pedro López-Sáez, Elsa Alama-Salazar, *Organizational capital as competitive advantage of the firm*, Journal of Intellectual Capital, Vol. 7, 2006.

³ Flatt, Sylvia J. Kowalczyk, Stanley J, *Creating competitive advantage intangible assest the direct and indirect effectes of corporare Through culture and reputation* . Advances in Competitiveness Research, 2008 Vol. 16, No. 1-2, Annual 2008.

⁴ Memon et al. Study, *Human capital a source of competitive advantage Ideas for strategic leadership*, Australian Journal of Basic and Applied Sciences, 3(4).

⁵ Ipek & Zeki, Study, *The relationship between firm intellectual capital and the competitive advantage* , Journal of Global Strategic Management | V. 3 | N. 2 | isma.info, 2009-June |

Introduction Générale

L'étude empirique de **Mitchell, (2010)**⁶ est basée sur le développement et la mise à l'essai d'un modèle de gestion du capital intellectuel dans les entreprises reposant sur trois composantes du capital intellectuel (capital humain, capital structurel, capital relationnel). Après l'examen qui a été fait sur les administrateurs, les auteurs ont déclaré que la gestion du capital intellectuel n'était pas nécessaire et ils ont recommandé de s'attacher à modifier le comportement des employés de la société en plus de l'importance de l'institution sociale des individus.

➤ La structure de l'étude

La rédaction de la présente étude est constituée de trois chapitres. Les deux premiers chapitres sont à caractère théorique tandis que le dernier chapitre est à caractère empirique.

Tout d'abord, il est nécessaire de présenter le cadre théorique et conceptuel de l'étude. Ce sera l'objet du premier chapitre qui vise à alimenter en concepts fondamentaux notre étude sur le cadre conceptuel du capital immatériel. Il est divisé en deux sections. La première section présente un aperçu sur le capital immatériel, on y trouve aussi les composantes du capital immatériel. Quant à la deuxième section est consacrée à la mesure du capital immatériel et l'investissement dans l'immatériel.

Le deuxième chapitre vise à étudier le capital immatériel et la création de valeur, nous expliquons comment la dynamique du capital immatériel agit-elle sur la valeur de l'entreprise. Il est divisé en deux sections. Dans la première section nous commencerons par présenter quelques théories phares de la valeur dans les sciences économiques. La seconde section traite la relation qui existe entre le capital immatériel et la valeur de l'entreprise et nous expliquons, l'importance ainsi que le rôle du capital immatériel dans la création de la valeur.

Enfin le troisième chapitre sera consacré à l'étude pratique réalisée au sein de deux entreprises algériennes. La première est une entreprise des produits laitiers, la deuxième est une entreprise spécialisée dans l'industrialisation de la construction métallique, nous essayerons de voir si le capital immatériel est un facteur primordial dans la création de valeur économique dans le succès de ces entreprises.

⁶ A model for managing intellectual capital to generate wealth, *a thesis presented in partial fulfilment of the requirements for the degree of Doctor of Philosophy in Business*, Massey University, Albany, New Zealand, 2010.

Chapitre I.
***Le cadre conceptuel du
capital immatériel***

Introduction du chapitre

À partir des années 80, et grâce à l'apparition de la société d'information, on assistait au passage de la société et de l'économie matérielle à une société et une économie immatérielle. Le progrès des connaissances scientifiques et techniques a influencé directement la montée de l'immatériel. Donc cette évolution résulte une réduction de l'importance de la force physique et des matières premières et conduit à des produits de plus en plus immatériels.

Les facteurs immatériels sont de nos jours plus importants que les facteurs matériels et financiers. Le développement dépend à présent de ressources illimitées : les connaissances et la créativité nécessaire pour utiliser ces connaissances et en produire d'autre. « Les deux choses les plus importantes n'apparaissent pas au bilan de l'entreprise : sa réputation et ses hommes. » (Henri Ford), c'est l'intelligence et le talent de l'ensemble des membres d'une organisation qui doivent mobilisés en synergie pour faire face à l'incertitude, à la complexité, à la nécessité de produire de la qualité, de répondre à un niveau d'exigence sans cesse croissant. En plus les progrès techniques, la pression de la concurrence et les changements de l'environnement obligent à innover en permanence.

Dans un environnement instable, il est impératif d'avoir recours aux technologies d'information et de communication pour recueillir des données pertinentes pour les analyser rapidement et pour diffuser les résultats de cette analyse. Les acteurs les plus déterminants sur le marché utilisent le capital immatériel comme outil stratégique et pour beaucoup de firmes l'exploitation effective du capital immatériel de l'entreprise constitue le critère le plus déterminant dans leur avantage compétitif.

L'objet de ce premier chapitre est d'alimenter en concepts fondamentaux notre étude sur le cadre conceptuel du capital immatériel. Celui-ci s'articulera autour de trois sections. La première section traite le concept capital immatériel. Ensuite, nous présenterons, dans la seconde section, la mesure du capital immatériel et l'investissement dans l'immatériel.

Section 1 : Le concept capital immatériel

Le capital immatériel gagne en importance dans l'économie du savoir d'aujourd'hui et joue un rôle essentiel dans l'innovation, la croissance de la productivité ainsi que dans le rendement et la compétitivité des organisations. Le capital immatériel peut englober les domaines suivants: ressources humaines, structure et processus organisationnels, recherche et développement, technologie et droits liés à la propriété intellectuelle, réseaux de consommateurs et de fournisseurs et logiciels.

La gestion du capital intellectuel est un domaine qui fait appel à la créativité et à l'intelligence des personnes, à de nouvelles méthodes de gestion, à de nouvelles technologies de l'information, et à de nouvelles façons de concevoir l'organisation post industrielle dans la nouvelle économie du savoir.

1. L'apparition du capital immatériel

1.1. Historique

Des 1776, Adam Smith dans son ouvrage « the wealth of nations » soulignait que l'amélioration des habiletés des travailleurs constitue une source fondamentale pour le progrès économique. Il insistait aussi sur le fait qu'investir dans le capital humain et les habiletés affecte les revenus des personnes et la structure des salaires.⁷

Taylor a par la suite mis l'accent sur l'importance de la prise en compte des facteurs humains dans l'organisation.⁸ On voit ainsi apparaître au début des années 1970 les facteurs contingents.

Durant les 50 dernières années, le travail sur le capital immatériel (considéré comme synonyme d'intangibles) a été effectué selon plusieurs axes:

- Les analyses concernant la productivité étaient concentrées dans une fonction de production intégrant le capital et le travail et permettant la substitution des deux facteurs de production. Mais les limites et les insuffisances de cette approche ont été remarquées et une série d'alternatives ont été présentées par un certain nombre de chercheurs.
- Les retombées de la seconde guerre mondiale ont permis l'apparition d'un ensemble d'analyse économique et le développement de la branche des quantitatistes qui ont analysé la croissance économique. En effet, après la toute première vague de gestion scientifique imaginée et lancée par Frederick Taylor, et à la suite du mouvement des

⁷ Adam SMITH. *La richesse des nations*, W. Strahan and t. Cadelle, Londres. 1776

⁸ Frederick Winslow Taylor . *The Principles of Scientific Management* - Scholar's Choice Edition, 2015. p. 98.

relations humaines qui a mis quelque peu l'accent sur l'importance de la prise en compte des facteurs humains dans l'organisation, on voit ici l'apparition d'une sorte de nouvel élan scientifique à l'approche des années 50: les facteurs contingents.

Les considérables recherches et progrès réalisés durant les guerres à travers les efforts d'amélioration des capacités militaires, de prévision, de planification...sont à l'origine de ce regain d'esprit scientifique. Le calcul et la programmation minutieuse alimentent toutes les opérations dans les entreprises industrielles. Celles-ci font désormais face à un environnement en pleine ébullition, à un marché soudain mondialisé par les spectaculaires avancées dans les communications et les transports, à une technologie en mutation radicale et à une internationalisation des affaires qui introduisent de nouvelles structures, de nouvelles procédures et surtout de nouveaux outils de gestion en particulier le renforcement de méthodes quantitatives telles que le calcul statistique ou la recherche opérationnelle ainsi que l'usage de l'ordinateur.

Penrose (1959) a été le fondateur initial de la théorie de la ressource « the ressource based biew ». Penrose ouvert la voie à une nouvelle théorie économique qui considère le savoir parmi le processus de création de la richesse.⁹ Les managers et les chercheurs dans la société économique ont commencé à s'intéresser aux investissements.

Denison (1962) en étudiant les sources de la croissance économique aux Etats Unies entre 1909 et 1958, a conclu que la connaissance, l'habileté et l'énergie du travail sont les déterminants les plus importants de la croissance économique.¹⁰ Mais la valorisation de ses déterminants ne suffit plus pour les réaliser, ces chercheurs insistent sur l'importance d'autres facteurs de production et autres parlent que sur le capital et le travail mais les relations qui se trouvent dans « la boîte noire » reste difficile à cerner, elles ne peuvent qu'être estimées approximativement.

A partir des années 60, un certain nombre de théories économiques se sont concentrées sur l'investissement et le stock du capital humain: connaissances, habiletés, mobilités, des individus... la principale contribution dans ce domaine était celle de Becker (1964) qui a formulé une théorie concernant la formation du capital humain et il s'est intéressé à l'investissement en éducation. Il illustre le développement d'un certain nombre de théories économiques qui se sont concentrées sur l'investissement et le stock du capital humain : connaissances, habiletés, mobilités des individus, etc.

⁹ PENROSE, Edith Tilton. the theory of the growth of the firm. New York, Wiley, 1959, p.271.

¹⁰ DENISON, Edward Fulton. The sources of economic growth in the united states and the alternatives before US. New York Committee for Economic Development cop. 1962. p 297.

Avec le progrès technologique et l'importance que prends de plus en plus la recherche et développement et le processus d'innovation en général, les pays membres de l'OCDE ont essayé entre 1960 et 1970 de formuler et de créer des critères en faveur des R&D et notamment l'application des résultats des recherches scientifiques. En 1963, et dans le but d'harmoniser les méthodes d'évaluation de la recherche, l'OCDE organise une rencontre des experts nationaux dans la R&D. Avec leur assistance il prépare un manuel nommé "Frascati manual". Très vite, il s'est avéré clair que l'évaluation de R&D ne peut pas se faire uniquement par les données ou les classifications des activités de recherche. Il est nécessaire de percevoir des standards communs pour l'évaluation des outputs de ces activités.

1.2. Naissance du concept capital immatériel

L'histoire du capital immatériel est courte mais elle a créé un intérêt considérable auprès des chefs d'entreprises et des actionnaires. En effet, le concept du capital immatériel est apparu sur le marché des affaires dans les années 90. A la fin de cette décennie, « le terme du capital immatériels s'est transformé d'une nouvelle idée intéressante à une phrase fréquemment utilisée et bien connue dans le lexique des affaires »¹¹.

Pourtant cette histoire a commencé à partir des années 80. Avec l'émergence de la société d'information, la croissance des connaissances, l'intensification de la concurrence aussi bien nationale qu'internationale, un écart a été senti entre la valeur du marché et la valeur comptable de certaines compagnies. Ainsi, la notion de valeur intangible a commencé à apparaître et surtout sous la forme de *goodwill*.

Cette époque a été marquée par le développement des activités marketing et recherche de l'entreprise pour que cette dernière soit capable de détecter les attentes de ses clients de plus en plus exigeant, de les satisfaire avant et mieux que la concurrence et par suite être créative et pratiquer l'innovation à tous les niveaux. Le développement des circuits d'information était nécessaire pour avoir l'information en temps réel et d'une meilleure qualité. Tout cela nécessite le développement des compétences du personnel par une formation et une motivation adéquates.

Les managers, les académiciens et les consultants dans le monde entier ont commencé à s'intéresser aux investissements et actifs immatériels qui représentent le déterminant majeur du profit de la firme (Marion, Caspar et Afriat, 1988..). En 1986, une étude de la performance des entreprises japonaises- réalisée par Hiroyuki Itami- concluait que la différence majeure dans les performances était attribuée aux actifs intangibles.

¹¹ SULLIVAN, Patrick H. *Value-Driven intellectual capital, How to convert intangible corporate assets into market value*. New York. 2000. p.132,

Une série d'articles et de livres a commencé à être publiée à la fin des années 80 et début 90 pour expliquer comment utiliser et mesurer ces actifs immatériels qui constituent un moyen d'explication de l'augmentation de la valeur de la firme. Karl-Erik Sveiby, manager d'une compagnie suédoise de publicité, publia en 1986 son livre "the knowledge company" écrit en suédois et dans lequel il explique comment gérer ces actifs intangibles. Il fut le premier livre dans le monde qui traite de ce sujet et qui a fait inspirer différents chercheurs suédois dans leur mouvement de knowledge management et capital immatériel.

Durant les années 80, la stratégie de l'entreprise suit l'approche de l'analyse industrielle basée essentiellement sur les caractéristiques de l'industrie pour le développement d'un avantage compétitif. Cette approche a pour but le positionnement de l'entreprise dans son marché selon un choix réalisé par rapport à la concurrence. La stratégie de l'entreprise vise l'obtention d'une position rentable et durable au milieu des forces qui caractérisent le cadre concurrentiel du secteur.

Pour M.Porter (1986): « *la stratégie utilisée contre les concurrents n'est pas seulement une réaction à l'environnement, mais aussi une tentative de modeler l'environnement en faveur de la firme* »¹². Il présente les cinq forces de la concurrence qui déterminent l'attrait d'un secteur, ainsi que les trois grandes stratégies de base pour obtenir un avantage sur la concurrence qui sont la domination par les coûts, la différenciation et la concentration.

Ainsi pour atteindre un rendement supérieur à la normale, une entreprise développera des positions concurrentielles avantageuses avec une offre distincte de celles des concurrents ou identique mais à un prix inférieur.

En 1991 et 1992 Thomas Stewart a publié des articles concernant le pouvoir du cerveau « the brainpower » dans lesquels il parle sur l'importance du capital immatériel de l'entreprise et son rôle et sa contribution dans la création de la richesse de cette dernière, Stewart donne des conseils aux entreprises pour se focaliser sur leurs connaissances que sur leurs biens matériels « intellectual capital is becoming corporate america's most valuable and can be its sharpest competitive weapon. The challenge is to find what you have – and use it »¹³. Thomas Stewart appelle «the brainpower», l'autorité allant à ceux qui créent et contrôlent le nouveau patrimoine des actifs intangibles (l'information, l'image de marque, le savoir-faire technologique, le capital humain).

¹² M.Porter. *l'avantage concurrentiel*. 1986. Dunod.

¹³ STEWART .T. *your company's most valuable asset : intellectual capital*. Fortune, vol 130, N 7, 3 octobre. 1994. p.68.

A partir de ces années, des postes de « responsable de la gestion des connaissances et du capital intellectuel » sont apparus dans de nombreuses firmes essentiellement anglo-saxonnes:

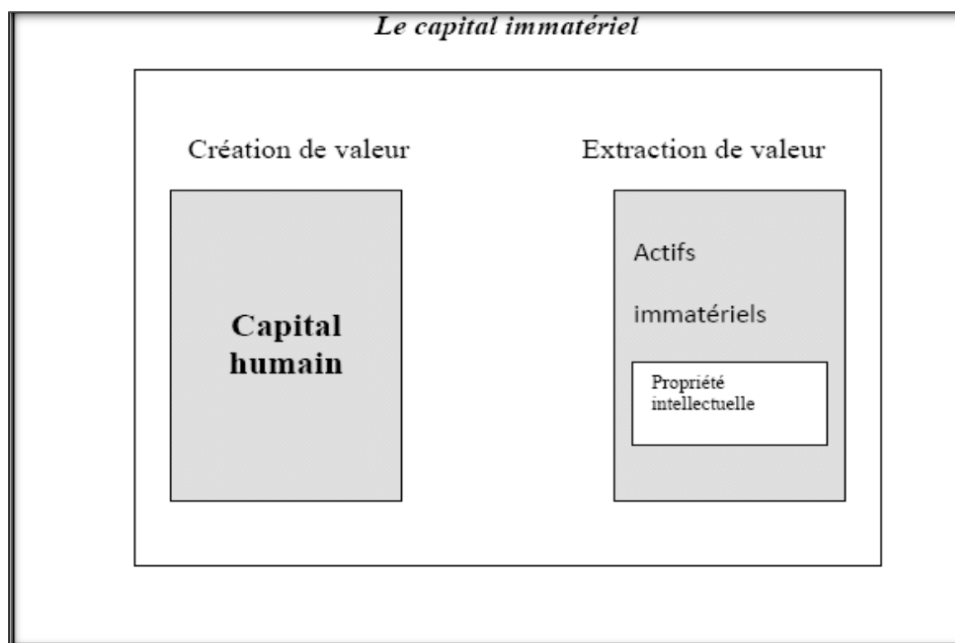
En 1991, Leif Edvinsson a été nommé le vice président du capital immatériel de Skandia AFS qui a organisé le premier service s'intéressant au capital immatériel de l'entreprise. Après cette première expérience, d'autres entreprises ont essayé de créer une direction semblable comme par exemple The Dow Chemical Company en 1993 qui nomma Gordon Petrash directeur du capital immatériel.

En 1994, il y avait à peu près une douzaine de compagnies dans le monde qui se sont engagées à créer du profit à partir de leur capital immatériel. T. Stewart avait enquêté sur ces premières recherches en matière du capital immatériel et avait publié en octobre 1994 son article intitulé: « l'actif le plus important de votre entreprise: le capital immatériel » (Stewart, 1994). Cet article a servi de coup de semonce pour indiquer que l'ère du capital immatériel avait sonné partout.

Il y avait ainsi une variété de perspectives et de méthodes de traiter cette valeur, c'est pour cette raison que Leif Edvinsson, Gordon Petrash et Patrick Sullivan ont vu qu'il est intéressant et instructif de regrouper les représentants de toutes ces firmes pour discuter d'une part, des perspectives de leur capital immatériel et d'autre part, comment en extraire du profit.

En Janvier 1995, les représentants des douze entreprises se sont regroupés durant le « ICM Gathering » (*the intellectual capital management gathering*). Les participants ont voulu donner une définition au terme capital immatériel et comprendre les éléments le constituant. A l'achèvement de l'assemblée, ils se sont mis d'accord sur la définition suivante: « ***Le capital immatériel est une connaissance qui peut être convertie en profit*** ». Une schématisation du capital immatériel a été réalisée au cours de cette rencontre:

Figure (I.1) : Le capital immatériel



Source : P.Sullivan. *Value driven intellectual capital*. John Wiley & Sons, USA. 2000.

Ainsi, les éléments du capital immatériel sont:

- Le capital humain avec les connaissances tacites,
- Les actifs immatériels ou connaissances codifiées: une partie de ces actifs est protégée comme par exemple: marque, copyright se sont les propriétés intellectuelles.

1.3. Définition du capital immatériel

Il n'existe pas de définitions du capital immatériel qui fassent l'unanimité parmi les experts. Certains auteurs parleront de capital immatériel, d'autres préféreront employer le terme capital intellectuel ou intangible. Différentes définitions ont été données par les chercheurs à la notion du capital immatériel.

- **ICM Gathering (1995)** : « *le CI est une connaissance qui peut être convertie en profit* ». C'est donc une connaissance tacite résidant chez les individus et une connaissance explicite codifiée dans des documents et selon des processus bien déterminés.
- **Brooking (1996)** : « *le CI est le terme donné à la combinaison des actifs intangibles du marché, la propriété intellectuelle, les actifs liées à l'être humain et à l'infrastructure de l'organisation et qui aide l'entreprise à fonctionner* »¹⁴.

¹⁴ BROOKING A. *Intellectual capital :core asset for the third millennium entreprise*. Thomson Business Press, London. 1996. p. 150.

- **Bontis (2001)** : « *le CI est insaisissable, mais du moment qu'on le découvre et qu'on l'exploite, il peut fournir à l'organisation une nouvelle base des ressources avec laquelle elle peut concurrencer et gagner* »¹⁵.
- **Roos J. (1998)** : « *le CI contient tous les processus et les actifs qui ne sont pas normalement vus dans la balance de l'entreprise et tous les actifs intangibles concernant les métiers, les brevets ou les marques. Cela englobe aussi la somme des connaissances des membres de l'organisation ainsi que la translation de ces connaissances* »¹⁶.
- **Stewart (1997)** : « *le CI est le matériel intellectuel, connaissances, information, propriété intellectuelle, expérience qui peut être utilisé pour créer la richesse ...* »¹⁷.
- **Edvinsson & Malone (1999)** : « *le CI est la détention d'un savoir, d'une expérience concrète, d'une technologie d'organisation, des relations avec les clients et de compétences professionnelles qui confèrent à skandia un avantage compétitif sur le marché.* »¹⁸.
- Plus récemment, **Fustec & Marois, (2006)** : Le capital immatériel peut être défini par une phrase simple : « *il s'agit de toute la richesse de l'entreprise qui ne se lit pas dans les états financiers* »¹⁹. Dans l'entreprise il y a des stocks de richesses liquides (les actifs circulants), les stocks solides (les immobilisations) et il y a le capital immatériel qui est le stock gazeux.

Si nous résumons toutes ces définitions nous obtenons la définition suivante : « *le CI est insaisissable, c'est le profit implicite de l'entreprise qui peut l'exploiter par la bonne maîtrise de ses connaissances, ses savoirs, ses compétences individuels et sa technologie pour avoir un avantage compétitif sur le marché* ».

Le capital immatériel d'une entreprise est unique et lui est absolument propre: la nature des éléments sur lesquels une entreprise peut jouer dépend d'un certain nombre de facteurs qui varient d'une entreprise à une autre. En conséquence, une entreprise inclura dans sa définition telle facteur qu'une autre entreprise écartera. Le capital immatériel dépend entièrement du contexte dans lequel s'exercent les activités de l'entreprise.

¹⁵ BONTIS Nick. *Managing organizational knowledge by diagnosing intellectual capital: framing and advancing the state of the field*. International journal of technology management. vol 18, octobre. 2001. p.31.

¹⁶ ROOS J. *Measuring the future*. Unisys corporation. 1998

¹⁷ STEWART Thomas A. *Intellectual capital the new wealth of organization*. New York. Londres. 1997. p. 261.

¹⁸ EDVINSSON Leif, MALONE Michael Shawn. *Le capital immatériel de l'entreprise: identification, mesure, management*. Paris: Maxima. 1999. p. 276.

¹⁹ FUSTEC Alan, MAROIS Bernard. *Valoriser le capital immatériel de l'entreprise*. Paris. 2006. p. 147.

Petty et Guthrie (2000) affirment que la plus importante définition donnée au CI est celle de l'OCDE (1999) qui décrit le CI comme étant: « La valeur économique de deux catégories d'actifs intangibles d'une firme à savoir:

- a. Le capital organisationnel ou structurel ;
- b. Le capital humain.

La définition du concept capital immatériel fait appel à de nombreux termes tel que immatériel, intangible ou intellectuel qu'à l'instar de Pierrat (2009) et Montalan et Vincent (2010), nous considérons comme synonymes.

Historiquement, la distinction entre ces deux termes était très vague: l'intangible était lié à la notion de *goodwill* alors que le capital immatériel est une partie du *goodwill*.

2. Les composants du capital immatériel

Puisque il y a plusieurs définitions qui sont différentes et non pas identiques, il existe une certaine convergence dans les idées des auteurs concernant la décomposition du capital immatériel. En plus la définition de l'OCDE vient synthétiser les autres définitions.

Selon l'OCDE (1999) le capital immatériel est divisé en un capital structurel (CS) défini par : « tout ce qui reste quand les employés rentrent chez eux »²⁰. Ce dernier capital regroupe le capitale clientèle ou rationnel et le capital organisationnel. Sveiby (1997) répartit le capital immatériel entre ²¹:

1. Structure externe : comprend les marques, les clients et les relations avec eux.
2. Structure interne : comporte l'organisation, les manuels, les structures (R&D...), les travailleurs ou compétences individuelle.

La classification de Proyecto Meritum (2002) décompose le capital immatériel en trois composantes : le capital humain, le capital structurel et le capital relationnel²².

2.1. Le capital humain

Selon Edvinsson et Malone, (1999) il est défini comme étant : « *toutes les capacités individuelles, les connaissances, le savoir-faire, le talent et l'expérience des employés et des dirigeants de l'entreprise* »²³.

²⁰ l'OCDE (1999).

²¹ SVEIBY Karl Erik. *The new organizational wealth : managing & measuring knowledge-based assets*. San Francisco: Berrett-kehler Publisher . 1997.p.220.

²² PROYECTO Meritum. *Guidelines for managing and reporting on intangibles*. [Madrid], Autonomous University of Madrid .January.2002.p.81. (consulté le 07 Mars 2019). Disponible sur : http://www.uam.es/personal_pdi/economicas/palomas/DIRECTRICES%20MER_TUM%20-%20INGLES.pdf

²³ EDVINSSON Leif, MALONE Michael Shawn. op. cit. 1999.p.281.

Sveiby (1997) renommé cette composante la compétence des collaborateurs interne de l'entreprise²⁴. Elle mesure les nouvelles connaissances qu'acquièrent les dirigeants (l'apport d'idées nouvelles et leur mise en œuvre) qui résultent la créativité et l'innovation de l'organisation. Donc le capital humain est le moteur initial qui guide l'entreprise vers un développement et une pérennité à travers le développement, sans oublier qu'il comprend l'ensemble des savoirs tacites et routines portés par les cerveaux des hommes au sein de l'organisation.

Prenant en compte ces définitions, le capital humain comporte plusieurs composantes ²⁵:

- **Les connaissances :** la connaissance en général correspond au : « capital expertise que détiennent les employés dans les différents domaines (marketing, R&D, achats, commercial...) qui constituent le cœur du métier de l'entreprise ».
- **La formation :** la formation pour but de compléter les compétences déjà acquises lors de la formation initiale et à maîtriser d'autres pour s'adapter à l'évolution. la capacité d'innovation, la flexibilité des employés et l'efficacité de l'entreprise sont conservé par la formation.
- **La créativité :** appelle aussi la créativité le processus créateur quand lance pour trouver une solution pour un problème ou par le désir de trouver quelque chose de nouveau.

2.2. Le capital structurel

Il consiste les connaissances sous forme de technologie d'information, propriété intellectuelle : brevets, plans etc...²⁶. Selon Bontis (2001) a considère le capital structurel comme les actifs non humains : les capacités organisationnelles utilisées pour parvenir aux exigences du marché. Il constitue la structure interne de l'entreprise²⁷. Edvinsson et Malone, (1999) a déclaré que le capital structurel est l'emballage qui enveloppe le capital humain et lui permet d'être utilisé pour créer de la valeur ou de la richesse pour l'organisation, donc c'est un complément du capital humain²⁸.

Le capital structurel, est se diviser en deux parties : le capital organisationnel (les logiciels, les bases de données, les marques déposées, les normes de contrôle de qualité (qualité des relations sociales dans l'entreprise et aussi les relations avec la clientèle²⁹.

²⁴ SVEIBY Karl Erik. op.cit. 1997.p.250.

²⁵ ISSAM Jallouli. *relations entre le capital immatériel des pme manufacturières et leur performance*, thèse de doctorat en administration des affaires concentration gestion des pme, université du québec. 2008. p.28, 29, 30.

²⁶ STEWART Thomas A. op.cit. 1997. p. 280.

²⁷ BONTIS Nick. op. cit. 2001. p 52.

²⁸ EDVINSSON Leif, MALONE Michael Shawn. op. cit. 1999. p.290.

²⁹ SILEM A., ALBERTINI JM, ET COLLECTIF. *Lexique Economie*. 11eme édition, Dalloz, Paris. 2010. p.123

« Le capital structurel de l'entreprise est en même temps l'expression du capital humain et son infrastructure, c'est aussi l'ensemble de ses systèmes d'organisation, y compris ceux utilisés pour transmettre et stocker le savoir »³⁰. Le capital structurel comporte le **capital organisationnel** et le **capital relationnel**.

2.2.1. Le capital organisationnel

Selon Roos (1997) la structure interne de l'entreprise son infrastructure (la stratégie, systèmes de communication, systèmes d'information, technologies... etc), les processus de la culture tout sont représenté par le capital organisationnel³¹. Ce capital représente les investissements réalisés en systèmes de fonctionnement, ces investissements concernent les nouvelles technologies d'information et de communication. Il intègre à la fois le capital innovation et le capital processus.

- **Le capital innovation** : le capital innovation représente le portefeuille technologie et les méthodes innovantes que possède l'entreprise, cette composante immatérielle permet de prévoir l'avenir par la préparation du présent pour saisir les opportunités futures (la flexibilité stratégique). Edvinsson et Malone (1999) l'appellent la capacité de renouvellement et de développement. L'entreprise doit innover des produits nouveaux capables de remplacer des produits anciens par une meilleure qualité ³². Ce capital représente les résultats de renouvellements et de l'innovation sous forme des brevets des licences etc.
- **Le capital processus** : il est défini comme étant « l'ensemble des systèmes existants et des structures permettant d'améliorer le flux des connaissances... il comprend par exemple les bases de données, les fichiers, les manuelles et les systèmes de gestion »³³. Le capital processus c'est le savoir pratique mis au service de la création continue de la valeur par la formalisation des processus, des activités, des rôles, des responsabilités de chaque acteur et des flux d'information.

2.2.2. Le capital relationnel ou clientèle

Le client est la raison d'être de l'entreprise donc sans lui l'entreprise ne peut ni produire ni vendre. Aujourd'hui la simple production ne suffit pas à répondre aux exigences des clients il faut adapter aux nouveaux besoins et anticiper la demande future la plus diversifier, car le client est plus que jamais exigeant en ce qui concerne la qualité

³⁰ EDVINSSON Leif & MALONE Michael S. op.cit. 1997. p.265.

³¹ ROOS J. *Intellectual capital : navigating in the new business landscape* . london. 1997. p.199.

³² EDVINSSON Leif, MALONE Michael Shawn. op. cit. 1999.p.293.

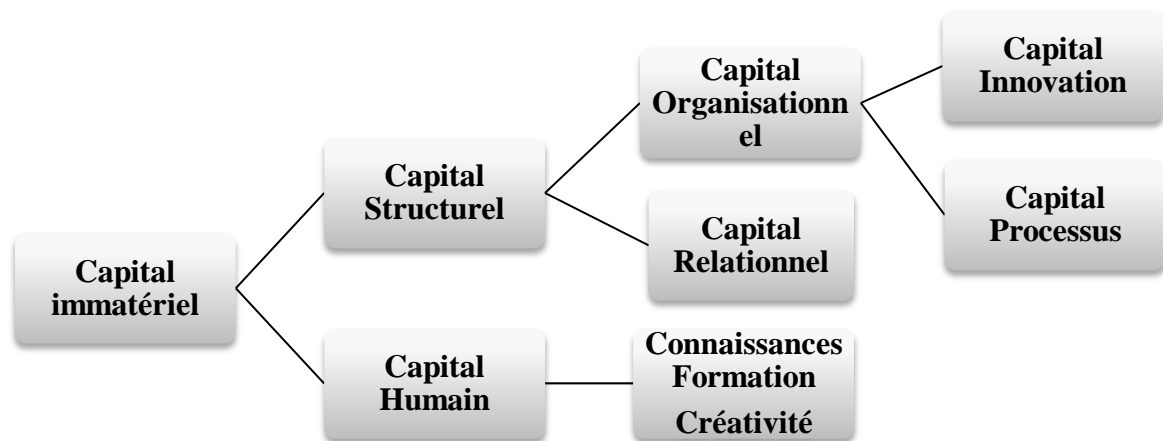
³³ Karl-Erik Sveiby. *Knowledge Management : la nouvelle richesse des entreprises*. Paris. 2000. p.64.

du produit ou du service acquis l'entreprise doit offrir un service après vente qui assure une meilleure qualité et confiance pour ses clients, pour gagner une clientèle fidèle et assure par conséquent une pérennité à long terme et une grande part de marché. Ce capital comprend les relations avec les clients et les fournisseurs. La gestion et le développement des relations de l'entreprise avec son environnement sont faites grâce au capital relationnel³⁴.

Le capital relationnel représente les relations de l'entreprise avec ses acteurs externes (les fournisseurs, les clients, les alliances, les filières....). Le capital client valorise la réputation de l'entreprise, les noms des produits, les marques déposées³⁵.

A partir de ces recherches nous résumons les composantes du capital immatériel dans le schéma suivant :

Figure (I.2) : Illustration représente la décomposition du capital immatériel



Source : STEWART Thomas A. *Intellectual capital : the new wealth of organization*. New York, Londres etc. 1997.p. 270.

3. L'interaction entre les différents composants du capital immatériel

Pour mieux comprendre ce qui crée de la valeur dans les entreprises, il faut bien gérer les différentes relations des composantes du capital immatériel. Edvinsson et Malone (1997) affirment que ces différentes composantes se complètent et sont toujours en interaction³⁶. Donc le capital immatériel de l'entreprise n'est pas formé d'un certain nombre de capitaux isolés mais résulte de l'interaction entre les différentes composantes (structurel, humain et relationnel).

³⁴ Bozbura, F. T. *Measurement and application of intellectual capital in Turkey*. The Learning Organization. Bradford: Vol 11 (4/5).2004. pp. 357-374.

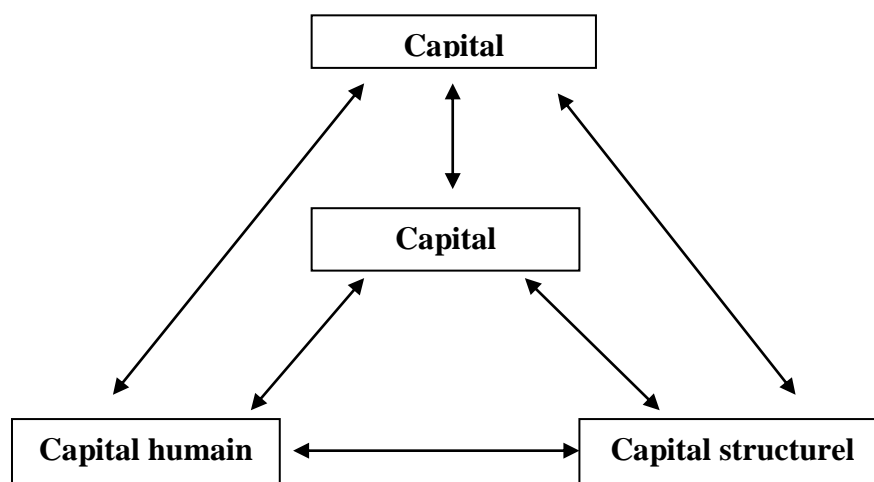
³⁵ Przysuski, M., Lalapet, S. & Swaneveld, H. *Transfer Pricing of Intangible Property-Part 1: A Canadian-US Comparison*. *Corporate Business Taxation*, 5, (9), pp. 1-9.

³⁶ EDVINSSON, Leif & MALONE Michael S. op.cit. 1997. p. 288.

Tatiana Andreeva et Tatiana Garanina (2016) ont résumé la relation du capital humain avec le capital organisationnel donnant l'exemple suivant³⁷: soit une entreprise qui perd ses employés les compétents et les plus expérimentés, cette dernière va perdre leurs connaissances, donc c'est pour cela elle doit transformer celles-ci sous une forme plus formelle en l'intégrant dans le capital organisationnel pour les conserver et les transférer aux autres employés. Donc le développement du capital organisationnel dépend du capital humain qui est le construit. En contre partie plus riche est le capital organisationnel de l'entreprise, est plus riche sera son capital humain. C'est donc une relation à double sens. Le capital relationnel et le capital humain sont liés par l'apprentissage dû aux clients par la réponse des employés aux besoins des clients, donc les employés jouent un rôle important dans la construction de ponts avec l'environnement externe et créent une image de marque positive de l'organisation³⁸.

Subramaniam et Youndt (2005) affirment que le capital relationnel permet au capital humain d'acquérir certaines connaissances nécessaires qui provoqueront l'innovation³⁹. De plus Chen ; Zhu et Xie (2004) confirment que le capital innovation créer par l'interaction des différentes composantes de l'actif immatériel est la principale source de la performance⁴⁰.

Figure (1.3): Les interactions entre les différentes composantes du capital immatériel



Source : Chen, J., Zhu, Z. & Xie, H. Y. Measuring *intellectual capital: a new model and empirical study*. Journal of Intellectual Capital, Bradford, 5 (1). 2004. p.200.

³⁷ TATIANA Andreeva et TATIANA Garanina. *Intellectual Capital Elements Interaction and Company Financial Performance: Evidence from Russia*. Proceedings of the 8th European Conference on Intellectual Capital. 2016. pp. 19-27.

³⁸ PAULA, Benevene & MICHELA, Cortini. *Interaction between structural capital and human capital in Italian NPOs*. Journal of Intellectual Capital, Vol. 11. 2010. pp.123- 139.

³⁹ SUBRAMANIAM, M & ft Youndt, M. A. *The influence of intellectual capital on the type of innovative capabilities*. Academy of Management Journal, Vol. 48, N°. 3. 2005. pp.450-463

⁴⁰ Chen, J., Zhu, Z. & Xie, H. Y. *Measuring intellectual capital: a new model and empirical study*. Journal of Intellectual Capital, Bradford, Vol 5, N° 1. 2004. pp. 195-212.

La technologie de l'entreprise, les connaissances et le savoir-faire au niveau du capital humain, du capital structurel et du capital relationnel donnent le soutien au capital innovation qui permet de créer de nouveaux produits qui répondent aux besoins des clients à travers de nouvelles procédures organisationnelles, des nouvelles techniques et des nouvelles connaissances. Selon Edvinsson et Malone (1999) le capital organisationnel permet de conserver la connaissance acquise par rapport aux besoins du client et la manière de le satisfaire et le fidéliser, ainsi que les informations qui peuvent renforcer les liens avec les autres partenaires externes⁴¹.

Section 2 : La mesure du capital immatériel et l'investissement dans l'immatériel

La nature des actifs immatériels varie d'une entreprise à une autre selon le contexte dont lequel il existe. Mais le capital immatériel est toujours unique, la gestion du capital immatériel nécessite de mettre au point des méthodes de travail, des outils pour cerner cette notion. Mais il est aussi difficile de trouver des critères permettent de mesurer la capacité intellectuelle. Pour Edvinsson et Malone (1999) « lorsque vous déléguez des responsabilités à vos collaborateurs en leur donnant des outils informatiques et de télécommunications numériques ultra rapides, votre entreprise devient si agile, rapide et adaptable-vivante- que vos outils traditionnels statiques de mesure de la valeur deviennent vite désespérément anachroniques»⁴².

1. Nécessite de mesure le capital immatériel

Selon Roos (1998) « Mesurer le non financier est encore plus un art qu'une science »⁴³. Il faut mesurer tout ce qui passe dans l'entreprise pour que tous les objectifs non financiers vont devenir très claire et il sera facile pour les employés de les prendre au sérieux. Ilya plusieurs méthodes de mesure mais aucune ne peut décrire adéquatement la masse et le flux du capital immatériel, pour choisir la bonne méthode il faut :

- Choisir une approche simple.
- Mesure ce qui est stratégiquement important pour l'entreprise.
- Mesurer les activités qui produisent de la valeur intellectuelle en se limitant aux éléments qui donnent des informations sur le capital immatériel.

Au passé pour calculer le capital immatériel il a été assimilé au Goodwill, ce dernier représente des chiffres et selon Pierrat C et Martory B (2000) représente « la différence entre

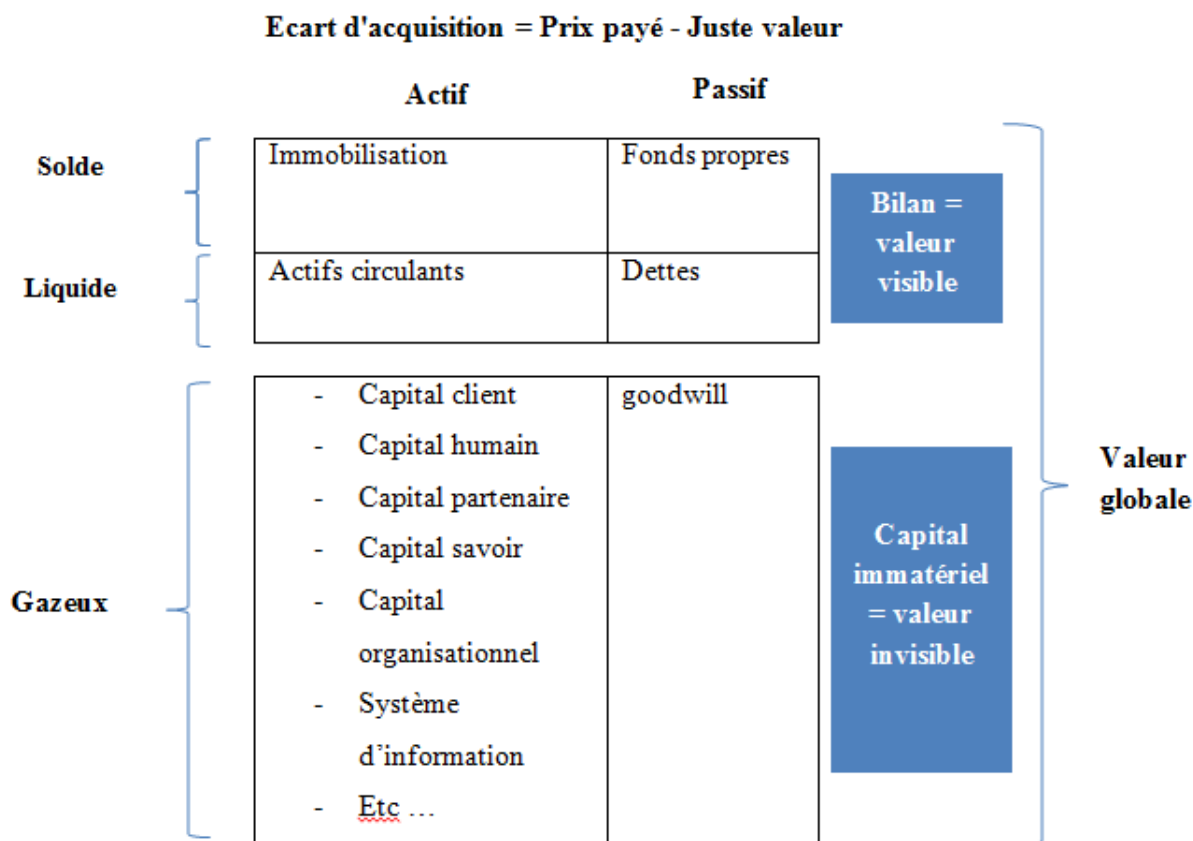
⁴¹ EDVINSSON Leif, MALONE Michael Shawn. op. cit. 1999.p.299.

⁴² EDVINSSON Leif, MALONE Michael Shawn (1999), op. cit.,p.99.

⁴³ ROOS J. op. cit., 1998. p. 39.

la valeur globale réelle d'une entreprise et la valeur actuelle de son patrimoine, l'une et l'autre étant exprimées en valeurs de marché »⁴⁴. Le goodwill est l'écart entre la valeur patrimoniale et la valeur de rendement⁴⁵.

Figure (I.4) : les actifs immatériels : le trésor caché de l'entreprise.



Source : Alan Fustec, Bernard Marois. *Valoriser le capital immatériel de l'entreprise*, Editions d'Organisation, Paris. 2006, p.60.

Comme le montre la figure (I.4) ci-dessus la valeur visible par le bilan provient de ses actifs immobilisés (ou 'solide'), ainsi que de ses actifs circulants (ou liquide). La valeur invisible est créée par les actifs immatériels (ou gazeux).

Selon Pierrat et Martory le goodwill a une double nature : une part expliquée par la présence d'un capital immatériel et une autre expliquée par les gains futurs de l'activité.

Pour Edvinsson et Malone (1999) ont déclaré les trois principales caractéristiques du capital immatériel⁴⁶ :

⁴⁴ PIERRAT C, MARTORY B. *Les specificites du pilotage de l'immateriel*, Revue Française de Gestion, Septembre, Octobre, 2000. p.94.

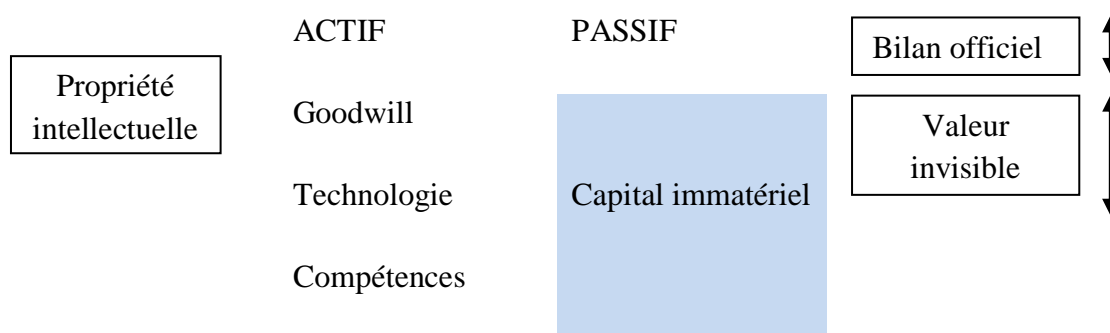
⁴⁵ TOURNIER J-C., TOURNIER J-B, *L'évaluation de l'entreprise*, le guide. Editions d'organisation, Paris. 1998. p. 80.

⁴⁶ EDVINSSON Leif, MALONE Michael Shawn, op. cit. 1999. p. 120.

- Le capital immatériel est un capital non financier ; il représente l'écart inexpliqué entre la valeur de marché et la valeur comptable d'une entreprise.
- Le capital immatériel est une donnée qui s'ajoute aux informations financières mais ne leur est pas subordonnée.
- Le capital immatériel est une dette qui figure donc au passif et non à l'actif. Cette remarque signifie que le capital immatériel est une charge, comme les capitaux propres, et qu'il est emprunté aux partenaires de l'entreprise – ses clients, ses employés- tout comme le capital financier est emprunté aux actionnaires. Les ressources immatérielles représentent un investissement réalisé aujourd'hui, en perspective d'une valorisation financière à venir.

La figure suivante représente la place du capital immatériel dans le bilan :

Figure (I.5) : Le capital immatériel dans le bilan de l'entreprise



Source : EDVINSSON Leif, MALONE Michael Shawn. *Le capital immatériel de l'entreprise: identification, mesure, management*. Paris: Maxima, 1999.p.280.

Il existe 4 grandes familles de méthodes d'estimation financière des actifs immatériels ⁴⁷ :

a. L'évaluation « par les coûts de production » :

Elle se base sur l'ensemble des coûts, salariaux compris, qui ont été nécessaires à la constitution en interne de ces actifs. Cette méthode « historique » semble la plus simple, même s'il peut s'avérer délicat de distinguer les dépenses spécifiques au projet. Son grand défaut est de produire une estimation qui n'a aucune raison d'être corrélée avec la rentabilité économique des actifs constitués.

b. L'évaluation « par les coûts d'acquisition » :

Cette évaluation est basée sur le prix d'achat de produits et services existants, que cela soit pour acquisition ou renouvellement.

⁴⁷ Jean-Gilles Cahn, *L'investissement immatériel, nouvelle (main invisible)*, 2012. <http://www.cci-paris-idf.fr/sites/default/files/etudes/pdf/documents/friedlandpapers-201201-35.pdf35>. Consulté le 09/03/2019.

c. L'évaluation « par le marché » :

Variante de la méthode précédente, cette évaluation repose sur le prix que serait susceptible de payer un agent extérieur pour acquérir ou louer ces actifs. Malheureusement, on ne dispose en général que de peu d'information sur les transactions extérieures à sa propre entreprise et lorsqu'il y en a, les actifs immatériels en question sont souvent difficilement comparables.

d. L'évaluation « par la rentabilité attendue » :

C'est la méthode la plus pertinente quant à sa signification économique, mais évidemment la plus délicate à mettre en œuvre. Elle peut se fonder sur les redevances (sur celles qu'on peut espérer vendre ou que la possession des actifs évite de devoir acheter). C'est en particulier, le cas des brevets. La rentabilité peut aussi être approchée cas plus général par l'amélioration prévue des profits, du fait de l'augmentation possible des prix de vente, mais aussi de l'augmentation des volumes de vente et éventuellement de la réduction des coûts de production.

2. L'investissement immatériel

L'investissement intellectuel est défini par rapport à ses deux composantes lexicales: investissement et intellectuel. Ce terme désigne toutes dépenses ayant pour but d'augmenter la connaissance et l'entendement qui vise l'acquisition d'un actif intellectuel dans le processus de production afin de maintenir ou d'améliorer les performances de l'entreprise de façon durable et reproductible. Il regroupe les activités de R-D (créativité), formation (cognitivité) et communication (prévisibilité)⁴⁸.

L'investissement intellectuel apparaît ainsi comme le support des changements techniques et permet aux individus de comprendre et d'apprendre à gérer ces changements. Il renvoie donc aux processus d'apprentissage organisationnel, ceux-ci étant définis comme des successions de changements faisant évoluer les modèles mentaux partagés par les membres⁴⁹. Le tableau suivant représente les investissements immatériels :

⁴⁸ Alice GUILHON. *Le rôle de l'investissement intellectuel dans la stratégie d'implantation des nouvelles techniques dans les PME*. Revue, vol 7, N 3-4. 1994.

⁴⁹ ARGYRIS C et D SCHÔN. *Organizational Learning*. Don Mills, Ontario, Addison Wesley. 1978. P.65.

Tableau (1.1) : Les investissements immatériels

Information numérisée	Logiciels	
	Bases de données.	
Propriété innovative	R&D, y compris sciences sociales.	
	Exploration minière.	
	Brevets et droits intellectuels acquis.	
	Développement de montages financiers.	
	Conception en architecture et ingénierie.	
Compétences économiques.		Dépense publicitaires.
	Brand equity (capital de marque).	Etudes de marché.
	Capital humain.	Formation continue.
		Apprentissage.
	Organisation.	Achats de conseils extérieurs.
		Management interne.

Source : Jean-Gilles Cahn, L'investissement immatériel, nouvelle (main invisible)?, 2012, <http://www.cci-paris-idf.fr/sites/default/files/etudes/pdf/documents/friedlandpapers-201201-35.pdf>35. Consulter le 09/03/2019

3. Les éléments généralement retenus pour l'investissement immatériel

Selon Bardes (1997) les experts sont d'accord sur un minimum de quatre formes de l'investissement immatériel ⁵⁰: la recherche et développement, la formation, les logiciels et l'action commerciale.

3.1. Recherche et développement

Tous les travaux sur l'investissement immatériel parlent des dépenses de recherche, que ce soit celles effectuées au titre de la recherche fondamentale ou de la recherche appliquée. Selon

⁵⁰ BARDES, B. *L'investissement immatériel*. Bulletin de la Banque de France, n° 40, Avril, 1997. pp.125-127.

la méthodologie retenue par l'OCDE, « la recherche et développement représente l'ensemble des travaux entrepris systématiquement dans le but d'accroître la somme de connaissances scientifiques et techniques dont dispose une organisation humaine donnée ainsi que l'utilisation des résultats de ces travaux pour amener au stade de l'exploitation des nouveaux produits, matériaux, dispositifs, systèmes et procédés. Ainsi se trouvent réunis sous cette rubrique trois types d'activité :

- Les travaux de recherche fondamentale sont tous ceux qui concourent à l'analyse des propriétés, des structures de phénomènes physiques et naturels, en vue d'organiser en lois générales au moyen de schémas explicatifs et de théories interprétatives les faits dégagés de cette analyse.
- La recherche appliquée est entreprise, soit pour discerner les applications possibles des résultats d'une recherche fondamentale, soit pour trouver des solutions nouvelles permettant d'atteindre un objectif déterminé choisi à l'avance. Elle implique la prise en compte des connaissances existantes et leur extension dans le but de résoudre des problèmes particuliers.
- Le développement, appelé expérimental, est l'ensemble des travaux systématiques, fondés sur des connaissances obtenues par la recherche ou l'expérience pratique, effectués en vue de la production de matériaux, systèmes ou services nouveaux ou en vue de leur amélioration substantielle.

3.2. La formation

Les dépenses de formation accompagnent le développement technologique des entreprises en favorisant l'acquisition des qualifications nécessaires à l'utilisation des nouvelles techniques et peuvent, à ce titre, être considérées au moins en partie comme des investissements. Elles ont pour fonction :

- De procurer aux salariés les qualifications nécessaires en fonction de projets d'investissements ultérieurs.
- De contribuer à l'acquisition de connaissances utiles à l'entreprise et à l'économie dans son ensemble.
- De développer les compétences individuelles.

3.3. Les logiciels

Le développement accéléré des projets et applications informatiques impose un très important effort d'investissement en matériel et en logiciel. Le logiciel est un bien durable et reproductible mais, contrairement aux biens industriels traditionnels, c'est la phase de

conception et de mise au point qui constitue l'essentiel de l'activité de production. En outre, sa spécificité est accentuée par :

- Les problèmes liés à son identification précise.
- La difficulté de se référer au marché, notamment pour les logiciels réalisés par des services internes aux entreprises.

Les acquisitions de logiciels des agents économiques peuvent être appréhendées grâce à la connaissance de l'offre, mais les productions internes aux entreprises sont mal connues, alors qu'elles représentent une part importante de la création de logiciels.

3.4. L'action commerciale

Cette rubrique recouvre l'ensemble des dépenses permettant à l'entreprise de renforcer son potentiel commercial : étude de marché, anticipation des besoins, actions de communication, implantation commerciale, mise en place et entretien d'une logistique des ventes. Aussi le plus généralement, considère-t-on comme dépense d'investissement :

- Les études de marché.
- La promotion.
- Les campagnes publicitaires (et non les dépenses courantes publicitaires).
- Les implantations commerciales.

Cette rubrique, qui regroupe les dépenses engagées pour des études de marché, pour des campagnes publicitaires, pour le développement d'implantations commerciales, etc., est la plus mal connue.

4. Distinction entre dépenses immatériels, Investissements immatériels, Actifs immatériels

Comme il y a plusieurs débats relatifs à la définition du capital immatériel, il existe un autre débat concernant la conceptualisation et la réglementation comptable portant sur la nature même de cet élément, à savoir, il s'agit d'une dépense, d'un actif ou d'un investissement.

Bounfour (1998) a représenté le lien entre dépenses, investissements et actifs comme suite :

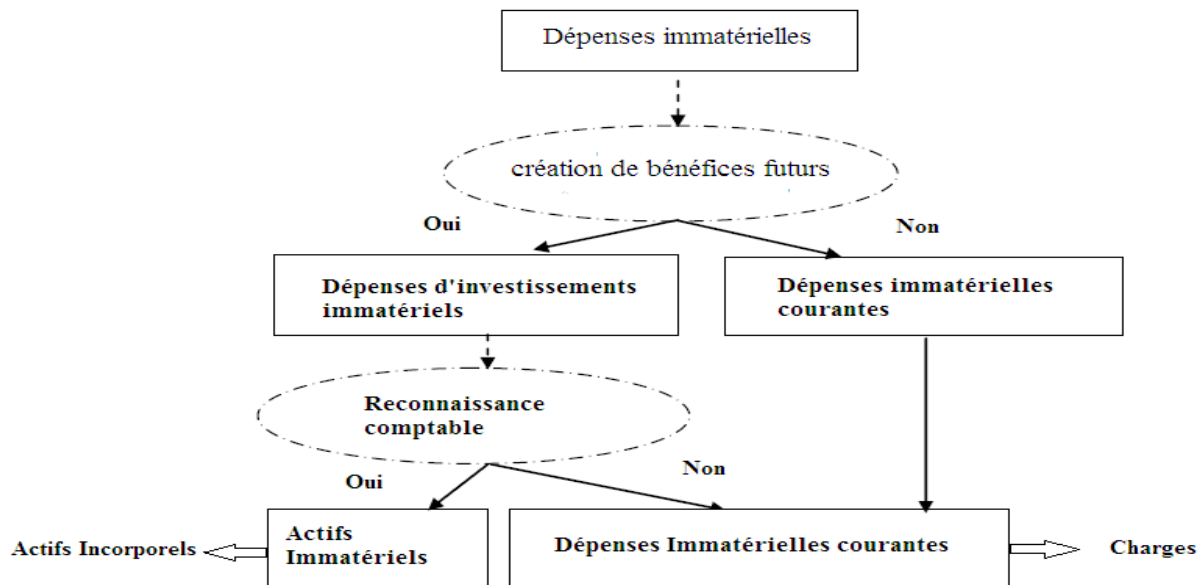
Figure (I.6) : Les relations causales de la mesure de l'immatériel



Source : Bounfour, A. *Le management des ressources immatérielles : Maîtriser les nouveaux leviers de l'avantage compétitif*. Dunod, Paris, 1998. p.28

Le point de départ de tous les investissements de l'entreprise c'est les dépenses, un investissement va permettre de générer des flux de trésorerie directs ou indirects à long terme. Ce dernier sera considéré comme un actif lorsqu'il sera établi que cet investissement constitue un élément du patrimoine de l'entreprise. La figure suivante représente la distinction entre investissements, dépenses et actifs immatériels :

Figure (I.7) : La distinction entre investissements, dépenses et actifs immatériels



Source : Boujelben,S. *L'effet Des Investissements Immatériels Sur La Performance D'exploitation Future : Une Etude Empirique Auprès Des Entreprises Tunisiennes*. Thèse de doctorat en sciences comptable Université De La Manouba. 2010. P.23.

4.1. Dépenses investissements immatériels

Une dépense immatérielle est le résultat d'une évaluation monétaire du coût de l'investissement immatériel. Une dépense n'a pas automatiquement le caractère d'investissement que s'elle induit généralement :

- Le développement d'un actif économique qui peut être utilisé pour une longue durée par l'entreprise dans son activité d'exploitation.
- La production d'un avantage spécifique créateur de valeur et donc induisant des cash-flows futurs.

Il ya deux types de dépenses immatériels « des dépenses immatériels courantes » et des dépenses d'investissement immatériels.

4.2. investissement-actifs immatériels

Selon Bounfour (1998), « investissement-actifs immatériels » est la relation la plus importante a examiné du point de vue traitement comptables des ressources immatériels⁵¹. Dans ce cadre Louzzani(2004) souligne l'existence d'un lien étroite entre les deux concepts, pour cet auteur l'investissement immatériel est un moyen permettant de renouveler et de développer le capital immatériel. Bardes (1997)⁵² affirme que l'investissement immatériel est un flux que l'on peut évaluer pour un exercice donné, alors que les actifs incorporels forment un stock accumulé au cours des années, une partie seulement de l'investissement immatériel est portée à l'actif du bilan et vient alors grossir les immobilisations incorporelles⁵³.

⁵¹ Bounfour, A. *Le management des ressources immatérielles : Maîtriser les nouveaux leviers de l'avantage compétitif*. Dunod, Paris, 1998. p.32.

⁵² BARDES, B., (1997).op. cit., p. 124.

⁵³ Louzzani, Y. *Immatériel et performance des entreprises : Cas des entreprises industrielles en France sur la période 1994-1998*. Doctorat en Sciences de Gestion. Université Toulouse I. 2004. p. 110.

Conclusion du chapitre

Tout au long de ce chapitre, nous avons d'une part fait le tour des définitions du capital immatériel par plusieurs auteurs tels : Fustec & Marois, qui définissent le capital immatériel par une phrase simple : « *il s'agit de toute la richesse de l'entreprise qui ne se lit pas dans les états financiers* ». L'OCDE, qui décrit le capital immatériel comme étant: « *la valeur économique de deux catégories d'actifs intangibles d'une firme à savoir: le capital organisationnel ou structurel, et le capital humain*». Les définitions données à ce concept sont nombreuses mais tournent toutes autour de la même notion.

D'autre part, nous nous sommes intéressés à la décomposition du capital immatériel au sein d'une entreprise. En effet le capital immatériel est composé de trois types de capitaux (capital humain, capital structurel et capital relationnel) qui contribuent à la création de la valeur mais la simple somme de ces capitaux ne suffit pas à créer cette valeur, c'est plutôt l'interaction entre eux qui à l'origine de la création de valeur à partir leur synergie et leur dynamisme. Sans oublier l'investissement immatériel qui joue un rôle indispensable dans l'enrichissement de l'immatériel. L'objectif du deuxième chapitre est de présenter les différentes théories de la valeur dans les sciences économiques, et tout ce qui concerne la notion de la valeur et son évolution au sein de l'entreprise. Ajoutons à notre démarche l'importance du capital immatériel dans la valeur de l'entreprise.

Chapitre II.

Capital immatériel et

Création de la valeur

Introduction du chapitre

La valeur de l'entreprise ne réside plus seulement dans la réduction des coûts et l'augmentation des ventes mais plutôt dans des notions plus qualitatives de l'entreprise. En effet, cette dernière nécessite d'avoir des produits et services novateurs, des processus flexibles et réactifs, des systèmes d'information performants, une réorientation des compétences et un apprentissage organisationnel... Les éléments immatériels du patrimoine de l'entreprise occupent aujourd'hui une place importante parmi ses ressources génératrices de la valeur et déterminantes pour sa compétitivité.

Tout au long de ce chapitre, nous expliquons comment la dynamique du capital immatériel agit-elle sur la valeur de l'entreprise. Pour ce faire, nous traitons deux sections. Dans la première section nous commencerons par présenter quelques théories phares de la valeur dans les sciences économiques. La seconde section traite la relation qui existe entre le capital immatériel et la valeur de l'entreprise et nous expliquons, l'importance et le rôle du capital immatériel dans la création de la valeur.

Section 1: Les théories de la valeur dans les sciences économiques

1. Différents aspects de la valeur économique

Dans son ouvrage, *la Valeur*, François Perroux (1943)⁵⁴ propose d'aborder les différents aspects de la valeur économique à partir de deux séries de classifications, « l'une selon le mode de détermination de la valeur (valeur objective, valeur subjective), l'autre selon le mode de réalisation de l'effet produit ou possible (valeur par l'emploi ou l'usage, par la production, par l'échange). La valeur d'un bien par l'usage et par l'échange est plus communément connue sous les expressions de valeur d'usage et de valeur d'échange.

1.1. Valeur d'usage et valeur d'échange

Dans son ouvrage de référence *La Richesse des Nations* (1776)⁵⁵, Adam Smith, écrit, quand il parle pour la première fois de la valeur : « Il s'agit maintenant d'examiner quelles sont les règles que les hommes observent naturellement, en échangeant les marchandises l'une contre l'autre, ou contre de l'argent. Ces règles déterminent ce qu'on peut appeler la valeur relative, ou échangeable des marchandises ». Reprenant une tradition déjà ancienne (Aristote), il fait observer que le mot valeur a deux significations différentes « quelquefois il signifie l'utilité d'un objet particulier, et quelquefois il signifie la faculté que donne la possession de cet objet d'acheter d'autres marchandises. On peut appeler l'une valeur d'usage, et l'autre valeur en échange ». Par la suite, Smith se propose d'éclairer les principes qui déterminent la valeur échangeable des marchandises et il va chercher à établir « quelle est la véritable mesure de cette valeur échangeable, ou en quoi consiste le prix réel des marchandises ».

Il nous faut noter qu'après avoir mis en avant le double aspect de la valeur : valeur d'usage et valeur d'échange, A. Smith s'intéresse principalement à la valeur d'échange. Une des difficultés les plus importantes que les théories de la valeur en économie ont rencontrées est d'intégrer dans leur démarche les deux aspects de la valeur (valeur d'usage et valeur d'échange).

1.2. Valeur objective et valeur subjective

François Perroux⁵⁶ nous rappelle que « L'habitude s'est répandue d'entendre par valeur d'usage la valeur subjective d'usage et par valeur d'échange la valeur objective d'échange, c'est-à-dire le rapport d'échange d'un bien sur un marché ». Mais cette façon de présenter ces deux aspects d'usage et d'échange de la valeur « est une simplification apparente et risque d'entraîner dans divers domaines (monnaie) des confusions regrettables ». Pour l'auteur de *La*

⁵⁴ François Perroux. *La valeur*, Presses universitaires de France. 1943. p. 123.

⁵⁵ Adam SMITH. *La richesse des nations* W. Strahan and t. Cadelle, Londres. 1776. p. 155.

⁵⁶ François Perroux. op. cit. 1943. p 230.

Valeur, « chaque bien économique a une valeur d'échange objective et subjective. Chaque bien a une valeur d'usage subjective et objective ».

Soit la valeur d'un bien par l'usage, le bois de chauffage, par exemple. Deux stères de bois de chauffage provenant d'une même espèce d'arbres, pour un état donné des techniques, ont même pouvoir calorifique, donc une valeur objective égale par l'emploi (une même valeur d'usage objective) pour une même technique donnée. Le pauvre qui n'a rien d'autre comme provision de chauffage y attache subjectivement une plus grande importance (valeur d'usage subjective) que le millionnaire.

Soit la valeur d'un bien par l'échange. « Deux villas donnent chacune exactement le même revenu en loyers nets, par exemple 12.000 euros (valeur objective par l'échange). L'un des propriétaires n'a que ce revenu pour vivre. L'autre a, outre sa villa, deux maisons de rapport. La valeur subjective par l'échange de la villa est très différente pour chacun d'eux » ; François Perroux souligne que quand on parle de valeur objective d'échange « on vise une objectivité qui résulte des relations sociales : les rapports des sujets économiques sur le marché ».

1.3. Valeur et prix

Il existe un lien entre valeur économique (avec son double aspect de valeur par l'usage et par l'échange) et prix. Une des grandes questions de l'économie politique est de savoir quelle est la nature exacte de ce lien et, notamment, s'il y a lieu de distinguer entre ces deux concepts. « De façon un peu schématique, on peut dire que deux réponses diamétralement opposées ont été apportées à cette question : les partisans de la valeur travail, pour lesquels il y a à établir une nette distinction entre valeur et prix ; et celle des théoriciens (néo-classiques) de l'équilibre général, pour lesquels ces deux notions sont confondues »⁵⁷.

2. Les trois phases d'évolution de la théorie de la valeur

Reprenant les travaux d'économistes tels que, François Perroux repère trois grandes phases d'évolution de la théorie de la valeur ⁵⁸:

- 1- Les théories objectives de la valeur coût.
- 2- La théorie subjective de l'utilité marginale.
- 3- Les théories objectives de la valeur sociale.

2.1. Les théories de la valeur coût

« Au cours d'une première phase, la valeur est expliquée par des facteurs objectifs. Elle est ramenée au coût. Le coût lui-même est considéré soit comme une somme de valeurs : la

⁵⁷ GUERRIEN B. *Dictionnaire d'analyse économique*. La Découverte, Paris, 1996. P. 59.

⁵⁸ François Perroux. *op.cit*, 1943. p 48

somme des biens producteurs qui concourent à l'obtention des produits, soit comme une quantité de travail : la quantité de travail fournie pour l'obtention d'un »⁵⁹.

▪ **La valeur coût :**

Pour l'école classique (Adam Smith, Ricardo, John Stuart Mill), la valeur d'usage d'un bien est assimilée à sa valeur d'usage objective. Quant à la valeur d'échange, elle se forme, pour eux, différemment suivant que les biens sont ou ne sont pas reproductibles. La valeur des biens non reproductibles (œuvres d'art par exemples), est liée d'une part à leur rareté, et d'autre part à l'intensité du désir de les posséder qu'a le sujet économique. Pour la valeur des biens reproductibles, leur valeur est soit une valeur du marché, soit une valeur normale. « La valeur de marché, c'est-à-dire le prix, est déterminée par le rapport momentané de l'offre et de la demande du bien sur le marché considéré. La valeur normale est celle à laquelle tend à la longue la valeur du bien et celle à laquelle elle revient si elle en a été écartée par les rapports momentanés de l'offre et de la demande sur le marché. Elle est déterminée par le coût de production auquel le bien peut être obtenu et apporté durablement sur le marché »⁶⁰.

Pour les classiques, la valeur normale ou valeur naturelle est le phénomène le plus important⁶¹. La valeur normale d'un bien est la somme des valeurs de l'intérêt et du salaire, qui sont les contre-prestations de deux sacrifices : l'abstinence et le travail. Tous les coûts peuvent être ramenés à ces deux éléments. La théorie classique en ramenant les coûts et donc la valeur à deux éléments simples fort différents que sont le travail et le capital, est appelée « théorie du coût complexe ». D'autre part ne retenant pas le même principe explicatif pour rendre compte de la valeur d'usage et de la valeur d'échange, elle est qualifiée de la théorie classique de la valeur ».

▪ **Valeur travail :**

Avant d'être reprise par Karl Marx dans *le Capital*, Adam Smith formula en son temps la loi de la valeur travail avec beaucoup de clarté. « La valeur d'une denrée quelconque pour celui qui la possède et qui n'entend pas en user ou la consommer lui-même, mais qui a l'intention de l'échanger pour autre chose, est égale à la quantité de travail que cette denrée le met en état d'acheter ou de commander, etc. Dans un peuple de chasseurs, s'il en coûte habituellement deux fois plus de peine pour tuer un castor que pour tuer un daim, naturellement un castor s'échangera contre deux daims ou voudra deux daims... Il est naturel que ce qui est ordinairement le produit de deux jours ou de deux heures de travail vaille le

⁵⁹ François Perroux. op.cit, 1943.p. 244.

⁶⁰ François Perroux. op.cit, 1943. p. 246.

⁶¹ Adam SMITH. op.cit, 1776. p.157.

double de ce qui est ordinairement le produit d'un jour ou d'une heure de travail ». Mais cette approche de la valeur travail telle qu'elle est énoncée ne peut s'appliquer que dans un état de nature ou dans une économie utilisant que des outils simples.

La théorie de la valeur travail est une théorie objective de la valeur coût qui fait l'hypothèse que le travail est le seul facteur de production et que le capital physique (machines) est du travail cristallisé. La valeur d'un bien est égale (ou proportionnelle) à la quantité de travail qui a été nécessaire pour le produire.

Soulignons que les théories objectives de la valeur coût se situent d'emblée au niveau de la production (ou de l'offre). Elles partent de la production et y restent puisqu'elles supposent ou imposent la "loi des débouchés" qui permet d'affirmer qu'il y aura toujours une demande pour l'ensemble des biens produits que les marchés seront toujours équilibrés. Si un produit est surabondant, c'est parce que d'autres viennent à manquer, car chaque produit est un débouché pour les autres.

2.2. La théorie de l'utilité marginale

A l'approche objective de la valeur coût a succédé une approche plus subjective de la valeur élaborée par le courant néo-classique : la théorie de l'utilité marginale.

Cette approche marginaliste s'est appuyée sur une longue tradition de la valeur d'usage (ou utilité) objective : « La valeur des choses est fondée sur leur utilité »⁶². Face à cette approche de la valeur, Adam Smith avait soulevé le paradoxe de l'eau et du diamant : l'eau qui est indispensable à la vie, a une moins grande valeur marchande que le diamant, dont les usages sont limités. Ce qui amena Condillac à introduire les aspects de rareté : plus un bien est rare, plus il est précieux, c'est pourquoi le diamant est si cher. « Si la valeur des choses est fondée sur leur utilité, leur plus ou moins de valeur est donc fondée, leur utilité restant la même, sur leur rareté ou sur leur abondance ou plutôt sur l'opinion que nous avons de leur rareté ou de leur abondance. (...) un chose n'a pas une valeur parce qu'elle coûte, mais elle coûte parce qu'elle a de la valeur »⁶³.

Le courant de pensée néo-classique (Walras, Marshall,...) s'intéresse à l'utilité des individus. Faisant l'hypothèse que le marché est formé d'appréciations et d'actes d'individus, elle refuse de raisonner sur des catégories collectives. « Un sujet attribue à un bien, quantitativement et qualitativement déterminé, une valeur subjective quand il sait que son bonheur subjectif en dépend, c'est-à-dire quand il sait que de ce bien dépend, pour lui un

⁶² CONDILLAC, *Le commerce et le gouvernement considérés relativement l'un à l'autre*, 1776, Paris, p.139.

⁶³ CONDILLAC (1776), op.cit, p139.

avantage positif ou l'élimination d'un désavantage »⁶⁴. Ce fut sans doute un progrès important d'avoir précisé que l'utilité économique d'un bien est d'abord une relation entre ce bien et un sujet, qu'elle est largement indépendante de leur valeur d'usage objective de ce bien (Par exemple, une bouteille d'eau près d'une source ou dans le désert, n'a pas la même valeur pour un individu bien que l'eau de la bouteille ait dans les deux cas la même valeur d'usage objective).

2.3. Les théories objectives de la valeur sociale

Dans l'évolution des théories de la valeur, François Perroux note l'émergence, en gros après la guerre de 1914-1918, d'une troisième phase dans laquelle la valeur est de nouveau expliquée par des facteurs objectifs, ce sont les théories objectives de la valeur sociale proposées par des économistes institutionnalistes tels que John Rogers Commons, John Maurice Clark.

Ces approches institutionnalistes « soulignent l'action de l'Etat ou celle de groupes ou celle des institutions sur la formation et la transformation des valeurs. La valeur des biens est une valeur sociale ». Les appréciations subjectives et les réactions propres des sujets économiques n'ont dans la formation globale de la valeur qu'une importance seconde. « Le sujet économique calcule, mais bien davantage le groupe ou l'Etat calcule pour lui. Le sujet économique choisit, mais le milieu institutionnel et social oriente et même détermine ses choix propres. »

François Perroux (1943)⁶⁵ note que d'autres auteurs que les institutionnalistes ont également élaboré des théories de la valeur sociale. Il cite les apports d'Edwin R. A. Seligman qui dans son ouvrage *Economic Principles* essaie d'élaborer une théorie de la valeur à partir d'une synthèse des schèmes du marginalisme et de la compréhension de la réalité sociale. Pour Seligman, la valeur est « le résultat des forces sociales » et c'est la société dans son ensemble qui assigne une valeur aux choses. Seligman est également cité par Joseph Schumpeter dans son article « On the concept of social value » paru en 1908 dans *Archive for the History of Economic Thought*. Dans cet article, Schumpeter note que le concept de valeur sociale est souvent utilisé pour rendre compte des seules interactions et interdépendances entre les individus. Il propose d'utiliser ce concept de valeur sociale pour rendre compte de processus économiques plus fondamentaux. Le premier vise à préciser que c'est la société et non l'individu qui détermine la valeur des choses « it is society, and not the individual, which sets

⁶⁴ François Perroux (1943), op.cit, p 249.

⁶⁵ François Perroux (1943), op.cit, p 253.

a value on things ». Le second a trait aux relations entre valeur d'échange et valeur d'usage « exchange-value is social value-in-use ».

3. L'analyse de la valeur

Il est important de rappeler que "l'analyse de la valeur" (AV) est une méthode d'aide à la conception de produits, élaborée aux Etats-Unis en 1945 par Lawrence D. Miles, responsable des approvisionnements de la General Electric Company. Cette méthode de conception peut être utilisée, plus généralement, pour la conception de tout "artefact" matériel ou immatériel comme par exemple, un logiciel, une structure organisationnelle d'une entreprise ou d'une administration, un programme de formation, un plan de développement, etc.

L'analyse de la valeur fut la première méthode formalisée de conception⁶⁶. Cette méthode d'aide à la conception s'est diffusée dans les différents pays industrialisés plus ou moins rapidement. En France, il a fallu attendre la crise des années 70, et notamment le premier choc pétrolier pour que les entreprises s'intéressent à l'analyse de la valeur. C'est seulement en 1978 qu'a été créée l'AFAV (Association Française pour l'Analyse de la Valeur)⁶⁷. Depuis sa création, l'analyse de la valeur a connu de nombreux compléments tels que le "*design to cost*", qui a pour objectif d'aider concevoir un produit en fonction d'une cible de clients potentiels, ou le QFD (*Quality Function Deployment*) qui est une nouvelle méthode de gestion de la qualité d'un produit.

"L'analyse de la valeur" est définie par l'AFNOR comme étant « une méthode de compétitivité organisée et créative visant la satisfaction du besoin de l'utilisateur par une démarche spécifique de conception à la fois fonctionnelle, économique, pluridisciplinaire, et créative. L'analyse de la valeur se caractérise notamment par ⁶⁸:

- Une **démarche fonctionnelle** qui impose de formuler le problème en termes de finalités et non en termes de solutions ; on évite ainsi la tendance à se limiter aux solutions existantes et à s'interdire inconsciemment de nombreuses possibilités.
- Une **démarche économique** par la référence systématique aux coûts afférents aussi bien aux produits antérieurs de la même famille et à leurs fonctions, qu'à ceux que l'on peut estimer pour chaque fonction ou solution nouvelle.
- Une **démarche pluridisciplinaire** par un travail de groupe faisant appel à un animateur et un décideur. Le travail de groupe met en présence des personnes de

⁶⁶ PERRIN, J. *Concevoir l'innovation industrielle, Méthodologie de conception de l'innovation*, CNRS Editions, Paris. 2001. p. 49

⁶⁷ AFAV. *L'Analyse de la Valeur*, AFAV, Paris. 1994. P. 78.

⁶⁸ AFAV. op.cit, 1994. p. 102.

métiers et de responsabilités différentes quant au produit étudié. Il favorise la construction d'un compromis sur les fonctions, les performances, les principes, les solutions et les coûts ; il facilite l'exercice de la créativité et enrichit l'information disponible. Ce travail de groupe permet de régler conjointement des problèmes qui auraient été abordés successivement et isolément par les divers intervenants. Le groupe produit un travail en simultané et non en cascade. Il doit, en particulier, disposer de compétences nécessaires à l'estimation des coûts. Le groupe propose mais la décision reste soumise au décideur (maître d'ouvrage).

- Une **démarche créative** qui vise à étendre l'éventail des solutions, à considérer et à prendre systématiquement en compte les évolutions du marché, de l'environnement et de la technologie.

C'est au sein de l'approche de l'analyse de la valeur qu'a été développée l'analyse fonctionnelle. Cette dernière a acquis une certaine autonomie, et dans de nombreux cas, aujourd'hui, l'analyse fonctionnelle est utilisée pour établir le cahier de charges fonctionnelles d'un nouveau produit ou d'un nouveau service, sans référence explicite à l'analyse de la valeur. Si l'analyse fonctionnelle peut être pratiquée sans référence à l'analyse de la valeur, par contre cette dernière ne peut pas être comprise et mise en œuvre sans utiliser l'approche dite fonctionnelle.

Le terme valeur possède dans l'analyse de la valeur une définition bien particulière de l'usage courant de ce mot. Un produit aura d'autant plus de valeur qu'il satisfera aux fonctions utiles par rapport au coût le plus faible possible⁶⁹ :

$$\text{Valeur} = \text{fonction(s)} / \text{coût(s)}$$

Ou encore $\text{Valeur} = \text{satisfaction des besoin} / \text{coût}$

Ou $\text{Valeur} = \text{qualité} / \text{coût}$

⁶⁹ DELAFOLLIE G. *Analyse de la valeur. Hachette technique*, Paris, 1991.p188.

4. De la valeur à la création de la valeur

4.1. Les paradigmes de la valeur

▪ Valeur partenariale versus valeur actionnariale :

La problématique de la valeur renvoie à la question des destinataires de la valeur créée : pour qui crée-t-on de la valeur ? La valeur dont traite la littérature en finance d'entreprise est souvent une valeur financière pour l'actionnaire. D'après la théorie financière, les dirigeants de l'entreprise doivent agir selon l'objectif de maximisation de la richesse des actionnaires par création de valeur. La valeur actionnariale (shareholder value) se réfère à un ensemble de relations entre les dirigeants des entreprises cotées en Bourse, les conseils d'administration (ou conseils de surveillance) et les marchés boursiers où interviennent les actionnaires⁷⁰.

Le concept de valeur partenariale est proposé comme alternative à celui de valeur actionnariale (Charreaux et Desbrières, 1998)⁷¹ ces auteurs s'appuient sur le constat que la valeur actionnariale est réductrice car les décisions de l'entreprise produisent des effets pour l'ensemble des parties prenantes : les stakeholders ou partenaires (créanciers, fournisseurs, salariés, sous-traitants, pouvoirs publics). Par ailleurs, elle ne permet pas de déterminer de manière satisfaisante les mécanismes de création de valeur par référence à des modélisations récentes de l'entreprise telles que la théorie contractuelle élargie aux différents partenaires. Cette conception de la valeur élargie aux différents stakeholders a l'intérêt de mettre en évidence que la création de valeur ne résulte pas seulement de l'apport de capitaux par les actionnaires mais des efforts conjugués de tous les partenaires.

▪ La valeur-clients :

Une conception ou image de la valeur conduit à faire rimer cette dernière avec clients. Il s'agit de valeur perçue par le client, laquelle dépend de la notion de qualité perçue. D'après l'AFNOR, un bien ou un service est de qualité lorsqu'il répond aux besoins explicites du client. La qualité ne se limite pas aux attributs intrinsèques du produit mais recouvre aussi les dimensions services offerts, prix, flexibilité, etc. L'objectif majeur de l'entreprise est à l'évidence d'offrir à ses clients des produits de qualité. Mais l'entreprise doit également maîtriser ses coûts afin de préserver sa marge bénéficiaire. Créer de la valeur revient alors à maximiser le rapport qualité / coûts. La valeur-client est une valeur relative puisqu'elle peut varier d'un client à l'autre, elle comporte deux dimensions : une valeur d'usage et une valeur de signe. La notion d'usage est simple à comprendre : c'est la recherche d'une fonction, par

⁷⁰ Fligstein N. *Le mythe du marché : le cas américain*, problèmes Economiques, n° 2738, 28 novembre, 2001. p17.

⁷¹ Charreaux G. et Desbrières P. *Gouvernance des entreprises : valeur partenariale contre valeur actionnariale*, Revue Finance-Contrôle-Stratégie, n° 2, juin, 1998. p 57.

exemple écrire. Ce qui va expliquer le choix d'un stylo par exemple par un client entre un stylo de marque « bic » ou de marque « Mont Blanc » c'est la valeur de signe source d'autres avantages tels que facilité d'écriture, taille, poids, esthétisme, etc.

▪ **Valeur concurrentielle ou valeur stratégique :**

La valeur concurrentielle traite aux relations de l'entreprise avec son environnement. La valeur créée résulte du choix et de la combinaison des activités en vue de créer un avantage concurrentiel⁷².

Porter (1986) propose d'utiliser le concept de chaîne de valeur ou chaîne d'activités pour l'obtention d'un avantage compétitif. Les activités principales (logistique interne, production, logistique externe, commercialisation-vente, services) et les activités de soutien (infrastructure de l'entreprise, gestion des ressources humaines, développement technologique, approvisionnements) consomment des ressources afin de dégager une marge maximale. D'après Porter, une entreprise crée de la valeur grâce à ses compétences et à ses savoir-faire. Elle a donc intérêt à évaluer et surveiller chacun des maillons de la chaîne de valeur afin d'accroître ses avantages compétitifs ou en développer de nouveaux. Pour ce faire, des outils tels que l'ABC seul ou couplé à l'ABM, le reengineering, le tableau de bord prospectif (Balance Scorecard) et le benchmarking peuvent s'avérer précieux.

De l'analyse de la structure du secteur et de la chaîne de valeur, Michael Porter distingue trois stratégies de base : la domination par les coûts, la différenciation et la focalisation, cette dernière se déclinant en deux formes : la concentration fondée sur des coûts réduits et la concentration fondée sur la différenciation.

▪ **Valeur organisationnelle :**

Certains auteurs évoquent ce concept de valeur organisationnelle. Cette dernière conduit à l'examen des problèmes sous l'angle interne de la hiérarchie, de la coordination, de la motivation des acteurs, des capacités et processus d'apprentissage, de structure, de frontière, d'entité voire de légitimité. La question de la création de valeur est traitée par les auteurs de ce paradigme de la valeur organisationnelle au moyen des processus organisationnels, des problèmes liés à la prise de décision (Hoarau et Teller, 2001)⁷³. La capacité à créer de la valeur organisationnelle pour l'entreprise réside dans sa capacité à réduire ses coûts de fonctionnement. La valeur repose alors sur une compétence organisationnelle c'est-à-dire une disposition à gérer et organiser (Van Loye, 1998)⁷⁴. D'après la théorie des coûts de

⁷² Hoarau C. et Teller R. *Création de valeur de l'entreprise et management de l'entreprise*, Vuibert, 2001. p130.

⁷³ Hoarau C. et Teller R. op.cit, 2001. p 131.

⁷⁴ Van Loye G. *Finance et théorie des organisations*, Economica, 1998. p162.

transaction (Coase, Williamson), l'entreprise doit chercher à minimiser ses coûts de transaction et ses coûts d'organisation.

4.2. Le concept de création de valeur

Après avoir présenté les différents paradigmes de la valeur, il convient de répondre à deux questions : pourquoi créer de la valeur ? Et comment créer de la valeur ?

Associer le terme de création à celui de valeur sous-entend que la création de valeur ne va pas de soi. Créer de la valeur c'est la faire varier dans le sens de la hausse. A contrario, détruire de la valeur c'est la faire baisser au cours du temps. « La création de valeur économique est au cœur de l'activité des organisations et au centre de leur vocation, de leur raison d'être et de leur stratégie » (Savall et Zardet, 1998)⁷⁵. La création de valeur est érigée en exigence de performance tant dans la littérature foisonnante sur ce thème que dans les discours des dirigeants des entreprises, en particulier dans la communication financière des grands groupes. Deux questions méritent d'être posées : pourquoi créer de la valeur c'est-à-dire l'accroître en t+1 par rapport à t, et pour qui ?

La création de valeur procure à l'entreprise des avantages compétitifs, un moyen de financer son développement (terme que nous préférons à celui de croissance parce qu'il intègre, outre une dimension quantitative et financière, aussi une dimension qualitative). Créer de la valeur certes, mais pour qui ? A une vision moniste de la création de la valeur au profit des actionnaires (shareholder value), nous préférons opposer et privilégier explicitement une vision pluraliste de la création de la valeur au bénéfice des diverses parties prenantes (stakeholder value). La création de valeur totale doit servir à rétribuer les contributions des différentes parties prenantes.

4.3. Les leviers de la création de valeur

Pour nous, la valeur totale est une triade formée d'une valeur économique (ou financière), d'une valeur organisationnelle et d'une valeur sociale. La création de valeur au niveau de chacune de ces trois branches de la valeur totale comporte une dimension stratégique et une dimension opérationnelle. Il faut dépasser le dilemme court terme/long terme pour rechercher une articulation harmonieuse de l'opérationnel et du stratégique afin de pérenniser la création de valeur.

Les leviers de la création de valeur sont multiples. Trois types de leviers d'essence stratégique sont source de création de valeur par l'entreprise : des leviers stratégiques au sens

⁷⁵ SAVALL H. *A la recherche des coûts et des performances cachés de l'entreprise. Pour un diagnostic socio-économique de l'entreprise*, Revue Française de Gestion, n°18, 1978. p 96.

strict, des leviers financiers et des leviers de gouvernance d'entreprise⁷⁶. Les décisions stratégiques ont un impact sur la création de valeur en donnant à l'entreprise un avantage concurrentiel⁷⁷. Au titre des leviers financiers permettant d'accroître la valeur actionnariale, on cite notamment les rachats d'actions en bourse favorisés en France par la loi du 2 juillet 1998 et la gestion des risques des prix financiers⁷⁸.

Section 2: La valeur de l'entreprise et le capital immatériel

La valeur de l'entreprise est plus que jamais tributaire du capital immatériel de l'entreprise. Après avoir défini la valeur de l'entreprise, nous traitons la relation qui existe entre cette dernière et le capital immatériel existant dans l'entreprise.

1. La valeur de l'entreprise

Plusieurs types d'acteurs sont intéressés par la valeur de l'entreprise: les managers, les actionnaires, ceux qui souhaitent acheter des actions, ceux qui souhaitent acheter l'entreprise entière, ou en prendre le contrôle, l'administration fiscale enfin. Ces acteurs disposent des informations suivantes : les comptes (bilan et compte d'exploitation) établis par le comptable et complètes par le rapport du commissaire aux comptes, les études réalisées par les analystes financiers à l'occasion des opérations de fusion-acquisition, mais dont la diffusion est restreinte, les études des analystes boursiers qui sont publiées, les articles des journalistes spécialisés, souvent inspirés par les études des analystes.

Pour un économiste, la valeur de l'entreprise est égale à la somme actualisée des cash-flows (solde des flux de trésorerie) futurs. Le cash-flow étant futur, n'est ni observé ni connu. Il s'agit d'une estimation qui est comme tout ce qui est relatif au futur (incertaine).

Pour un comptable, la valeur de l'entreprise est égale à son actif net, c'est à dire à la valeur de ce qu'elle possède (capital physique, actions d'autres entreprises, trésorerie, créances) diminuée de ses dettes. Le regard du comptable est donc orienté vers le passé lors duquel les actifs se sont accumulés, il évalue leur valeur en se fondant sur des informations qu'il trouve dans des pièces écrites et contrôlables.

Pour un financier, il estime la valeur de l'entreprise à partir des documents comptables. Or, en matière de valeur, la distinction comptabilité-finance s'impose parce qu'elle traduit deux optiques différentes : la première insiste sur l'estimation des actifs, détermine ensuite celle des dettes pour obtenir par différence la valeur des capitaux propres, c'est l'optique

⁷⁶ Caby J. et Hirigoyen G. *La création de valeur de l'entreprise*, Economica, 2ème édition, 200, 1997.p145

⁷⁷ Porter M. *L'avantage concurrentiel*, Inter Editions. 1986. p. 233

⁷⁸ Caby J. et Hirigoyen G. op.cit, 1997. p147.

comptable. La seconde essaie d'apprécier directement la valeur des capitaux propres et des dettes, il n'est plus nécessaire d'estimer les actifs⁷⁹.

Il existe une difficulté temporelle dans la mesure de la valeur, celle de la distance temporelle qui éloigne le moment et le lieu de mesure du cout du moment et lieu de l'estimation de la valeur.

2. L'importance du capital immatériel dans la valeur de l'entreprise

Au niveau des entreprises, la capacité de créer de la valeur à partir d'actifs intellectuels dépend en grande partie des capacités de gestion des entreprises et de la mise en œuvre de stratégies commerciales adaptées. Pour l'essentiel, une entreprise dispose de trois moyens pour créer de la valeur à son niveau : augmenter le surplus du consommateur, le surplus du producteur ou accroître sa valeur boursière. Les travaux menés sur l'impact de la R-D, des brevets, du capital humain et des logiciels montrent que la rentabilité moyenne des investissements en actifs intellectuels peut être élevée. Les grandes entreprises ont augmenté l'efficacité de leurs processus de R-D en associant plus étroitement leur R-D interne à leur stratégie économique et en recourant à la sous-traitance externe pour accéder à des connaissances complémentaires et étoffer leurs portefeuilles technologiques. Ces techniques sont particulièrement importantes dans les secteurs très concurrentiels où l'innovation dérivée et l'imitation banalisent rapidement les produits innovants. La capacité de gestion des risques des entreprises est également importante et exige des systèmes de contrôle interne et des informations pertinentes, y compris sur les actifs intellectuels.

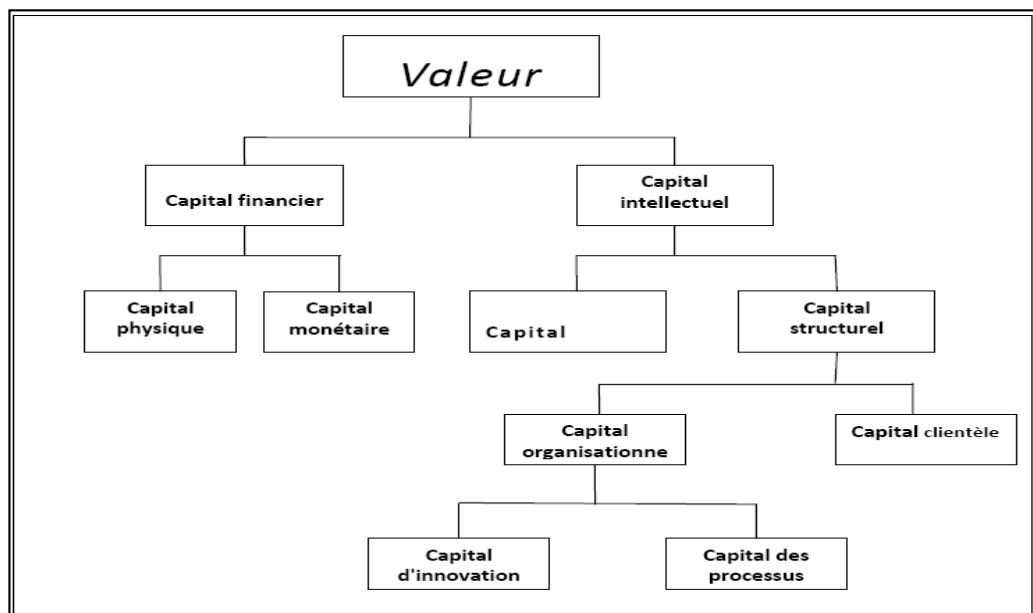
L'économie actuelle, où les actifs incorporels sont devenus les sources majeures d'avantages concurrentiels, exige des outils qui décrivent les actifs fondés sur le savoir et les stratégies de création de valeur que ces actifs génèrent. En effet, les structures de nos jours savent que l'avantage concurrentiel vient davantage des relations, des compétences et des connaissances immatérielles créées par les salariés que des investissements en actifs matériels.

La valeur de l'entreprise procède de ses actifs physiques et monétaires - son capital financier- et de l'ensemble de ses ressources intangibles,- son capital immatériel, Bontis et al (1999) présentent l'arbre de distinction de valeur comme suit ⁸⁰:

⁷⁹ Gérard Hirigoyen et Jérôme CABY. *Histoire de la valeur en finance d'entreprise*, cahier de recherche n°1, institut de recherche en gestion des organisations, université de Montpellier, France, 1998. p .8.

⁸⁰ BONTIS N., DRAGONETTI N.C., JACOBSEN K., ROOS G, Les indicateurs de l'immatériel, L'Expansion Management Review, N°95,1999, Décembre, p 42.

Figure (II.1) : Distinction de la valeur



Source : BONTIS N., DRAGONETTI N.C., JACOBSEN K., ROOS G. op.cit, 1999. p 42.

2.1. Création et conservation de la valeur

Les actifs intellectuels ayant une importance croissante en tant que source de création de valeur, il est de plus en plus essentiel de pouvoir les conserver. Au cours des dernières décennies, les droits de propriété intellectuelle ont évolué et ont souvent fait pencher l'équilibre entre les propriétaires des droits et les utilisateurs des innovations vers les premiers, l'objet protégé est de plus en plus étendu, la protection a augmenté et les tribunaux accordent des dommages-intérêts plus élevés aux détenteurs des droits de propriété intellectuelle. En même temps, le processus d'innovation proprement dit devient plus ouvert. Les idées et les savoirs relatifs à l'innovation proviennent désormais de nombreuses sources, souvent du monde entier. Les liens et la coopération revêtent une importance de plus en plus grande pour le succès des innovations. Il faut analyser plus avant l'alternative accès ouvert/accès contrôlé aux actifs intellectuels et les effets de ces accès sur l'innovation et la performance économique des entreprises, notamment dans les secteurs où l'innovation dérivée et l'imitation banalisent rapidement les produits innovants.

Bien que la création d'innovations et de valeur grâce à l'utilisation efficace des actifs intellectuels soit avant tout le rôle des dirigeants et du conseil d'administration d'une entreprise, l'action des pouvoirs publics n'en est pas moins importante. Une meilleure

information sur les actifs intellectuels au niveau de la comptabilité nationale et des bilans des entreprises faciliterait la mise en œuvre de mesures plus efficaces de la part des pouvoirs publics. De même, l'action des pouvoirs publics et la stratégie des entreprises bénéficieraient d'une meilleure prise en compte des effets des investissements en actifs intellectuels pour dégager de la valeur économique⁸¹.

Le capital immatériel est un ensemble unique d'actifs de l'entreprise, aucune autre entreprise n'aura les mêmes connaissances, les mêmes savoir-faire la même innovation... Ces actifs ne sont pas seulement uniques mais ils sont difficiles à imiter du moins à court terme. Leur imitation nécessite beaucoup de ressources et du temps.

Les actifs intellectuels sont de plus en plus importants dans l'économie du savoir.

Le développement et le déploiement réels de ces actifs peuvent alimenter la création de valeur, en termes de progression du stock de richesse et de création de valeur présente, grâce à des produits et processus nouveaux ou perfectionnés. Toutefois, ces actifs ne sont pas encore bien mesurés et le mécanisme de création de valeur n'est pas bien compris. Faute d'évaluer correctement les actifs intellectuels, les dirigeants d'entreprise, les décideurs et d'autres encore risquent de mal répartir les ressources et de prendre de mauvaises décisions. Pour combler ces lacunes dans le cadre de travaux futurs éventuels, il faudra normaliser davantage la terminologie, élaborer des indicateurs statistiques et approfondir les analyses au plan national et régional et au niveau des entreprises. Parmi les domaines d'étude particulièrement prometteurs figurent les suivants⁸² :

▪ **Les actifs intellectuels et les nouveaux modèles d'entreprise :**

Les actifs intellectuels sont de plus en plus importants pour l'innovation, et en particulier pour l'innovation non technologique et les autres formes nouvelles d'innovation. Pour prolonger et approfondir l'analyse actuelle, on pourrait étudier les effets des actifs intellectuels sur l'apparition de nouveaux modèles d'entreprise.

▪ **La création de valeur et la mondialisation :**

Les actifs intellectuels jouent un rôle central dans le morcellement croissant des chaînes de valeur et dans la mondialisation des services aux entreprises. On pourrait prolonger l'analyse et étudier la relation entre les actifs intellectuels et les changements organisationnels, en privilégiant notamment l'examen de la création de valeur dans l'économie mondialisée.

⁸¹ OCDE. *ACTIFS INTELLECTUELS ET CRÉATION DE VALEUR*, Rapport de synthèse, 2008, pp. 33-34.

⁸² OCDE. *op.cit.*, 2008, p 38.

▪ **L'amélioration des méthodes de mesure :**

Les efforts entrepris pour compiler des séries de données sur les actifs intellectuels et évaluer les rendements des investissements associés révèlent des problèmes de mesure, tels que la définition des limites des actifs et la détermination des taux de dépréciation et des déflateurs appropriés. Si l'on veut pouvoir comparer les données, des conventions devront être élaborées.

3. Le rôle du capital immatériel

Les rôles du capital immatériel sont divisés en deux: création de valeur et extraction de valeur (Sullivan, 2000)⁸³. Les deux formes de valeur sont alors le résultat de l'effort du capital immatériel de l'entreprise. La création de la valeur concerne la génération de nouvelles connaissances et leur conversion en innovation avec une valeur commerciale d'où l'importance du capital humain. L'extraction de valeur entraîne la conversion de la valeur créée en une forme utile à l'organisation donc la conversion de l'innovation de la firme en cash-flow ou en une forme de position stratégique. Les actions associées à l'extraction de valeur à partir du capital immatériel sont liées aux activités, procédures, processus de décision, information...et sont organisées selon un sens commun.

Les activités de création de valeur concernent l'innovation, les nouvelles formes d'organisation, les valeurs et la culture de l'organisation, les rapports entre les individus et avec le groupe, les systèmes d'information partagés. Les activités d'extraction de la valeur sont basées sur les méthodes et la littérature économique, droit, finance, comptabilité. Elles sont focalisées dans les documents et les procédures.

Tableau (II.1) : Création de valeur et extraction de valeur

	Création de valeur	Extraction de valeur
Objectif	Augmenter les connaissances des employés afin de créer ou d'améliorer les innovations pour la commercialisation.	Améliorer l'innovation des firmes afin de maximiser le profit et/ou améliorer la position stratégique.

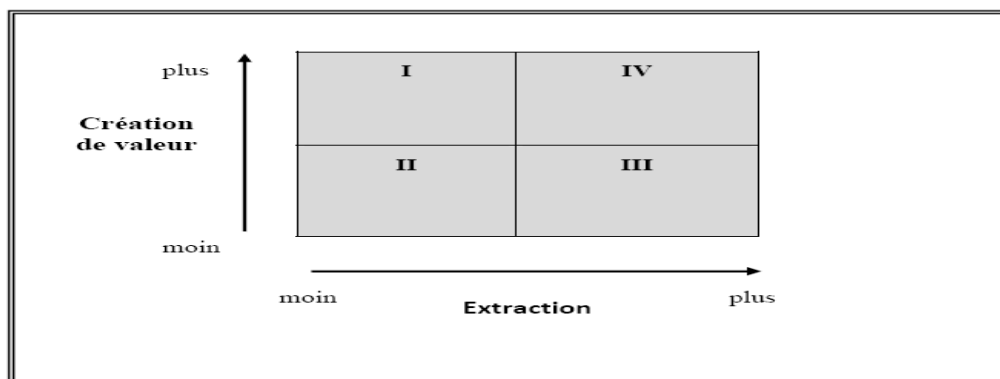
⁸³ SULLIVAN P.H. *Value driven intellectual capital*. John Wiley & Sons, USA. 2000. p. 88.

Composante du CI	Capital humain	Actifs intellectuels
Activités	<ul style="list-style-type: none"> - Création de connaissance - Partage de connaissance - Apprentissage - Dynamique organisationnelle - Technologie d'information 	<ul style="list-style-type: none"> - Définition / Mesure - Le suivi du processus de l'innovation - La génération et la maintenance des actifs intellectuels. - L'estimation de la compétence. - La mise en application. - La conversion en profitabilité.
Supports Conceptuels	<ul style="list-style-type: none"> - Psychologie - Education - Sociologie - Religion 	<ul style="list-style-type: none"> - Economie - Finance - Droit - Stratégie

Source : SULLIVAN P.H., (2000), op.cit.

L'entreprise peut se demander si elle va créer de nouvelles innovations et idées ou encore extraire de la valeur à partir de ce qu'elle a déjà? Elle doit essayer de trouver une position d'équilibre entre ses activités de création et celle d'extraction de valeur et dépenser plus de temps, d'énergie et de ressources aussi bien dans la création que dans l'extraction de la valeur. Pour cette raison Sullivan⁸⁴ présente une matrice création de valeur - extraction de valeur.

Figure (II.2) : Matrice création de valeur extraction de valeur



Source : SULLIVAN P.H., (2000), op.cit.

⁸⁴ SULLIVAN P.H.,op.cit, 2000.p165.

Cette matrice est bénéfique lorsque nous voulons instaurer une évaluation du capital immatériel de l'entreprise. Si nous analysons cette matrice selon les activités du capital immatériel, nous obtenons le résultat suivant⁸⁵:

1. L'activité de création de valeur est élevée (quadrant I et IV): Les entreprises dans cette position ont une abondance d'innovation et d'idées. Ces entreprises doivent étudier ces innovations pour identifier celles qui vont avoir plus d'importance et dans lesquelles elles vont investir et les développer.
2. L'activité de création de valeur est faible (quadrant II et III): l'entreprise dans ce cas doit encourager son personnel pour développer de nouvelles idées et de nouveaux produits. Elle peut chercher à se procurer des licences de l'extérieur ou encore de nouvelles compétences individuelles.
3. L'activité d'extraction de valeur est élevée (quadrant III et IV): l'entreprise dans ce cas a une importante technologie pour l'extraction de la valeur. Une telle entreprise a généralement établi une variété de méthodes pour extraire de la valeur. Elle est normalement bien structurée pour cette fonction avec une variété de bureaux, différentes responsabilités définies, recherches de licences, recherche de joint venture, alliances stratégiques.
4. L'activité d'extraction de valeur est faible (quadrant I et II): l'entreprise dans ce cas investit peu dans ses ressources humaines pour extraire de la valeur. Elle cherche plus la valeur dans la propriété intellectuelle. En plus de la recherche de l'innovation, les responsables doivent chercher à se procurer des licences des joint-ventures, des alliances stratégiques, etc.

Il est important de connaître le contexte dans lequel se trouve le capital immatériel (Sullivan, 2000)⁸⁶, Sullivan insiste sur l'importance de connaître le contexte interne et externe de l'entreprise. Le contexte externe de la firme inclut les forces macro-économiques, législatives, régulatrices, technologiques et sociopolitiques qui constituent l'environnement des affaires de l'entreprise. Ces forces doivent être définies et décrites et la nature de leur impact sur l'entreprise doit être connue. Le contexte interne est plus facile à déterminer parce qu'il est déjà connu au sein de l'entreprise. Il inclut:

- La vision, la stratégie et les objectifs de l'entreprise ;

⁸⁵ SULLIVAN P.H., op.cit, 2000.p167.

⁸⁶ SULLIVAN P.H., (2000), op.cit, p 204.

- Les valeurs et la culture de l'entreprise ;
- Les forces et faiblesses de l'entreprise ;
- Les stratégies disponibles et valables à l'entreprise ;
- La performance courante par rapport aux objectifs ;
- L'utilité potentielle de capital immatériel à accomplir la vision et la stratégie de l'entreprise.

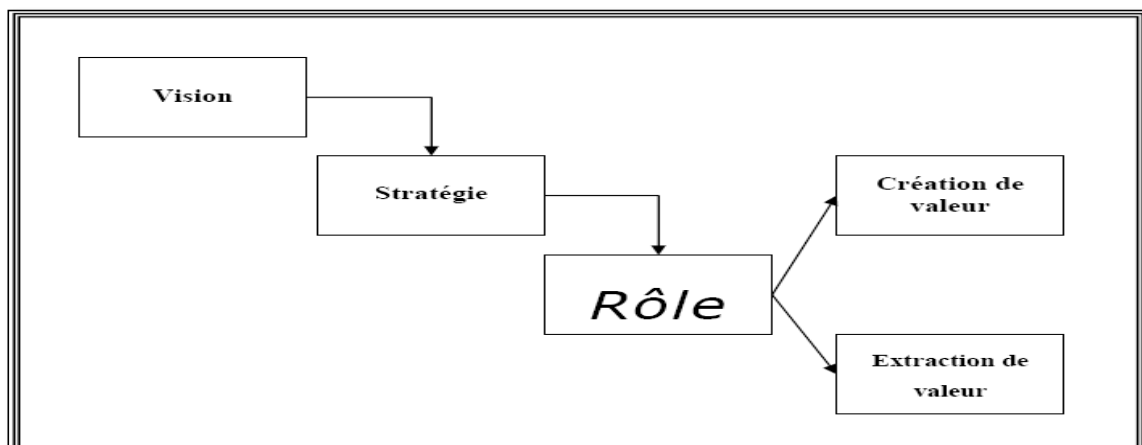
La vision à long terme et la stratégie de l'entreprise concernent son fonctionnement et son avenir. En gérant le capital immatériel, nous nous rendons compte de l'importance des valeurs et de la vision de l'entreprise dans la détermination de la valeur que nous estimons réaliser. La vision décrit la firme comme elle espère être dans le futur. A travers sa vision du futur l'entreprise aura une connaissance de ce qui va lui apporter de la valeur et ce qui sont inutiles.

Les valeurs de l'entreprise sont l'ensemble des idées et des croyances des membres de l'organisation. Elles affectent les décisions de chaque jour des employés. Si elles sont différentes de celles des managers, elles peuvent provoquer des difficultés d'implantation du plan stratégique de la firme d'une manière efficace.

Ainsi, les valeurs vont représenter le contexte dans lequel l'entreprise va déterminer ce qui lui apporte la valeur, la vision instaure un seuil de comparaison à partir duquel l'entreprise va essayer de mesurer ses intangibles. Lorsque le capital immatériel est aligné avec la vision et la stratégie de l'entreprise, ses rôles deviennent déterminés ou connus et sa valeur peut être "mesurée".

Une fois la vision clairement établie et formulée, l'entreprise doit adopter la stratégie qui va l'amener à réaliser cette vision. Sullivan présente ainsi la détermination du rôle du capital immatériel comme suit:

Figure (II.3) : Le rôle du capital immatériel



Source : SULLIVAN P.H., 2000, op.cit.

Cette division aide à déterminer les composantes de la valeur qui vont être mesurées. A partir de la vision et de la stratégie, l'entreprise peut commencer à réfléchir à comment son capital immatériel va contribuer soit à la valeur qui va être créée pour la firme, soit à la nature de la valeur qui va être extraite. Par exemple: pour quelques entreprises, le rôle du capital immatériel est de créer de l'innovation et donc de réfléchir à comment seront leurs produits et services dans le futur. Pour d'autres, ce sera l'intégration de l'innovation des autres pour ajouter de la valeur par la réduction des coûts de production et de distribution. Pour d'autres encore, ce sera la création d'une image et d'une réputation pour se différencier sur son marché. Ainsi, le rôle du capital immatériel dépend essentiellement de la nature de la firme, de sa vision et de sa stratégie.

Conclusion du chapitre

La mise en place d'un système de gestion et de suivi du capital immatériel et ses composantes dans l'entreprise s'avère nécessaire. Sur le plan théorique, nous avons fait le tour des différentes théories relatives de la valeur dans les sciences économiques, tout ce qui concerne la notion de la valeur et son évolution au sein de l'entreprise, ses différents aspects et les classées dans deux séries. Nous avons, par la suite, s'intéressé à l'importance et le rôle du capital immatériel dans la valeur de l'entreprise. En effet les actifs intellectuels sont de plus en plus importants dans l'économie du savoir. Ils peuvent alimenter la création de valeur.

L'objectif du troisième chapitre est de traiter la relation étroite entre la valeur et le capital immatériel à travers une analyse empirique détaillée, qui met en lumière la relation dynamique qui existe entre le capital immatériel et la création de la valeur.

Chapitre III.

**L'importance du capital
immatériel dans la
création de la valeur:
Etude empirique**

Chapitre III. L'importance du capital immatériel dans la création de la valeur : Etude empirique

Introduction du chapitre

La valeur d'une entreprise ne se mesure pas seulement à ses résultats financiers ou à sa production, mais inclut une quantité d'autres facteurs bien plus immatériels. Evaluer la capital d'une entreprise en se limitant à la seule lecture de son bilan financier est un gageur, voir même une source d'erreur. En effet celui-ci ne montre que ce que vaut l'entreprise sur son plan comptable et non sa valeur réelle. L'entreprise capitalise et produit d'autres valeurs qui ne sont pas toujours visibles financièrement. C'est le capital immatériel de l'entreprise

Après avoir étudié sur le plan théorique le capital immatériel, nous considérons que capital immatériel est un facteur primordial dans la création de valeur économique des entreprises. Afin d'identifier la réalité des entreprises algériennes nous avons étudié deux entreprises dans la Wilaya d'Ain Defla pour avoir une idée sur comment elles traitent le capital immatériel ? Et est-ce qu'elles l'exploitent par une meilleure façon pour créer de la valeur au sein de ces deux entreprises ?

Ce chapitre est divisé en deux sections, la première section est réservée à la présentation des entreprises de l'étude. La seconde section est consacrée au cadre méthodologique de l'enquête menée auprès des employés des entreprises, ainsi elle expose les résultats empiriques et leurs interprétations.

Chapitre III. L'importance du capital immatériel dans la création de la valeur : Etude empirique

Section 1: Présentation générale des organismes d'accueil

1. La laiterie d'ARIB

1.1. Présentation de l'entreprise

La laiterie d'Arib se spécialise dans la production et la commercialisation de lait et produits laitiers, c'est une société par action (SPA) avec un capital social de 275.670.000 DA. L'office national de lait et ses dérivés ont été créés selon le décret N° 69-93 en novembre 1969. Afin de satisfaire les besoins, et d'accroître la production laitière, on procède à l'établissement de l'office régional de lait et ses dérivés au pays centrales selon le décret 19/12/1981 qui regroupe trois unités :

- L'unité de Bir Khadem (UPL01) ;
- L'unité de Boudouaou (UOL02) ;
- L'unité de Draa Ben Khada (UPL03).

Au début de l'année 1987, l'unité d'Arib a été créée et lancée son activité en 20/10/1989.

1.2 Zone géographique de l'entreprise

Le siège de l'entreprise est implanté sur une surface de 14ha, elle se situe à proximité de la route nationale N° 04, loin de la wilaya par 11Km. L'entreprise réalise son indépendance en 21/10/1991 et depuis 07/1997 elle s'appelle « **LE GROUPE INDUSTRIEL DE LAIT ET PRODUITS LAITIERS** ». La laiterie maîtrise ses différents produits à l'exception de lait qui est subventionné par l'état. La capacité de production est estimée par 140000 L par jour.

Tableau (III.1) : Description de l'entreprise laiterie d'Arib Ain Defla

Nom de l'entreprise	La région	Le capital	La surface	La forme juridique	L'effectif
La laiterie d'Arib	Ain Defla (Arib)	275.670.000	11ha	SPA	302

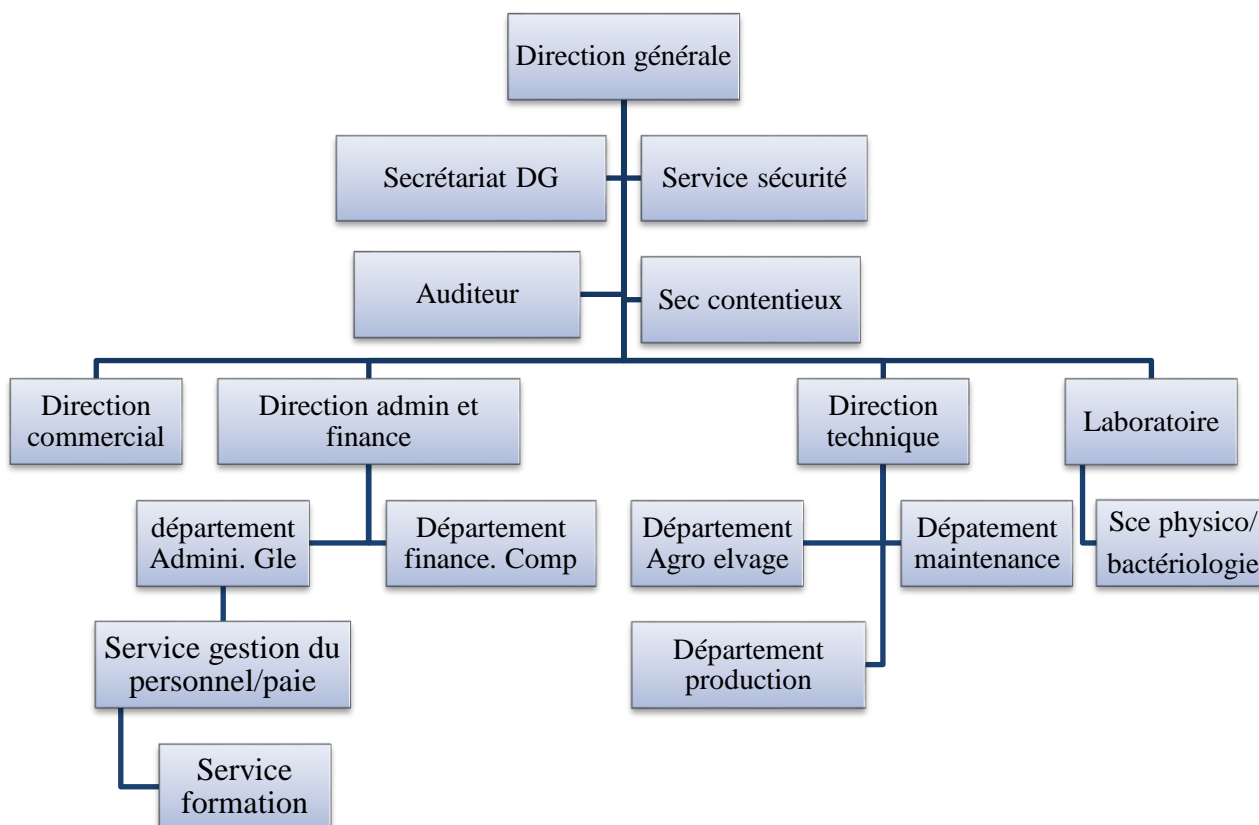
Source : Elaborer par nous même.

Chapitre III. L'importance du capital immatériel dans la création de la valeur : Etude empirique

1.3. L'Organigramme de l'organisme

Représenté dans la figure suivante:

Figure (III.1) : Organigramme de l'entreprise laiterie d'ARIB



Source : Documents interne de l'entreprise

2. BATIMETAL CHARPENTE OUEST

2.1. Présentation de l'entreprise

La société mère SN-METAL a été créée en 1968 au niveau de la zone industrielle à la Wilaya d'AIN DEFLA pour l'industrialisation de la construction métallique, la restructuration en 1983 de SN-METAL donne naissance à la société nationale BATIMETAL. Le 30 décembre 1997 la restructuration de BATIMETAL en groupe industriel donne naissance à 07 filiales en SPA. Dont la société BATICIC.

En janvier 2005 la société de construction et chaudronnerie de l'Ouest, connue sous la dénomination de BATIMETAL CHARPENTE OUEST est créée avec un capital social

Chapitre III. L'importance du capital immatériel dans la création de la valeur : Etude empirique

provisoire d'un milliard de Dinars. Ce capital sera porté à 65milliard de Dinars puis à 1086 milliard de Dinars en 2007.

2.2. Zone géographique de l'entreprise

La société BATIMETAL CHARPENTE OUEST est situé à la Wilaya d'AIN DEFLA sa superficie totale est d'environ 14 hectares (Ateliers de production, techniques, commerciaux et administratifs).

Tableau (III.2) : Description de l'entreprise BATIMETAL CHARPENTE OUEST

Nom de l'entreprise	La région	Le capital	La surface	La forme juridique	L'effectif
Batimetal charpente ouest	Ain Defla	1086 milliard de Dinars	14 ha	SPA/EPE	321

Source : Elaborer par nous même.

2.3. Domaines d'activités de l'entreprise

Les différentes activités de l'entreprise sont:

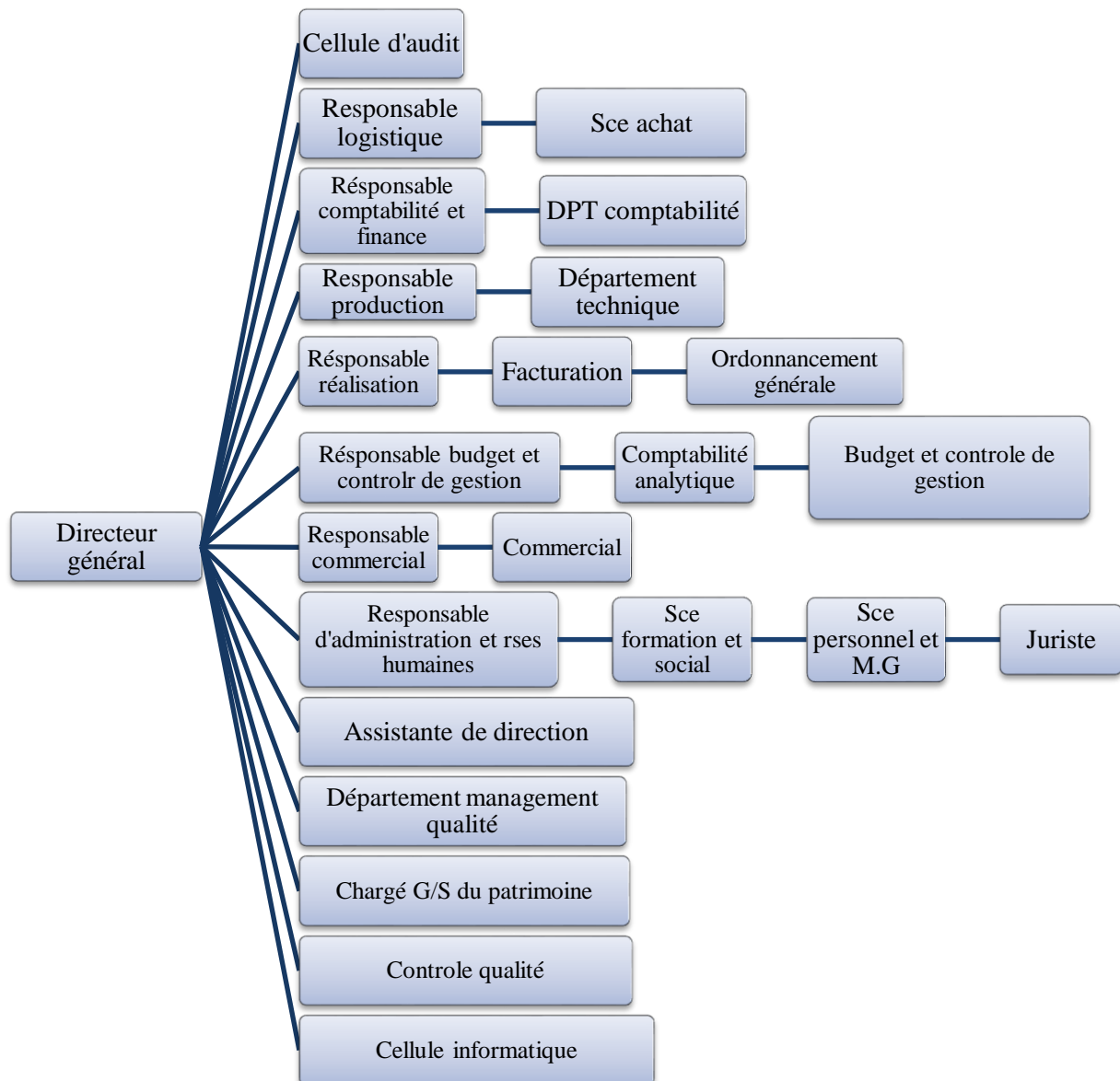
- *Structures métalliques* : tous types de structures métalliques, telles que: magasins, ateliers, bâtiments administratifs, structures sportives, parking à étages, chalets d'été ;
- *Structures en cuivre* : fabrication d'équipements pour cimenteries, fabrication et montage d'équipements de stockage ;
- *Structures en acier* : tous types de fer (rayonnages, escaliers, portes coulissantes).

Chapitre III. L'importance du capital immatériel dans la création de la valeur : Etude empirique

2.4.L'organigramme de l'organisme

Représenté dans la figure suivante :

Figure (III.2): Organigramme de BATIMETAL CHARPENTE OUEST



Source : Documents interne de l'entreprise.

Chapitre III. L'importance du capital immatériel dans la création de la valeur : Etude empirique

Section 2 : Démarche méthodologique et résultats de l'étude

1. Présentation de la méthodologie de recherche

L'objectif de notre étude, est de décrire et d'évaluer le capital immatériel et son rôle dans la création de la valeur dans certaines entreprises algériennes. A cet effet, ce présent élément expose la méthodologie qui sera utilisée pour répondre à nos hypothèses de recherche et atteindre notre objectif.

1.1. Méthode de l'enquête

Le but de notre étude est d'étudier la relation dynamique qui existe entre le capital immatériel et la création de la valeur. Sur la base d'une revue de la littérature, nous nous sommes interrogés sur le choix d'une approche qui permettrait de répondre à notre problématique et à vérifier nos hypothèses.

En fonction de la nature du sujet et des objectifs que nous cherchons à atteindre au cours de l'étude, nous avons opté une démarche descriptive, analytique et déductive dans laquelle nous essayons de décrire et d'évaluer le capital immatériel et son rôle dans la création de la valeur dans certaines entreprises algériennes. En effet cette méthode va nous aider à décrire le phénomène avec précision. L'utilisation du questionnaire comme instrument de recherche est plus pertinent selon notre jugement et cela afin de réaliser la partie empirique de notre mémoire.

1.2. La détermination de l'échantillon

La population de l'étude est définie comme l'ensemble des éléments du phénomène étudié par le chercheur, ainsi que la somme des unités statistiques consacrés pour étudier et connaître leurs caractéristiques précises, qui peuvent être distinguées des autres unités constituant une autre société, avec d'autre manière c'est un groupe d'unités statistiques ont le même caractère fondamental qui intéresse le chercheur dans leur étude, et qui varie en fonction du problème ou du phénomène étudié. La population de notre étude est représentée par les employés (cadres) des deux entreprises algériennes dans la wilaya d'Ain Defla : **ARIB** et **BATIMETAL**. Les raisons qui ont motivé la sélection de cette population sont les dirigeants qui sont considéré en tant qu'acteurs principaux de la gestion du capital immatériel dans les entreprises, étant responsables du développement de stratégies de gestion des connaissances, d'innovation et de propriété intellectuelle. Ce sont eux qui ont conclu des contrats de participation, de coopération et d'alliances avec d'autres entreprises et ont créé des relations durables avec eux et avec leurs clients.

Chapitre III. L'importance du capital immatériel dans la création de la valeur : Etude empirique

Il nous a compté préalable de désigner un échantillon composé de 47 employés des deux entreprises, à travers lequel on peut obtenir des réponses pertinentes sur nos questionnements. Ce questionnaire a été édifié tout d'abord à partir de la revue de littérature de cette étude, par la suite, il a été soumis à l'appréciation de notre promoteur.

1.3. Méthode de collecte des informations

Dans notre recherche, et pour confirmer ou infirmer nos hypothèses de l'étude, nous avons opté pour un sondage par questionnaire en s'appuyant sur les réponses de l'ensemble de personnel interrogés. Notre enquête s'est déroulée au sein de deux entreprises dans la wilaya d'Ain Defla durant une période de 20 jours, du 16 Avril au 06 Mai.

L'outil central que nous avons utilisé est un questionnaire administré par voie directe, c'est-à-dire nous avons pris soin de les remplir en face à face, auprès de notre échantillon qui porte sur 47 employés dans les deux entreprises et aucun questionnaire n'a été exclu.

- *Sources primaires* : le questionnaire qui a été conçu par nous, et nous l'avons développé à partir de nombreux questionnaires trouvés dans des études précédentes. Le questionnaire a été formulé conformément aux hypothèses de l'étude afin d'atteindre les objectifs.
- *Sources secondaires* : nous avons adopté le cadre théorique pour la recherche sur les sources de données secondaires, qui sont représentés dans des livres des revues arabes et étrangères, des articles et des travaux de recherche précédents traitant le sujet du capital intellectuel et son rôle dans la création de la valeur.

1.3.1. La description du questionnaire

Il existe différentes méthodes de collecte de données et de recherche (questionnaire, guides d'entretien, observation direct ...etc.). Parmi les méthodes de recherche les plus utilisées est le questionnaire qui est un outil adapté pour recueillir des informations précises auprès d'un nombre important de participants, il permet de traiter les grands échantillons et établir des relations statistiques ou des comparaisons des chiffres.

Pour concevoir un bon questionnaire, il est nécessaire de suivre certaines instructions qui sont les suivantes :⁸⁷

- Rédaction de questions pour chaque information convoitée
- Choix de mots adaptés à un large public
- Formuler des questions simples, claires et faciles à comprendre

⁸⁷ CAUMONT. Daniel, *Analyse des données* 2017, Management Sup, Dunod, p. 159.

Chapitre III. L'importance du capital immatériel dans la création de la valeur : Etude empirique

Aussi, le questionnaire est un document qui constitue « une liste de questions, programmées selon un ordre et une logique prédéfinis par laquelle un enquêteur sollicite l'avis, le jugement à l'évolution d'un interviewé »⁸⁸.

1.3.2. L'élaboration du questionnaire

Le questionnaire est une "technique directe pour poser des questions à des individus de manière ciblée. Toutes les réponses sont prédéterminées. Cela permet de traiter des informations quantitatives afin de découvrir des relations mathématiques et de faire des comparaisons quantitatives". En effet, nous trouvons plus pertinent de réaliser un questionnaire qui aboutit à des réponses dites fermées de type « oui, non », semi fermées, ouvertes, adressé aux personnels des entreprises choisis.

Notre questionnaire contient 63 questions, elles ont été traitées par le programme SPSS V.21, et il est composé de trois parties :

- 1ère partie : questions liées aux informations générales (sur les entreprises et les personnels).
- 2ème partie : questions liées au capital immatériel (ses composants).
- 3ème partie liées à la création de la valeur.

Tableau (III.3) : Questionnaires distribués et récupérés

Questionnaire	Nombre	Pourcentage
Questionnaire distribué	47	100%
Questionnaire annulé	00	00%
Questionnaire récupérés	47	100%

Source : Elaboré par nous même à l'aide de logiciel SPSS.

1.4. La méthodologie de traitement statistique des données

Dans le cadre de notre recherche sur l'étude de l'importance du capital immatériel dans la création de valeur de l'entreprise, nous avons utilisé le logiciel SPSS V.21 pour télécharger et coder les réponses, nous avons adopté les méthodes statistiques suivantes :

- Facteur de stabilité alpha de Cronbach pour la stabilité de l'instrument à l'étude.
- Les fréquences et les pourcentages afin d'afficher les propriétés de l'échantillon.
- Les moyennes statistiques et les écarts-types afin de détecter la tendance des membres de l'échantillon aux questions du questionnaire.

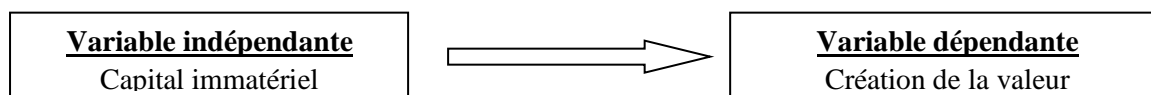
⁸⁸ GAUTHY. SINECHAT et VAUDERMMEN, Etude de marché, Méthode et outils, De Boeck Université Bruxelles, 2010, p. 431

Chapitre III. L'importance du capital immatériel dans la création de la valeur : Etude empirique

- Coefficients de corrélation de Spearman et la relation entre les variables de recherche.
- Test F pour tester les hypothèses de l'étude.

1.5. Modèle d'étude

Figure (III.3) : Le modèle de l'étude



Source : Elaboré par nous même.

2. Analyse et Interprétation des Résultats

Dans cette partie, nous analyserons les résultats de l'étude sur le terrain, ce qui inclura la présentation des caractéristiques de l'échantillon étudié, ainsi que la présentation des résultats de l'étude. Cette partie comprendra les testes des hypothèses en identifiant également l'importance du capital immatériel sur la création de la valeur.

2.1. Le traitement des résultats

Puisque le questionnaire est divisé en axes, nous commencerons l'analyse à partir de données personnelles.

2.1.1. L'entreprise ARIB (la laiterie)

❖ Test de la fiabilité du questionnaire

Ce test assurera la stabilité de l'instrument (questionnaire), ce qui signifie que l'outil sera évalué et non incompatible avec lui-même, c'est-à-dire sa capacité à obtenir les mêmes résultats s'il est redistribué dans le même échantillon. Le tableau suivant illustre ce test :

Tableau (III.4) : Coefficient d'Alpha Cronbach

Les axes	Le nombre des expressions	Coefficient de stabilité (alpha cronbakh)
Le capital immatériel	40	0,991
La création de valeur	21	0,981
Tout le questionnaire	63	0,994

Source : Elaboré par nous même à l'aide logiciel SPSS.

Chapitre III. L'importance du capital immatériel dans la création de la valeur : Etude empirique

Le tableau ci-dessus montre que le coefficient d'alpha Cronbakh est égal à 0.994, 99.4% supérieure à (0.6). Donc l'instrument de mesure a une stabilité par rapport à l'échantillon de l'étude, ce qui est acceptable pour l'analyse. Cela signifie que ce questionnaire peut être utilisé pour mesurer les variables étudiées. Par conséquent, les résultats du questionnaire peuvent être généralisés sur la population de l'étude dans son ensemble.

❖ L'Analyse des informations personnelles de l'échantillon

L'échantillon a été distribué par variable genre, et les années d'expérience comme suit :

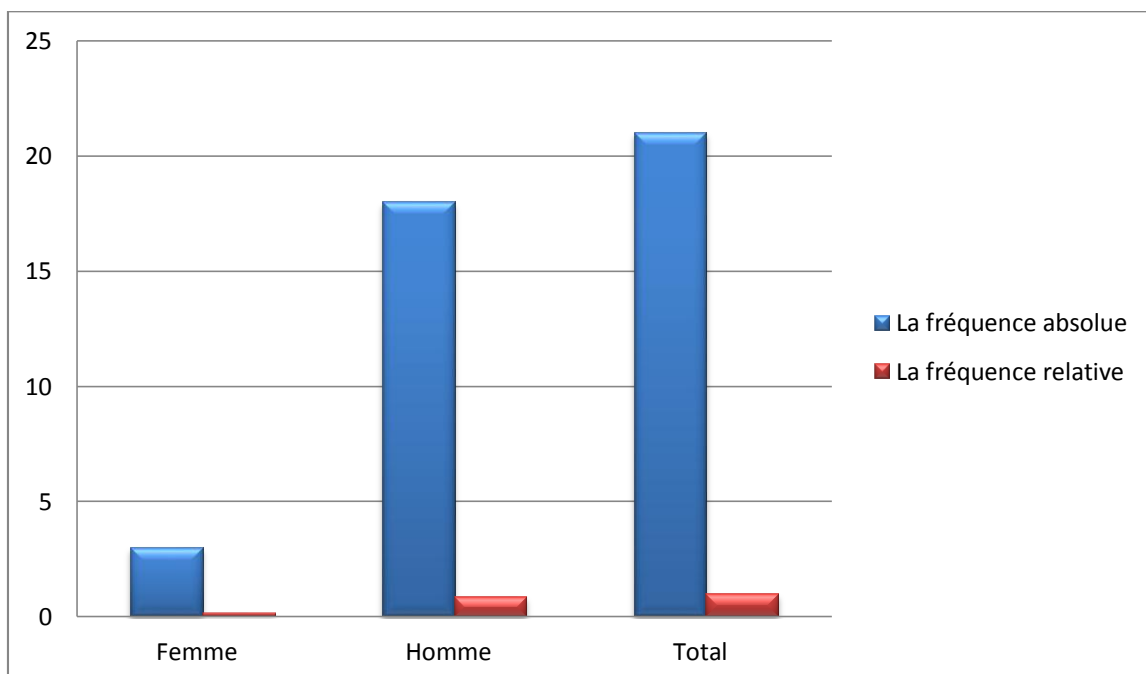
⇒ **Le genre** : parmi l'ensemble de 21 questionnaires traités on a obtenu les résultats suivants :

Tableau (III.5) : Répartition des données de l'échantillon par genre

Le genre	La fréquence absolue	La fréquence relative
Femme	3	14,3%
Homme	18	85,7%
Total	21	100%

Source : Elaboré par nous même à l'aide logiciel SPSS.

Figure (III.4) : Représentation graphique de la répartition de l'échantillon



Source : Elaboré par nous même à l'aide logiciel SPSS.

Chapitre III. L'importance du capital immatériel dans la création de la valeur : Etude empirique

Le tableau ci-dessus présente 14.3% de l'échantillon représentant les femmes, et 85.5% représentant les hommes. Cela pourrait être attribué au fait que les hommes ont davantage répondu aux questions et qu'ils travaillaient plus que les femmes dans l'entreprise **ARIB**.

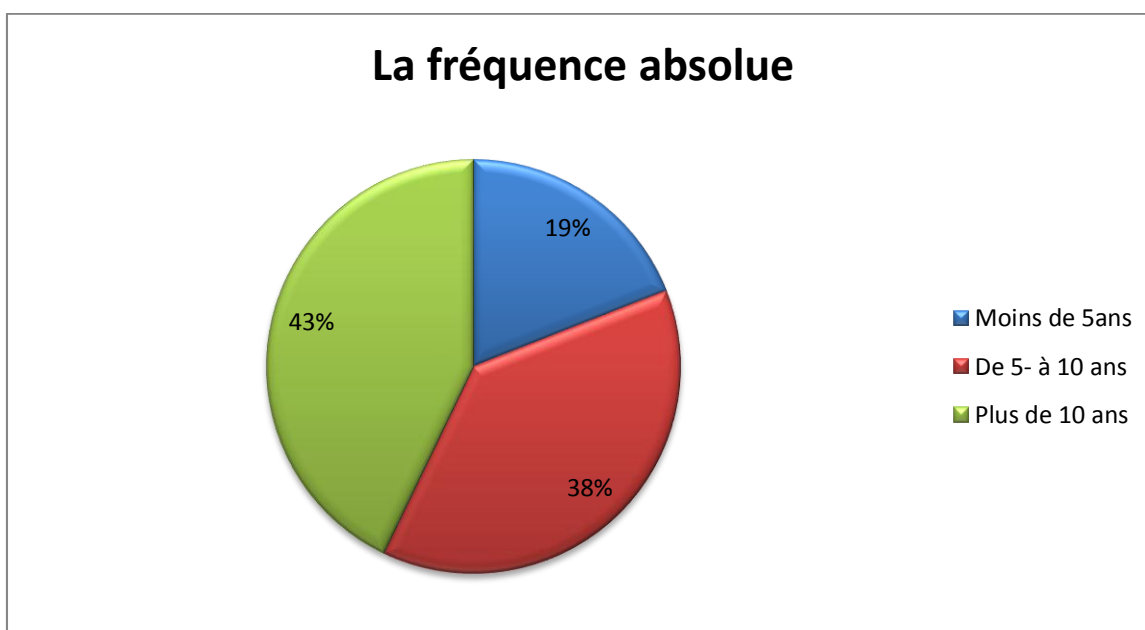
⇒ **Les années d'expérience** : parmi l'ensemble de 21 questionnaires traités on a obtenu les résultats suivants :

Tableau (III.6) : Répartition des données de l'échantillon par expérience

Qualification	La fréquence absolue	La fréquence relative
Moins de 5ans	4	19,0%
De 5- à 10 ans	8	38,1%
Plus de 10 ans	9	42,9%
Total	21	100%

Source : Elaboré par nous même à l'aide logiciel SPSS.

Figure (III.5) : Représentation graphique de l'expérience des employés



Source : Elaboré par nous même à l'aide logiciel SPSS.

A partir du tableau ci-dessus on observe que la majorité des employés de l'entreprise **ARIB** 42.9% ont une expérience de plus de 10 ans, suivis par 38.1% ayant une expérience limitée entre 5 et 10 ans, et 19% ont une expérience inférieure à 5 ans.

Chapitre III. L'importance du capital immatériel dans la création de la valeur : Etude empirique

❖ La mesure du degré de connaissance du capital immatériel au sein de l'entreprise

Tableau (III. 7) : Le degré de connaissance du capital immatériel

Les expressions	Fréquence absolue	Fréquence relative	Moyenne	Ecart type
A ⁸⁹	15	71.4%	1.48	0.814
B ⁹⁰	2	9.5%		
C ⁹¹	0	0%		
D ⁹²	4	19.0%		
Total	21	100 %		

Source : Elaboré par nous même à l'aide logiciel SPSS.

La majorité des employés 71.4% n'ont jamais entendu parler du capital immatériel de l'entreprise, puis 19% ont déclaré qu'il n'est pas étudié au sein de l'entreprise, suivis par 9.5% qui ne comprennent pas en quoi cela est-il important pour l'entreprise.

Le résultat global du degré de la connaissance du capital immatériel au sein de l'entreprise est égal à 1.48, à propos de la moyenne arithmétique, par conséquent, l'écart type global est de 0.814, ce qui est acceptable. Cela indique que les réponses de l'échantillon de l'étude ne sont pas dispersées.

Selon le résultat, nous concluons que la plupart des employés de l'entreprise **ARIB** sont mal informés sur le capital immatériel de leur entreprise, par contre la minorité des employés de cette entreprise ont une image imprécise sur le capital immatériel et son importance.

❖ La maîtrise de la gestion du capital immatériel par l'entreprise

Dans cette partie on veut connaître le degré d'exploitation du capital immatériel au sein de l'entreprise à partir de la réalisation de chaque élément de ses composants et l'importance de ces éléments.

⁸⁹ Je n'ai jamais entendu parler du capital immatériel de l'entreprise

⁹⁰ J'ai déjà entendu parler de cette notion mais je ne comprends pas en quoi c'est important pour l'entreprise

⁹¹ J'ai déjà entendu parler du capital immatériel et il est étudié en entreprise

⁹² J'ai déjà entendu parler du capital immatériel et il n'est pas étudié en entreprise

Chapitre III. L'importance du capital immatériel dans la création de la valeur : Etude empirique

Tableau (III.8) : Les données des composants du capital immatériel

Les expressions		Les catégories					Moyenne arithmétique	Écart type
		Tout à fait d'accord	D'accord	Neutre	Pas d'accord	Pas du tout d'accord		
Le niveau de compétence de nos employés est le plus élevé sur le marché.	Fréq	0	0	19	1	1	3.14	0.478
	%	0%	0%	90.0%	4.8%	4.8%		
Les connaissances de nos employés sont les meilleurs par rapport à nos concurrents	Fréq	0	0	15	6	0	3.29	0.463
	%	0%	0%	71.4%	28.6%	0%		
Nos programmes de formation sont généralement réussis	Fréq	1	14	5	0	1	2.33	0.796
	%	4.8%	66.7%	23.8%	0%	4.8%		
Nos employés sont le plus souvent motivés dans leur milieu du travail.	Fréq	0	3	1	7	10	4.14	1.062
	%	0%	14.3%	4.8%	33.3%	47.6%		
Le programme de travail est le plus souvent respecté par nos employés	Fréq	0	17	3	1	0	2.24	0.539
	%	0%	81.0%	14.3%	4.8%	0%		
Les employés de notre entreprise sont créatifs (ils apportent souvent de nouvelles idées).	Fréq	0	15	2	4	0	4.62	0.669
	%	0%	71.4%	9.5%	19.0%	0%		
Nos employés cherchent chaque fois à améliorer leurs connaissances.	Fréq	1	0	10	7	3	3.57	0.811
	%	4.8%	0%	47.6%	33.3%	14.3%		
Notre entreprise prend en charge le développement de nouvelles idées et de nouveaux produits.	Fréq	??	9	8	3	1	2.81	0.873
	%	0%	42.9%	38.1%	14.3	4.8%		
Nos systèmes de	Fréq	2	10	3	4	2	2.71	1.189

Chapitre III. L'importance du capital immatériel dans la création de la valeur : Etude empirique

donné favorisent l'accès facile aux informations	%	9.5%	47.6%	14.3%	14.3%	9.5%		
Nous maîtrisons les différents flux d'informations	Fréq	3	8	4	5	1	2.67	1.155
	%	14.3%	38.1%	19.0%	23.8%	4.8%		
La structure de notre organisation est assez flexible ce qui l'aide à s'adapter aux changements de l'environnement	Fréq	0	0	2	9	10	4.38	0.669
	%	0%	0%	9.5%	42.9%	47.6%		
Nous possédons des processus d'exploitation efficaces.	Fréq	0	5	14	1	1	2.90	0.700
	%	0%	23.8%	66.7%	4.8%	4.8%		
Notre organisation favorise le partage des connaissances entre ses employés.	Fréq	0	2	5	6	8	3.95	1.024
	%	0%	9.5%	23.8%	28.6%	38.1%		
Notre entreprise réussit à maintenir le meilleur service à valeur pour ses clients.	Fréq	2	9	9	0	1	2.48	0.873
	%	9.5%	42.9%	42.9%	0%	4.8%		
Nos clients sont généralement satisfaits de notre entreprise	Fréq	1	10	6		4	2.81	1.209
	%	4.8	47.6%	28.6%	0%	19.0%		
Nous avons la capacité d'acquérir chaque fois de nouveaux clients	Fréq	9	7	5	0	0	1.81	0.814
	%	42.9%	33.3%	23.8%	0%	0%		
Nous sommes satisfaits de nos relations avec nos fournisseurs	Fréq	10	8	2	1	0	1.71	0.845
	%	47.6%	38.1%	9.5%	4.8%	0%		
Nous possédons de bonnes informations sur les fournisseurs	Fréq	6	7	4	2	2	2.38	1.248
	%	28.6%	33.3%	19.0%	9.5%	9.5%		

Chapitre III. L'importance du capital immatériel dans la création de la valeur : Etude empirique

Nous cherchons à réaliser des relations de partenariat avec d'autres entreprises	fréq	0	0	14	3	4	3.52	0.814
	%	0%	0%	66.7%	14.3%	19.0%		
Le total							3.02	0.85

Source : Elaboré par nous même à l'aide du logiciel SPSS.

Dans le tableau ci-dessus on remarque que les expressions des composants du capital immatériel ont une moyenne arithmétique comprise entre 1.71 et 4.62, or, la proportion la plus élevée était pour l'expression suivante : « Les employés de notre entreprise sont créatifs (ils apportent souvent de nouvelles idées) » à degré de d'accord, une fréquence de 15 pour la case d'accord est une proportion de 71.4%.

Le résultat global d'exploitation du capital immatériel est égal à 3.02 à propos de la moyenne arithmétique, par conséquent, l'écart type global est de 0.85 ce qui est acceptable. Cela indique que les réponses de l'échantillon de l'étude ne sont pas dispersées, à partir de ce résultat nous concluons que l'entreprise a une bonne gestion de leur capital immatériel.

❖ L'importance des composants du capital immatériel

Tableau (III.9) : Les éléments des composants du capital immatériel

Les expressions		Les catégories					Moyenne arithmétique	Écart type
		Essentiel	Très important	Important	Pas très important	Pas important du tout		
Esprit d'innovation des employés	Fréq	10	5	3	3	0	1.95	1.117
	%	47.6%	23.8%	11.5%	14.3%	0%		
Savoir-faire des employés	Fréq	4	11	6	0	0	2.10	0.700
	%	19.0%	52.4%	28.6%	0%	0%		
Expériences professionnelle des employés	Fréq	3	8	7	2	1	2.52	1.030
	%	14.3%	38.1%	33.3%	9.5%	4.8%		
Formation des employés.	fréq	10	8	3	0	0	1.67	0.730
	%	47.6%	38.1%	14.3%	0%	0%		
Satisfaction	Fréq	11	5	5	0	0	1.71	0.845

Chapitre III. L'importance du capital immatériel dans la création de la valeur : Etude empirique

client	%	52.4%	23.8%	23.8%	0%	0%		
Fidélité des clients	Fréq	14	6	1	0	0	1.38	0.590
	%	66.7%	28.6%	4.8%	0%	0%		
Marques	Fréq	1	15	5	0	0	2.19	0.512
	%	4.8%	71.4%	23.8%	0%	0%		
Réputation de l'entreprise	Fréq	3	13	4	1	0	2.14	0.727
	%	14.3%	61.9%	19.0%	4.8%	0%		
Réputation du produit	Fréq	5	14	2	0	0	1.86	0.573
	%	23.8%	66.7%	9.5%	0%	0%		
Savoir-faire des fournisseurs	Fréq	1	3	10	4	3	3.42	1.044
	%	4.8%	14.3%	47.6%	19%	14.3%		
Savoir-faire des distributeurs	Fréq	4	0	11	3	3	3.05	1.244
	%	19%	0%	52.4%	14.3%	14.3%		
Relations avec les investisseurs	Fréq	3	10	1	4	3	2.71	1.347
	%	14.3%	47.6%	4.8%	19%	14.3%		
Relations avec autres parties prenantes	Fréq	11	3	4	3	0	1.95	1.161
	%	52.4%	14.3%	19%	14.3%	0%		
Le total							2.20	0.89

Source : Elaboré par nous même à l'aide du logiciel SPSS.

Dans le tableau ci-dessus, nous remarquons que les expressions des composants du capital immatériel ont une moyenne arithmétique comprise entre 1.67 et 3.42, où la proportion la plus élevée était pour l'expression suivante : « Savoir-faire des fournisseurs » à degré d'important, une fréquence de 3 pour la case important et une proportion de 14.3%,

Le résultat global de l'importance des éléments du capital immatériel est égal à 2.20 à propos de la moyenne arithmétique, par conséquent, l'écart type global est de 0.89 ce qui est acceptable. Cela indique que les réponses de l'échantillon de l'étude ne sont pas dispersées, à partir de ce résultat nous concluons que l'entreprise donne une importance pour son capital immatériel.

Chapitre III. L'importance du capital immatériel dans la création de la valeur : Etude empirique

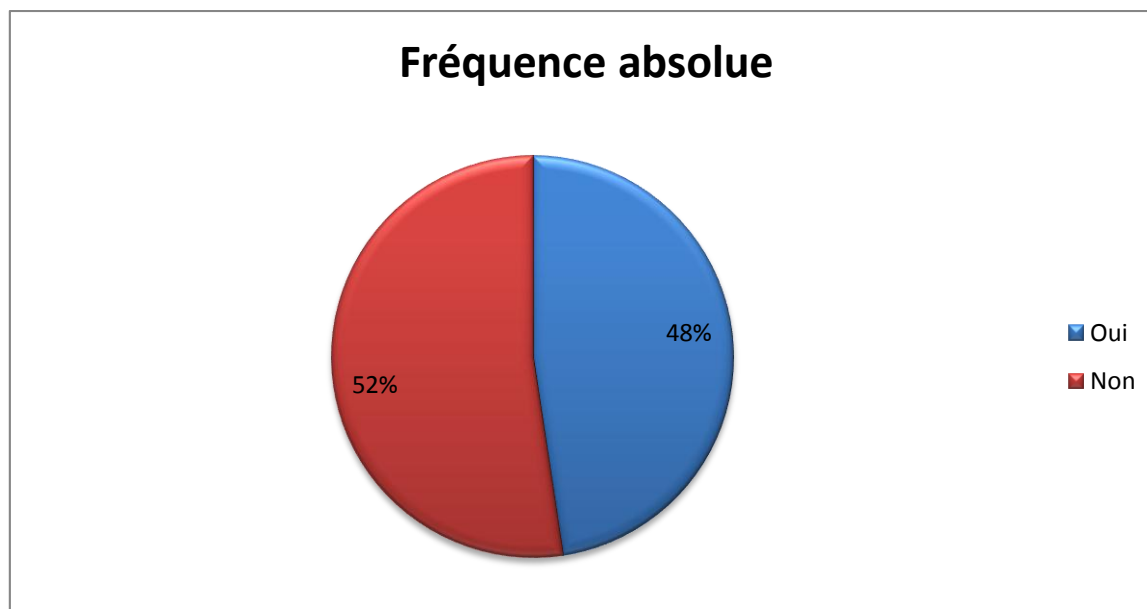
❖ L'intérêt de l'entreprise par le capital immatériel

Tableau (III.10) : L'intérêt de l'entreprise par le capital immatériel

	Fréquence absolue	Fréquence relative
Oui	10	47.6%
Non	11	52.4%
Total	21	100%
Moyenne	1.52	
Ecart type	0.512	

Source : Elaboré par nous même à l'aide du logiciel SPSS.

Figure (III.6) : Présentation graphique du pourcentage des personnes intéressé par le capital immatériel



Source : Elaboré par nous même à l'aide du logiciel SPSS.

A partir du tableau ci-dessus on observe que la majorité des employés de l'entreprise **ARIB** 52.4% ne sont pas intéressés au capital immatériel, par contre une proportion de 47.6% sont intéressés.

Le résultat global d'intérêt du capital immatériel est égal à 1.52 à propos de la moyenne arithmétique, par conséquent, l'écart type global est de 0.512 ce qui est acceptable. Cela indique que les réponses de l'échantillon de l'étude ne sont pas dispersées, à partir de ce résultat nous concluons que l'entreprise est intéressée par le capital immatériel.

Chapitre III. L'importance du capital immatériel dans la création de la valeur : Etude empirique

❖ La pensée des employés concernant le capital immatériel

Tableau (III.11) : La pensée des employés concernant le capital immatériel

Les expressions		Les catégories					Moyenne arithmétique	Écart type
		Tout à fait d'accord	D'accord	Neutre	Pas d'accord	Pas du tout d'accord		
Il permet mieux de refléter l'image fidèle de l'entreprise	fréq	4	14	3	0	0	1.95	0.590
	%	19%	66.7%	14.3%	0%	0%		
Il permet une évaluation plus facile de l'entreprise	fréq	0	11	5	2	3	2.86	1.108
	%	0%	52.4%	23.8%	9.5%	14.3%		
Il manque de fiabilité	fréq	8	5	0	8	0	2.38	1.359
	%	38.1%	23.8%	0%	38.1%	0%		
Il est difficile à évaluer	fréq	9	6	2	0	4	2.24	1.513
	%	42.9%	28.6%	9.5%	0%	19%		
Le total							2.35	1.14

Source : Elaboré par nous même à l'aide du logiciel SPSS.

Dans le tableau ci-dessus on remarque que les expressions qui reflètent le fonctionnement du capital immatériel ont une moyenne arithmétique comprise entre 1.95 et 2.86, où la proportion la plus élevée était pour l'expression suivante : « Il permet une évaluation plus facile de l'entreprise » pour le degré d'accord, une fréquence de 11 pour la case d'accord et une proportion de 52.4%.

Le résultat global du fonctionnement du capital immatériel est égal à 2.35 à propos de la moyenne arithmétique, par conséquent, l'écart type global est de 1.14 ce qui est acceptable. Cela indique que les réponses de l'échantillon de l'étude ne sont pas dispersées, à partir de ce résultat nous concluons que le capital immatériel a un bon fonctionnement au sein de l'entreprise.

Chapitre III. L'importance du capital immatériel dans la création de la valeur : Etude empirique

❖ La comparaison entre capital immatériel et capital matériel

Tableau (III.12) : Comparaison entre capital immatériel et capital matériel

Les expressions	Fréquence absolue	Fréquence relative	Moyenne	Ecart type
A ⁹³	9	42.9%	1.81	0.814
B ⁹⁴	7	33.3%		
C ⁹⁵	5	32.8%		
Total	21	100 %		

Source : Elaboré par nous même à l'aide du logiciel SPSS.

La majorité des employés 42.9% ont pensé que le capital immatériel est plus important que le matériel de l'entreprise, puis 33.3% ont déclaré qu'ils sont égaux, suivis par 32.8% qui pensent que le capital immatériel est moins important que le matériel.

Le résultat global du fonctionnement du capital immatériel est égal à 1.81 à propos de la moyenne arithmétique, par conséquent, l'écart type global est de 0.814 ce qui est acceptable. Cela indique que les réponses de l'échantillon de l'étude ne sont pas dispersées, selon ce résultat nous concluons que le capital immatériel a une valeur importante dans l'entreprise.

❖ La source de la création de la valeur

Tableau (III.13) : La source de la création de la valeur

Les expressions	Fréquence absolue	Fréquence relative	Moyenne	Ecart type
A ⁹⁶	4	19%	2.43	0.811
B ⁹⁷	4	19%		
C ⁹⁸	13	61.9%		
Total	21	100 %		

Source : Elaboré par nous même à l'aide du logiciel SPSS.

La majorité des employés 61.9% ont pensé que la source de la valeur est les deux capitaux ensemble, puis 19% ont déclaré que la valeur repose seulement sur le capital immatériel, suivi de 19% qui pensent que le capital matériel est la seule source de la valeur.

⁹³ Le capita immatériel plus important que le capital matériel

⁹⁴ Le capita immatériel aussi important que le capital matériel

⁹⁵ Le capita immatériel moins important que le capital matériel

⁹⁶ Votre capital matériel (machines ; outils...etc)

⁹⁷ Votre capital immatériel (homme, savoir-faire... etc)

⁹⁸ Les deux à la fois

Chapitre III. L'importance du capital immatériel dans la création de la valeur : Etude empirique

Le résultat global de la source de la valeur est égal à 2.43 à propos la moyenne arithmétique, par conséquent, l'écart type global est de 0.811 ce qui est acceptable. Cela indique que les réponses de l'échantillon de l'étude ne sont pas dispersées, selon ce résultat nous concluons que la valeur repose sur les deux capitaux.

❖ Les éléments nécessaires pour la création de la valeur

Tableau (III.14) : Les éléments nécessaires pour la création de la valeur

Les expressions		Les catégories					Moyenne arithmétique	Écart type
		Tout à fait d'accord	D'accord	Neutre	Pas d'accord	Pas du tout d'accord		
L'entreprise propose des produits de haute qualité qui répondent aux besoins et aux désirs des clients	fréq	4	11	6	0	0	2.10	0.700
	%	19%	52.4%	28.6%	0%	0%		
L'entreprise sélectionne ses fournisseurs en fonction de la qualité des matériaux fournis.	fréq	10	7	4	0	0	1.71	0.748
	%	47.6%	33.3%	19%	0%	0%		
L'entreprise évalue la qualité pour une amélioration continue.	fréq	8	5	6	2	0	2.10	1.044
	%	38.1%	23.8%	28.6%	9.5%	0%		
la société prend en compte les spécifications et les normes de qualité internationales, Lors de la fabrication de ses produits	fréq	9	8	3	7	0	1.81	0.873
	%	42.9%	38.1%	14.3%	4.8%	0%		
L'entreprise se préoccupe des idées, de la créativité, des opinions et des suggestions de ses employés.	fréq	0	4	8	5	4	3.43	1.028
	%	0%	19%	38.1%	23.8%	19%		

Chapitre III. L'importance du capital immatériel dans la création de la valeur : Etude empirique

La société poursuit une politique et d'innovation dans ses produits et méthodes de travail dans le cadre Fondamental de leur culture organisationnelle.	fréq	2	3	10	6	0	2.95	0.928
	%	9.5%	23.8%	47.6%	28.6%	0%		
L'entreprise développe ses produits à partir de nouvelles études de marché afin de s'adapter Avec elle	Fréq	8	4	6	1	2	2.29	1.309
	%	38.1%	019%	28.6%	4.8%	9.5%		
Les employés de l'entreprise ont la capacité de créer de nouvelles idées créatives qui renforcent leur position dans le Marché.	Fréq	3	1	15	1	1	2.81	0.928
	%	14.3%	4.8%	71.4%	4.8%	4.8%		
L'entreprise est très sensible aux besoins de tous ses clients. Qualité et quantité, au bon moment et au bon endroit	Fréq	10	6	3	2	0	1.86	1.014
	%	47.6%	28.6%	14.3%	9.5%	0%		
L'entreprise s'intéresse à la recherche marketing afin d'identifier Le client insatisfait désire.	Fréq	0	0	15	6	0	3.29	0.463
	%	0%	0%	71.4%	28.6%	0%		
Les plans et les politiques de l'entreprise sont flexibles pour atteindre ses objectifs	Fréq	12	0	7	2	0	1.95	1.161
	%	57.1%	0%	33.3%	9.5%	0%		

Chapitre III. L'importance du capital immatériel dans la création de la valeur : Etude empirique

Et pour faire face aux changements environnementaux								
La société cherche à rendre ses produits très flexibles	fréq	10	10	0	1	0	1.67	0.913
	%	47.6%	47.6%	0%	4.8%	0%		
L'entreprise cherche à réduire les coûts de production grâce à une utilisation optimale Des ressources	fréq	7	1	10	2	1	2.48	1.209
	%	33.3%	4.8%	47.6%	9.5%	4.8 %		
L'entreprise s'appuie sur des systèmes d'information de et gestion qui augmentent l'intégration et la coordination entre les Départements dans la mise en œuvre des opérations.	fréq	7	3	10	1	0	2.24	0.995
	%	33.3%	14.3%	47.6%	4.8%	0%		
L'entreprise adopte des méthodes pour améliorer l'efficacité des opérations	fréq	0	0	15	4	2	3.38	0.669
	%	0%	0%	17.4%	19%	9.5%		
L'entreprise adopte une technologie moderne dans la conduite de ses opérations opérationnelles et administratives.	fréq	10	5	6	0	0	1.81	0.873
	%	47.6%	23.8%	28.6%	0%	0%		
Le total							2.36	0.92

Source : Elaboré par nous même à l'aide du logiciel SPSS.

Dans le tableau ci-dessus nous remarquons que les éléments du capital immatériel nécessaire pour créer de la valeur ont une moyenne arithmétique comprise entre 1.67 et 3.43, or, la proportion la plus élevée était pour l'expression suivante : « L'entreprise se préoccupe

Chapitre III. L'importance du capital immatériel dans la création de la valeur : Etude empirique

des idées, de la créativité, des opinions et des suggestions de ses employés. » au degré de ni d'accord ni désaccord, une fréquence de 4 pour cette case avec une proportion de 19%.

Le résultat global du fonctionnement du capital immatériel est égal à 2.36 à propos de la moyenne arithmétique, par conséquent, l'écart type global est de 0.92 ce qui est acceptable. Cela indique que les réponses de l'échantillon de l'étude ne sont pas dispersées, à partir de ce résultat nous concluons que l'entreprise a réalisé les différents éléments du capital immatériel pour créer de la valeur.

❖ L'investissement dans le capital immatériel

Tableau (III.15) : L'investissement dans le capital immatériel

	Fréquence absolue	Fréquence relative
Oui	18	85.7%
Non	3	14.3%
Total	21	100%
Moyenne	1.14	
Ecart type	0.695	

Source : Elaboré par nous même à l'aide du logiciel SPSS

A partir du tableau ci-dessus nous observons que la majorité des employés de l'entreprise **ARIB** 85.7% sont pour que l'investissement au capital immatériel permette une meilleure compétitivité pour l'entreprise, par contre une proportion de 14.3% ne sont pas d'accord avec cette proposition.

Le résultat globale d'investissement au capital immatériel est égal à 1.14 à propos de la moyenne arithmétique, par conséquent, l'écart type global est de 0.695 ce qui est acceptable. Cela indique que les réponses de l'échantillon de l'étude ne sont pas dispersées, à partir ce résultat nous concluons que l'entreprise intéressent par l'investissement au capital immatériel.

❖ L'aspect le plus influencé par l'investissement au capital immatériel

Tableau (III.16) : Les aspects influencés par l'investissement au capital immatériel

Les expressions	Fréquence absolue	Fréquence relative	Moyenne	Ecart type
A ⁹⁹	10	47.6%	2.33	1.592
B ¹⁰⁰	4	19%		

⁹⁹ Stratégique

¹⁰⁰ Managérial

Chapitre III. L'importance du capital immatériel dans la création de la valeur : Etude empirique

C ¹⁰¹	0	0%		
D ¹⁰²	4	19.0%		
E ¹⁰³	3	14.3%		
F ¹⁰⁴	0	0%		
Total	21	100 %		

Source : Elaboré par nous même à l'aide du logiciel SPSS.

La majorité des employés 47.6% ont pensé que la stratégie de l'entreprise va être le 1er aspect influencé par l'investissement, puis 19% pour le management et la marque de l'entreprise, suivi de 14.3% qui pensent que l'aspect organisationnel est touché plus que les autres aspects.

Le résultat global de l'influence de l'investissement sur les aspects de l'entreprise est égal à 2.33 à propos de la moyenne arithmétique, par conséquent, l'écart type global est de 1.592 ce qui est acceptable. Cela indique que les réponses de l'échantillon de l'étude ne sont pas dispersées, selon ce résultat nous concluons que la stratégie de l'entreprise est le premier aspect affecté par l'investissement au capital immatériel.

❖ Les aspects du capital immatériel concerné par la création de la valeur

Tableau (III.17) : Les aspects concernés par la création de la valeur

Les expressions	Fréquence absolue	Fréquence relative	Moyenne	Ecart type
A ¹⁰⁵	10	47.6%	2.90	1.895
B ¹⁰⁶	0	0%		
C ¹⁰⁷	0	0%		
D ¹⁰⁸	4	19.0%		
E ¹⁰⁹	7	33.3%		
Total	21	100 %		

Source : Elaboré par nous même à l'aide du logiciel SPSS.

¹⁰¹ Innovation

¹⁰² Visibilité/marque

¹⁰³ Organisationnel

¹⁰⁴ Savoir/connaissance

¹⁰⁵ Ressources humaines

¹⁰⁶ Ressources organisationnelles

¹⁰⁷ Savoir technique/ la connaissance

¹⁰⁸ Savoir-faire

¹⁰⁹ Contacts/relations clients/fournisseurs

Chapitre III. L'importance du capital immatériel dans la création de la valeur : Etude empirique

La majorité des employés 47.6% ont pensé que les ressources humaines de l'entreprise ont contribué plus dans la création de la valeur, puis 33.3% pour les contacts et les relations extérieures impressionnées dans la création de la valeur, suivis par 19% qui pensent que la valeur suit le savoir-faire plus que les autres aspects.

Le résultat global des aspects concerné par la création de la valeur de l'entreprise est égal à 2.90 à propos de la moyenne arithmétique, par conséquent, l'écart type global est de 1.895 ce qui est acceptable. Cela indique que les réponses de l'échantillon de l'étude ne sont pas dispersées, selon ce résultat nous concluons que la valeur de l'entreprise est impressionnée par les ressources humaines plus que les autres aspects.

❖ L'importance des dimensions du management des ressources immatérielles

Tableau (III.18) : Les dimensions du management des ressources immatérielles

Les expressions	Fréquence absolue	Fréquence relative	Moyenne	Ecart type
A ¹¹⁰	5	23.8%	3.57	1.660
B ¹¹¹	0	0%		
C ¹¹²	4	19%		
D ¹¹³	2	9.5%		
E ¹¹⁴	10	47.6%		
Total	21	100 %		

Source : Elaboré par nous même à l'aide du logiciel SPSS.

La majorité des employés 47.6% ont pensé que la mobilisation des ressources humaines est la plus importante parmi les dimensions du management des ressources immatérielles de l'entreprise, puis, 23.8% pensent que les connaissances et l'information sont le cœur de l'organisation, suivis de 19% qui pensent que l'image et la marque sont les plus importantes

Le résultat global des aspects concerné par la création de la valeur de l'entreprise est égal à 3.57 à propos de la moyenne arithmétique, par conséquent, l'écart type global est de 1.660 ce qui est acceptable. Cela indique que les réponses de l'échantillon de l'étude ne sont pas dispersées, selon ce résultat nous concluons que toutes les dimensions du management des ressources immatérielles sont importantes mais la plus importante dimension c'est la mobilisation de ces ressources.

¹¹⁰ Les connaissances et l'information

¹¹¹ La création du savoir

¹¹² L'image et la marque

¹¹³ L'internationalisation et l'externalisation

¹¹⁴ La mobilisation des ressources humaines

Chapitre III. L'importance du capital immatériel dans la création de la valeur : Etude empirique

❖ L'impact des menaces sur le capital immatériel sur les aspects de l'entreprise

Tableau (III.19) : Les aspects touché par les menaces sur le capital immatériel

Les expressions	Fréquence absolue	Fréquence relative	Moyenne	Ecart type
A ¹¹⁵	10	47.6%	1.67	0.796
B ¹¹⁶	9	42.9%		
C ¹¹⁷	1	4.8%		
D ¹¹⁸	1	4.8%		
Total	21	100 %		

Source : Elaboré par nous même à l'aide logiciel SPSS

La majorité des employés 47.6% ont pensé que l'activité de production est la plus affectée par les menaces du capital immatériel de l'entreprise, puis 42.9% pensent que la stratégie de l'entreprise est aussi influencée, suivis par 4.8% qui pensent que le côté financier et organisationnel sont les derniers aspects qui sont impressionnés par les menaces du capital immatériel.

Le résultat global des aspects concerné par la création de la valeur de l'entreprise est égal à 1.67 à propos de la moyenne arithmétique, par conséquent, l'écart type global est de à 0.796 ce qui est acceptable. Cela indique que les réponses de l'échantillon de l'étude ne sont pas dispersées, selon ce résultat nous concluons que des menaces sur le capital immatériel influent les aspects de l'entreprise et beaucoup plus l'activité de production.

❖ Le test des hypothèses et interprétation des résultats

Notre attention est d'étudier la relation dynamique qui existe entre le capital immatériel et la création de la valeur à travers la vérification des deux hypothèses.

A. Test de corrélation (Spearman) :

Tableau (III.20) : Coefficient de corrélation entre les deux variables

Le capital immatériel (X)	La création de la valeur (Y)	Le niveau de signification
0.645	0.645	0.01*

Source : Elaboré par nous même à l'aide du logiciel SPSS.

Le tableau ci-dessus indique qu'il existe une relation significative entre la variable indépendant (le capital immatériel) et la variable dépendant (la création de la valeur), où la

¹¹⁵ Technique

¹¹⁶ Stratégique

¹¹⁷ Financier

¹¹⁸ Organisationnel

Chapitre III. L'importance du capital immatériel dans la création de la valeur : Etude empirique

relation a atteint 0.645. Ça signifie que le capital immatériel est important pour créer de la valeur.

B. Test des hypothèses :

H1- : Il existe une relation entre capital matériel et création de valeur

H2- Il n'existe aucune relation entre le capital immatériel et la création de la valeur.

Les variables de cette étude sont : la variable indépendante Y (le capital immatériel) et la variable dépendante X (la création de la valeur).

$Y = a + bX$ où b c'est taux de variation de la valeur de Y quand la valeur de la variable X change par une seule unité, a c'est le coefficient stable de l'équation (Coefficient d'intersection).

Tableau (III.21) : La régression (Anova one way)

Y X		La valeur						
		Coefficient de régression	Test T		Coefficient de corrélation R	Coefficient de sélection R ²	Valeur Fisher F	Niveau Signification Sig
			Valeur T	Sig				
Capital immatériel	β_0	0.500	2.703	0.014*	0.645	0.417	13.571	0.002*
	β_1	0.500	3.684	0.002*				
* Niveau de signification statistique sur 0.05								

Source : Elaboré par nous même à l'aide du logiciel SPSS.

Dans le tableau ci-dessus, nous pouvons voir ce qui suit:

⇒ Un modèle de régression pour la relation du capital immatériel par la création de la valeur :

$$Y = 0.500 + 0.500X$$

⇒ Coefficient de corrélation entre le capita immatériel et la création de la valeur = 0.645 et il indique une corrélation directe moyenne entre eux, (Sig= 0.002 < $\alpha = 0.05$)

Chapitre III. L'importance du capital immatériel dans la création de la valeur : Etude empirique

⇒ Coefficient de sélection $R^2 = 0.417$ c'est-à-dire 47.1% des changements intervenant dans la variable dépendante (La valeur) causée par la variable dépendante (le capital immatériel). Et le reste 52.9% en raison d'autres facteurs qui affectent la création de la valeur.

⇒ $F = 13.571$, $Sig = 0.002$, cette valeur est inférieure au niveau nominal 0.05, et cela indique l'existence d'une relation significative entre le capital immatériel et la création de la valeur.

⇒ $Tb_0 = 2.703$, $Sig = 0.014$, cette valeur est inférieure au niveau nominal 0.05, cela indique que la valeur est affecté par le capital immatériel.

⇒ $Tb_1 = 3.684$, $Sig = 0.002$, cette valeur est inférieure au niveau nominal 0.05, cela indique que la valeur est affecté par le capital immatériel.

Par conséquent, les résultats indiquent que l'hypothèse « **H1** : il existe une relation entre capital immatériel et création de valeur » a été réalisée (confirmée).

C. Interprétation des résultats

Interprétation statistique des résultats :

Les résultats du test des hypothèses ont été montrés à l'aide du coefficient de corrélation afin de déterminer la relation entre le capital immatériel et la création de la valeur. L'existence d'une relation de corrélation forte et statistiquement significative avec un coefficient de corrélation de 64,5% au niveau 0,05, conformément au cadre théorique de l'étude soulignant l'importance de fournir au capital immatériel les conditions requises pour créer la valeur. L'entreprise s'attache à refléter les dimensions du capital humain, du capital client et du capital organisationnel au sein de l'entreprise en question, ce qui confirme la réalisation de la deuxième hypothèse

Nous notons également, à partir des résultats précédents, que le capital immatériel affecte plusieurs aspects de l'entreprise, sa stratégie, son organisme et bien sûr l'image de l'entreprise.

Interprétation économique des résultats :

Chaque entreprise doit chercher une source durable pour créer de la valeur et garantir leur place sur le marché, nous concluons donc ce qui suit :

A partir du modèle de régression linéaire, nous notons que le capital immatériel a un rôle dans la création de la valeur, ceci explique économiquement que le capital immatériel est lié à l'environnement interne et externe de l'entreprise par ces différents composants qui traitent les différents éléments pour créer de la valeur.

Chapitre III. L'importance du capital immatériel dans la création de la valeur : Etude empirique

Enfin, nous avons conclu que l'entreprise **ARIB** a été créée d'une partie de sa valeur en se basant sur le capital immatériel, car il garantit leur continuité et renforce leur marque.

2.1.2. L'entreprise **BATIMETAL**

❖ L'Analyse des informations personnelles de l'échantillon

Ce test assurera la stabilité de l'instrument (questionnaire), ce qui signifie que l'outil sera évalué et non incompatible avec lui-même, c'est-à-dire sa capacité à obtenir les mêmes résultats s'il est redistribué dans le même échantillon. Le tableau suivant illustre ce test :

Tableau (III.22) : Coefficient d'Alpha Cronbach

Les axes	Le nombre des expressions	Coefficient de stabilité (alpha cronbakh)
Le capital immatériel	40	0,920
La création de valeur	21	0,983
Tout le questionnaire	63	0,967

Source: Elaboré par nous même à l'aide du logiciel SPSS.

Le tableau ci-dessus montre que le coefficient d'alpha Cronbakh est égal à 0.967, 96.7% supérieure à (0.6). Donc l'instrument de mesure a une stabilité par rapport à l'échantillon de l'étude, ce qui est acceptable pour l'analyse. Cela signifie que ce questionnaire peut être utilisé pour mesurer les variables étudiées. Par conséquent, les résultats du questionnaire peuvent être généralisés sur la population de l'étude dans son ensemble.

❖ L'Analyse des informations personnelles de l'échantillon

L'échantillon a été distribué par variable genre, et les années d'expérience comme suit :

⇒ **Le genre :** parmi l'ensemble de 26 questionnaires traités on a obtenu les résultats suivants :

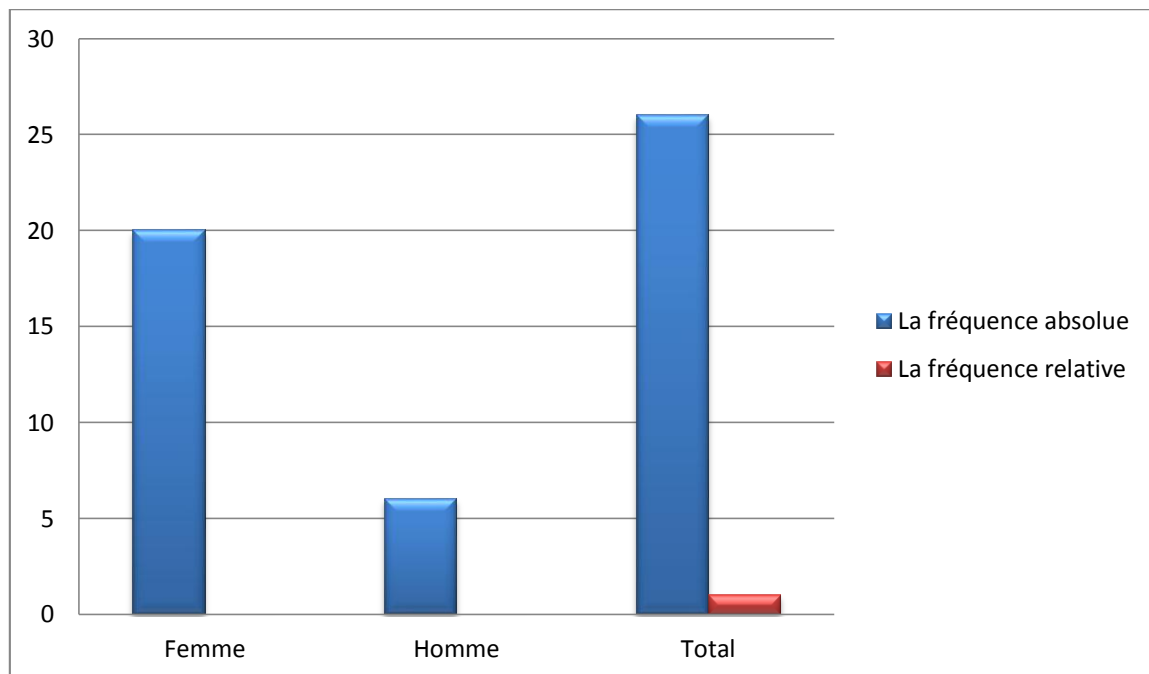
Tableau (III.23) : Répartition des données de l'échantillon par genre

Le genre	La fréquence absolue	La fréquence relative
Femme	20	76.9%
Homme	06	23.1%
Total	26	100%

Chapitre III. L'importance du capital immatériel dans la création de la valeur : Etude empirique

Source : Elaboré par nous même à l'aide du logiciel SPSS.

Figure (III.7) : Représentation graphique de la répartition de l'échantillon



Source : Elaboré par nous même à l'aide du logiciel SPSS.

Le tableau ci-dessus présente 23.1% de l'échantillon représentant les femmes, et 76.9% représentant les hommes. Cela pourrait être attribué au fait que les hommes ont davantage répondu aux questions et qu'ils travaillaient plus que les femmes dans l'entreprise **BATIMETAL**.

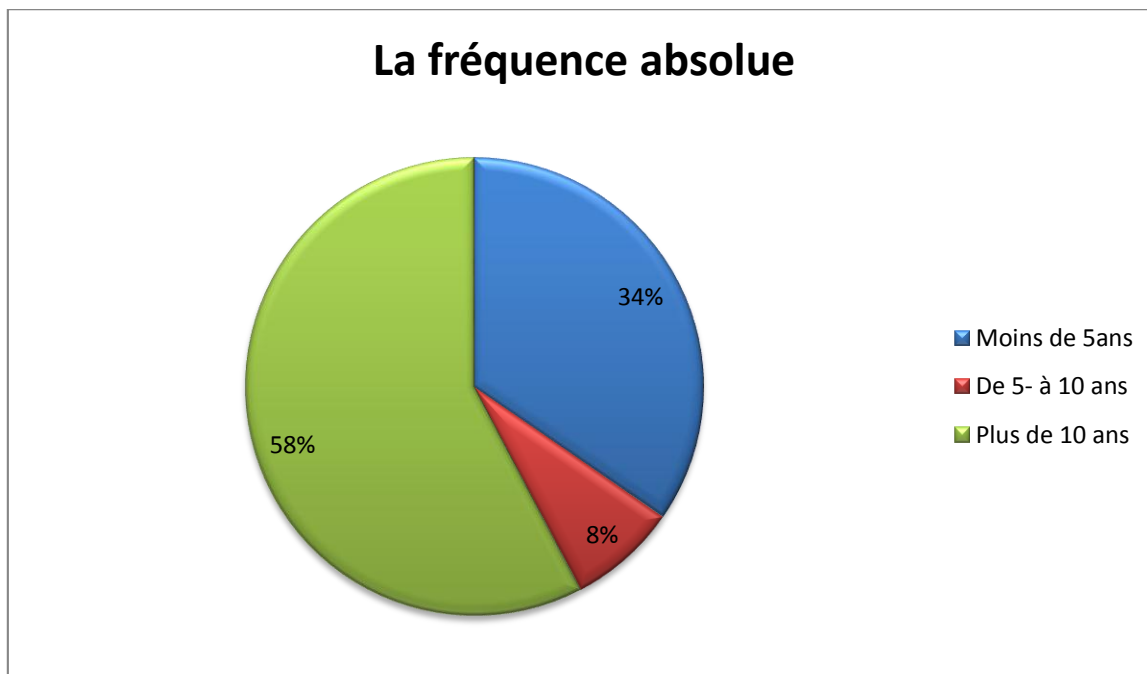
⇒ **Les années d'expérience** : parmi l'ensemble de 21 questionnaires traités on a obtenu les résultats suivants :

Tableau (III.24): Répartition des données de l'échantillon par expérience

Qualification	La fréquence absolue	La fréquence relative
Moins de 5ans	9	34.6%
De 5- à 10 ans	2	7.7%
Plus de 10 ans	15	57.7%
Total	26	100%

Source : Elaboré par nous même à l'aide du logiciel SPSS.

Figure (III.8) : Représentation graphique de l'expérience des employés



Source : Elaboré par nous même à l'aide du logiciel SPSS.

A partir du tableau ci-dessus on observe que la majorité des employés de l'entreprise BATIMETAL 57.7% ont une expérience plus de 10 ans, suivis par 7.7% ont une expérience limitées entre 5 à 10 ans, puis 34.6% ont une expérience moins de 5 ans.

❖ **La mesure du degré de connaissance du capital immatériel au sein de l'entreprise**

Tableau (III.25) : Le degré de connaissance du capital immatériel

Les expressions	Fréquence absolue	Fréquence relative	Moyenne	Ecart type
A ¹¹⁹	18	69.2%	1.69	1.192
B ¹²⁰	3	11.5%		
C ¹²¹	0	0%		
D ¹²²	5	19.2%		
Total	26	100 %		

Source : Elaboré par nous même à l'aide du logiciel SPSS.

¹¹⁹ Je n'ai jamais entendu parler du capital immatériel de l'entreprise

¹²⁰ J'ai déjà entendu parler de cette notion mais je ne comprends pas en quoi c'est important pour l'entreprise

¹²¹ J'ai déjà entendu parler du capital immatériel et il est étudié en entreprise

¹²² J'ai déjà entendu parler du capital immatériel et il n'est pas étudié en entreprise

Chapitre III. L'importance du capital immatériel dans la création de la valeur : Etude empirique

La majorité des employés 69.2% n'ont jamais entendu parler sur le capital immatériel de l'entreprise, puis 19.2% ont déclaré qu'il n'est pas étudié au sein de l'entreprise, suivis par 11.5% qui ne comprend pas en quoi c'est important pour l'entreprise.

Le résultat global du degré de la connaissance du capital immatériel au sein l'entreprise est égal à 1.69 à propos la moyenne arithmétique, par conséquent, l'écart type global est de 1.192 ce qui est acceptable. Cela indique que les réponses de l'échantillon de l'étude ne sont pas dispersées

Selon ce résultat on conclut que la plus part des employés de l'entreprise **BATIMETAL** sont mal informé sur le capital immatériel de leur entreprise, par contre la minorité des employés de cette entreprise ont une image imprécise sur leur capital immatériel et son importance

❖ La maîtrise de la gestion du capital immatériel par l'entreprise

Dans cette partie on veut connaître le degré d'exploitation du capital immatériel au sein de l'entreprise à partir de la réalisation de chaque élément de ses composants et l'importance de ces éléments.

Tableau (III.26) : Les données des composants du capital immatériel

Les expressions		Les catégories					Moyenne arithmétique	Écart type
		Tout à fait d'accord	D'accord	Neutre	Pas d'accord	Pas du tout d'accord		
Le niveau de compétence de nos employés est le plus élevé sur le marché.	fréq	0	4	10	8	4	3.46	0.948
	%	0%	15.4%	38.5%	30.8%	15.4%		
Les connaissances de nos employés sont les meilleurs par rapport à nos concurrents	fréq	0	0	06	20	0	3.77	0.430
	%	0%	0%	23.1%	76.9%	0%		
Nos programmes de formation sont généralement réussis	fréq	0	19	5	2	0	2.35	0.629
	%	0%	73.1%	19.2%	7.7%	0%		
Nos employés sont le plus souvent motivés dans leur milieu du travail.	fréq	0	10	5	8	3	3.15	1.084
	%	0%	38.5%	19.2%	30.8%	11.5%		

Chapitre III. L'importance du capital immatériel dans la création de la valeur : Etude empirique

Le programme de travail est le plus souvent respecté par nos employés	fréq	0	21	4	1	0	2.23	0.514
	%	0%	80.8%	15.4%	3.8%	0%		
Les employés de notre entreprise sont créatifs (ils apportent souvent de nouvelles idées).	fréq	0	2	3	17	4	3.88	0.766
	%	0%	7.7%	11.5%	65.4%	15.4%		
Nos employés cherchent chaque fois à améliorer leurs connaissances.	fréq	0	5	14	3	4	3.23	0.951
	%	0%	19.2%	53.8%	11.5%	15.4%		
Notre entreprise prend en charge le développement de nouvelles idées et de nouveaux produits.	fréq	2	0	16	7	1	3.19	0.849
	%	7.7%	0%	38.1%	14.3%	4.8%		
Nos systèmes de données favorisent l'accès facile aux informations	fréq	1	16	2	4	3	2.69	1.158
	%	9.5%	47.6%	14.3%	14.3%	9.5%		
Nous maîtrisons les différents flux d'informations	fréq	1	13	8	3	0	5.69	0.878
	%	3.8%	50.0%	30.8%	11.5%	0%		
La structure de notre organisation est assez flexible ce qui l'aide à s'adapter aux changements de l'environnement	fréq	0	0	3	4	19	4.62	0.697
	%	0%	0%	11.5%	15.4%	73.1%		
Nous possédons des processus d'exploitation efficaces.	fréq	3	4	3	10	6	3.46	1.334
	%	11.5%	15.4%	11.5%	38.5%	23.1%		
Notre organisation favorise le partage des connaissances entre ses employés.	fréq	1	3	10	11	1	3.31	0.884
	%	3.8%	11.5%	38.5%	42.3%	3.8%		

Chapitre III. L'importance du capital immatériel dans la création de la valeur : Etude empirique

Notre entreprise réussit à maintenir le meilleur service à valeur pour ses clients.	fréq	0	4	19	3	0	2.96	0.528
	%	0%	15.4%	73.1%	11.5%	0%		
Nos clients sont généralement satisfaits de notre entreprise	fréq	0	16	9	1	0	2.19	0.567
	%	0%	61.5%	34.6%	3.8%	0%		
Nous avons la capacité d'acquérir chaque fois de nouveaux clients	fréq	0	9	10	7	0	1.69	0.736
	%	0%	34.6%	38.5%	26.9%	0%		
Nous sommes satisfaits de nos relations avec nos fournisseurs	fréq	10	8	2	6	0	2.42	0.578
	%	47.6%	38.1%	9.5%	4.8%	0%		
Nous possédons de bonnes informations sur les fournisseurs	fréq	11	7	4	2	2	2.92	0.796
	%	28.6%	33.3%	19.0%	9.5%	9.5%		
Nous cherchons à réaliser des relations de partenariat avec d'autres entreprises	fréq	0	0	19	3	4	3.23	0.514
	%	0%	0%	66.7%	14.3%	19.0%		
Le total							3.05	0.781

Source : Elaboré par nous même à l'aide du logiciel SPSS.

Dans le tableau ci-dessus on remarque que les expressions des composants du capital immatériel ont une moyenne arithmétique comprise entre 1.69 et 5.69, où la proportion la plus élevée était pour l'expression suivante : « Nous maîtrisons les différents flux d'informations » à degré de d'accord, une fréquence de 13 pour la case d'accord et une proportion de 50.0%.

Le résultat global d'exploitation du capital immatériel est égal à 3.05 à propos la moyenne arithmétique, par conséquent, l'écart type global est de 0.781 ce qui est acceptable. Cela indique que les réponses de l'échantillon de l'étude ne sont pas dispersées, à partir ce résultat nous concluons que l'entreprise à une bonne gestion de leur capital immatériel.

Chapitre III. L'importance du capital immatériel dans la création de la valeur : Etude empirique

❖ L'importance des composants du capital immatériel

Tableau (III.27) : Les éléments des composants du capital immatériel

Les expressions		Les catégories					Moyenne arithmétique	Écart type
		Essentiel	Très important	Important	Pas très important	Pas important du tout		
Esprit d'innovation des employés	fréq	10	5	3	3	0	2.23	1.451
	%	47.6%	23.8%	11.5%	14.3%	0%		
Savoir-faire des employés	fréq	4	11	6	0	0	2.35	0.629
	%	19.0%	52.4%	28.6%	0%	0%		
Expériences professionnelle des employés	fréq	1	3	17	3	2	3.08	0.845
	%	3.8%	11.5%	65.4%	11.5%	7.7%		
Formation des employés.	fréq	10	8	3	0	0	2.23	1.681
	%	47.6%	38.1%	14.3%	0%	0%		
Satisfaction client	fréq	11	5	5	0	0	1.81	1.096
	%	52.4%	23.8%	23.8%	0%	0%		
Fidélité des clients	fréq	14	6	1	0	0	1.23	0.430
	%	66.7%	28.6%	4.8%	0%	0%		
Marques	fréq	1	15	5	0	0	2.15	0.613
	%	4.8%	71.4%	23.8%	0%	0%		
Réputation de l'entreprise	fréq	3	13	4	1	0	1.85	0.464
	%	14.3%	61.9%	19.0%	4.8%	0%		
Réputation du produit	fréq	5	14	2	0	0	1.96	0.662
	%	23.8%	66.7%	9.5%	0%	0%		
Savoir-faire des fournisseurs	fréq	1	3	10	4	3	2.50	1.556
	%	4.8%	14.3%	47.6%	19%	14.3%		
Savoir-faire des distributeurs	fréq	4	0	11	3	3	2.23	1.478
	%	19%	0%	52.4%	14.3%	14.3%		
Relations avec les investisseurs	fréq	3	10	1	4	3	2.12	0.588
	%	14.3%	47.6%	4.8%	19%	14.3%		

Chapitre III. L'importance du capital immatériel dans la création de la valeur : Etude empirique

Relations avec autres parties prenantes	fréq	11	3	4	3	0	1.23	0.514
	%	52.4%	14.3%	19%	14.3%	0%		
Le total							2.07	0.923

Source : Elaboré par nous même à l'aide du logiciel SPSS.

Dans le tableau ci-dessus on remarque que les expressions des composants du capital immatériel ont une moyenne arithmétique comprise entre 1.23 et 3.08, où la proportion la plus élevée était pour l'expression suivante : « Expériences professionnelle des employés » à degré d'important, une fréquence de 17 pour la case important et une proportion de 65.4%

Le résultat global de l'importance des éléments du capital immatériel est égal à 2.07 à propos la moyenne arithmétique, par conséquent, l'écart type global est de 0.923 ce qui est acceptable. Cela indique que les réponses de l'échantillon de l'étude ne sont pas dispersées, à partir ce résultat nous concluons que l'entreprise donne une importance pour son capital immatériel.

❖ L'intérêt de l'entreprise par le capital immatériel

Tableau (III.28) : L'intérêt de l'entreprise par le capital immatériel

	Fréquence absolue	Fréquence relative
Oui	19	73.1%
Non	7	26.9%
Total	26	100%
Moyenne	1.27	
Ecart type	0.552	

Source : Elaboré par nous même à l'aide du logiciel SPSS.

A partir du tableau ci-dessus on observe que la majorité des employés de l'entreprise **BATIMETAL** 73.1% sont intéressés au capital immatériel, par contre une proportion de 26.9% ne sont pas intéressés.

Le résultat globale d'intérêt du capital immatériel est égal à 1.27 à propos la moyenne arithmétique, par conséquent, l'écart type global est de 0.552 ce qui est acceptable. Cela indique que les réponses de l'échantillon de l'étude ne sont pas dispersées, à partir ce résultat concluons que l'entreprise intéresse par le capital immatériel.

❖ La pensée des employés concernant le capital immatériel

Tableau (III.29) : La pensée des employés concernant le capital immatériel

	Les catégories	Moyenne	Écart
--	----------------	---------	-------

Chapitre III. L'importance du capital immatériel dans la création de la valeur : Etude empirique

Les expressions		Tout à fait d'accord	D'accord	Neutre	Pas d'accord	Pas du tout d'accord	arithmétique	type
Il permet mieux de refléter l'image fidèle de l'entreprise	fréq	4	14	3	0	0	2.26	0.852
	%	19%	66.7%	14.3%	0%	0%		
Il permet une évaluation plus facile de l'entreprise	fréq	0	11	5	2	3	2.27	0.874
	%	0%	52.4%	23.8%	9.5%	14.3%		
Il manque de fiabilité	fréq	7	6	4	2	7	2.85	1.592
	%	26.9%	23.1%	15.4%	7.7%	26.9%		
Il est difficile à évaluer	fréq	9	6	2	0	4	2.35	1.384
	%	42.9%	28.6%	9.5%	0%	19%		
Le total							2.43	1.17

Source : Elaboré par nous même à l'aide du logiciel SPSS.

Dans le tableau ci-dessus on remarque que les expressions qui reflètent le fonctionnement du capital immatériel ont une moyenne arithmétique comprise entre 2.26 et 2.85, où la proportion la plus élevée était pour l'expression suivante : « Il manque de fiabilité » à degré de tout à fait d'accord, une fréquence de 7 pour la case tout à fait d'accord et une proportion de 26.9%.

Le résultat global du fonctionnement du capital immatériel est égal à 2.43 à propos la moyenne arithmétique, par conséquent, l'écart type global est de 1.71 ce qui est acceptable. Cela indique que les réponses de l'échantillon de l'étude ne sont pas dispersées, à partir de ce résultat nous concluons que le capital immatériel a un bon fonctionnement au sein de l'entreprise.

Chapitre III. L'importance du capital immatériel dans la création de la valeur : Etude empirique

❖ La comparaison entre capital immatériel et capital matériel

Tableau (III.30) : Comparaison entre capital immatériel et capital matériel

Les expressions	Fréquence absolue	Fréquence relative	Moyenne	Ecart type
A ¹²³	10	38.5%	1.88	0.816
B ¹²⁴	9	34.6%		
C ¹²⁵	7	26.9%		
Total	26	100 %		

Source : Elaboré par nous même à l'aide du logiciel SPSS.

La majorité des employés 38.5% ont pensé que le capital immatériel est plus important que le matériel de l'entreprise, puis 34.6% ont déclaré qu'ils sont égaux, suivis par 26.9% qui pensent que le capital immatériel est moins d'importance que le matériel.

Le résultat global du fonctionnement du capital immatériel est égal à 1.88 à propos la moyenne arithmétique, par conséquent, l'écart type global est de 0.816 ce qui est acceptable. Cela indique que les réponses de l'échantillon de l'étude ne sont pas dispersées, selon ce résultat nous concluons que le capital immatériel a une valeur importante dans l'entreprise.

❖ La source de la création de la valeur

Tableau (III.31) : La source de la création de la valeur

Les expressions	Fréquence absolue	Fréquence relative	Moyenne	Ecart type
A ¹²⁶	4	15.4%	2.50	0.762
B ¹²⁷	5	19.2%		
C ¹²⁸	17	65.4%		
Total	26	100 %		

Source : Elaboré par nous même à l'aide du logiciel SPSS.

La majorité des employés 65.4% ont pensé que la source de la valeur est les deux capitaux ensemble, puis 19.2% ont déclaré que la valeur repose seulement sur le capital immatériel, suivis de 15.4% qui pensent que le capital matériel est la seule source de la valeur.

Le résultat global de la source de la valeur est égal à 2.50 à propos la moyenne arithmétique, par conséquent, l'écart type global est de 0.762 ce qui est acceptable. Cela

¹²³ Le capita immatériel plus important que le capital matériel

¹²⁴ Le capita immatériel aussi important que le capital matériel

¹²⁵ Le capita immatériel moins important que le capital matériel

¹²⁶ Votre capital matériel (machines ; outils etc.,)

¹²⁷ Votre capital immatériel (homme, savoir-faire etc.....)

¹²⁸ Les deux à la fois

Chapitre III. L'importance du capital immatériel dans la création de la valeur : Etude empirique

indique que les réponses de l'échantillon de l'étude ne sont pas dispersées, selon ce résultat nous concluons que la valeur repose sur les deux capitaux.

❖ **Les éléments nécessaires pour la création de la valeur :**

Tableau (III.32) : Les éléments nécessaires pour la création de la valeur

Les expressions		Les catégories					Moyenne arithmétique	Écart type
		Tout à fait d'accord	D'accord	Neutre	Pas d'accord	Pas du tout d'accord		
L'entreprise propose des produits de haute qualité qui répondent aux besoins et aux désirs des clients	fréq	4	11	6	0	0	2.58	0.902
	%	19%	52.4%	28.6%	0%	0%		
L'entreprise sélectionne ses fournisseurs en fonction de la qualité des matériaux fournis.	fréq	10	7	4	0	0	1.92	1.055
	%	47.6%	33.3%	19%	0%	0%		
L'entreprise évalue la qualité pour une amélioration continue.	fréq	8	5	6	2		1.73	0.874
	%	38.1%	23.8%	28.6%	9.5%	4.8%		
la société prend en compte les spécifications et les normes de qualité internationales, Lors de la fabrication de ses produits	fréq	9	8	3	7	0	2.08	1.055
	%	42.9%	38.1%	14.3%	4.8%	0%		
L'entreprise se préoccupe des idées, de la créativité, des opinions et des suggestions de ses employés.	fréq	3	5	11	3	4	3.00	1.200
	%	11.5%	19.2%	42.3%	11.5%	15.4%		
La société poursuit une politique et d'innovation dans ses produits et méthodes	fréq	2	3	10	6	0	2.50	1.105
	%	9.5%	23.8%	47.6%	28.6%	0%		

Chapitre III. L'importance du capital immatériel dans la création de la valeur : Etude empirique

de travail dans le cadre Fondamental de leur culture organisationnelle.								
L'entreprise développe ses produits à partir de nouvelles études de marché afin de s'adapter Avec elle	fréq	8	4	6	1	2	2.69	1.255
	%	38.1%	019%	28.6%	4.8%	9.5%		
Les employés de l'entreprise ont la capacité de créer de nouvelles idées créatives qui renforcent leur position dans le Marché.	fréq	3	1	15	1	1	3.00	0.849
	%	14.3%	4.8%	71.4%	4.8%	4.8%		
L'entreprise est très sensible aux besoins de tous ses clients. Qualité et quantité, au bon moment et au bon endroit	fréq	10	6	3	2	0	1.50	0.812
	%	47.6%	28.6%	14.3%	9.5%	0%		
L'entreprise s'intéresse à la recherche marketing afin d'identifier Le client insatisfait désire.	fréq	0	0	15	6	0	2.85	0.464
	%	0%	0%	71.4%	28.6%	0%		
Les plans et les politiques de l'entreprise sont flexibles pour atteindre ses objectifs Et pour faire face aux changements environnementaux	fréq	12	0	7	2	0	2.73	1.116
	%	57.1%	0%	33.3%	9.5%	0%		
La société cherche à rendre ses produits très flexibles	fréq	10	10	0	1	0	2.46	0.948
	%	47.6%	47.6%	0%	4.8%	0%		

Chapitre III. L'importance du capital immatériel dans la création de la valeur : Etude empirique

L'entreprise cherche à réduire les coûts de production grâce à une utilisation optimale Des ressources	fréq	7	1	10	2	1	2.12	1.033
	%	33.3%	4.8%	47.6%	9.5%	4.8%		
L'entreprise s'appuie sur des systèmes d'information de et gestion qui augmentent l'intégration et la coordination entre les Départements dans la mise en œuvre des opérations.	fréq	7	3	10	1	0	1.46	0.647
	%	33.3%	14.3%	47.6%	4.8%	0%		
L'entreprise adopte des méthodes pour améliorer l'efficacité des opérations	fréq	0	0	15	4	2	2.65	0.797
	%	0%	0%	17.4%	19%	9.5%		
L'entreprise adopte une technologie moderne dans la conduite de ses opérations opérationnelles et administratives.	fréq	10	5	6	0	0	1.42	0.758
	%	47.6%	23.8%	28.6%	0%	0%		
Le total							2.29	0.92

Source : Elaboré par nous même à l'aide du logiciel SPSS.

Dans le tableau ci-dessus on remarque que les éléments du capital immatériel nécessaire pour créer de la valeur ont une moyenne arithmétique comprise entre 1.42 et 3.0, or, la proportion la plus élevée était pour l'expression suivante : « L'entreprise se préoccupe des idées, de la créativité, des opinions et des suggestions de ses employés..» au degré de d'accord, une fréquence de 5 pour cette case avec une proportion de 19.2%.

Le résultat global du fonctionnement du capital immatériel est égal à 2.29 à propos la moyenne arithmétique, par conséquent, l'écart type global est de 0.92 ce qui est acceptable. Cela indique que les réponses de l'échantillon de l'étude ne sont pas dispersées, à partir ce résultat nous concluons que l'entreprise a réalisé les différents éléments du capital immatériel pour créer de la valeur.

Chapitre III. L'importance du capital immatériel dans la création de la valeur : Etude empirique

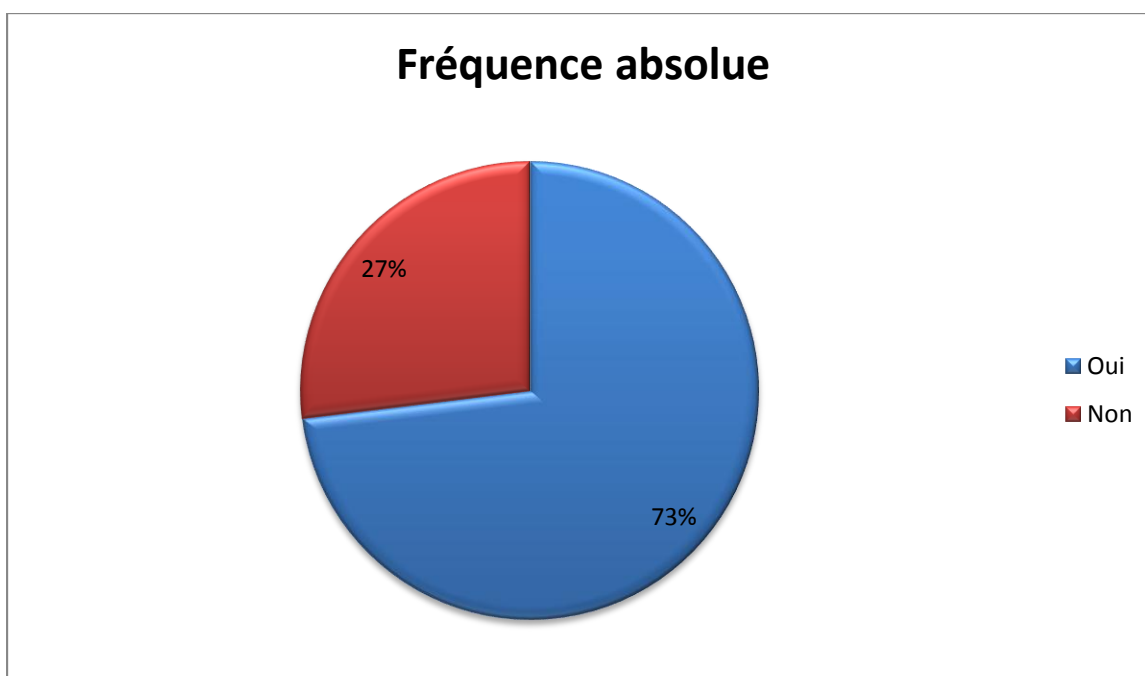
❖ L'investissement dans le capital immatériel

Tableau (III.33) : L'investissement dans le capital immatériel

	Fréquence absolue	Fréquence relative
Oui	19	73.1%
Non	7	26.9%
Total	26	100%
Moyenne	1.27	
Ecart type	0.652	

Source : Elaboré par nous même à l'aide du logiciel SPSS.

Figure (III.9) : Présentation graphique de l'investissement dans l'immatériel



Source : Elaboré par nous même à l'aide du logiciel SPSS.

A partir du tableau ci-dessus nous observons que la majorité des employés de l'entreprise **BATIMETAL** 73.1% sont pour que l'investissement au capital immatériel permet une meilleure compétitivité pour l'entreprise, par contre une proportion de 26.9% ne sont pas d'accord avec cette proposition.

Le résultat globale d'investissement au capital immatériel est égal à 1.27 à propos la moyenne arithmétique, par conséquent, l'écart type global est de 0.652 ce qui est acceptable. Cela indique que les réponses de l'échantillon de l'étude ne sont pas dispersées, à partir ce résultat nous concluons que l'entreprise intéressent par l'investissement au capital immatériel.

Chapitre III. L'importance du capital immatériel dans la création de la valeur : Etude empirique

❖ L'aspect le plus influencé par l'investissement au capital immatériel

Tableau (III.34) : Les aspects influencés par l'investissement au capital immatériel

Les expressions	Fréquence absolue	Fréquence relative	Moyenne	Ecart type
A ¹²⁹	4	15.4%	4.96	1.668
B ¹³⁰	0	0%		
C ¹³¹	0	0%		
D ¹³²	0	0%		
E ¹³³	14	53.8%		
F ¹³⁴	8	30.8%		
Total	26	100 %		

Source : Elaboré par nous même à l'aide du logiciel SPSS.

La majorité des employés 53.8% ont pensé que l'aspect organisationnel de l'entreprise va être le 1 aspect influencé par l'investissement, puis 30.8% pour le savoir de l'entreprise, suivis par 15.4% qui pensent que la stratégie est touchée plus que les autres aspects.

Le résultat global de l'influence de l'investissement sur les aspects de l'entreprise est égal à 4.69 à propos la moyenne arithmétique, par conséquent, l'écart type global est de 1.668 ce qui est acceptable. Cela indique que les réponses de l'échantillon de l'étude ne sont pas dispersées, selon ce résultat nous concluons que l'organisme de l'entreprise est le premier et le plus aspect affecté par l'investissement au capital immatériel.

¹²⁹ Stratégique

¹³⁰ Managérial

¹³¹ Innovation

¹³² Visibilité/marque

¹³³ Organisationnel

¹³⁴ Savoir/connaissance

Chapitre III. L'importance du capital immatériel dans la création de la valeur : Etude empirique

❖ Les aspects du capital immatériel concerné par la création de la valeur

Tableau (III.35) : Les aspects concerné par la création de la valeur

Les expressions	Fréquence absolue	Fréquence relative	Moyenne	Ecart type
A ¹³⁵	17	65.4%	1.92	1.412
B ¹³⁶	0	0%		
C ¹³⁷	6	23.1%		
D ¹³⁸	0	0%		
E ¹³⁹	3	11.5%		
Total	26	100 %		

Source : Elaboré par nous même à l'aide du logiciel SPSS

La majorité des employés 65.4% n'ont pensé que les ressources humaines de l'entreprise contribuée plus dans la création de la valeur, puis 23.1% pour les savoirs et les connaissances impressionné la création de la valeur, suivis par 11.5% qui pensent que la valeur suit les relations extérieures avec les clients et les fournisseurs.

Le résultat global des aspects concerné par la création de la valeur de l'entreprise est égal à 1.92 à propos la moyenne arithmétique, par conséquent, l'écart type global est de 1.412 ce qui est acceptable. Cela indique que les réponses de l'échantillon de l'étude ne sont pas dispersées, selon ce résultat nous concluons que la valeur de l'entreprise est impressionnée par les ressources humaines plus que les autres aspects.

¹³⁵ Ressources humaines

¹³⁶ Ressources organisationnelles

¹³⁷ Savoir technique/ la connaissance

¹³⁸ Savoir-faire

¹³⁹ Contacts/relations clients/fournisseurs

Chapitre III. L'importance du capital immatériel dans la création de la valeur : Etude empirique

❖ L'importance des dimensions du management des ressources immatérielles

Tableau (III.36) : Les dimensions du management des ressources immatérielles

Les expressions	Fréquence absolue	Fréquence relative	Moyenne	Ecart type
A ¹⁴⁰	11	42.3%	2.73	1.638
B ¹⁴¹	0	0%		
C ¹⁴²	5	19.2%		
D ¹⁴³	5	19.2%		
E ¹⁴⁴	5	19.2%		
Total	26	100 %		

Source : Elaboré par nous même à l'aide du logiciel SPSS.

La majorité des employés 42.3% ont pensé que les connaissances e l'information est la plus importante parmi les dimensions du management des ressources immatérielles de l'entreprise, puis 19.2% pensent que les autres dimensions sont égaux dans leurs importance.

Le résultat global des aspects concerné par la création de la valeur de l'entreprise est égal à 2.37 à propos la moyenne arithmétique, par conséquent, l'écart type global est de 1.638 ce qui est acceptable. Cela indique que les réponses de l'échantillon de l'étude ne sont pas dispersées, selon ce résultat nous concluons que toutes les dimensions du management des ressources immatérielles sont importantes mais la plus importante dimension c'est les connaissances et l'information.

¹⁴⁰ Les connaissances et l'information

¹⁴¹ La création du savoir

¹⁴² L'image et la marque

¹⁴³ L'internationalisation et l'externalisation

¹⁴⁴ La mobilisation des ressources humaines

Chapitre III. L'importance du capital immatériel dans la création de la valeur : Etude empirique

❖ L'impact des menaces sur le capital immatériel sur les aspects de l'entreprise

Tableau (III.37) : Les aspects touché par les menaces sur le capital immatériel

Les expressions	Fréquence absolue	Fréquence relative	Moyenne	Ecart type
A ¹⁴⁵	15	57.7%	1.62	0.852
B ¹⁴⁶	7	26.9%		
C ¹⁴⁷	3	11.5%		
D ¹⁴⁸	1	3.8%		
Total	26	100 %		

Source : Elaboré par nous même à l'aide du logiciel SPSS.

La majorité des employés 57.7% ont pensé que l'activité de production est la plus affecté par les menaces du capital immatériel de l'entreprise, puis 26.9% pensent que la stratégie de l'entreprise est aussi influencé, suivis par 11.5% qui pensent que le coté financier et organisationnel sont les derniers aspects qui suis impressionnée par les menaces du capital immatériel.

Le résultat global des aspects concerné par la création de la valeur de l'entreprise est égal à 1.62 à propos la moyenne arithmétique, par conséquent, l'écart type global est de à 0.852 ce qui est acceptable. Cela indique que les réponses de l'échantillon de l'étude ne sont pas dispersées, selon ce résultat nous concluons que des menaces sur le capital immatériel influent les aspects de l'entreprise et beaucoup plus l'activité de production.

❖ Le test des hypothèses et interprétation des résultats

Notre attention est d'étudier la relation dynamique qui existe entre le capital immatériel et la création de la valeur à travers la vérification des deux hypothèses.

A. Test de corrélation (Spearman) :

Tableau (III.38) : Coefficient de corrélation entre les deux variables

Le capital immatériel (X)	La création de la valeur (Y)	Le niveau de signification
0.804	0.804	0.01**

Source : Elaboré par nous même à l'aide du logiciel SPSS.

Le tableau ci-dessus indique qu'il existe une relation significative entre la variable indépendant (le capital immatériel) et la variable dépendant (la création de la valeur), où la

¹⁴⁵ Technique

¹⁴⁶ Stratégique

¹⁴⁷ Financier

¹⁴⁸ Organisationnel

Chapitre III. L'importance du capital immatériel dans la création de la valeur : Etude empirique

relation a atteint 0.804. Ça signifie que le capital immatériel est important pour créer de la valeur.

B. Test des hypothèses :

H2- Il n'existe aucune relation entre le capital immatériel et la création de la valeur.

H1- Il existe une relation entre capital immatériel et la création de la valeur.

Les variables de cette étude sont : la variable indépendante Y (le capital immatériel) et la variable dépendante X (la création de la valeur).

$Y = a + bX$ où b c'est taux de variation de la valeur de Y quand la valeur de la variable X change par une seule unité, a c'est le coefficient stable de l'équation (Coefficient d'intersection).

Tableau (III.39) : Les données des variables de l'étude

Y X		La valeur						
		Coefficient de régression	Test T		Coefficient de corrélation R	Coefficient de sélection R ²	Valeur Fisher F	Niveau Signification Sig
			Valeur T	Sig				
Capital immatériel	β_0	0.190	1.110	0.028*	0.804	0.646	43.846	0.000*
	β_1	0.905	6.662	0.000*				
		*Niveau de signification statistique sur 0.05						

Source : Elaboré par nous même à l'aide du logiciel SPSS.

Dans le tableau ci-dessus, nous pouvons voir ce qui suit:

⇒ Un modèle de régression pour la relation du capital immatériel par la création de la valeur :

$$Y = 0.190 + 0.905X$$

⇒ Coefficient de corrélation entre le capita immatériel et la création de la valeur = 0.804 et Il indique une corrélation directe moyenne entre eux, (Sig= 0.000 < $\alpha = 0.05$)

⇒ Coefficient de sélection R²= 0.646 c'est-à-dire 64.6% des Changements intervenant dans la variable dépendante (La valeur) causée par la variable dépendante (le capital

Chapitre III. L'importance du capital immatériel dans la création de la valeur : Etude empirique

immatériel). Et le reste 35.4% en raison d'autres facteurs qui affectent la création de la valeur.

⇒ $F= 43.846$, $Sig= 0.000$, cette valeur est inférieure au niveau nominal 0.05, et cela indique l'existence d'une relation significative entre le capital immatériel et la création de la valeur.

⇒ $Tb_0= 0.190$, $Sig= 0.028$, cette valeur est inférieure au niveau nominal 0.05, cela indique que la valeur est affecté par le capital immatériel.

⇒ $Tb_1=0.905$, $Sig=0.000$, cette valeur est inférieure au niveau nominal 0.05, cela indique que la valeur est affecté par le capital immatériel.

Par conséquent, les résultats indiquent que l'hypothèse « **H1** : il existe une relation entre capital immatériel et création de valeur » a été validée (confirmée).

C. Interprétation des résultats

Interprétation statistique des résultats :

Les résultats du test des hypothèses ont été montrés à l'aide du coefficient de corrélation afin de déterminer la relation entre le capital immatériel et la création de la valeur. L'existence d'une relation de corrélation forte et statistiquement significative avec un coefficient de corrélation de 80,4% au niveau 0,05, conformément au cadre théorique de l'étude soulignant l'importance de fournir au capital immatériel les conditions requises pour créer la valeur. L'entreprise s'attache à refléter les dimensions du capital humain, du capital client et du capital organisationnel au sein de l'entreprise en question, ce qui confirme la réalisation de la deuxième hypothèse

Nous notons également, à partir des résultats précédents, que le capita immatériel affecte plusieurs aspects de l'entreprise, sa stratégie, son organisme et bien sur l'image de l'entreprise. L'entreprise **BATIMETAL** s'intéresse par l'investissement au capital immatériel

Interprétation économique des résultats :

Chaque entreprise doit chercher une source durable pour créer de la valeur et garantir leur place sur le marché, nous concluons donc ce qui suit :

A partir du modèle de régression linéaire, nous notons que le capital immatériel a un rôle dans la création de la valeur, ceci explique économiquement que le capital immatériel est liée a l'environnement interne et externe de l'entreprise par ces différents composants qui traitent les différents éléments pour créer de la valeur.

Chapitre III. L'importance du capital immatériel dans la création de la valeur : Etude empirique

Enfin, nous avons conclu que l'entreprise **BATIMETAL** a été créée une partie de sa valeur se en basant sur le capital immatériel, car il garantit leur continuité et renforce leur marque.

Chapitre III. L'importance du capital immatériel dans la création de la valeur : Etude empirique

Conclusion du chapitre

Au cours de ce chapitre, nous avons essayé d'identifier l'importance du capital immatériel dans la création de la valeur à travers une enquête réalisée au sein de deux entreprises algériennes.

Nous avons remarqué que ces entreprises donnent une grande importance pour ce capital et ses composants, après l'analyse du questionnaire nous avons élaboré une gamme de résultats liés à cette étude lesquels :

- Les employés de l'entreprise sont satisfaits de leur travail et ils donnent de grands efforts.
- Les clients de l'entreprise sont aussi satisfaits par les services et les produits fournis par l'entreprise.
- L'entreprise a un bon organisme

L'essence de cette étude est que les entreprises donnent une importance au capital immatériel, et que ce dernier participe pour une grande partie dans la création de la valeur et leur permettant ainsi d'appliquer cela de manière continue et permanente donc cela va permettre aux entreprises de garder leur place dans le marché et fidéliser leurs clients.

Conclusion Générale

Conclusion Générale

Le monde des affaires a été confronté aux défis posés par la mondialisation, les alliances et l'innovation, les organisations adoptent une nouvelle économie, l'économie du savoir, ce savoir est devenu l'avantage concurrentiel des organisations et une source pour la valeur. Dans le contexte du changement accru de la valeur de l'entreprise qui est devenue un impératif de compétitivité, de pérennité, et du développement, la présente étude s'est interrogée sur l'importance du capital immatériel dans la création de la valeur. La recherche sur ce sujet, qui est fortement motivée par une étude, à apporter une réponse à notre problématique qui s'articule autour de la question suivante : « *Quelle est l'importance du capital immatériel dans la création de la valeur ?* ».

Afin d'apporter une réponse à ce questionnement, cette étude nous a amené à aborder dans un premier temps, à travers les deux premiers chapitres, les concepts initiatifs de cette recherche, à savoir : le capital immatériel et la création de la valeur, et cela dans le but de mieux cerner les éléments essentiels de ces deux concepts fondamentaux. Ce qui nous a permis également de ressortir le lien entre ces deux notions. Ensuite, en se basant sur cette revue de littérature, nous sommes parvenus au troisième chapitre qui traite l'aspect pratique de notre recherche. Dans ce chapitre, nous avons vérifié nos hypothèses afin de répondre à notre question principale, et qui ont ainsi supposé de façon globale qu'il existe une relation entre le capital immatériel et la création de la valeur. Pour tester ces hypothèses, nous avons procédé à une enquête réalisée auprès des entreprises BATIMETAL et ARIB qui comportent un échantillon constitué de 47 salariés (les cadres) que nous avons rendus destinataires d'un questionnaire pour la collecte des données. Enfin, après la collecte des données et l'analyse qui a été effectuée par le biais du logiciel SPSS version 20.0 et Excel 2010, les résultats de l'étude nous ont amené à conclure qu'il existe une relation significativement positive entre le capital immatériel et la création de la valeur, Les résultats auxquelles a abouti notre étude révèlent que les employés des entreprises BATIMETAL et ARIB constituant notre échantillon sont conscients qu'atteindre les objectifs tracés en terme de valeur, en utilisant tous les ressources possibles pour arriver à la satisfaction des clients sont des éléments essentiels et importants pour l'amélioration de la performance et la pérennité de leurs entreprises.

Toutefois, il est important de souligner que l'objectif principal de chaque entreprise est de maximiser ses profits et donc d'attirer toujours plus de clients pour les fidéliser en répondant à l'ensemble de leurs exigences. Par conséquent, le capital immatériel est essentiel dans chaque entreprise, elle représente le noyau de cette dernière.

Conclusion Générale

Finalement, nous pouvons dire que notre recherche a prouvé que le capital immatériel influe positivement sur la création de la valeur des entreprises à travers la bonne maîtrise de ce dernier. Puisque le capital immatériel oriente les entreprises vers la satisfaction permanente des clients, et les encourage non seulement à survivre mais aussi à bâtir leur avenir, prendre une place dans le marché et réussir à avoir une bonne image à long terme.

Cependant, il convient de souligner que cette étude comporte un certain nombre de difficultés non négligeables. Dans un premier temps, cette étude a été menée auprès d'un échantillon relativement faible. Cette faiblesse de l'échantillon est principalement due aux contraintes de temps et aussi aux responsables qui évoquent à chaque fois leurs indisponibilités pour répondre à nos questions, à cause d'un emploi du temps chargé suite aux réunions de travail. Dans un deuxième temps, le fait que cette étude repose en grande partie sur la perception des différents répondants (subjectivité), empêche d'avantage la possibilité de généralisation des résultats issus de la recherche

Bibliographie

Bibliographie

1. Ouvrage :

- **Adam SMITH.** *La richesse des nations*, W. Strahan and t. Cadelle, Londres. 1776.
- **Alan Fustec, Bernard Marois.** *Valoriser le capital immatériel de l'entreprise*, Editions d'Organisation, paris, 2006
- **ARGYRIS C et D SCHÔN.** *Organizational Learning*, Don Mills,Ontario, Addison Wesley. 1978.
- **Bounfour, A.** *Le management des ressources immatérielles : Maîtriser les nouveaux leviers de l'avantage compétitif*, Dunod, Paris, 1998.
- **BROOKING A,** *Intellectual capital :core asset for the third millennium entreprise.* Thomson Business Press, London. Bruxelles. 1996.
- **Caby J. et Hirigoyen G.** *La création de valeur de l'entreprise*, Economica, 2ème édition, 200, 1997.
- **Condillac,** *Le commerce et le gouvernement considérés relativement l'un à l'autre*, Paris, 1776.
- **DELAFOLLIE G.** *Analyse de la valeur.* Hachette technique, Paris, 1991.
- **DENISON, Edward Fulton .** *The sources of economic growth in the united states and the alternatives before US.*New York : *Committee for Economic Development,cop*, 1962.
- **EDVINSSON Leif, MALONE Michael Shawn.** *Le capital immatériel de l'entreprise: identification, mesure, management*, Paris: Maxima, 1999.
- **FUSTEC Alan, MAROIS Bernard.** *Valoriser le capital immatériel de l'entreprise*, Paris. 2006.
- **GAUTHY. SINECHAT et VAUDERMEN,** *Etude de marché, Méthode et outils*, De Boeck Université, 2010.
- **Guerrien B.** *Dictionnaire d'analyse économique*, la Découverte, Paris, 1996.
- **Hoarau C. et Teller R.** *Création de valeur de l'entreprise et management de l'entreprise*, Vuibert, 2001.
- **Karl-Erik Sveiby.** *Knowledge Management : la nouvelle richesse des entreprises.* Paris. 2000.
- **M. Porter.** *l'avantage concurrentiel.* Dunod. 1986
- **P. Sullivan.** *Value driven intellectual capital.* John Wiley & Sons, USA. 2000.
- **PENROSE, Edith Tilton.** *the theory of the growth of the firm.* New York :Wiley, 1959.

Bibliographie

- **Perrin J.** *Concevoir l'innovation industrielle, Méthodologie de conception de l'innovation*, CNRS Editions, Paris. 2001.
- **Porter M.** *L'avantage concurrentiel*, Inter Editions. 1986.
- **ROOS J.** : *Measuring the future*. Unisys corporation. 1998
- **ROOS J.** *Intellectual capital: navigating in the new business landscape*, london. 1997.
- **SILEM A., ALBERTINI JM, ET COLLECTIF.** *Lexique Economie* ,11eme édition, Dalloz, Paris. 2010.
- **STEWART Thomas A.** *Intellectual capital : the new wealth of organization*. New York ; Londres etc. 1997.
- **SULLIVAN, Patrick H.** *Value-Driven intellectual capital : How to convert intangible corporate assests into market value*. New York, 2000.
- **SVEIBY Karl Erik.** *The new organizational wealth : managing & measuring knowledge-based assets*. San Francisco: Berrett-kehler Publisher, 1997
- **TOURNIER J-C., TOURNIER J-B.** *L'évaluation de l'entreprise*, le guide. Editions d'organisation, Paris. 1998
- **Van Loye G.** *Finance et théorie des organisations*, Economica, 1998.

2. Les articles :

- **Alice Guilhon.** *Le rôle de l'investissement intellectuel dans la stratégie d'implantation des nouvelles techniques dans les PME*, Revue, vol 7, N° 3-4, 1994.
- **BARDES, B.** *L'investissement immaterial* , Bulletin de la Banque de France, n° 40, Avril, 1997.
- **BONTIS N., DRAGONETTI N.C., JACOBSEN K., ROOS G.** *Les indicateurs de l'immatériel*, L'Expansion Management Review, N°95, Décembre, 1999.
- **BONTIS Nick.** *Managing organizational knowledge by diagnosing intellectual capital: framing and advancing the state of the field*, International journal of technology management.vol 18, octobre, 2001.
- **Bozbura, F. T.** *Measuremet and application of intellectual capital in Turkey . The Learning Organization*. Bradford: Vol 11 (4/5), 2004.
- **Charreaux G. et Desbrières P.** *Gouvernance des entreprises : valeur partenariale contre valeur*, 1998

Bibliographie

- **Charreaux G. et Desbrières P.** *Gouvernance des entreprises : valeur partenariale contre valeur actionnariale*, Revue Finance-Contrôle-Stratégie, n° 2, juin, 1998. **AFAV. L'Analyse de la Valeur**, AFAV, Paris. 1994.
- **Chen, J., Zhu, Z. & Xie, H. Y.** *Measuring intellectual capital: a new model and empirical study* . *Journal of Intellectual Capital*, Bradford, Vol 5, N° 1, 2004.
- **Fligstein N.** *Le mythe du marché : le cas américain*, Problèmes Economiques, n° 2738, 28 novembre, 2001
- **François Perroux.** *La valeur*, Presses universitaires de France. 1943.
- **Gérard Hirigoyen et Jérôme CABY.** *Histoire de la valeur en finance d'entreprise*, cahier de recherche n°1, institut de recherche en gestion des organisations, université de Montpellier, France, 1998.
- **l'OCDE.** *Actifs Intellectuels*, 1999.
- **OCDE.** *ACTIFS INTELLECTUELS ET CRÉATION DE VALEUR*, Rapport de synthèse. 2008
- **Paula Benevene, Michela Cortini.** *Interaction between structural capital and human capital in Italian NPOs*, *Journal of Intellectual Capital*, Vol. 11, 2010.
- **PIERRAT C., MARTORY B.** *Les specificités du pilotage de l'immateriel*, Revue Française de Gestion, Septembre-Octobre. 2000.
- **Przysuski, M., Lalapet, S. & Swaneveld, H.** *Transfer Pricing of Intangible Property-Part 1: A Canadian-US Comparison* . *Corporate Business Taxation*, 5, (9), 2004.
- **Savall H.** *A la recherche des coûts et des performances cachés de l'entreprise. Pour un diagnostic socio-économique de l'entreprise*, Revue Française de Gestion, n°18, 1978.
- **STEWART, T.** *Your company's most valuable asset : intellectual capital* . *Fortune*, vol 130, N 7, 3 octobre, 1994.
- **Subramaniam, M. ft Youndt, M. A.** *The influence of intellectual capital on the type of innovative capabilities* , *Academy of Management Journal*, Vol. 48, N°. 3, 2005.
- **Tatiana Andreeva et Tatiana Garanina.** *Intellectual Capital Elements Interaction and Company Financial Performance: Evidence from Russia* , *Proceedings of the 8th European Conference on Intellectual Capital*, 2016.

Bibliographie

3. Thèse:

- **Boujelben,S.** *L'effet Des Investissements Immatériels Sur La Performance D'exploitation Future : Une Etude Empirique Auprès Des Entreprises Tunisiennes.* Thèse de doctorat en sciences comptable Université De La Manouba. 2010.
- **ISSAM Jallouli .** *Relations entre le capital immatériel des pme manufacturières et leur performance,* thèse de doctorat en administration des affaires concentration gestion des pme, université du québec, 2008.
- **Louzzani, Y.** *Immatériel et performance des entreprises : Cas des entreprises industrielles en France sur la période 1994-1998 ».* Doctorat en Sciences de Gestion. Université Toulouse I, 2004.

3. Les sites web :

- <http://www.cci-parisidf.fr/sites/default/files/etudes/pdf/documents/friedlandpapers-201201-35.pdf>35. Consulter le 09/03/2019.
- http://www.uam.es/personal_pdi/economicas/palomas/DIRECTRICES%20MER

Annexes

Annexes

République Algérienne Démocratique et Populaire
Ministère de l'enseignement Supérieur et de la Recherche scientifique



Ecole supérieure de Management - Tlemcen

Annexe 1 : Questionnaire

Madame, Monsieur, Bonjour :

Ce travail s'intègre dans le cadre d'une recherche exploratoire d'un mémoire en management qui porte sur l'importance du capital immatériel dans la création de la valeur, effectuée au sein de l'école supérieure de management à Tlemcen. Cette enquête alimentera la partie empirique de mon écrit et me permettra d'apporter des résultats concrets à cette problématique. L'objectif de ce questionnaire est d'essayer d'identifier la relation qui existe entre le capital immatériel et la création de valeur de l'entreprise. Votre réponse est vitale pour la réussite de ce travail, nous comptons sur votre collaboration pour aboutir aux résultats souhaités en termes de qualité et de temps de réponses. Enfin je garantis de respecter l'anonymat de chacun et vous remercie pour l'aide que vous m'apporterez grâce à votre participation.

I. Informations générales :

1- Q 01 : Etes vous un(e) ?

Veillez sélectionner une seule des propositions suivantes :

- Femme
- Homme

2- Q 02 : Quel est le poste que vous occupez au sein de l'entreprise? (responsable de service, chef de projet, manager, cadre, ingénieur, techniciens, opérateurs....)

.....

3- Combien d'années d'expérience professionnelle avez-vous dans cette entreprise ?

.....

Annexes

II. Capital immatériel :

Le capital immatériel comporte les connaissances et les savoirs dans l'entreprise. C'est la combinaison des actifs intangibles, des ressources immatérielles, des compétences individuelles et des technologies qui aident l'entreprise à fonctionner, à créer de la richesse et du profit et avoir un avantage compétitif sur le marché. Il est composé d'un capital humain, un capital organisationnel et un capital relationnel ou clientèle.

4- Q 04 : Avez-vous déjà entendu parler du capital immatériel?

- Je n'ai jamais entendu parler du capital immatériel de l'entreprise
- J'ai déjà entendu parler de cette notion mais je ne comprends pas en quoi c'est important pour l'entreprise
- J'ai déjà entendu parler du capital immatériel et il est étudié en entreprise
- J'ai déjà entendu parler du capital immatériel et il n'est pas étudié en entreprise

5- Q 05 : Comment définirez-vous ce terme selon vos propres mots ?

.....

.....

.....

6- Q 06 : L'immatériel englobe 3 catégories de capitaux qui sont le capital structurel, le capital humain et le capital relationnel. Comment les différenciez-vous ?

.....

.....

.....

7- Q 07 : Veuillez cocher la case correspondante votre opinion sur les différents facteurs proposés 1=tout à fait d'accord 2= d'accord 3= ni d'accord ni en désaccord 4=pas d'accord 5=pas du tout d'accord.

	1	2	3	4	5
Capital Humain					
Le niveau de compétence de nos employés est le plus élevé sur le marché.					
Les connaissances de nos employés sont les meilleurs par rapport à nos concurrents.					
Nos programmes de formation sont généralement réussis.					
Nos employés sont le plus souvent motivés dans leur milieu					

Annexes

du travail.					
Le programme de travail est le plus souvent respecté par nos employés.					
Les employés de notre entreprise sont créatifs (ils apportent souvent de nouvelles idées).					
Nos employés cherchent chaque fois à améliorer leurs connaissances.					
Capital organisationnel					
Notre entreprise prend en charge le développement de nouvelles idées et de nouveaux produits.					
Nos systèmes de donné favorisent l'accès facile aux informations					
Nous maîtrisons les différents flux d'informations					
La structure de notre organisation est assez flexible ce qui l'aide à s'adapter aux changements de l'environnement.					
Nous possédons des processus d'exploitation efficaces.					
Notre organisation favorise le partage des connaissances entre ses employés.					
Capital clientèle (relationnel)					
Notre entreprise réussit à maintenir le meilleur service à valeur pour ses clients.					
Nos clients sont généralement satisfaits de notre entreprise					
Nous avons la capacité d'acquérir chaque fois de nouveaux clients.					
Nous sommes satisfaits de nos relations avec nos fournisseurs.					
Nous possédons de bonnes informations sur les fournisseurs					
Nous cherchons à réaliser des relations de partenariat avec d'autres entreprises.					

8- Q 08 : Veuillez indiquer pour chaque composante du capital immatériel le degré d'importance que vous lui accordez, selon une échelle allant de 1 à 5. Chaque nombre

Annexes

indique un degré d'importance comme ce qui suit : 1= essentiel, 2= très important, 3= important, 4= pas très important, 5= pas important du tout

	1	2	3	4	5
Esprit d'innovation des employés					
Savoir-faire des employés					
Expérience professionnelle des employés					
Formation des employés					
Satisfaction client					
Fidélité des clients					
Marques					
Réputation de l'entreprise					
Réputation du produit					
Savoir-faire des fournisseurs					
Savoir-faire des distributeurs					
Relations avec les investisseurs					
Relations avec autres parties prenantes					

9- Q 09 : Est-ce que vous vous intéressez au capital immatériel au sein de votre entreprise ?

- Oui
- Non

10- Q 10 : Expliquez-vous votre réponse ?

.....

.....

.....

11- Q 11 : Que pensez-vous des avis suivants sur le capital immatériel ? (cochez la réponse choisie dans la case appropriée) 1=tout à fait d'accord 2= d'accord 3= ni d'accord ni en désaccord 4=pas d'accord 5=pas du tout d'accord.

	1	2	3	4	5
Il permet mieux de refléter l'image fidèle de l'entreprise					

Annexes

Il permet une évaluation plus facile de l'entreprise					
Il manque de fiabilité					
Il est difficile à évaluer					

12-Q 12 : D'après le poste que vous occupez, qui est le plus important: capital matériel ou immatériel ?

- Le CI plus important que le capital matériel
- Le CI aussi important que le capital matériel
- Le CI moins important que le capital matériel

13-Q 13 : A votre avis la valeur de votre entreprise repose-t-elle essentiellement sur :

- Votre capital matériel (machines, outils etc.)
- Votre capital immatériel (hommes, savoir-faire etc.)
- Les deux à la fois

14-Q 14 : La création de la valeur nécessite l'entreprise à : (cochez la réponse choisie dans la case appropriée) 1=tout à fait d'accord 2= d'accord 3= ni d'accord ni en désaccord 4= pas d'accord 5= pas du tout d'accord.

	1	2	3	4	5
La qualité					
L'entreprise propose des produits de haute qualité qui répondent aux besoins et aux désirs des clients.					
L'entreprise sélectionne ses fournisseurs en fonction de la qualité des matériaux fournis.					
L'entreprise évalue la qualité pour une amélioration continue.					
La société prend en compte les spécifications et les normes de qualité internationales, lors de la fabrication de ses produits.					
L'innovation					
L'entreprise se préoccupe des idées, de la créativité, des opinions et des suggestions de ses employés.					
La société poursuit une politique et d'innovation dans ses produits et méthodes de travail dans le cadre fondamental de					

Annexes

leur culture organisationnelle.					
L'entreprise développe ses produits à partir de nouvelles études de marché afin de s'adapter avec elle.					
Les employés de l'entreprise ont la capacité de créer de nouvelles idées créatives qui renforcent leur position dans le marché.					
La réponse					
L'entreprise est très sensible aux besoins de tous ses clients. Qualité et quantité, au bon moment et au bon endroit.					
L'entreprise s'intéresse à la recherche marketing afin d'identifier le client insatisfait désire.					
Les plans et les politiques de l'entreprise sont flexibles pour atteindre ses objectifs et pour faire face aux changements environnementaux.					
La société cherche à rendre ses produits très flexibles.					
L'efficacité					
L'entreprise cherche à réduire les coûts de production grâce à une utilisation optimale des ressources.					
L'entreprise s'appuie sur des systèmes d'information de et gestion qui augmentent l'intégration et la coordination entre les départements dans la mise en œuvre des opérations.					
L'entreprise adopte des méthodes pour améliorer l'efficacité des opérations.					
L'entreprise adopte une technologie moderne dans la conduite de ses opérations opérationnelles et administratives.					

15-Q 15 : Selon vous, comment le capital immatériel influence la création de la valeur au sein de l'entreprise ?

.....

16-Q 16 : Pensez-vous que l'investissement immatériel permet une meilleure compétitivité pour l'entreprise ?

Annexes

- Oui
- Non

17- Q 17 : Si oui par quel(s) aspect(s) majeur(s) ?

- Stratégique
- Managérial
- Innovation
- Visibilité/Marque
- Organisationnel
- Savoir/ connaissances

18- Q 18 : Quels sont les aspects du capital immatériel qui influent le plus sur la création de la valeur ?

- Ressources humaines
- Ressources organisationnelles
- Savoir technique/la connaissance
- Savoir-faire
- Contacts/Relations clients/fournisseurs

19- Q 19 : Attribuez une note de 1 à 5 (1 : faible importance, 5 : haute importance) à l'importance de ces dimensions du Management des Ressources immatérielles :

- Le cœur de l'organisation : son projet et son identité, bâtis autour de sa base de connaissance et d'information
- La création de savoir, condition essentielle d'existence et a fortiori de développement
- L'image et la marque, leviers de réponse à l'exigence de différenciation
- L'internalisation et l'externalisation, leviers de reconnaissance des frontières de l'entreprise et de son identité
- La mobilisation de ressources humaines et leur mise sous tension créative, condition essentielle à la construction de performances durables.

Annexes

20- Q 20 : Une menace sur votre capital immatériel aura un impact sur quel aspect de votre Entreprise ? (classez par ordre d'importance) : Numérotez chaque case dans l'ordre de vos préférences de 1 à 4.

- Technique (activité de production)
- Stratégique (planification de l'activité et développement de l'entreprise)
- Financier (pérennité de l'entreprise)
- Organisationnel (organisation des hommes et du travail)

Identification de l'entreprise :

Statut juridique :

Secteurs d'activité :

Effectifs :

Merci infiniment.

Tables des matières

Table des matières

Sommaire.....	I
Liste des tableaux.....	iii
Liste des figures	Vi
Liste des annexes.....	Viii
Introduction Générale.....	2
Chapitre I : Le cadre conceptuel du capital immatériel.....	7
Introduction du chapitre.....	8
Section 1 : Le concept capital immatériel.....	9
1. L'apparition du capital immatériel	9
1.1. Historique	9
1.2. Naissance du concept capital immatériel	11
1.3. Définition du capital immatériel.....	14
2. Les composants du capital immatériel.....	16
2.1. Le capital humain.....	16
2.2. Le capital structurel	17
2.2.1. Le capital organisationnel	18
2.2.2. Le capital relationnel ou différent	18
3. L'interaction entre les différents composants du capital immatériel	19
Section 2 : La mesure du capital immatériel et l'investissement dans l'immatériel.....	21
1. Nécessite de mesure le capital immatériel.....	21
2. L'investissement immatériel	24
3. Les éléments généralement retenus pour l'investissement	25
3.1. Recherche et développement	25
3.2. La formation	26
3.3. Les logiciels.....	26
3.4. L'action commerciale.....	27
4. Distinction entre dépenses immatériels, investissements immatériels et actifs immatériels ...	27
4.1. Dépenses investissements immatériels.....	27
4.2. Investissements-actifs immatériels.....	29
Conclusion du chapitre	30
Chapitre II : Capital immatériel et création de la valeur.....	31
Introduction du chapitre.....	32

Section 1 : Les théories de la valeur dans les sciences économiques.....	33
1. Différents aspects de la valeur économique.....	32
1.1. Valeur d'usage et valeur d'échange	33
1.2. Valeur objective et valeur subjective	33
1.3. Valeur et prix.....	34
2. Les trois phases d'évolution de la théorie de la valeur	34
2.1. Les théories de la valeur coût	34
2.2. La théorie de l'utilité marginale	36
2.3. Les théories objectives de la valeur sociale.....	37
3. L'analyse de la valeur.....	38
4. De la valeur à la création de la valeur	40
4.1. Les paradigmes de la valeur.....	40
4.2. Le concept de création de la valeur.....	42
4.3. Les leviers de la création de la valeur.....	42
Section 2 : La valeur de l'entreprise et le capital immatériel.....	43
1. La valeur de l'entreprise	43
2. L'importance du capital immatériel dans la valeur de l'entreprise.....	44
2.1. Création et conservation de la valeur.....	45
2.2. Le rôle du capital immatériel.....	47
Conclusion du chapitre.....	52
Chapitre III:L'importance du capital immatériel dans la création de la valeur : Etude empirique.....	53
Introduction du chapitre.....	54
Section 1 : Présentation générale des organismes d'accueil.....	55
1. La laiterie d'ARIB.....	55
1.1. Présentation de l'entreprise	55
1.2. Zone géographique de l'entreprise.....	55
1.3. L'organigramme de l'organisme	56
2. BATIMETAL	56
2.1. Présentation de l'entreprise.....	56
2.2. Zone géographique de l'entreprise	57
2.3. Domaines d'activité de l'entreprise.....	57
2.4. L'organigramme et l'organisme	58
Section 2 : Démarche méthodologique et résultats de l'étude.....	59

1. Présentation de la méthodologie de recherche.....	59
1.1. Méthode de l'enquête.....	59
1.2. La détermination de l'échantillon.....	59
1.3. Méthode de collecte des informations.....	60
1.3.1. La description du questionnaire.....	60
1.3.2. L'élaboration du questionnaire.....	61
1.4. La méthodologie de traitement statistique des données	61
1.5. La construction des variables.....	62
2. Analyse et Interprétation des Résultats.....	62
2.1. Le traitement des données	62
2.1.1. L'entreprise ARIB (la laiterie).....	62
2.1.2. L'entreprise BATIMETAL.....	82
Conclusion du chapitre.....	103
Conclusion Générale.....	105
Bibliographie.....	107
Annexes.....	II

Résumé :

Le capital immatériel gagne une importance dans l'économie du savoir d'aujourd'hui et joue un rôle essentiel dans l'innovation, la croissance de la productivité ainsi que dans le rendement et la compétitivité des organisations. Il peut englober les domaines suivants: ressources humaines, processus organisationnels, réseaux de clients. L'objectif de notre étude consiste à déterminer le rôle du capital immatériel et de ses différentes composantes (le capital humain, le capital organisationnel, le capital client) au sein de deux entreprises algériennes (ARIB et BATIMETAL) dans la création de la valeur. Cette recherche expose les résultats d'une étude exploratoire portant sur un échantillon de 47 salariés professionnels desdites entreprises confondues, que nous avons rendus destinataires d'un questionnaire pour la collecte des données, qui nous a conduit à tirer des résultats par le biais des logiciels SPSS et Excel. Enfin, par l'analyse et l'interprétation des données, nous sommes parvenus à un résultat positif à travers la confirmation de la première hypothèse. Par ailleurs, ces résultats obtenus révèlent, que le capital immatériel à un grand rôle dans la création de la valeur.

Mots Clés : capital immatériel – ressources humaines – processus organisationnels - les clients- la création de la valeur – l'innovation.

المخلص:

لرأس المال غير الملموس أهمية كبيرة في الاقتصاد القائم على المعرفة اليوم ويلعب دورًا حاسمًا في الابتكار ونمو الإنتاجية وأداء المؤسسات وقدرتها التنافسية. إذ نجد أنه يشمل المجالات التالية: الموارد البشرية، العمليات التنظيمية، شبكات العملاء. الهدف من دراستنا هو تحديد دور رأس المال غير الملموس ومكوناته المختلفة (رأس المال البشري، رأس المال التنظيمي، رأس مال العميل) في مؤسستين جزائريتين في خلق القيمة. حيث يعرض هذا البحث نتائج دراسة استكشافية على عينة من 47 موظفًا محترفًا من الشركات المذكورة، وقد أرسلنا استبيانًا لجمع البيانات و هذا لاستخلاص النتائج وتفسيرها، أخيرًا توصلنا إلى نتيجة إيجابية تثبت صحة الفرضية الأولى. علاوة على ذلك تظهر نتائج Excel و SPSS أن رأس المال غير المادي له دور كبير في خلق القيمة.

الكلمات المفتاحية: رأس المال غير الملموس، المورد البشري، العمليات التنظيمية، شبكات العملاء، خلق القيمة، الابتكار.

