



L'IMMATERIEL CHEZ NCA ROUÏBA, UNE HISTOIRE DE 10 ANS

The intangible asset at NCA ROUÏBA, A STORY OF 10 YEARS

Rouag Soumia^{1*}

1 Ecole Supérieure de commerce +Revue des reformes Economique et intégration dans l'économie mondiale
(Algérie) soumiarouagg2cmpta@gmail.com

Date de Réception 02/03/2022; Date de révision : 08/09/2022 ; Date d'acceptation : 15/11/2022

Résumé

Cette étude traite Le cas de NCA ROUÏBA qui est une des entreprises cotées en bourse adoptant une culture de communication en matière d'investissement immatériel un peu développée et donnant une grande importance à l'immatériel. En fait, cela montre sa conscience de l'importance de ces investissements, motivée certainement par l'avantage espéré ainsi que la rentabilité anticipée par ses gérants.

En effet, c'est ce qu'on essaiera de vérifier en traitant les données financières et non financières concernant ce type d'investissement, sur une période de 10 ans, à travers une analyse statistique, on aura une idée sur les stratégies d'investissement immatériel, adoptées par cette entreprise ainsi que le degré de la rentabilité de ces investissements et leurs impact sur sa performance financière.

Mots clés : investissement immatériel, communication, stratégie, performance financière

Abstract (Not exceed 150 words) (Palatino Linotype; 9; CAPITAL LETTER. BOLD)

Body text (Palatino Linotype; 10)

This study treat NCA Ruiba, an entity quoted, that communicated many beneficial informations about its intangible investment, which attests that she gives importance to it and shows its awareness of the importance of this kind of investment, motivated by the expected benefit and the anticipated earning by its mangers.

In fact, what we try to verify through the traitement of this financial and non financial data concerning this type of investment, in 10 years, by analysing statistically this data, we will have an idea concerning the intangible investment strategy , adopted by the entity, and the degree of earning of this investment and their impact on the financial performance

Key words : intangible investment , communication, strategy, financial performance.

* Dr. Rouag Soumia, Soumiarouagg2cmpta@gmail.com

Introduction

L'insuffisance des informations utilisées pour la prise des décisions, constituait un problème dont les dirigeants, les analystes, les auditeurs...etc. en souffrent, il ne s'agit pas d'asymétrie d'information mais de méconnaissance comptable de l'immatériel. La comptabilité qui constitue l'outil principal pour la prise des décisions, ne communique pas d'informations suffisantes en matière de l'immatériel, ceci est justifié par l'écart constaté lors de l'entrée dans un marché financier (se coter en bourse) ou dans le cas d'un regroupement d'entreprise, ces deux cas permettent de révéler une nouvelle valeur.

Dans la majorité des cas de regroupement d'entreprise, l'acquéreur accepte de payer un prix supérieur à la valeur comptable de l'entreprise. Cet écart a été expliqué par l'existence d'éléments dont l'un des critères de comptabilité n'est pas respecté soit : être contrôlé par l'entreprise, générer des avantages économiques que l'entreprise peut évaluer d'une façon fiable, ou être non identifiable. Des critères restrictifs que les normes comptables internationales IAS/IFRS imposent, pour l'activation des dépenses immatériels en tant qu'actif.

Ces éléments dits immatériels, intangibles ou intellectuels sont reconnus en comptabilité en tant qu'actifs seulement dans le cas d'un regroupement d'entreprise dont la valeur représente l'écart d'acquisition qui est appelé fonds de commerce ou goodwill. L'immatériel d'une entreprise c'est les compétences de ses employés et leur savoir, c'est sa marque, ces clients, sa réputation, son processus organisationnel différent, son système d'information innovant, c'est grosso-modo ce qui distingue l'entreprise, ce qui lui génère des cash-flows et lui permet de préserver sa situation dans le marché, c'est par quoi elle se démarque.

Entre un besoin d'informations internes pour une prise de décision meilleure et un marché qui exige de plus en plus d'informations pour une évaluation plus précise (des entreprises cotées ou acquises), on se trouve obligé à développer de nouvelles formes de communication, qu'elle soient internes ou externes pour satisfaire ce besoin.

En plus du reporting financier que la législation exige à l'entreprise, les entreprises essaient de donner une description meilleure à ce qu'elle dispose comme ressource et ce qu'elle engage comme actions préservant son environnement, à travers le reporting intégré qui en plus d'être une source d'information financière, contient des informations qualitatives pertinentes.

En fait, cette communication a comme objectif, capturer de nouveaux investisseurs, clients et fournisseurs potentiels et augmenter ces chances à octroyer des crédits de financement. En parallèle, le dirigeant, l'investisseur, le banquier, le client, le fournisseur et tous ceux qui peuvent tirer bénéfice de leurs transactions avec l'entreprise, (parties prenantes), analysent la situation financière de l'entreprise et font des évaluations leur permettant de prendre des décisions. Leur analyse ne sera pas complète si les informations que l'entreprise communique, manque d'informations immatériels dont la part est très importante surtout dans les entreprises moins industrielles (de service, de communication,...). Avant de prendre n'importe quelle décision, on doit tout calculer, et on doit prendre en considération tous les critères et les facteurs qui peuvent fausser ce calcul. On ne peut pas juger que le projet soit rentable, que l'entreprise soit performante, que les cash-flows futurs seraient d'une valeur importante sans prendre en compte un risque d'échec qui varie en fonction de la situation interne et externe de l'entreprise

Problématique : Quel est le comportement de NCA Ruiba en terme d'immatériel et quel est son impact sur sa performance ?

D'une autre manière on cherche à comprendre est ce qu'elle donne de l'importance à ce type d'investissement et comment sa influent sur ses résultats et ses réalisations.

Etude antérieure dans le même contexte :

Dans son étude, Hamdi Pacha.N (2016) a analysé la relation entre les éléments immatériels et la création de valeur, à travers une modélisation d'équation structurelle ayant comme variable latentes dépendantes, capital humain, client, fournisseur ainsi que comme variable indépendante la création de valeur, elle a validé l'hypothèse de la synergie entre les éléments immatériels ainsi que celle de l'interrelation entre richesse immatérielle et valeur créée. Hamdi, a traité un échantillon de 120 PME et a utilisé AMOS pour l'analyse confirmatoire.

Sellou.H (2016) a traité les flux immatériels en optant pour une approche comptable. A travers un échantillon de 50 entreprises algériennes, ainsi il étudié, à travers une analyse statistique et économétrique, les liens qui pourraient exister entre les dépenses immatérielles et les différents indicateurs de performance financière, confirmant à la fin, l'existence de relation significative. En parallèle, sellou a proposé un ensemble de tableau de bord, visant l'identification et l'évaluation des immatériels.

Apport de ce travail :

L'avantage de ce travail c'est qu'il montre à quel point on donne de l'importance à ces flux en terme de budget, gestion des risques et communication, dans une période plus longue d'une seule entreprise, en tenant compte de ses particularités et ses spécificités et en comparant son comportement avec ses réalisation à travers une lecture des graphs et une analyse statistique.

1-QU'EST-CE QUE NCA ROUÏBA FAIT POUR LE DEVELOPPEMENT DE SA RICHESSE IMMATERIELLE SELON SES RAPPORTS INTEGRES ?

NCA ROUÏBA est une entreprise qui communique des informations pertinentes sur ses éléments immatériels surtout par rapport à ses homologues activant dans le même secteur. Pionnière en responsabilité sociale elle était choisie avec 2 entreprises¹ pour être accompagnée dans l'implantation de la norme ISO 26000. Cherchant de nouvelles ressources de financement, elle s'est cotée en bourse en 2013. Par ailleurs, NCA s'est démarquée grâce à sa présence dans pas mal d'événements intellectuels et sportifs.

Après l'analyse des rapports intégrés de NCA Rouïba pendant 10 ans, on a retenu ses stratégies d'investissement immatériel dans cette période

1-1-STRATEGIE D'INVESTISSEMENT EN CAPITAL HUMAIN² PAR ORDRE CHRONOLOGIQUE

« Car c'est en la valeur des hommes qu'il nous a été possible de rêver d'une autres NCA et nous touchons presque au but et nous ne comptions pas nous arrêter en si bon chemin»³

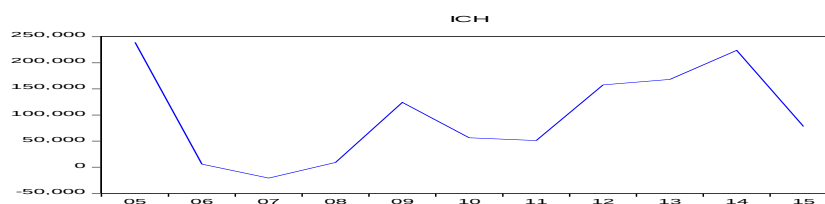
Figure n° 1 : L'évolution de l'investissement en capital humain Variation budget

¹ Parmi lesquelles Sascace (société algérienne des sacs enduits)

* La valeur de l'investissement immatériel est calculée à travers le compte de résultat tel que : I CH= Δ (charges personnel +sous-traitance) + formations

³Rapport intégré 2005

L'IMMATERIEL CHEZ NCA ROUÏBA, UNE HISTOIRE DE 10 ANS (PP. 201-210)



Source : rapport intégré (2005-2015), traité par Excel, graph fournie par Eviews-lite student 10.

Interprétation du graphe selon les rapports

1. En 2005

- Recrutement et formation dédiés à la force de vente ; avantage et rentabilité espérés : améliorer le chiffre d'affaire.
- Formation pour le règlement des dysfonctionnements décelés au niveau du supply Chain lors du diagnostic réalisé par Isotop-International ; avantage et rentabilité espérés : économie des coûts ;
- Formation pour motiver les employés et leur donner plus de polyvalence ; avantage et rentabilité espérée : augmentation de la productivité.

2. En 2006

- **Un désinvestissement** : Réduction des effectifs de 356 à 284 et cessation de l'activité de production du lait, **coût estimé** à 10880 KDA.

3. En 2010/2011

- Après son engagement ISO 26000, NCA a essayé d'améliorer son système rémunération à travers une rémunération à la performance « salaire au rendement », une masse fixe : salaire et charge, congés payés et provisions congé. et une masse variable : commission sur vente et « bonus ».

4. En 2013

- Le budget des formations était multiplié par 2 et concernait 407 salariés ;
- La disposition d'un observatoire lié au bien être des salariés ;
- Convention avec des pédiatres, cabinet de soins dentaires et radiologue pour la prise en charge gratuite des enfants des employés.
- Formation en Anglais dédiée aux employés
- NCA a décroché un prix d'innovation
- Formation en tri des déchets et bonnes pratiques d'hygiène ; en audit interne ; en négociation des contrats ; en supply Chain : outil et optimisation ; module informatiques ERP et business intelligence.

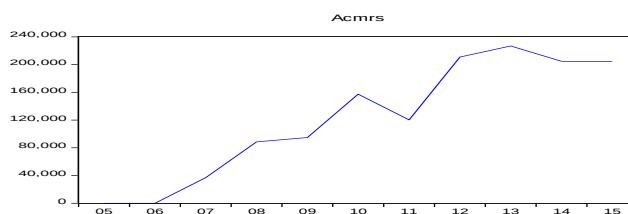
1-2-STRATEGIE D'INVESTISSEMENT EN CAPITAL CLIENT/ACTION COMMERCIALES⁴

*Reflète la valeur de la rubrique : dépense marketing ou dépense publicitaire

L'investissement en action commerciale, en marketing ou en capital client comme certains l'appel, est égale, selon ce travail, aux montants enregistrés dans la rubrique dépenses marketing. Cette dernière n'est pas présentée en détail dans le compte de résultat, or que les informations supplémentaires décrivent bien l'évolution de cette dépense.

Figure n° 2 : L'évolution de l'investissement en marketing chez NCA ROUÏBA

Variation budget



Années

Source : rapport intégré (2005-2015), informations financières traitées par Excel, graph fournie par EvIEWS-lite student 10.

1. En 2006

- Lancement d'une campagne publicitaire (télévision et radio), ainsi que 100 présentoirs métalliques.
- Affectation d'une équipe pour le merchandising et l'animation des points de ventes.
- 30000 opérations de visites clients, 60 opérations de dégustation.
- 25 opérations de sponsoring soirées pour jeunes, 10 opérations de sponsoring sportif.
- Une grande campagne publicitaire, un spot télé au mois de Ramadan ;
- Une campagne d'affichage urbain sur Alger, TiziOuzou, Oran, Setif, Annaba, Constantine ;

Rentabilité et avantage espérés : augmentation du chiffre d'affaire à travers l'amélioration de la perception de l'image de NCA Rouïba ;

2. en 2008/2009

- Auto-évaluation : 12ième marque à l'esprit des algériens, 7/10 algériens qui préfèrent son goût, 8 algériens sur 10 qui lui font confiance, 95% couverture nationale

3. En 2010/2011

- 6 films véhiculant les 6 valeurs de la marque ;
- Une nouvelle campagne publicitaire promesse de confiance ;

4. En 2013/2014

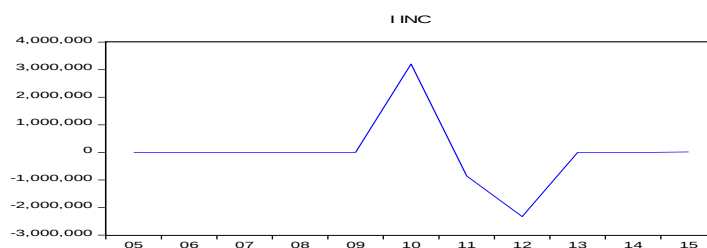
- Lancement d'un nouveau produit ROUIBA PULP avec une nouvelle formule, un nouveau branding et un nouveau pakaging.
- Participation dans les foires et les salons.

1-3-stratégie d'investissement en R & D et en logiciel⁵

« La fonction R&D, peut devenir plus productive que les investissements matériels, elle peut également avoir différents impacts sur le maintien de la compétitivité sur la croissance du chiffre d'affaire et sur la rentabilité »

- Etude de marché et veille technologique assurant que le produit soit d'une qualité qui répond aux besoins évolutifs des clients ;
- Création de nouveaux produits « innover pour mieux produire et mieux vendre »
- Conception des produits, étude des procédés de fabrication, amélioration des formules existants, utilisation de la technologie et des savoirs scientifiques développés par autrui.
- Logiciel ERP.

Figure n° 3 : L'évolution de l'investissement en actif incorporel chez Rouïba Variation budget



Source : rapport intégré (2005-2015), informations financières traitées par Excel, graph fournie par EvIEWS-lite student 10.

En effet, l'analyse des rapports, montre qu'à partir de 2010, l'entreprise a commencé à communiquer des informations non détaillées) sur ses investissements en actif incorporel. En fait, l'investissement en R&D et en logiciels chez ROUIBA sont des investissements périodiques à des montants faibles.

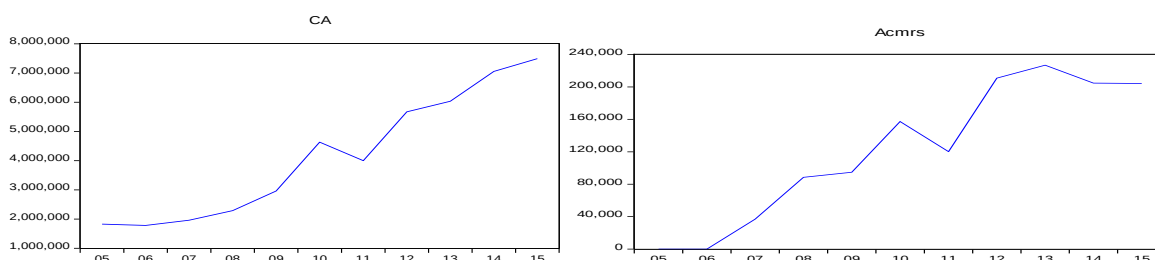
2-IMPACT DES INVESTISSEMENTS IMMATERIELS CHEZ ROUIBA SUR LA PERFORMANCE FINANCIERE ILLUSTRÉ PAR CA ET VA

A travers les données communiquées via les états financiers, on a essayé d'étudier l'impact financier des investissements immatériels et matériels réalisés par l'entreprise, sur sa performance financière représentée par son chiffre d'affaire et sa valeur ajoutée.

Graph n°4 : Similarité entre l'évolution du chiffre d'affaire et des actions commerciales

* L'investissement en incorporel = Δ Des actifs incorporels d'une année à une autre.

L'IMMATERIEL CHEZ NCA ROUÏBA, UNE HISTOIRE DE 10 ANS (PP. 201-210)

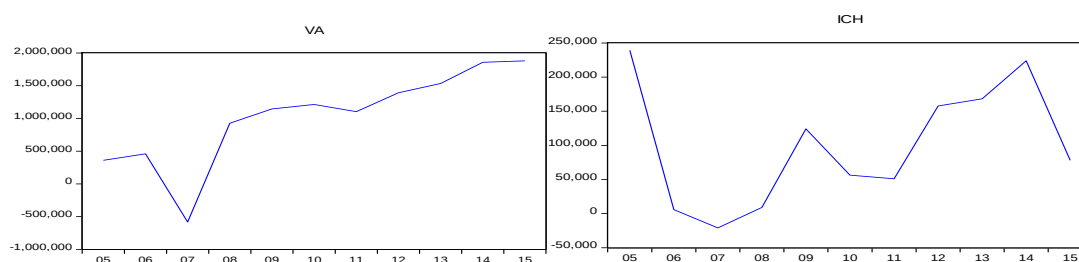


Source : rapport intégré (2005-2015), informations financières traitées par Excel, graph fournie par EvIEWS-lite student 10.

En analysant le graphe qui décrit l'évolution du chiffre d'affaire, on constate que son évolution suit presque le même rythme que celui des investissements en actions commerciales/en marketing. En 2011, le chiffre d'affaire a connu un recul, en parallèle, le budget affecté aux actions commerciales a été réduit. Ce pic montre qu'une stratégie d'investissement en marketing plus boostée aura ses effets positifs sur le court terme dans cette entreprise.

Le chiffre d'affaire continue son évolution, bien que l'entreprise a décidé de réduire ses dépenses marketing, cela est due principalement à l'effet des investissements réalisés dans les années précédentes qui continue à rapporter de la valeur des années après, par ailleurs, ça pourrait refléter les conditions économiques favorables dans cette période, où le gouvernement a adopté une politique expansionniste en augmentant les salaires. ROUÏBA, a tiré profit des conséquences positives qui en résultait, selon son rapport.

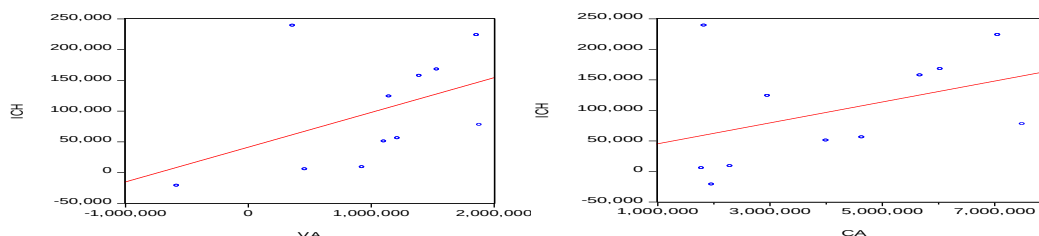
Graph n°5 : similarité entre l'évolution de la valeur ajoutée et l'investissement en capital humain



Source : rapport intégré (2005-2015), informations financières traitées par Excel, graph fournie par EvIEWS-lite student 10.

Par ailleurs, l'analyse de l'évolution de la valeur ajoutée, montre que la stratégie d'investissement en capital humain influence les valeurs ajoutées de l'entreprise. En fait, le désinvestissement réalisé en 2006, par la réduction des effectifs, avaient des conséquences négatives constatées dans la même année.

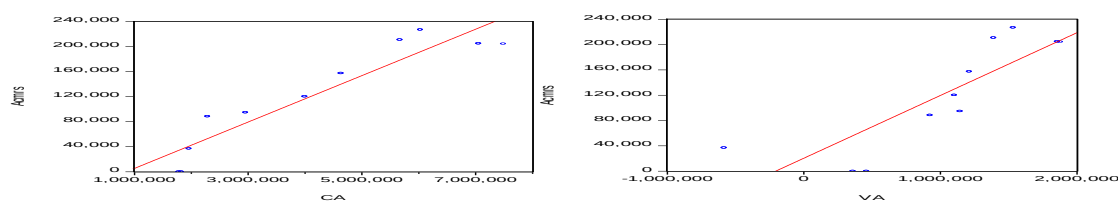
Graph n°6 : L'investissement en capital humain et la VA Graph n°7 : L'investissement en capital humain et le CA



Source : rapport intégré (2005-2015), traité par Excel, graph fournie par EvIEWS-lite student 10.

Figure n°8 : l'investissement en marketing et CA Figure n°9 : l'investissement en marketing et VA

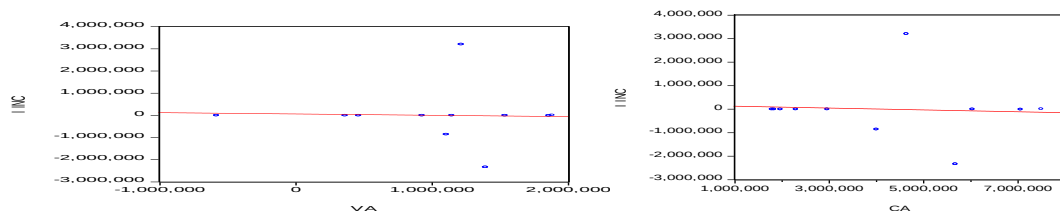
L'IMMATÉRIEL CHEZ NCA ROUÏBA, UNE HISTOIRE DE 10 ANS (PP. 201-210)



Source : rapport intégré (2005-2015), traité par Excel, graph fournie par Eviews-lite student 10.

On remarque que la pente est positive pour les 4 graphes au ci-dessus

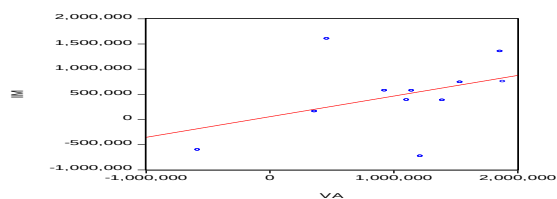
Figure n°9 : L'investissement en actifs incorporel / VA Figure n°10 : L'investissement en actif incorporel / le CA



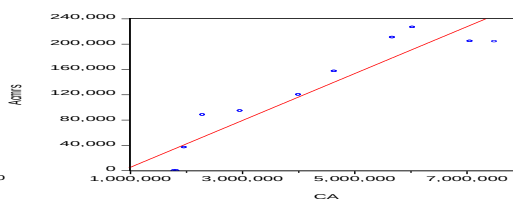
Source : rapport intégré (2005-2015), traité par Excel, graph fournie par Eviews-lite student 10.

On remarque que la Pente est presque nulle (négative)

Graph n°11 : L'investissement matériel et le VA

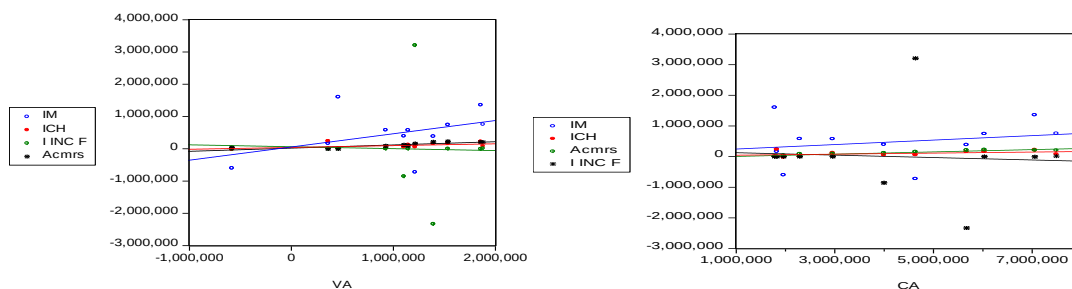


Graph n°12 : l'investissement matériel et le CA



Source : rapport intégré (2005-2015), traité par Excel, graph fournie par Eviews-lite student 10.

Figure n°16 : L'investissement immatériel et le CA Figure n°17 : l'investissement immatériel et la VA



En fait, la base des données utilisées ne contient pas un nombre d'informations suffisant pour pouvoir étudier en profondeur (statistiquement) cette série chronologique, c'est la raison pour laquelle on a choisi de décrire simplement la tendance de ces investissements à partir des graphes. L'existence d'une tendance (haussière, baissière ou stable) des graphes représentant l'investissement immatériel réalisé et ceux de la valeur ajoutée et du chiffre d'affaire, donne une image sur la rentabilité de ces investissements, par ailleurs ça offre une source d'information pertinente pour les décideurs pour le choix des investissements dans l'avenir.

En utilisant le logiciel E-views 10 student lite choisie pour la qualité des graphes qu'il fournit, on a donné une représentation graphique avec une illustration de la nature de la relation entre les variables. L'investissement en capital humain, en marketing, ainsi que l'investissement matériel comme variable explicative de la

variable chiffre d'affaire ou valeur ajoutée avait une tendance⁶. A contrario, l'investissement incorporel : les logiciels et les recherches et développements n'avaient presque pas de tendance.

En fait la tendance qui est l'existence d'une pente différente de 0, de la ligne de régression linéaire qui représente la droite qui minimise les erreurs, où la somme des distances entre la foule des points représentant le couple (investissement immatériel ; CA/VA) et la droite soit très réduite. A travers la méthode célèbre des moindres carrées, on pourra même estimer les variations potentielles futures.

Toutefois, pour que l'étude soit statistiquement fondée et pour une analyse plus détaillée, on aura besoin d'un échantillon à taille significative (au moins supérieure à 30, pour avoir des estimateurs non biaisés).

Le dernier graphe illustre le degré d'effet exercé par toutes les variables explicatives sur la variable à expliquer. On peut dire que dans cette entreprise industrielle, l'effet de l'investissement matériel occupe une grande importance et explique la majeure partie des valeurs générées. L'activité de NCA ROUÏBA, principalement industrielle, nécessite avant tout avoir les équipements et les machines nécessaires, ainsi c'est un levier de croissance pour cette entreprise.

En fait, le rôle de l'action commerciale qui est stratégique pour cette entreprise, a des avantages qui dépassent ceux générés par l'investissement en capital humain, cependant ces deux investissements restent d'une importance négligeable par rapport aux investissements matériels (le graphe de l'investissement matériel est situé au-dessus des graphes d'investissements en capital humain et d'investissement marketing).

en outre concernant, l'analyse de la variable investissement incorporel qui a enregistré des valeurs faibles chez ROUÏBA, même après l'adoption du système comptable financier qui a donné plus de transparence à cette variable, on peut dire que durant cette période cette entreprise ne tire pas profit de ce type d'investissement ou que son activité ne repose pas sur les logiciels et la R&D.

Confirmer ces constatations nécessitent des informations supplémentaires sur une durée plus longue, ainsi que faire une étude statistique approfondie.

3-Comportement de NCA Rouïba face au risque réputation

NCA s'est démarquée par ses actions sociales, elle essaye toujours de construire une bonne image à travers : Le sponsoring (l'équipe de basket handi basket de boufarik) ; le soutien des organisations culturels (INJAZ une organisation qui vise la promotion de l'entrepreneuriat) et autres.

En revanche, la destruction de 500 boîtes de jus de NCA, exportés à la Lybie, sous le prétexte d'un manque de conformité, a mis la réputation de NCA en péril, surtout que ses concurrents ont profité l'occasion pour diffuser une vidéo montrant cet événement en direct. Le dirigeant de ROUÏBA, a choisi une action défensive comme solution. Il a animé une conférence presse pour se justifier. En s'adressant à son public, il l'a assuré que la raison n'était pas la non-conformité et que c'était des produits dont la date de préemption enregistrée sur l'emballage, est dépassée (produits expirés). Le dirigeant de ROUÏBA a essayé de tourner le discours à sa faveur en citant les réalisations et les engagements de son entreprise, il a même parlé des difficultés rencontrées devant tous ceux qui veulent investir à l'international.

En fait, la réaction de NCA, montre qu'elle donne une grande importance à son capital réputation. Toutefois, rien ne peut assurer que ça suffirait pour convaincre ses clients, en Algérie ou dans d'autres pays là où elle

⁶ La tendance d'une droite c'est sa pente, le fait d'avoir une pente, soit positive ou négative, est expliquée par l'existence d'une relation entre les deux variables.

exporte⁷, pire encore ça pourrait avoir des répercussions sur sa part de marché potentielle surtout si ROUÏBA entend élargir ses exportations vers d'autres pays.

Un événement pareil n'est que le reflet d'une mauvaise gestion des stocks, une anarchie qui résulte d'un défaut organisationnel, parce que dans les entreprises qui ont écrit leurs noms, tout doit être calculé. En outre, Cet accident pourrait avoir des conséquences négatives très difficiles à corriger. En fait, l'analyse de ces effets, ne pourra être réalisée, car l'événement est récent, il date de 2019, alors que l'impact ne sera constaté que des années plus tard.

Conclusion :

Chez NCA Rouïba, se distingue des entreprises qui activent dans le même secteur, elle présente parfaitement ses stratégies d'investissements immatériels, ainsi ses réalisations sont compatibles avec son comportement. D'après l'analyse statistique que l'on a réalisée, NCA a réussi à tirer profit surtout de son capital humain et sa marque/capital client. Sa stratégie de gestion des risques défensive, montre qu'elle donne de l'importance à sa réputation. Cependant, elle aurait pu être plus prudente en ayant une stratégie anticipant ce type de risques surtout qu'elle active dans un secteur, où les risques sont intenses.

Références

1-Nadia Hamdi-Pacha« **Le capital intellectuel et son impact sur la valeur cas des entreprises algériennes** », thèse pour l'obtention du titre docteur en sciences de gestion, 2016, Ecole Supérieure de Commerce, Kolea.

2- Sellou-Charikhi. H, « **Les immatériels de l'entreprise ; une dépense de fonctionnement, un investissement ou une nouvelle forme de capital** », Revue des reformes Economique et intégration dans l'économie mondiale Volume 8, Numéro 16, Pages 91-117

3- Rapport **NCA Rouiba**, Algérie, 2016.

4-www.djazairess.com>letemps du 19/02/2019 consulté le 06/10/2019 18 :0

*Selon son rapport intégré de 2013, NCA exporte à la Lybie, la Mauritanie, le Sénégal, le Burkina-Faso, l'Angleterre et le Canada et elle se préparait pour exporter à la Tunisie.

