



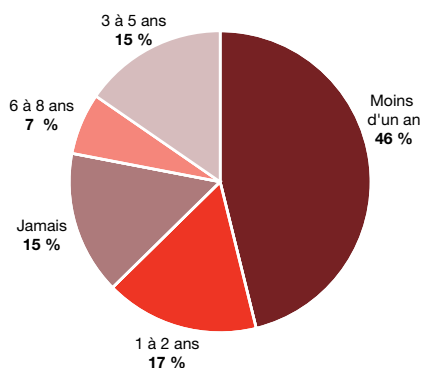
Sondage éclair - Mai 2010

Perspectives sur la création de valeur (résultats du sondage éclair de PwC)

« Les propriétaires de sociétés privées devraient toujours accorder la même importance à l'optimisation des bénéfices à court terme et à l'augmentation de la valeur à long terme lorsqu'ils prennent des décisions stratégiques », déclare Michael Epstein, associé, Services aux sociétés privées, PricewaterhouseCoopers LLP/s.r.l./s.e.n.c.r.l. L'analyse des résultats du dernier sondage éclair réalisé par PwC auprès de 91 sociétés privées révèle que près de la moitié des répondants ont utilisé des mesures quantitatives pour établir la valeur de leur entreprise au cours de la dernière année. « Ce sont là des nouvelles encourageantes », observe M. Epstein qui indique néanmoins qu'un grand nombre d'entre eux l'ont probablement fait dans le but de profiter des moins-values découlant de la récession économique pour procéder à un gel successoral. « Ils cherchent plus à réduire les impôts à payer qu'à accroître la valeur, critère pourtant essentiel pour la durabilité et la croissance d'une entreprise, quelle que soit sa taille. »

Selon le sondage, 15 % des répondants n'ont jamais chiffré la valeur de leur entreprise (fig. 1). Pourtant, comme le fait remarquer M. Epstein : « Comment pouvez-vous faire prospérer votre entreprise si vous ne savez pas combien elle vaut? Tout comme vous vous renseignez sur la valeur de votre portefeuille de placements REER, vous devez connaître la valeur de votre société à la date de clôture de chaque exercice. C'est même plus important puisque la valeur de votre entreprise peut représenter jusqu'à 80 % de votre patrimoine. Mieux vaut demeurer au courant. »

Figure 1. Quand avez-vous quantifié la valeur de votre entreprise pour la dernière fois?
(Tous les répondants)



Étonnamment, 7 % des répondants ayant avoué n'avoir jamais chiffré la valeur de leur entreprise ont indiqué que le dirigeant était le principal déterminant de la prospérité future de l'entreprise (fig. 2).

« Pour nombre de petites entreprises, la valeur de la société repose plus sur le propriétaire que sur les activités exercées », explique M. Epstein. « Le propriétaire est un élément essentiel de la réussite de l'entreprise, mais celle-ci ne peut reposer uniquement sur une équipe de direction responsable de gérer la performance. Advenant l'absence prolongée ou la disparition soudaine du dirigeant, qu'arrive-t-il à la valeur de l'entreprise? La situation est différente dans les grandes entreprises où la continuité des activités s'appuie habituellement sur les principaux dirigeants et non sur une seule personne. C'est crucial pour créer de la valeur. »

Selon les résultats du sondage, 36 % des répondants comprennent que la réussite future de leur entreprise ne dépend pas d'un élément en particulier, mais bien de plusieurs facteurs, notamment les employés, l'équipe de direction, la proposition de valeur et la stratégie d'entreprise, ainsi que sur leur dirigeant. En revanche, 63 % n'ont mentionné qu'un seul des éléments ci-dessus comme principal inducteur de valeur, et 6 % ont classé la stratégie comme vecteur essentiel de prospérité future (fig. 3). « La stratégie fait toute la différence entre une approche réactive et une approche proactive pour obtenir des résultats concrets », souligne M. Epstein. « Si vous ne considérez pas la stratégie comme l'une de vos forces principales, vous courez un risque, puisqu'elle permet d'atteindre des buts et de réaliser des objectifs et, partant, d'accroître la valeur. »

Lorsqu'on leur a demandé dans quelle mesure leurs employés connaissaient les objectifs de l'entreprise et sa position concurrentielle, 64 % des personnes sondées ont répondu « bien » ou « très bien » (fig. 4). La proportion est de seulement 43 % dans le cas des entreprises dont la valeur n'a jamais été chiffrée (fig. 4). De conclure M. Epstein : « Même s'il n'y a pas nécessairement de relation directe entre l'évaluation quantitative de la valeur et la capacité d'un employé de formuler la proposition de valeur de l'entreprise, il importe que les employés comprennent les objectifs et les forces de l'organisation, en particulier s'ils ont des droits de propriété sur l'entreprise. Ils seront portés à mieux comprendre la valeur actuelle s'ils participent à la croissance de la valeur future. »

La croissance reste l'objectif ultime. Le fait de comprendre la valeur de l'entreprise et les moyens de l'augmenter est utile tant à court terme qu'à long terme puisque cela peut permettre d'attirer des employés talentueux, de réaliser des alliances stratégiques, d'obtenir du financement et, à la longue, des acheteurs lorsque vous serez prêt à vendre.

Figure 2. Veuillez choisir l'option la plus appropriée pour compléter la phrase suivante. La réussite future de notre entreprise repose principalement sur... (Répondants qui n'ont pas quantifié la valeur de leur entreprise)

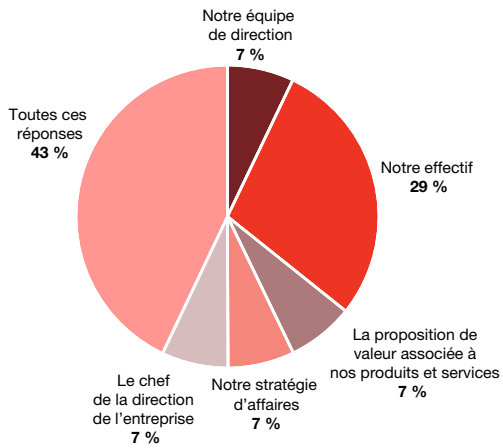


Figure 3. Veuillez choisir l'option la plus appropriée pour compléter la phrase suivante. La réussite future de notre entreprise repose principalement sur... (Tous les répondants)

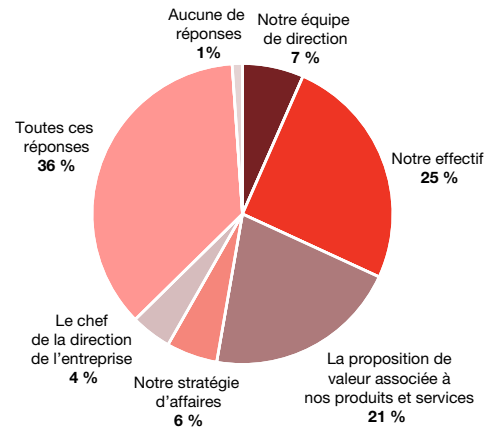
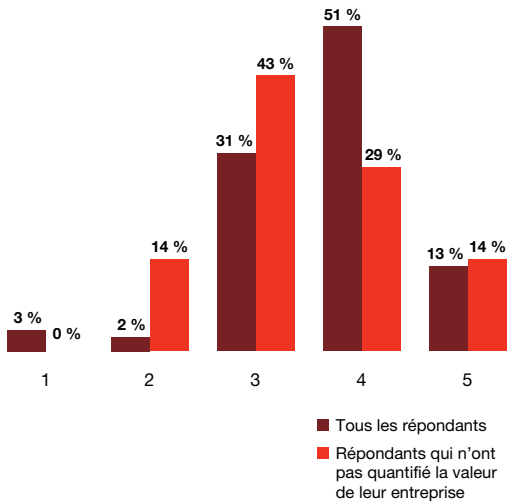


Figure 4. Sur une échelle de 1 à 5, 1 étant « pas du tout » et 5 étant « très bien », dans quelle mesure vos employés arriveraient-ils à décrire les objectifs et la position concurrentielle de l'entreprise? (Tous les répondants)



Contacts

Michael Epstein
 Associé, Services aux sociétés privées
 416 218 1550
 michael.epstein@ca.pwc.com

Eric Andrew
 Leader national, Services aux sociétés privées
 604 806 7500
 eric.s.andrew@ca.pwc.com

