



Diagramme 302 – Les différentes perceptions de la valeur

Nous avons donc trois perceptions de la valeur :

&

- **Overall Value Creation (OVC).**

Il s'agit de la valeur créée constatée jusqu'à présent par les marchés financiers.

$$OVC = \text{Capitaux Propres} + \text{Provisions Réglementées} + \text{Dettes Nettes} + \text{Trésorerie}$$

&

- **Unrecognized Value Creation (UVC).**

Il s'agit de la valeur future estimée par les marchés financiers.

$$UVC = \text{Nb Actions} * \text{Cours En Bourse} + \text{Dettes Nettes} + \text{Trésorerie}$$

&

- **Strategic Value Creation (SVC).**

Il s'agit de la valeur future estimée par les dirigeants de l'entreprise.

$$SVC = \text{Capitaux Propres} + \text{Provisions Réglementées} + \text{Dettes Nettes} + \text{Trésorerie} + \text{EVA} + \text{MVA}$$

7.8.2.3 Le contenu de la communication

Le contenu de la communication doit montrer un raisonnement logique et maîtrisé dont la finalité est de rassurer le lecteur. Il comprend donc les éléments suivant dans cet ordre :

- **Analyse de l'activité.**
Les activités stratégiques, le positionnement, etc.
- **Analyse de l'industrie.**
Les cinq forces de **Michael PORTER**.
- **Modèle économique.**
Notamment pour les activités vache à lait et étoile.
- **Modèle de développement.**
Notamment pour les activités étoile et incertitudes.
- **Plan de financement.**
Les besoins, les modes et le calendrier.
- **Valorisation.**
Sous la forme absolue et de ratios tels ceux présentés précédemment.