

LES INFORMATIONS SUR LA PERFORMANCE CONTENUES DANS LES RAPPORTS DE GESTION : UNE ETUDE EXPLORATOIRE

Lionel ESCAFFRE¹

Résumé

L'objet de cet article est d'analyser les informations sur la performance qui sont contenues dans les rapports de gestion.

Malgré les indications du code de commerce qui le définit comme un document d'information sur la performance, les résultats montrent que cet outil de communication n'est pas standardisé et est rédigé de manière très différente d'un groupe à un autre. Si le lien entre le secteur d'activité et la nature le contenu de l'information sur la performance n'est pas établi, la présente étude montre qu'il existe une certaine association entre l'information actionariale et l'information sur le capital immatériel.

¹ Université Paris IX Dauphine – CREFIGE
Cabinet Mazars & Guérard – CIFRE
Tour Framatome - cedex 16 – 92084 Paris La Défense
Tel : 01.47.96.62.00 - Télécopie : 01.47.96.62.62 / e-mail : lionel.escaffre@mazars-guerard

Introduction

Le système d'information comptable a longtemps réduit l'information sur la performance au solde intermédiaire de gestion (modèle PCG 82). La notion de performance, sans vouloir même y intégrer les dimensions humaines, sociales et culturelles, ouvre d'autres aspects que les seules transactions qui sont transcrites dans les comptes. Afin d'apporter aux actionnaires une information complète sur la performance, le législateur a imposé aux entreprises la rédaction d'un rapport de gestion. Si beaucoup de recherches se sont intéressées aux rapports annuels¹, peu de recherches ont analysé les rapports de gestion (ou rapport du conseil d'administration).

Le rapport de gestion est destiné en priorité à tous les actionnaires. Ce compte rendu est un support consacré à la diffusion d'éléments moins comptables explicitant les performances passées, présentes et futures de l'entreprise. Il s'agit d'une synthèse d'informations qualitatives illustrées d'indicateurs, de graphes et de chiffres relevant plus d'une analyse de gestion et d'une étude économique que d'une approche strictement comptable.

Depuis la fin des années 80, la pression des marchés définie par ce que certains appellent « la création de valeur actionnariale » et favorisée par le besoin des entreprises de lever des capitaux anglo-saxons ont entraîné chez les firmes françaises une réflexion approfondie sur le contenu de leur communication financière. La problématique de l'étude consiste, à faire un état des lieux du contenu des rapports de gestion en terme d'informations sur la performance. Notre recherche répond à un objectif théorique et pratique. D'un point de vue théorique, elle met en jeu un processus de recherche inductif et empirique fondé sur une analyse de contenu des rapports de gestion émis par des entreprises performantes en terme de création de valeur². Des outils statistiques permettront d'apprécier le volume et les caractéristiques des informations portant sur la performance. Sur un plan pratique notre étude souhaite apporter aux praticiens de la comptabilité et de la finance, un éclairage relatif aux caractéristiques de l'information sur la performance contenue dans les rapports de gestion.

Dans une première partie nous définirons le cadre théorique de l'étude en analysant d'une part, les dispositifs juridiques sur lesquels repose le rapport de gestion et en présentant, d'autre part, sous la forme d'une revue de littérature, les principales recherches sur la performance et sa communication. Dans un second point, il s'agira de présenter l'étude exploratoire à partir d'un nombre significatif de rapport de gestion d'entreprises créant de la valeur.

1. Le contexte de l'étude

1.1. Le cadre légal et doctrinal

1.1.1. Les caractéristiques légales du rapport de gestion en Europe

En France, le rapport de gestion est défini par la loi sur les sociétés commerciales du 24 juillet 1966 dans ses articles 341-2 et 357-10³ : « le rapport sur la gestion du groupe

¹ Frost C., Pownall G. (1994) : « Accounting Disclosure Practices in the United States and the United Kingdom », *Journal of Accounting Research*, vol 32, N° 1

Amadiou P. (1998) : « L'information sectorielle publiée par les entreprises et son utilisation financière », thèse, Université Montpellier I

² Selon la méthode MVA (Market Value Added) de J. Stern et B. Stewart (1982)

expose la situation de l'ensemble constitué par les entreprises comprises dans la consolidation et son évolution prévisible ». Ce rapport, rédigé par le conseil d'administration (ou le directoire), doit être soumis aux actionnaires avant la présentation des comptes. Le rapport de gestion doit comporter un certain nombre d'informations¹ :

- L'activité et la situation de la société ou du groupe durant l'exercice ;
- Les résultats de ces activités ;
- Les activités de recherche et développement ;
- Les difficultés rencontrées par la société ou le groupe et les progrès réalisés ;
- Les événements réalisés entre la date de clôture et la date d'émission du rapport ;
- Les perspectives économiques de société ou du groupe ;
- La répartition du capital et les prises de participations ;

Au niveau européen, l'article 36 de la VII^{ème} directive stipule que le rapport de gestion doit comporter « un exposé fidèle sur l'évolution des affaires et de la situation de l'ensemble des entreprises comprises dans la consolidation » ainsi qu'une information prévisionnelle avec une mention expresse des investissements réalisés en matière de recherche et développement.

L'IASC dans sa norme IAS 1 (paragraphe 8) récemment révisée² recommande aux entreprises de produire un rapport de gestion dans lequel la performance et la situation financière de l'entreprise seraient décrites de façon détaillée. Les entreprises pourront divulguer : la stratégie d'investissement, la politique de distribution des dividendes, les sources de financement, l'endettement et ... *les forces et les faiblesses de l'entreprise qui ne sont pas valorisées dans les comptes annuels*. L'IASC est le seul organe régulateur à imposer une analyse de la performance de l'entreprise dans les rapports de gestion.

1.1.2. Les pratiques constatées

En 1996 une étude menée par le bureau Francis Lefebvre³ a relevé un certain nombre d'insuffisances :

Les perspectives d'avenir de l'entreprise ne sont pas suffisamment expliquées. Il s'agit pourtant d'une information obligatoire ;

Les impôts et les provisions sont peu développés ;

La performance des filiales est souvent très peu citée.

La gestion de la trésorerie de l'entreprise et les risques de marché sont rarement évoqués ;

Le capital intellectuel (Ressources humaines, environnement, connaissance et savoir-faire...) ne font pas l'objet d'une information particulière ;

Les investissements incorporels et notamment la recherche et développement dont la mention est une obligation légale sont faiblement présents dans le rapport de gestion ;

1.2. L'information financière sur la performance : un état de l'art

1.2.1. Le concept de performance et sa communication comptable dans la littérature

Dans son cadre conceptuel, l'IASC⁴ a remplacé le mot "résultat" par le mot "Performance" : "L'objectif des états financiers d'une entreprise est de fournir des informations sur la situation financière, la performance et les modifications de la situation financière qui soit utile à une large gamme d'utilisateurs lorsqu'ils prennent des décisions économiques". Cette évolution est-elle d'ordre linguistique ou purement conventionnelle. La volonté des normalisateurs est - elle d'offrir aux utilisateurs une information plus pertinente sur la performance des entreprises ?

¹ Cozian M., Viandier A. (1999) : « Droit des sociétés », Litec

² IASC : « International Accounting Standards » - 1999

³ Bureau Francis Lefebvre : « Etude rapport de gestion, rapport annuel en 1995 », Bulletin Comptable et Financier p 24 – mars 1996

⁴ International Accounting Standard Comitee :

Les fondements de la notion de performance

Le terme de Performance est apparu dans notre langue aux alentours du XIII^{ème} siècle, il définit l'accomplissement d'une action. Sa définition est devenue plus large. La performance signifie la réalisation d'une action et sa mise en œuvre¹. Il s'agit de s'intéresser au résultat d'une opération et au processus de réalisation de celui-ci. On peut dans certains cas identifier la performance au succès. Mais qu'est-ce que le succès dans une entreprise ? A l'image de la performance, le succès dépend de la perception qu'en ont les dirigeants, les salariés de l'entreprise et les autres personnes concernées. En externe, la performance est déterminable selon la perception qu'en ont les utilisateurs et selon leurs propres rapports et objectifs vis-à-vis de l'entreprise publiant ses comptes. La définition de la performance est corrélée à l'appréciation du marché² : cours de bourse, part de marché... Intrinsèquement, la performance n'existe pas, son existence est liée à la représentation qui en est faite.

A ce stade nous pouvons distinguer deux axes de définitions :

- La performance comme résultat d'une action ;
- La performance comme mesure d'un processus de réalisation ;

Cette distinction entre performance et résultat est évoquée par de nombreux auteurs³. Les performances sont des résultats qui doivent être analysés face aux moyens disponibles pour atteindre ces résultats.

Performance et redécouverte de la création de valeur

En matière d'audit⁴ les principaux facteurs de détermination de la performance, Profitabilité, Rentabilité, Productivité, Rendement des actifs et efficacité, nous rappellent que la notion de Performance est liée au concept de création de valeur. Les fondements de ce courant remontent aux travaux d'Irving Fisher sur l'intérêt et la valeur⁵. Ces travaux sur la valeur ont été poursuivis par Modigliani et Merton en 1958. Dans les années 80 les recherches de Porter⁶ ont permis d'élaborer une "chaîne de valeur". Chaque activité liée avec les autres contribue à la création de la valeur générée par l'entreprise. L'entreprise recherche la croissance de la "valeur" de son produit. Chaque fonction doit donc améliorer la valeur apportée par son activité. L'intérêt du thème de la création de valeur pour définir la performance réside dans son caractère intertemporel⁷. Son évaluation fait appel à des éléments de la finance (coût du capital, maîtrise du risque...) et à des éléments de comptabilité fondés sur le contenu informationnel des décisions stratégiques (évaluation des décisions des dirigeants via la création de richesse). L'application de la théorie de l'agence⁸, positionne la mesure de la performance sur le critère de création de valeur actionnariale. La sanction externe du marché boursier est particulièrement prise en compte. L'idée est de rechercher une mesure de la performance qui permette d'obtenir la richesse revenant à l'actionnaire. L'optimisation de cette création de valeur s'obtient en améliorant la rentabilité de l'actif qui est utilisé et, en effectuant une analyse comparative avec le coût du capital. Ce coût est le minimum de revenu réclamé par les actionnaires. L'outil principalement utilisé pour mesurer la création de valeur est l'EVA⁹ (Economic Value Added) / MVA (Market Value added). Dans le cadre de notre étude nous nous intéresserons plus particulièrement à la MVA de Stern et Stewart [1982] puisque cet indicateur sera notre critère de choix pour la constitution de notre échantillon. Il s'agit de mesurer une performance externe d'après les critères caractéristiques du marché financier. Comme l'explique J.M. Stern, la MVA correspond à la valeur actuelle des EVA futurs. Il s'agit de mesurer « l'utilisation que l'entreprise a faite du capital qui lui a été apporté ou confié par ses actionnaires »¹⁰.

¹ Trésor de la langue française, Gallimard/CNRS – 1988 et Shorter Oxford English Dictionary, Oxford Clarendon Press - 1973

² Bourguignon A. (1995) : " Peut-on définir la Performance ? ", Revue Française de Comptabilité n°269

³ Martory B. (1990) : " Contrôle de Gestion sociale ", Vuibert

⁴ Richard J. (1989) : " Audit des Performances de l'entreprise ", La Villeguérin

⁵ Fisher I. (1930) : " The theory of interest ", Macmillan

⁶ Porter M. (1986) : " L'avantage concurrentiel ", Interedition

⁷ Pariente S. (1997) : " La création de valeur par l'entreprise ", Analyse financière

⁸ Jensen M.C., Meckling W.H. (1976) : " theory of the firm : managerial behavior, agency costs and ownership structure ", Journal of Financial Economics

⁹ Evaluation interne de la performance : différence entre le résultat opérationnel et le coût du capital

¹⁰ Bernheim Y. (1999) : « Mesurer la performance » in la création de valeur, Banque Stratégie n° 61

L'émergence du concept de capital immatériel dans la communication sur la performance

Dans un récent article d'une revue américaine¹, il est proposé de rechercher une « performance dynamique ». Les auteurs soulignent que la mesure de la Performance doit refléter la culture et la philosophie organisationnelle de l'entreprise. Elle doit décrire le savoir-faire inhérent à chaque firme. La rentabilité et le profit sont qualifiées d'évaluations à court terme biaisant la réalité de la performance générée par l'entreprise. Les auteurs poursuivent leur réflexion en proposant d'évaluer la performance en fonction du type d'entreprise (respect de ses objectifs) et en fonction du niveau de management. Il ressort de l'étude la détermination de 4 facteurs clés de performance. La Performance est entendue comme un succès. Il s'agit de :

La satisfaction des clients ;

La flexibilité (organisation du travail, variété des produits...);

La qualité (contrôle des produits défectueux...);

Le temps (temps de production, d'innovation...).

Ces facteurs clés de succès amènent les auteurs à rechercher une « mesure du non-mesurable ». Les frais engagés pour la recherche et le développement tel que les développements d'un nouveau système d'information au sein d'une entreprise contribuent à la performance de l'entreprise. La question est de savoir comment valoriser cette contribution ? Kaplan et Norton [1996]² ont cherché à répondre à cette interrogation en proposant un tableau de bord prospectif. Ce tableau est un système de mesure de la performance équilibré entre des indicateurs financiers et non financiers. Il est axé sur quatre axes : Finance, Clients, Processus internes, apprentissage organisationnel.

L'influence du risque dans l'appréciation de la performance

La maîtrise des risques est intimement liée à la capacité de l'entreprise à créer de la valeur. La mondialisation des marchés financiers et la sophistication des instruments de couverture amènent à penser qu'une information sur la performance d'un groupe ne peut être évoquée de manière exhaustive si on ne se réfère pas à cette activité. Afin de se préserver des risques de taux, de matière et de changes, les entreprises se sont engagées dans une politique d'intervention sur les marchés au moyen de contrats à terme, swap... Pour certaines, ces investissements sont purement spéculatifs et dégagent très directement une performance financière dont la provenance mériterait une information dans les rapports de gestion. Pour d'autres, il s'agit d'une opération de couverture qui contribue, en limitant le risque, à procurer une performance présente et future plus certaine.

1.2.2. La notion d'information financière

La théorie de la communication en comptabilité

Belkaoui³ [1978] analyse la technique comptable comme un système d'information. Il s'agit d'un « processus de codification des observateurs utilisant le langage du système comptable, la transmission des chiffres et rapports, et la transmission des résultats ». Ce positionnement entraîne trois caractéristiques : le système comptable est un système de mesure dans l'entreprise, il est possible de construire un système optimal capable de satisfaire un grand nombre d'utilisateurs, le transmetteur a la capacité de choisir l'information qu'il souhaitera communiquer et il pourra s'adapter aux récepteurs qu'il rencontrera. Ce constat doit nous conduire à distinguer les problèmes d'évaluation de ce qui est mesuré. La performance est un concept et on ne mesure pas les concepts, on les représente. Le nombre est un symbole et la comptabilité est un langage rendant compte des événements économiques⁴. Un cycle de représentation de la performance peut être proposé :

¹ Tatikonda L. U., Tatikonda R. J. (1998): "We need dynamic performance measures", Management Accounting

² Kaplan R., Norton D.(1996) : « The Balanced Scorecard », Harvard Business School Press

³ Belkaoui A. (1978) : « Linguistic Relativity and Accounting », Accounting Organization and Society

⁴ Lassègue P. (1963) : "Le profit et le bénéfice de l'entreprise", Revue d'Economie Politique

Interprétation de la réalité à partir d'opérations économiques (prix facturé, virement, cession...);

Représentation de cette réalité (valorisation, imputation en charges et produits...);

Présentation des états financiers fondée sur les interactions entre l'interprétation et la représentation.

Image de la performance qui prend tout son sens à travers l'opinion qu'en ont les destinataires.

La qualité de la représentation comptable de la performance réside dans la qualité de l'application de ce cycle. L'image fidèle de la performance n'est pas unique car "l'indestructible subjectivité des lecteurs joue son rôle"¹.

Les fondements du besoin d'information

La connaissance des besoins des utilisateurs a été aux Etats-Unis le paradigme central qui a axé les réflexions comptables menées aux Etats-Unis depuis les années 1960². Ces réflexions aboutissent à présenter des études sur l'utilité (présumée) de l'information comptable pour la prise de décision. L'étude des besoins des utilisateurs se heurte à deux problèmes. D'une part, chaque utilisateur possède des besoins différents selon leur degré de maîtrise des concepts et mécanismes comptables. D'autre part, la demande d'information est exploitée par les entreprises pour légitimer leurs choix comptables. La recherche en comptabilité³ impose une analyse politique des options comptables en terme d'information et de réponse aux besoins des utilisateurs. Bescos [1995]⁴ affirme qu'il existe un besoin accru d'informations provenant de sources hors états financiers. Les informations qualitatives et reposant sur des éléments immatériels sont fortement demandées. Atkinson, Waterhouse et Wells [1997]⁵ ont proposé, suite à leurs travaux appliqués auprès de la banque de Montréal, une classification binaire des utilisateurs des comptes à travers la notion de "partie prenante". Ainsi, deux types de parties prenantes à la performance sont identifiés :

"Process stakeholder" : Les salariés et les fournisseurs ;

"Environmental stakeholder" : Les actionnaires, les clients et la collectivité.

Deux types d'objectifs sont assignés à ces utilisateurs :

Objectifs primaires : il s'agit d'objectifs finaux spécifiques à chacune des parties prenantes comme la rentabilité des fonds propres pour les actionnaires.

Objectifs secondaires : ce sont les inducteurs de la performance finale. Ils reflètent des engagements contractés avec les parties prenantes. Ces contrats ont deux sortes d'objectifs :

implicite : contrats fondés sur un engagement mutuel et une confiance réciproque

explicite : contrats spécifiés en terme de quantité, qualité et délais.

2. La démarche méthodologique : l'analyse exploratoire

2.1. Définition de la Problématique de Recherche

L'offre d'information sur la performance peut se décliner autour de quatre types de représentation :

Une représentation financière ;

Une représentation commerciale, conforme au niveau de satisfaction des clients ;

Une représentation interne du process (organisation et plan stratégique de l'entreprise) permettant à l'organisation de produire un résultat ;

¹ Pasqualini F. (1991) : "la diversité des utilisateurs de l'information comptable et l'unicité de l'information", Revue de Droit Comptable

² Casta J.F. (1995) : "La comptabilité et ses utilisateurs" in Encyclopédie de Gestion, Economica

³ Beaver W.H. (1981) : "Financial Reporting : an accounting revolution", Englewoods Cliffs, Prentice Hall

⁴ Bescos P. (1990) : "Les besoins d'information dans l'octroi de crédits inter-entreprises" actes du XV^{ème} congrès de l'AFC

⁵ Atkinson, Waterhouse, Wells (1997) : "A stakeholder Approach to Strategic Performance Measurement", Sloan Management Review

Une représentation intégrant la capacité d'innovation de la firme.

Le choix du rapport de gestion comme outil d'information est, selon nous, intéressant pour deux raisons. Le rapport de gestion répond à une obligation légale fixant une liste plus ou moins précise d'informations à mentionner qui couvrent sur plusieurs domaines (activité, recherche et développement, chiffre d'affaire...) la définition de la performance. Ce rapport est le lien de communication privilégié entre les dirigeants et leurs actionnaires. Ainsi, en se fondant sur un échantillon significatif de groupes publiant un rapport de gestion nous essayerons de proposer quelques éléments de réponses à la problématique suivante :

« *Quelle est la nature du contenu de l'information sur la performance diffusée dans les rapports de gestion ?* »

2.2. Fondements méthodologiques : une analyse exploratoire

2.2.1. Le raisonnement : l'induction

Cette approche s'inscrit dans une démarche qui évolue du particulier au général ou des conséquences à la cause. Il s'agit d'effectuer un nombre significatif d'observations prises dans les pratiques. Ces résultats seront structurés et font l'objet d'une généralisation en leurs faisant subir un processus de vérification et d'expérimentation¹. L'étude présentée dans cet article ne fera pas l'objet de ce processus. Le raisonnement inductif a été utilisé de manière très courante dans de nombreux travaux de recherche en comptabilité². L'approfondissement des connaissances et des pratiques antérieures en matière d'informations financières nous a permis de construire une grille d'analyse pour mener la recherche exploratoire.

2.2.2. La méthodologie : L'exploration empirique

Notre analyse est exploratoire dans la mesure où elle ne fait pas appel à la validation d'hypothèses. L'étude est conduite «sans a priori». L'exploration empirique permet de formuler des propositions plus précises sur le contenu des rapports de gestion en matière de performance. Elle fournit une explication approfondie et complète d'un phénomène. A la différence d'une étude structurée, cette approche offre la possibilité de ne pas écarter les caractéristiques et détails rattachés aux faits observés³. Le large champ couvert par la problématique induit le suivi d'une démarche dont les méthodes opérationnelles sont flexibles et puissent s'adapter à la taille de notre échantillon. L'analyse exploratoire permet de répondre à cet impératif. Il existe plusieurs modes d'observations pour mener une étude exploratoire. Pour notre part nous suivrons la méthode suivante :

- Définition d'un plan d'échantillonnage pertinent ;
- Constructions de catégories répondant à quatre critères : exclusivité, pertinence, exhaustivité et homogénéité ;
- Application d'outils de mesure permettant d'obtenir une première tendance sur le contenu informationnel des rapports de gestion.

¹ Belkaoui A. (1984): « Théorie comptable », Presse Universitaire du Québec

² Ijiri Y. (1975): « Theory of accounting measurement » studies in accounting research N° 10, American Accounting Association

³ Evrard Y. , Pras B. , Roux E. (1998): « Market, études et recherches en marketing », Nathan

2.3. Recueil de données et outil d'analyse

2.3.1. Présentation de l'échantillon

L'échantillon comporte 70 entreprises créant le plus de valeur actionnariale au sens de la Market Value Added (MVA) développée par Stern & Stewart en 1982. C'est une sélection assez homogène dont l'observation peut, avec une certaine assurance, faire l'objet d'une certaine généralisation¹. Cette sélection a été effectuée par choix raisonné. Le critère de sélection est librement défini par l'observateur. Nous nous sommes orientés vers le concept de création de valeur actionnariale en prenant le postulat que les entreprises dont la MVA est la plus élevée sont susceptibles de communiquer une information pertinente auprès du marché. Toutes ces entreprises sont de nature industrielle ou commerciale et font l'objet d'une cotation en bourse. La spécificité des entreprises liées au service public et le particularisme de la communication financière des banques nous a engagé à exclure ce type d'établissements de notre sélection.

2.3.2. L'analyse de contenu

Cette méthode consiste à analyser à travers les mots et les chiffres exprimés, les idées émises par l'auteur de la communication. L'objectif de ce type d'étude est de faire ressortir les principaux thèmes traités². L'analyse est descriptive et explicative. Elle consiste à détecter des éléments de textes. Ces unités sont identifiées puis, elles sont traitées dans des catégories homogènes qui sont en cohérence avec l'objectif de recherche³. Ces opérations ne sont pas mécaniques car une information (extraits de texte) dans le rapport de gestion est parfois susceptible d'appartenir à plusieurs catégories.

2.4. Détermination de la grille d'analyse

La liste des informations attendues (items) a été constituée à partir des cinq rapports de gestion émis par les cinq premiers groupes dont la MVA est la plus élevée. Ces items ont été regroupés dans des catégories homogènes. Nous avons confronté cette liste à l'évolution de la littérature qui assimile de plus en plus la Performance à la création de valeur actionnariale pour distinguer deux catégories d'items. Beaucoup de recherches sur la mesure et la communication des performances se sont orientées vers une analyse du capital immatériel voir humain.

Ces items sont tous susceptibles de faire l'objet d'une information dans le rapport de gestion. Les entreprises ont leurs propres caractéristiques informationnelles liées aux secteurs d'activité, il nous a semblé pertinent d'exclure de la liste des informations attendues les éléments de performance liée au secteur d'activité.

¹ Classement réalisé par l'Expansion – juin 1999

² Bardin L. (1989) : « L'Analyse de contenu », PUF

³ Allard-Poesi F. , Drucker-Godard C. , Ehlinger S.(1999): « Analyses de représentation et de discours » in Méthode de Recherche en Management, ouvrage coordonné par R. A. Thiétart, Dunod

Classes d'items :	Items
L'information comptable	L'analyse du chiffre d'affaires L'analyse du résultat comptable L'analyse des coûts L'analyse de la trésorerie
L'information prévisionnelle	Les perspectives financières Les perspectives de marché Le positionnement stratégique
Le capital immatériel	La structure organisationnelle Les ressources humaines Le savoir-faire La Recherche & Développement
La création de valeur actionnariale	L'évolution du cours de l'action Le bénéfice par action
L'exposition au risque	L'identification des risques Les instruments de couverture Le dispositif de contrôle des risques L'analyse environnementale

2.5. Le traitement mathématique univarié

L'étude permet d'examiner, pour une variable X (pour laquelle on a sélectionné un échantillon de n individus (n=70)), les modalités de réponse. Il s'agit d'analyser le dénombrement des observations correspondantes à chaque modalité de la variable. Nous sommes inspirés d'un grand nombre de recherches récentes pour établir un instrument de comptage. Il s'agit des travaux de Frost et Pownall [1994], Amadiou [1998] pour la fréquence et de Depoers¹[1998] pour le score de publication. Nous allons dans un premier temps analyser la fréquence d'apparition de l'offre d'information sur les performances de l'entreprise dans le rapport de gestion puis, nous étudierons le volume de ce type d'informations publiées par les firmes sélectionnées dans l'échantillon.

-La Fréquence

Comme Boland et Pondy [1986]² l'ont préconisé, nous définirons la fréquence comme le quotient de l'effectif de la valeur par l'effectif de la population.

Si n_i est l'effectif de la valeur x_i et n l'effectif total on a :

$$f_i = \frac{\sum n_i}{\sum n}$$

La somme est comprise pour $i = 1$ à $i = 70$.

n_i : la fréquence de parution d'une information attendue sur la performance dans les rapports de gestion.

→ $n_i = 0$ si l'information n'est pas publiée ;

→ $n_i = 1$ si l'information est publiée.

n : nombre d'entreprises capables de publier cette information

→ $n_i = 0$ si l'information n'est pas publiée ;

¹ Depoers F. (1998) : « La publication volontaire d'informations : une analyse empirique du comportement des sociétés françaises », Thèse Université Paris IX Dauphine

² Boland B. J., Pondy L. R. (1986): « The Micro-Dynamics of budget cutting process : modes, models and structure », Accounting, Organizations and Society », vol 11, n°4/5

→ $n_i = 1$ si l'information est publiée.

-Le Scoring

L'approche mathématique est de nature booléenne. A chaque fois qu'une information déterminée dans la grille d'analyse est relevée dans le rapport de gestion, cette information prend la valeur 1. Si cette information n'est pas contenue dans le rapport de gestion, celle-ci prend la valeur 0. Après la totalisation de toutes les notes affectées à chaque information, nous calculerons un ratio de score.

Soit \check{S} score de publication d'une société.

$$\check{S}_i = \frac{\sum \alpha_i}{\sum \alpha}$$

La somme est comprise pour $i = 1$ à $i = 70$.

α_i : quantité d'informations sur la performance publiée par la société

→ $\alpha_i = 0$ si l'information n'est pas publiée ;

→ $\alpha_i = 1$ si l'information est publiée.

α : quantité d'informations sur la performance susceptible d'être émise par la firme

→ $\alpha_i = 0$ si l'information n'est pas publiée ;

→ $\alpha_i = 1$ si l'information est publiée.

2.6. Le traitement mathématique bivarié

Les tris croisés vont permettre d'apprécier deux aspects contingentes de cette information :

La nature de l'information sur la performance est-elle dépendante du secteur d'activité ?

Les entreprises diffusant une information actionnariale complète proposent-elles une information sur le capital immatériel exhaustive ?

2.6.1. Proposition d'un tri croisé en fonction du secteur d'activité

Les groupes de notre échantillon sont rassemblés à l'intérieur de 6 grands secteurs couvrant le plus grand nombre d'entreprises de l'échantillon :

La mode - La communication

Le service - L'industrie légère

La distribution - L'industrie lourde

Le tri croisé est effectué pour chaque variable représentative d'un item et validé par oui ou non tel que pour l'item : Pour exemple, le tableau traitant de l'« analyse du chiffre d'affaire » montre la quantité d'entreprises du secteur de la mode, du service... qui publient une analyse du chiffre d'affaires dans le rapport de gestion ; et ainsi de suite pour les items suivants : analyse du résultat, analyse des coûts...

Informations sur le chiffre d'affaires en fonction du secteur d'activité

Secteurs	Analyse CA	
	Oui	Non
Réponse		
Mode	7	1
Service	8	0
Distribution	8	0
Communication	8	0
Industrie légère	8	0
Industrie Lourde	8	0
Total	47	1

Les deux variables de contingence sont des variables nominales / nominales dont la dépendance peut faire l'objet d'une validation au moyen du test du Khi-deux¹.

Soit i et j , les deux propriétés issues du tableau de contingence tel que $X = (i = 1, \dots, r)$: « le secteur d'activité » et $Y = (j = 1, \dots, c)$: Les informations sur la performance. Soit N le total des éléments de l'échantillon tel que : $N = \sum_i \sum_j n_{ij}$. Soit \hat{U} , la probabilité pour qu'un groupe réponde à la fois aux propriétés i et j des deux variables tel que : $\hat{U}_{ij} = n_{ij} / N$. Soit l'hypothèse testée telle que X indépendant de Y soit vrai. On a $\hat{U}_{ij} = U_i * U_j$: Le secteur d'activité n'a pas d'influence sur la nature de la communication des groupes. Le test du Khi-deux permet d'accepter ou rejeter cette hypothèse. Cet instrument statistique est établi à partir du calcul d'un « effectif » théorique. Soit n_{ij} effectif théorique de chaque case du tableau de contingence, on a : $\hat{i}_{ij} = n_i * n_j$

$$\chi^2 = \sum_i \sum_j (n_{ij} - \hat{i}_{ij})^2 / \hat{i}_{ij}$$

Il s'agit de démontrer que $\chi^2 \rightarrow$ loi khi-deux à $(r-1)(c-1)$ degré de liberté. Pour notre étude, $r = 2$ et $c = 6$. Ainsi, $\chi^2 \rightarrow$ loi khi-deux à 5 degrés de liberté. Nous fixons un seuil de confiance à 5 %. Nous obtenons à l'aide de la table statistique un χ^2 théorique de 11,07. Si le χ^2 théorique est inférieur au χ^2 observé, l'hypothèse d'indépendance est rejetée : le secteur d'activité a une influence sur la diffusion d'information portant sur la performance.

2.6.2. Proposition d'un tri croisé en fonction de l'information sur la création de valeur actionnariale

La méthodologie est identique à celle exposée précédemment pour un $\chi^2 \rightarrow$ loi khi-deux à 3 degrés de liberté. Pour un seuil de confiance de confiance de 1 %, nous obtenons un χ^2 théorique de 11,24.

Information sur la création de valeur actionnariale

Capital immatériel	Création de valeur actionnariale		Total
	Oui	Non	
Structure organisationnel	5	14	19
Ressources humaines	14	5	19
Savoir – faire	17	2	19
Recherche & Développement	15	4	19
Total de l'échantillon			76

2.6.3. La corrélation de rang

L'échantillon de référence a fait l'objet d'un classement décroissant d'après le montant de la Market Value Added. L'objet de l'analyse, ci – après, est d'observer la corrélation entre ce classement et le classement décroissant effectué à la suite des tris plats en fonction de la quantité d'informations sur la performance publiée dans le rapport de gestion. Pour apprécier ce lien, nous utilisons le coefficient de corrélation des rangs de Spearman. Il s'agit d'établir une différence de rangs (d_i) pour chacun des deux classements relatifs à l'échantillon. A partir de ces différences, élevées au carré, il est possible de construire un coefficient pour l'échantillon $n = 70$:

¹ Evrard Y. ,Pras B. ,Roux E. : « Market, études et recherches en marketing », *op. cit.*

$$R_s = 1 - (6 \sum di^2 / (n(n^2-1)))$$

3. Interprétation des résultats

3.1. Présentation des résultats pour l'analyse univariée

3.1.1. Fréquence d'informations sur la performance

Les résultats ont été arrondis à la décimale la plus proche afin de faciliter la lisibilité des tendances de communication.

Classes d'items :	Fréquence	Minimum	Maximum
L'information comptable	65 %	9 %	99 %
L'information prévisionnelle	51 %	19 %	69 %
Le capital immatériel	41 %	16 %	67 %
La création de valeur actionnariale	50 %	33 %	67 %
L'exposition au risque	17 %	6 %	21 %

Pour les informations qui sont de nature obligatoire, presque toutes les entreprises se conforment à l'obligation de publier de manière expliquée le chiffre d'affaires (99%) et le résultat (96%). Ils ne sont qu'à peine plus de la moitié à publier une information sur leur trésorerie. Seulement 9 % des entreprises donnent une analyse de leurs coûts. L'information prévisionnelle, imposée par la loi, ne concerne que 51% des rapports de gestion. Parmi ces sociétés qui publient une information en la matière, elles sont nombreuses à fournir des indications sur les perspectives de marché et le positionnement stratégique. Le capital immatériel n'est que très peu mentionné dans les rapports de gestion. 67 % des sociétés qui communiquent sur l'immatériel, mentionnent le savoir-faire, la maîtrise d'un métier. Le capital humain et la Recherche et Développement (obligatoires d'après la loi) ne sont mentionnés que dans un peu moins de la moitié des entreprises délivrant une information sur le capital immatériel. L'exposition au risque fait encore peu partie des pratiques d'information sur la performance. Les sociétés de l'échantillon ne sont que 17 % à indiquer leurs expositions aux risques. Presque aucune entreprise ne cite le dispositif ou le département gérant ces risques. La plupart de ces informations quand elles existent donnent une indication sur la nature des risques et sur la politique de couverture engagée. La moitié des entreprises donnent une information sur la création de valeur actionnariale. Ce chiffre est à relativiser car beaucoup des entreprises (75 %) qui ne font pas mention dans le rapport de gestion du dividende versé ou du cours de bourse, diluent cette information dans le rapport annuel.

3.1.2. Score de publication

Le score de publication révèle des résultats très disparates d'une société à une autre. La moyenne de score calculée est de 44 %. Moins de la moitié des informations attendues sur la performance figurent effectivement dans le rapport. Seulement 23 sociétés sur 70 (33%) ont un score satisfaisant. Ces groupes délivrent plus de la moitié des informations attendues. Ce sont plutôt des groupes ayant une activité industrielle ou conglomérale à dominante industrielle et qui sont soumis très fortement au marché. Ces groupes ont un actionnariat très dilué. Ce sont aussi des firmes qui ont des capitalisations boursières élevées. Chez les grands groupes (sauf un), lorsque le rapport de gestion est assez pauvre, celui-ci est compensé par un rapport annuel qui renferme les informations manquantes. Les rapports de gestion ne sont pas comparables d'une entreprise à une autre et, la forme et le contenu sont bien souvent différentes entre - elles. Les fréquences d'apparition d'informations sur la performance restent

assez satisfaisantes sur les domaines dont la communication n'est pas obligatoire comme le capital immatériel. Certaines sociétés (11 % de l'échantillon) ont des scores de publications très faibles. Le rapport de gestion est dans ce cas une présentation succincte du chiffre d'affaires et du résultat avec, parfois, une information sur les perspectives d'avenir.

3.2. Présentation des résultats pour l'analyse bivariée

3.2.1. Tri croisé Secteur d'activité / informations

L'information comptable :

Secteurs d'activité	Analyse du CA	Analyse du résultat comptable	Analyse des Coûts	Analyse de la trésorerie
Khi – deux observé	3,34	3,2	3,2	4,3

L'information prévisionnelle :

L'information prévisionnelle	Perspectives financières	Perspectives de marché	Positionnement stratégique
Khi – deux observé	4	3,5	1,6

Le capital immatériel :

Le capital immatériel	La structure organisationnelle	Les ressources humaines	Le savoir – faire
Khi – deux observé	6,5	10,3	4

La création de valeur actionariale :

La création de valeur actionariale	L'évolution du cours de l'action	Le bénéfice par action
Khi – deux observé	5,5	6,6

L'exposition au risque :

L'exposition au risque	L'identification des risques	Les instruments de couverture	Le dispositif de contrôle des risques	L'analyse environnementale
Khi – deux observé	3,1	3,1	3,2	1,7

Conclusion : Pour chaque catégorie d'information diffusée en tenant compte d'un seuil de confiance de 5 % on a :

$$\chi^2 \text{ théorique} > \chi^2 \text{ observé}$$

L'examen du tri croisé révèle une indépendance entre la communication sur la performance dans le rapport de gestion et le secteur d'activité de l'entreprise. On peut supposer que le secteur d'activité n'est pas un facteur d'influence relatif la nature de l'information sur la performance diffusée.

3.2.2. Tri croisé Information sur le capital immatériel / Information sur la création de valeur actionariale

Item	Création de valeur actionariale
Khi – deux observé	13,4

Sachant que le khi-deux théorique est de 11,24 pour un seuil de 1 %. Ainsi :

$$\chi^2 \text{ théorique} < \chi^2 \text{ observé}$$

Les deux propriétés sont dépendantes pour un seuil de confiance de 1%. Pour un certain niveau de confiance il est possible d'établir une corrélation entre la quantité d'informations sur le capital immatériel et la quantité d'informations diffusées sur la création de valeur actionariale. Il semblerait que les entreprises, attentives à la valeur actionariale, communiquent assez largement sur le capital immatériel.

3.2.3. Coefficient de corrélation des rangs de Spearman

Le coefficient varie entre (-1 ; + 1), sachant que 0 signifie une absence de relation entre les classements, - 1 représente une « association négative » (les classements sont inversés) et + 1 représente une association positive (les classements sont les mêmes).

Après calcul : $\sum di^2 = 24567$ pour $n = 70$; $R_s = 0,43$. L'observation des deux classements révèle une convergence théorique entre le classement décroissant d'après la MVA et le classement décroissant d'après la quantité d'information sur la performance communiquée dans les rapports de gestion.

3.3. Les biais inhérents au choix méthodologique

Les éléments traités sont fortement liés au propre système de valeur du chercheur. Son opinion, son appréciation ou son jugement n'est pas forcément pertinent avec l'établissement d'une théorie. Notre grille d'analyse confère une égale importance aux items. Cette hypothèse d'équi-importance est fautive car le marché n'apporte pas la même attention à toutes les informations concernant la performance. La subjectivité inhérente au chercheur qui allouerait une pondération à chaque typologie d'information nous a convaincus de conserver l'équi-importance pour les informations attendues. Comme l'ont rappelés certains auteurs¹, une pondération subjective biaiserait davantage les résultats.

Le biais de l'étude peut s'analyser sur deux axes : la variabilité des estimations et les biais d'échantillonnage. La variabilité des estimations consiste à prendre conscience que nos conclusions peuvent varier d'une population à l'autre. D'autre part, le biais d'échantillonnage se matérialise par le fait que notre échantillon n'est pas aléatoire. Il était intéressant compte-rendu de l'objet de la recherche d'étudier les firmes créant une valeur actionariale et donc ayant une MVA élevée.

La COB est de plus en plus attentive sur les contenus des rapports annuels, il est à noter que certaines entreprises de notre échantillon (moins de 10 %) ne présente pas distinctement le rapport de gestion à l'intérieur du rapport annuel. Le rapport de la direction est alors dilué dans le rapport de gestion.

¹ Raffournier B. (1995) : « the determinants of voluntary financial disclosure by swiss listed companies », European Accounting review, n°4

Conclusion

Notre étude montre que le secteur d'activité n'a pas d'influence sur la nature des informations diffusées sur la performance. La volonté des groupes de communiquer sur la création de valeur actionnariale est souvent corrélée avec la quantité d'informations diffusée sur le capital immatériel. A partir de notre échantillon nous avons pu mettre en évidence une certaine convergence entre le classement des entreprises d'après la MVA et celui basé sur la qualité des informations contenues dans les rapports de gestion et portant sur la performance. A présent, il faudrait s'interroger sur les besoins réels ou apparents d'informations sur la performance chez les utilisateurs des rapports de gestion. Une réflexion sur l'image de la performance globale apparaît, dès lors, indispensable si l'on veut accroître la fiabilité et la pertinence de la communication des entreprises.

Références bibliographiques :

- Allard-Poesi F. , Drucker-Godard C. , Ehlinger S.(1999): « Analyses de représentation et de discours » in Méthode de Recherche en Management, ouvrage coordonné par R. A. Thiétart, Dunod.
- Amadiou P. (1998) : « L'information sectorielle publiée par les entreprises et son utilisation financière », thèse, Université Montpellier I.
- Atkinson, Waterhouse, Wells (1997) : “ A stakeholder Approach to Strategic Performance Measurement ”, Sloan Management Review.
- Bardin L. (1989) : « L'Analyse de contenu », PUF.
- Beaver W.H. (1981) : “ Financial Reporting : an accounting revolution ”, Englewoods Cliffs, Prentice Hall.
- Belkaoui A. (1978) : « Linguistic Relativity and Accounting », Accounting Organization and Society.
- Belkaoui A. (1984): « Théorie comptable », Presse Universitaire du Québec.
- Bernheim Y. (1999) : « Mesurer la performance » in la création de valeur, Banque Stratégie n° 61.
- Bescos P. (1990) : « Les besoins d'information dans l'octroi de crédits inter-entreprises » actes du XV ème congrès de l'AFC .
- Boland B. J., Pondy L. R. (1986): « The Micro-Dynamics of budget cutting process : modes, models and structure », Accounting, Organizations and Society », vol 11, n°4/5.
- Bourguignon A. (1995) : “ Peut-on définir la Performance ? ”, Revue Française de Comptabilité n°269.
- Casta J.F. (1995) : “ La comptabilité et ses utilisateurs ” in Encyclopédie de Gestion, Economica .
- Chiavelli A. (1982) : “ L'image fidèle des performances ”, actes du congrès de l'AFC.
- Cozian M., Viandier A. (1999) : « Droit des sociétés », Litec .
- Depoers F. (1998) : « La publication volontaire d'informations : une analyse empirique du comportement des sociétés françaises », Thèse Université Paris IX Dauphine.
- Evrard Y. , Pras B. , Roux E. (1998): « Market, études et recherches en marketing », Nathan.
- Fisher I. (1930) : “ The theory of interest ”, Macmillan.
- Frost C., Pownall G. (1994) : « Accounting Disclosure Practices in the United States and the United Kingdom », Journal of Accounting Research, vol 32, N° 1.
- Ijiri Y. (1975): « Theory of accounting measurement » studies in accounting research N° 10, American Accounting Association.
- Jensen M.C., Meckling W.H. (1976): “ theory of the firm : managerial behavior, agency costs and ownership structure ”, Journal of Financial Economics.

- Kaplan R., Norton D.(1996) : « The Balanced Scorecard », Harvard Business School Press.
- Lassègue P. (1963) : “ Le profit et le bénéfice de l’entreprise ”, Revue d’Economie Politique.
- Martory B. (1990) : “ Contrôle de Gestion sociale ”, Vuibert.
- Pariante S. (1997) : “ La création de valeur par l’entreprise ”, Analyse financière.
- Pasqualini F. (1991) : “ la diversité des utilisateurs de l’information comptable et l’unicité de l’information ”, Revue de Droit Comptable.
- Porter M. (1986): “ L’avantage concurrentiel ”, Interedition.
- Raffournier B. (1995) : « the determinants of voluntary financial disclosure by swiss listed companies »,European Accounting review, n°4.
- Richard J. (1989): “ Audit des Performances de l’entreprise ”, La Villeguérin.
- Tatikonda L. U., Tatikonda R. J. (1998): “ We need dynamic performance measures ”, Management Accounting.
- Trésor de la langue française, Gallimard/CNRS – 1988 et Shorter Oxford English Dictionary, Oxford Clarendon Press – 1973.