

UNIVERSITE MOULOUD MAMMARI TIZI-OUZOU  
FACULTE DES SCIENCES ECONOMIQUES, COMMERCIALES ET DES  
SCIENCES DE GESTION  
DEPARTEMENT DES SCIENCES FINANCIERE ET COMPTABILITE



## *Mémoire de fin de cycle*

En vue de l'obtention du diplôme de Master en Sciences de Gestion  
Spécialité : Finances d'entreprise

### **THEME :**

*Le rôle de la communication financière dans  
l'augmentation du profit de l'entreprise  
Cas de la EURL Arcadia*

**Réalisé par :**

LAFDAL Kheireddine

SELMANI Yasmine

**Dirigé par :**

Mr SADOUD Ahmed

**Devant le jury composé de :**

**Président : OUSSAID Aziz**

**MAA**

**UMMTO**

**Examineur : HAMI Lounes**

**MAA**

**UMMTO**

**Rapporteur : SADOUD Ahmed**

**MCB**

**UMMTO**

Promotion : 2022/2023

# Remerciements

*À l'issue de notre mémoire nous tenons à remercier le bon Dieu, tout puissant de nous avoir permis de mener à bout ce travail.*

*Nous tenons ensuite à exprimer toute notre reconnaissance et notre gratitude à toutes les personnes qui nous ont soutenues*

*pour la réalisation de ce travail principalement :*

*Nos vifs remerciements vont en premier lieu à notre promoteur*

*Mr. **SADOUD AHMED** pour avoir accepté de diriger ce modeste travail, pour sa disponibilité, ses précieux conseils et ses remarques pertinentes au cours de la réalisation de ce mémoire.*

*Nos remerciements vont également aux membres de jury qui ont*

*accepté de lire et d'évaluer notre travail.*

*Nous remercions nos deux familles « **LAFDAL** » et « **SELMANI** »*

*qui ont toujours été à nos côtés*

*Nous remercions tous nos amis et collègues et toute personne ayant contribué de près ou de loin à la réalisation de ce mémoire.*

# *Dédicaces*

*Je dédie ce projet de fin d'études à ma chère maman **MAMMAR CHAUCHE NACERA** qui m'a soutenue, aidée et supportée tout au long de la préparation de ce mémoire.*

*À mon cher papa **AHMED***

*À ma grande sœur **NASSIMA***

*À mon petit frère **ALI RAYANE***

*Je vous dois tous ce que je suis aujourd'hui.*

*À ma tante **CHAVHA** et son époux **LOUNES DJEBARRI***

***YASMINE SELMANI***

# *Dédicaces*

*Je dédie ce projet de fin d'études à ma chère maman **MAAMAR CHAUCHE NACERA** qui m'a soutenue, aidée et supportée tout au long de la préparation de ce mémoire.*

*À mon cher papa **AHMED***

*À ma grande sœur **NASSIMA***

*À mon petit frère **ALI RAYANE***

*Je vous dois tous ce que je suis aujourd'hui.*

*À ma tante **CHAVHA** et son époux **LOUNES DJEBARRI***

*À ma chère Grand-Mère **JIDDA FATIMA***

***SELMANI YASMINE***

# *Dédicaces*

*Je dédie ce projet de fin d'études à ma chère maman **LAFDAL GHALIA** qui m'a soutenue, aidée et supportée tout au long de la préparation de ce mémoire.*

*À mon cher papa **ABEDNNOUR***

*À ma deux sœurs **CHAHINAZ ET HOUDA***

*À mon petit frère **ABEDRAHIM***

*Je vous dois tous ce que je suis aujourd'hui.*

*À mes chers grands parents **YOUCEF et MOHAND***

**LAFDAL KHEIREDDINE**

## Liste des abréviations

**AFEP** : Association française des entreprises privées

**AMF** : Autorités des marchés financier

**ANC** : Actif Net Comptable

**APE** : Appel public à l'Épargne

**ASC** : Accounting Standards Codification

**BOC** : Bulletin Officiel de la Cote

**BVMA** : Bourse des Valeurs Mobilières d'Alger

**COSOB** : Commission d'Organisation et de Surveillance des Opérations de Bourse

**DCT** : dépositaire central des titres

**EITF** : Emerging Issues Task Force (

**Eurl** : entreprise unipersonnelle à responsabilité limitée

**FAQ** : Questions fréquemment posées

**FASB** : Financial Accounting Standards

**FCA** : Financial Conduct Authority

**IASB** : International Accounting Standards Board

**IFRS** : International Financial Reporting Standards

**IOB** : Intermédiaire en Opérations de Bourse

**IPO** : Initial Public Offering

**MEDEF** : Mouvement des entreprises de France

**OAT** : obligations assimilables du Trésor

**OPV** : Procédure d'offre publique de vente

**PCAOB** : Public Company Accounting Oversight Board

**PME** : Petite et moyenne entreprise

**SEC** : Securities and Exchange Commission

**SGBV** : La Société de Gestion de la Bourse des Valeurs

**SOX** : Sarbanes-Oxley Act

**SPA** : Société par action

**US GAAP** : Generally Accepted Accounting Principles

## Sommaire

Introduction générale .....	1
<b>Chapitre 1 : Les bases de la communication financière</b>	
Introduction .....	5
Section 01 : Introduction à la communication financière.....	6
Section 02 : Les outils de la communication financière .....	12
Section 03 : Les normes et Réglementations en matière de communication financière .....	22
Conclusion .....	31
<b>Chapitre 2 : L'introduction en bourse et ses enjeux</b>	
Introduction .....	32
Section 01 : Mécanisme d'une introduction en bourse. ....	33
Section 02 : Le rôle de la communication financière dans une introduction en bourse .....	46
Section 03 : L'impact de la communication financière sur la réussite de l'introduction en bourse .....	51
Conclusion .....	55
<b>Chapitre 3 : Le rôle de la communication financière dans l'augmentation du profit de l'entreprise Cas de la EURL Arcadia Etudes et Voyages.</b>	
Introduction .....	56
Section 01 : Présentation de l'entreprise Arcadia Etude et Voyages.....	57
Section 02 : Les conditions et le processus complet de l'introduction en bourse de la PME	
Section 03 : Le rôle de la communication financière dans l'augmentation du profit de l'entreprise cas d'Arcadia. ....	66
Conclusion .....	78
Conclusion générale .....	80

# **Introduction Générale**

### Introduction générale

De la communication gestuelle des premiers Hommes à l'avènement d'Internet, la communication a traversé différentes évolutions<sup>1</sup>, passant de moyens simples et primitifs à des solutions plus sophistiquées. Pourtant, malgré ces changements, la communication a toujours conservé son rôle essentiel dans le partage, la transmission et l'interaction d'une multitude d'informations.

En effet, la communication est omniprésente dans tous les domaines pour partager des informations de tout type. De même, dans les domaines scientifiques, médicaux, artistiques, éducatifs et bien d'autres, la communication joue un rôle fondamental pour diffuser des connaissances, échanger des idées, promouvoir des innovations et favoriser la collaboration.

De manière similaire, dans le monde des affaires, l'information comptable et financière est d'une importance primordiale. À cet égard, il faut souligner que le début de la divulgation des informations financières des entreprises remonte à plusieurs siècles.

Au début du XXe siècle, une étape cruciale fut franchie avec l'introduction des premières réglementations et normes comptables. Les gouvernements et les organismes de réglementation ont pris conscience de l'importance de la transparence financière pour protéger les intérêts des investisseurs et du public. En particulier depuis l'émergence de crises bancaires, économiques et boursières telles que le jeudi noir, le lundi noir et la crise des subprimes<sup>2</sup>. Ces événements ont mis en évidence la nécessité d'une communication plus approfondie et transparente sur les données financières. Les entreprises, quelles que soient leur taille, ont été confrontées à une demande croissante de transparence pour renforcer la confiance des investisseurs, des clients et des régulateurs.

Ainsi, la communication efficace des informations comptables et financières est devenue cruciale pour les entreprises afin d'informer les parties prenantes sur la santé financière et les performances économiques d'une entreprise. Son objectif principal est de fournir les éléments nécessaires pour comprendre et évaluer les résultats financiers d'une entreprise. Traditionnellement, cette pratique était principalement adoptée par les grandes entreprises, mais elle s'est étendue à des entreprises de toutes tailles qui peuvent tirer profit d'une stratégie de communication financière bien pensée.<sup>3</sup>

---

<sup>1</sup> Equipe Kalam time, 2021, « Evolution de la communication de l'antiquité aux temps moderne », Kalam Time blog disponible sur <https://www.kalamtime.com/blog/evolution-of-communication/>, Consulté le 01/10/2023

<sup>2</sup> Jean-Yves Léger, « Chapitre17 : La communication financière ; publié dans : La communication », Edition Vuibert, Paris, 2018, p377

<sup>3</sup> <https://www.o-communication.com/communication/communication-financiere/> Consulté le 30/09/2023

Effectivement, la communication financière ne se limite pas à la simple diffusion d'informations financières. Elle implique également une approche proactive axée sur la transparence et la clarté dans la présentation des résultats, des indicateurs clés, des perspectives et des objectifs financiers de l'entreprise.

Afin de bâtir une solide réputation et de réaliser ses objectifs, une entreprise doit promouvoir la transparence dans la divulgation de ses informations financières. Pour ce faire, elle doit mettre en place une stratégie de communication financière efficace, reposant sur l'utilisation de divers canaux de communication tels que les rapports annuels, les communiqués de presse, les présentations aux investisseurs, les conférences téléphoniques, les sites web d'entreprise et les médias sociaux. L'objectif de cette stratégie est d'engager un large éventail de parties prenantes, notamment les actionnaires, les investisseurs, les analystes financiers, les employés, les clients, les fournisseurs, les régulateurs et le grand public.<sup>4</sup>

En outre, la communication financière joue un rôle crucial dans la collecte de fonds nécessaires pour l'entreprise. Lors d'une introduction en bourse ou d'une offre publique d'épargne, une stratégie de communication financière efficace est essentielle pour attirer les investisseurs et déterminer le prix et le volume des actions émises. En divulguant de manière transparente et complète les informations financières pertinentes, l'entreprise renforce la confiance des investisseurs potentiels, ce qui facilite la levée de capitaux nécessaires à son développement et à la réalisation de ses projets. De plus, une communication financière claire et accessible permet aux parties prenantes de mieux comprendre la santé financière de l'entreprise, ce qui peut favoriser des relations durables avec les actionnaires, les clients, les fournisseurs et les régulateurs. En somme, une stratégie de communication financière bien pensée et bien exécutée contribue à l'établissement d'une réputation solide, à l'atteinte des objectifs de l'entreprise et à la création de valeur pour toutes les parties prenantes concernées.

En vue de répondre aux exigences de divulgation d'informations les autorités de régulation financière telles que la SEC aux États-Unis, l'AMF en France et la FCA au Royaume-Uni jouent un rôle essentiel dans la supervision et la réglementation des marchés financiers. Elles établissent des règles et des exigences en matière de communication financière pour garantir la transparence et la fiabilité des informations divulguées. Parallèlement, les normes comptables internationales, telles que les IFRS développées par l'IASB, fournissent des directives sur la préparation et la présentation des états financiers. Ces normes visent à assurer la comparabilité des performances entre les entreprises et les pays.

---

<sup>4</sup> <https://bilis.com/blog/comment-soigner-sa-communication-financiere/> Consulté le 30/09/2023

Ainsi, ces réglementations et normes contribuent à créer un environnement où la divulgation d'informations financières est réglementée, transparente et uniforme, ce qui renforce la confiance des investisseurs et facilite la prise de décision éclairée.

En synthèse, la communication financière contribue à renforcer la crédibilité, la transparence et la réputation de l'entreprise, ce qui renforce la confiance des investisseurs. Elle favorise également des relations commerciales solides, une fidélité accrue des clients et de nouvelles opportunités commerciales, ce qui peut se traduire par une augmentation des revenus et des bénéfices. De plus, en alignant les objectifs financiers avec ceux des employés, la communication financière favorise l'engagement et la productivité, conduisant ainsi à une amélioration de l'efficacité opérationnelle et à une augmentation du profit global.<sup>5</sup>

- **Objectif de la recherche**

L'objectif de cette recherche qualitative est d'identifier le rôle d'une stratégie de communication financière efficace dans l'augmentation du profit d'une entreprise notamment PME, en mettant particulièrement l'accent sur le contexte lors de son introduction en bourse.

- **Le motif du choix du sujet**

La communication financière joue un rôle essentiel dans la diffusion d'informations financières pertinentes aux parties prenantes internes et externes d'une entreprise. Notre choix de ce sujet découle de sa nature intégrale à la gestion de l'entreprise, ainsi que de son alignement avec notre filière d'étude en finance d'entreprise. Il est donc particulièrement pertinent d'explorer de plus près l'impact de la communication financière sur l'augmentation des revenus et des bénéfices d'une PME cotée en bourse. Cette recherche vise à comprendre comment une communication financière efficace peut contribuer à maximiser les résultats financiers d'une PME dans ce contexte spécifique.

### **Détermination de la problématique de recherche**

La problématique centrale de notre travail de recherche est la suivante :

- **En quoi une communication financière efficace permet-elle une augmentation du profit des entreprises notamment des PME algériennes ?**

---

<sup>5</sup> Thierry Libaret, Marie-Hélène Westphalen, « La communication externe des entreprise », Edition Dunod, Malakof, 2018, p54

Pour répondre à cette question, nous aborderons plusieurs sous-questions, notamment

- Qu'est-ce une communication financière, quels sont ses outils, ses objectifs et ses régulateurs
- Quels sont les outils de communication financière utilisés lors des différentes phases de l'introduction en bourse ?
- Une communication financière efficace est-elle un facteur de la réussite d'une introduction en bourse ?

### **La méthode de recherche**

Nos méthodes de recherche incluent une analyse documentaire pour définir le cadre théorique et une enquête sur le terrain. Cette dernière nous permettra de recueillir des données empiriques spécifiques aux PME algériennes.

### **La présentation du plan de recherche**

Ce travail est structuré en trois chapitres : les deux premiers chapitres constituent le cadre théorique, tandis que le troisième chapitre est dédié à la recherche empirique.

Le premier chapitre, intitulé "Les bases de la communication financière", examinera les fondements théoriques de la communication financière. Le deuxième chapitre se concentrera sur "L'introduction en bourse et ses enjeux.

Enfin, le dernier chapitre, intitulé "L'impact de la communication financière lors de la cotation des PME et son rôle dans l'augmentation du profit des entreprises cotées", se basera sur la recherche empirique. Il explorera comment une communication financière effective peut influencer les résultats financiers des PME cotées en bourse, en mettant en évidence son rôle dans l'augmentation du profit de ces entreprises

# **Chapitre 1**

## **Les bases de la communication financière**

### Introduction

Avant les années 1990, la pratique de la communication financière était moins importante qu'aujourd'hui. Elle se limitait principalement à la publication d'informations financières réglementaires plus ou moins brutes, avec des exigences moindres en termes de quantité et de fréquence. Depuis lors, la communication financière est devenue stratégique et doit être transparente et compréhensible pour tous les investisseurs.<sup>6</sup> Précisément après le krash boursier de 1929, les gouvernements ont compris la nécessité de protéger les actionnaires et les investisseurs. Pour ce faire, des mesures ont été prises aux États-Unis avec la promulgation du Securities Act de 1933 et le Securities Exchange Act de 1934, qui ont créé la commission de sécurité et d'échange «SEC ». Cette agence fédérale a pour mission de réglementer les marchés financiers et d'exiger la divulgation d'informations financières<sup>7</sup>. En France, la loi du 24 juillet 1935 a également été mise en place pour imposer des obligations de transparence et de divulgation aux entreprises.

Ces mesures ont renforcé la réglementation et la supervision des marchés financiers pour prévenir les fraudes et les manipulations du marché, rétablir la confiance et protéger les investisseurs.

Dans ce chapitre, nous débuterons par une explication de la communication financière, en décrivant sa nature et ses objectifs. Nous aborderons ensuite les divers outils utilisés dans ce domaine pour transmettre des informations financières aux parties prenantes. Par la suite, nous explorerons les normes et réglementations qui régissent la communication financière.

---

<sup>6</sup> Jean-Yves Léger, « La communication financière », Edition Pearson France, Paris, 2019, p04

<sup>7</sup> [https://www.law.cornell.edu/wex/securities\\_exchange\\_act\\_of\\_1934](https://www.law.cornell.edu/wex/securities_exchange_act_of_1934) Consulté le 30/09/2023

## Section1 : Introduction à la communication financière.

La communication financière est un aspect crucial de l'entreprise moderne et ses objectifs incluent le respect des obligations légales, l'information des parties prenantes, l'instauration de la confiance et de la crédibilité, l'amélioration de la réputation de l'entreprise, l'attraction des investisseurs et l'amélioration de l'efficacité du marché.<sup>8</sup>

### 1.1 Définition et objectifs.

La communication financière réellement est apparue à compter des années 1990. Auparavant, il s'agissait essentiellement d'une émission d'informations financières réglementaires plus ou moins brutes, dont les exigences (quantité et fréquence) étaient moindres qu'aujourd'hui<sup>9</sup>.

#### 1.1.1 La définition de la communication financière

Selon l'expert en communication financière Jean-Yves Léger,

La communication financière englobe toutes les actions de communication qu'une entreprise entreprend pour informer ses différents publics sur sa situation financière, son activité, ses perspectives et sa stratégie. Cette communication doit être claire, transparente et accessible à tous les publics, notamment les actionnaires, les investisseurs, les analystes financiers et les journalistes spécialisés dans les affaires. Celle-ci permet de renforcer la confiance des investisseurs et de favoriser une compréhension approfondie de l'entreprise et de ses enjeux financiers. En somme, la communication financière est un outil de dialogue et de transparence qui facilite les échanges entre l'entreprise et ses parties prenantes financières.

Autrement dit, La communication financière consiste à transmettre des informations financières importantes à diverses parties prenantes telles que les investisseurs, les analystes financiers, les régulateurs et le public en général. Cette communication peut prendre différentes formes, notamment des rapports annuels, des présentations aux investisseurs et des publications sur les réseaux sociaux<sup>10</sup>. Les informations financières communiquées incluent généralement

---

<sup>8</sup>Florence Benoit-Moreau, Eva Delacroix, Christel de Lassus, « Maxi Fiches de communication marketing », Edition Dunod, Malakoff, 2011, p106

<sup>9</sup> Florence Benoit-Moreau, Eva Delacroix, Christel de Lassus, « Maxi Fiches de communication marketing », Edition Dunod, Malakoff, 2011, p109

<sup>10</sup> <https://infonet.fr/lexique/definitions/communication-financiere/> Consulté le 01/10/2023

les résultats financiers de l'entreprise tels que le chiffre d'affaires, les bénéfices, les flux de trésorerie et les projections financières.

Les experts financiers sont importants dans ce processus en aidant les entreprises à préparer des informations financières précises et significatives pour les parties prenantes<sup>11</sup>. La communication financière est essentielle pour aider les parties prenantes à comprendre la performance financière de l'entreprise et à prendre des décisions éclairées en matière d'investissement, de prêt ou de réglementation.

### 1.1.2. Les objectifs de la communication financière

La communication financière a plusieurs objectifs différents. Les principaux objectifs sont les suivants

- **Assurer la conformité réglementaire**

La communication financière est importante pour assurer la conformité aux réglementations en matière de divulgation d'informations sur les risques, les performances financières et les événements importants.

- **Informar les parties prenantes**

La communication financière vise à fournir des informations financières pertinentes aux parties prenantes telles que les investisseurs, les analystes financiers, les prêteurs et les régulateurs. Ces informations peuvent aider les parties prenantes à prendre des décisions éclairées en matière d'investissement, de prêt ou de réglementation.

- **Établir la crédibilité**

La communication financière peut aider à établir la crédibilité de l'entreprise en démontrant sa transparence et sa capacité à fournir des informations financières précises et fiables.

- **Promouvoir l'image de l'entreprise**

La communication financière peut être utilisée pour promouvoir une image positive de l'entreprise auprès des parties prenantes et du public en général. Elle peut mettre en avant les réalisations de l'entreprise et ses perspectives.

- **Faciliter l'accès au capital**

La communication financière efficace peut aider une entreprise à attirer l'attention des investisseurs et des prêteurs potentiels en communiquant sur ses performances

---

<sup>11</sup> Alexandre Evin-Leclerc, « Gestion et Finance Publique », Edition Lavoisier, Paris, 2017, p48

financières et ses perspectives. Cela peut faciliter l'accès au capital nécessaire pour financer les activités et le développement de l'entreprise.

## 1.2 Les parties prenantes de la communication financière

La communication financière englobe un éventail de parties prenantes, qu'elles soient des individus ou des groupes, qui manifestent un intérêt pour les informations financières de l'entreprise. Chacune de ces parties a des attentes spécifiques et utilise les informations financières de manière distincte pour répondre à leurs besoins et atteindre leurs objectifs.<sup>12</sup>

### 1.2.1 Les différentes parties prenantes de la communication financière

La communication financière implique plusieurs parties prenantes, voici une description détaillée de quelques-unes des parties prenantes les plus importantes.

- **Les investisseurs**

Les investisseurs sont des parties prenantes clés de la communication financière car ils cherchent à comprendre la performance financière de l'entreprise pour prendre des décisions d'investissement éclairées. Les investisseurs peuvent être des particuliers, des sociétés de gestion de portefeuille, des fonds d'investissement, des banques ou des compagnies d'assurance. Ils utilisent les informations financières pour évaluer la performance passée et future de l'entreprise, ainsi que pour comprendre les risques liés à l'investissement.

- **Les analystes financiers**

Les analystes financiers sont des professionnels qui évaluent la performance financière de l'entreprise et fournissent des recommandations d'achat ou de vente aux investisseurs. Les analystes financiers peuvent travailler pour des banques d'investissement, des sociétés de courtage ou des firmes de recherche indépendantes. Ils utilisent les informations financières pour évaluer la santé financière de l'entreprise, les risques liés à l'investissement et les perspectives de croissance.

- **Les régulateurs**

Les régulateurs sont des organismes gouvernementaux chargés de surveiller les entreprises et de s'assurer de leur conformité aux réglementations. Les régulateurs ont besoin de recevoir des informations financières précises et complètes pour surveiller

---

<sup>12</sup> <https://www.maxicours.com/se/cours/parties-prenantes-et-information-financiere/> Consulté le 01/10/2023

les entreprises et pour les aider à s'assurer que celles-ci respectent les lois, les règles et les normes en vigueur. Les régulateurs peuvent être des organismes de réglementation financière, des ministères gouvernementaux ou des agences de surveillance.

- **Les actionnaires**

Les actionnaires sont des parties prenantes importantes de la communication financière car ils ont investi dans l'entreprise et cherchent à comprendre son évolution financière. Les actionnaires peuvent être des investisseurs individuels, des fonds d'investissement ou des banques. Ils peuvent également être des membres du conseil d'administration de l'entreprise. Les actionnaires utilisent les informations financières pour évaluer la performance financière de l'entreprise et pour décider de la manière dont ils vont voter lors des assemblées générales.

- **Les prêteurs**

Les prêteurs sont des parties prenantes qui cherchent à évaluer la solvabilité de l'entreprise et sa capacité à rembourser ses dettes. Les prêteurs peuvent être des banques, des créanciers obligataires ou d'autres prêteurs. Ils utilisent les informations financières pour évaluer le risque de prêter de l'argent à l'entreprise.

- **Les employés**

Les employés peuvent être des parties prenantes de la communication financière, car ils cherchent à comprendre la performance financière de l'entreprise et son impact sur leur sécurité d'emploi et leur rémunération. Les employés peuvent être intéressés par les perspectives de croissance de l'entreprise, car cela peut affecter leurs perspectives d'emploi et leur rémunération. Ils peuvent également être intéressés par les bénéfices de l'entreprise, car cela peut avoir un impact sur les avantages sociaux et les programmes de rémunération.

- **Les clients et les fournisseurs**

Les clients et les fournisseurs peuvent être des parties prenantes de la communication financière car ils cherchent à comprendre la stabilité financière de l'entreprise et son potentiel à long terme. Les clients peuvent être intéressés par la pérennité de l'entreprise, car cela peut affecter la qualité et la disponibilité des produits ou services offerts. Les fournisseurs peuvent être intéressés par la santé financière de l'entreprise, car cela peut affecter leur capacité à obtenir des paiements en temps voulu.

- **Le grand public**

Le grand public peut également être intéressé par la communication financière, car il peut être affecté par les performances financières de l'entreprise, notamment en termes d'emploi, de sécurité des produits et de responsabilité sociale. Les informations financières peuvent aider le grand public à prendre des décisions éclairées concernant l'achat de produits ou de services de l'entreprise, ainsi que sur son impact sur la société et l'environnement. Les médias peuvent également être des intermédiaires importants pour diffuser les informations financières au grand public.

### 1.2.2 Les attentes des parties prenantes de la communication financière

Chaque partie prenante de la communication financière savoir

Les investisseurs, les analystes financiers, les régulateurs, les actionnaires, les prêteurs, les employés, les clients et les fournisseurs ainsi que le grand public ont des attentes différentes en matière d'information financière.

- **Les investisseurs, les analystes financiers, les actionnaires et les prêteurs**

Ont besoin d'informations financières précises et complètes pour évaluer la performance de l'entreprise et sa santé financière. Ils s'attendent également à ce que l'entreprise communique sur les risques et les opportunités liés à l'investissement ainsi que sur les mesures prises pour minimiser ces risques<sup>13</sup>.

- **Les régulateurs**

Ont besoin d'informations financières précises et complètes pour surveiller les entreprises et s'assurer de leur conformité aux réglementations. Ils s'attendent également à ce que l'entreprise communique sur les risques liés aux activités de l'entreprise et sur les mesures prises pour minimiser ces risques.

- **Les employés**

Ont besoin d'informations financières pour comprendre la performance financière de l'entreprise et son impact sur leur emploi et leur rémunération. Ils s'attendent également à ce que l'entreprise communique sur ses plans stratégiques ainsi que sur les risques liés à ses activités.

---

<sup>13</sup> [https://www.amf-france.org/sites/institutionnel/files/contenu\\_simple/guide/guide\\_professionnel/Communication%20financiere%20des%20valeurs%20moyennes%20%20mieux%20comprendre%20les%20attentes%20des%20analystes%20financiers%20et%20des%20investisseurs%20professionnels.pdf](https://www.amf-france.org/sites/institutionnel/files/contenu_simple/guide/guide_professionnel/Communication%20financiere%20des%20valeurs%20moyennes%20%20mieux%20comprendre%20les%20attentes%20des%20analystes%20financiers%20et%20des%20investisseurs%20professionnels.pdf) Consulté le 01/10/2023

- **Les clients et les fournisseurs**

Ont besoin d'informations financières pour comprendre la stabilité financière de l'entreprise et son potentiel à long terme. Ils s'attendent également à ce que l'entreprise communique sur ses plans stratégiques ainsi que sur les risques liés à ses activités.

- **Le grand public**

Il s'attend à ce que l'entreprise fournisse des informations financières précises et complètes pour comprendre l'impact de l'entreprise sur la société et sur l'environnement. Ils s'attendent également à ce que l'entreprise communique sur ses plans stratégiques ainsi que sur les risques liés à ses activités.

En somme, les parties prenantes de la communication financière ont des attentes différentes en termes d'information financière selon leur intérêt dans l'entreprise.

### **1.3 Les types de la communication financière**

En effet, la communication financière peut être classée en différents types, essentiellement la communication financière interne, externe et réglementée<sup>14</sup>.

#### **1.3.1 La communication financière interne**

Ce type de communication est destiné aux membres de l'entreprise tels que les employés, les cadres supérieurs et les membres du conseil d'administration. La communication financière interne peut inclure des informations sur la performance financière de l'entreprise, les stratégies de l'entreprise, les objectifs financiers, les budgets, les plans de rémunération, etc. La communication financière interne est importante pour assurer l'engagement des employés et leur compréhension de la situation financière de l'entreprise.

#### **1.3.2 La communication financière externe**

Ce type de communication est destiné à un public externe à l'entreprise, tels que les investisseurs, les analystes financiers, les clients, les fournisseurs et les médias. La communication financière externe peut inclure des rapports annuels, des communiqués de presse, des présentations aux investisseurs, des conférences téléphoniques, des rapports de durabilité, etc. La communication financière externe est importante pour maintenir la transparence et la confiance avec les parties prenantes externes.

---

<sup>14</sup> Jean-Yves Léger, « La communication financière », Edition Pearson, Paris, 2019, p17

**1.3.3 La communication financière réglementée**

Ce type de communication est obligatoire pour les entreprises cotées en bourse et est contrôlé par les autorités de réglementation. La communication financière réglementée comprend des rapports financiers tels que les états financiers annuels, les rapports trimestriels, les rapports de gestion, les rapports d'audit, etc. Ces rapports doivent être conformes aux normes comptables et aux exigences réglementaires en vigueur, et doivent être disponibles pour le public à travers des canaux appropriés tels que les sites web de l'entreprise et les organismes de réglementation.

En somme, les types de communication financière interne, externe et réglementée sont importants pour diffuser des informations financières à différents groupes de parties prenantes en fonction de leur intérêt et de leur influence sur l'entreprise.

**Section2 : Les outils de la communication financière**

La communication financière ne repose pas sur un outil spécifique, mais avec la dématérialisation, les supports de communication se sont diversifiés<sup>15</sup>. Ainsi, le véritable défi réside non pas dans le choix d'un seul outil de communication, mais dans la sélection d'un ensemble d'outils appropriés pour mettre en œuvre la démarche choisie. Mais d'une manière générale, les outils les plus courants utilisés dans la communication financière sont les suivant<sup>16</sup>

**2.1 Les états financiers**

Les états financiers sont des documents comptables qui fournissent des informations sur la situation financière d'une entreprise à un moment précis<sup>17</sup>. Ces informations concernent l'état de la structure financière, la composition du patrimoine et la mesure de sa rentabilité.

---

<sup>15</sup> <https://www.1min30.com/communication-financiere> Consulté le 01/30/2023

<sup>16</sup> Nouredine Marchoude, « LA COMMUNICATION FINANCIERE DES ENTREPRISES MAROCAINES ENTRE REGLEMENTATION ET PRATIQUES MANAGERIALES », publié dans Finance & Finance Internationale le 10/01/2018 revue dans <https://revues.imist.ma/index.php/FFI> Consulté le 01/10/2023

<sup>17</sup> <https://www.compta-facile.com/etats-financiers-d-une-entreprise/> Consulté le 01/30/2023

### 2.1.1 Les principaux états financiers

Voici les principaux états financiers qui communiquent des informations sur l'entreprise

- **Le bilan**

Le bilan est un état financier qui présente la situation financière de l'entreprise à une date donnée. Il présente les actifs, les passifs et les capitaux propres de l'entreprise.

- **Le compte de résultat**

Le compte de résultat est un état financier qui présente la performance financière de l'entreprise sur une période donnée, généralement un an. Il présente les revenus, les charges et le résultat net de l'entreprise.

- **Le tableau des flux de trésorerie**

Le tableau des flux de trésorerie est un état financier qui présente les mouvements de trésorerie de l'entreprise sur une période donnée. Il présente les flux de trésorerie provenant des activités opérationnelles, des activités d'investissement et des activités de financement.

- **Le tableau de variation des capitaux propres (ou bien L'état des bénéfices non répartis)**

Le tableau de variation des capitaux propres est un état financier qui présente les mouvements des capitaux propres de l'entreprise sur une période donnée. Il présente les variations des actions ordinaires, des actions privilégiées, des réserves et des bénéfices non distribués.

- **Les notes aux états financiers**

Les notes aux états financiers fournissent des informations détaillées sur les chiffres présentés dans les états financiers. Elles fournissent également des informations sur les politiques comptables de l'entreprise, les événements postérieurs à la période de clôture et les engagements contractuels, généralement rédigés par le comptable de l'entreprise.

En résumé, les principaux états financiers sont le bilan, le compte de résultat, le tableau des flux de trésorerie et le tableau de variation des capitaux propres. Les notes aux états financiers fournissent des informations complémentaires et détaillées sur les chiffres présentés dans les états financiers.

### 2.1.2 L'utilité des états financiers dans la communication financière

Chacun de ces états fournit des informations financières importantes qui sont utilisées à des fins spécifiques<sup>18</sup>.

- **Le bilan**

Le bilan est un état financier présentant la situation financière de l'entreprise à une date donnée. Il est utile pour évaluer la solvabilité de l'entreprise, c'est-à-dire sa capacité à honorer ses dettes et à continuer ses activités. Par exemple, un bilan présentant une forte proportion de dettes par rapport aux actifs peut indiquer que l'entreprise est surendettée et risque de ne pas être en mesure de rembourser ses dettes.

- **Le compte de résultat**

Le compte de résultat est un état financier présentant la performance financière de l'entreprise sur une période donnée. Il est utile pour évaluer la rentabilité de l'entreprise, c'est-à-dire sa capacité à générer des bénéfices. Par exemple, un compte de résultat présentant un faible résultat net peut indiquer que l'entreprise rencontre des difficultés financières et ne parvient pas à générer suffisamment de bénéfices pour couvrir ses charges.

- **Le tableau des flux de trésorerie**

Le tableau des flux de trésorerie est un état financier présentant les mouvements de trésorerie de l'entreprise sur une période donnée. Le tableau des flux de trésorerie est utile pour évaluer la liquidité de l'entreprise, c'est-à-dire sa capacité à disposer de liquidités suffisantes pour faire face à ses obligations financières. Par exemple, un tableau des flux de trésorerie présentant des flux de trésorerie négatifs peut indiquer que l'entreprise rencontre des difficultés de trésorerie et risque de ne pas être en mesure de rembourser ses dettes à court terme.

- **Le tableau de variation des capitaux propres**

Le tableau de variation des capitaux propres est un état financier qui présente les mouvements des capitaux propres de l'entreprise sur une période donnée. Celui-ci est utile pour évaluer l'évolution du capital de l'entreprise. Par exemple, un tableau de variation des capitaux propres présentant une augmentation du capital peut indiquer que l'entreprise a réussi à lever des fonds auprès d'investisseurs pour financer ses activités.

---

<sup>18</sup> L'équipe QuickBooks Canada, « Comprendre les quatre principaux types d'états financiers et leur utilité », Publié dans le blog Quick Books le 22/04/2022 , revue <https://quickbooks.intuit.com/fr-ca/ressources/rapports-financiers/quatre-etats-financiers-importants/>

---

### ▪ Les notes aux états financiers

Les notes aux états financiers fournissent des informations complémentaires et détaillées sur les chiffres présentés dans les états financiers. Elles sont utiles pour comprendre les chiffres présentés dans les états financiers et pour évaluer les risques et les opportunités liés à l'entreprise. Par exemple, les notes aux états financiers peuvent fournir des informations sur les accords contractuels qui pourraient avoir un impact significatif sur la situation financière de l'entreprise, tels que les accords de location à long terme ou les contrats d'approvisionnement exclusifs.

En résumé, chaque état financier a une utilité spécifique dans la communication financière de l'entreprise. Le bilan est utile pour évaluer la solvabilité de l'entreprise, le compte de résultat est utile pour évaluer la rentabilité de l'entreprise, le tableau des flux de trésorerie est utile pour évaluer la liquidité de l'entreprise, le tableau de variation des capitaux propres est utile pour évaluer l'évolution du capital de l'entreprise, et les notes aux états financiers sont utiles pour fournir des informations complémentaires et détaillées sur les chiffres présentés dans les états financiers et pour aider les lecteurs à comprendre les risques et les opportunités de l'entreprise. En combinant ces différents états financiers, les investisseurs et autres parties prenantes peuvent obtenir une image globale de la situation financière de l'entreprise, de sa performance passée et de ses perspectives. Ces informations peuvent les aider à prendre des décisions éclairées, telles que décider d'investir dans l'entreprise, de prêter de l'argent à l'entreprise ou de faire des affaires avec elle.

## 2.2 Les rapports de Gestion

Parmi les outils de la communication financière, on trouve également le rapport de gestion.

### 2.2.1 Définition des rapports de Gestion

Le rapport de gestion est un document complémentaire des états financiers annuels de l'entreprise, c'est un document financier et de communication émis par une entreprise pour fournir des informations aux parties prenantes sur la performance de l'entreprise au cours d'une période donnée<sup>19</sup>.

Ces rapports peuvent inclure des informations sur les résultats financiers, les activités opérationnelles, les risques, les opportunités et les plans de l'entreprise pour l'avenir. Les parties

---

<sup>19</sup> Article par Romain Laventure dans publié le 06/04/2022 dans le blog KANDBAZ, Revue dans <https://www.kandbaz.com/developpement-entreprise/rapport-de-gestion/> Consulté le 01/10/2023

prenantes peuvent inclure les actionnaires, les investisseurs, les employés, les clients, les fournisseurs, les régulateurs et autres parties prenantes intéressées.

En résumé, le rapport de gestion fournit une vue d'ensemble complète de la performance de l'entreprise durant la période couverte par le rapport et de ses perspectives pour l'avenir, tout en fournissant des informations importantes sur la gouvernance d'entreprise, la gestion des risques et les pratiques de responsabilité sociale.

### 2.2.2 Le contenu des rapports de Gestion

Le contenu peut varier selon les entreprises et les réglementations applicables, mais en général, il comprendra les éléments suivants

- **Une présentation de l'entreprise**

Cette section fournit une brève introduction à l'entreprise, son histoire, sa mission, sa vision et les produits ou services qu'elle offre.

- **L'environnement économique et sectoriel**

Cette section décrit l'environnement économique et sectoriel dans lequel l'entreprise opère et explique comment ces facteurs ont influencé la performance de l'entreprise durant la période couverte par le rapport,

### Voici un exemple

Au cours d'exercice, le secteur de la vente au détail d'une entreprise a été confronté à des défis économiques, notamment une croissance modérée de l'économie, une faible croissance des salaires et des niveaux élevés de concurrence. Cependant, malgré ces défis, l'entreprise a réussi à maintenir une croissance stable grâce aux initiatives de marketing ciblées, au portefeuille de produits diversifié et aux efforts pour améliorer l'expérience client.

- **La performance financière**

Cette section présente les états financiers de l'entreprise pour la période couverte par le rapport, y compris le compte de résultat, le bilan et le tableau des flux de trésorerie. Elle fournit également une analyse de la performance financière de l'entreprise, y compris les tendances, les ratios financiers et les indicateurs clés de performance.

- **Les opérations et activités de l'entreprise**

Cette section décrit les principales activités opérationnelles de l'entreprise, les initiatives stratégiques, les projets en cours et les réalisations durant la période couverte par le rapport.

- **Les risques et incertitudes**

Cette section identifie les risques et les incertitudes qui pourraient affecter l'entreprise à l'avenir et fournit une analyse des mesures prises pour les gérer.

- **Les perspectives pour l'avenir**

Cette section présente les perspectives de l'entreprise pour l'avenir en se basant sur les tendances actuelles et les initiatives stratégiques. Elle peut également inclure des objectifs financiers et opérationnels pour les périodes futures

- **Les informations sur la gouvernance d'entreprise et les pratiques de responsabilité sociale**

Cette section fournit des informations sur la gouvernance d'entreprise, les principes éthiques et les pratiques de responsabilité sociale de l'entreprise.

### 2.2.3 L'utilité des rapports de gestion

Les rapports de gestion sont un outil important de communication financière pour les entreprises, car ils leur permettent de communiquer des informations financières et non financières importantes aux parties prenantes, notamment chez :

- **Les actionnaires et les investisseurs**

Les rapports de gestion permettent aux actionnaires et aux investisseurs de suivre la performance de l'entreprise au fil du temps, de comprendre les facteurs qui ont influencé cette performance et de prendre des décisions éclairées sur leurs investissements futurs.

- **Les employés**

Les rapports de gestion permettent aux employés de mieux comprendre la stratégie de l'entreprise, sa performance financière et ses perspectives, ce qui peut renforcer leur engagement et leur loyauté envers l'entreprise.

- **Les clients et les fournisseurs**

Les rapports de gestion peuvent renforcer la crédibilité et la réputation de l'entreprise, ce qui peut influencer positivement les décisions d'achat et de fourniture des clients et des fournisseurs.

- **Les régulateurs et les organismes de réglementation**

Les rapports de gestion permettent aux régulateurs et aux organismes de réglementation de surveiller la performance financière et la conformité de l'entreprise aux lois et réglementations applicables.

En outre, les rapports de gestion contribuent également à renforcer la transparence et la responsabilité financière de l'entreprise en fournissant des informations précises et complètes sur sa performance financière et ses activités opérationnelles. Cela peut contribuer à renforcer la confiance des parties prenantes dans l'entreprise et à renforcer sa réputation sur le marché.

### 2.3 Les présentations aux investisseurs

Parmi les outils de la communication financière, on retrouve aussi les présentations aux investisseurs. Ces présentations sont généralement réalisées lors de réunions, de conférences, de webinaires ou d'événements spécifiques

#### 2.3.1 Définition des présentations aux investisseurs

Les présentations aux investisseurs dans la communication financière font référence aux présentations que les entreprises donnent aux investisseurs et aux analystes financiers pour fournir des informations sur leurs performances financières passées et actuelles, leur stratégie future et leur positionnement sur le marché. Ces présentations sont souvent utilisées lors d'événements tels que les conférences des investisseurs, les appels de résultats trimestriels et les réunions individuelles avec les investisseurs.

Ces conférences peuvent être présentielles avec les investisseurs mais aussi peuvent être virtuelles à savoir<sup>20</sup>

- **Les conférences téléphoniques**

Sont des réunions virtuelles où les dirigeants d'une entreprise échangent avec les investisseurs. Les participants se connectent à la conférence en utilisant un numéro de téléphone et un code d'accès. Pendant la conférence téléphonique, les dirigeants présentent des informations financières, répondent aux questions des investisseurs et donnent des éclaircissements sur des sujets spécifiques. C'est une façon pratique de communiquer et d'interagir avec les investisseurs sans avoir besoin d'une réunion en personne.

- **Les webdiffusions**

Egalement connues sous le nom de webinaires ou webconférences, sont des présentations en ligne qui combinent l'audio et la vidéo. Les investisseurs peuvent se connecter à la webdiffusion en utilisant un lien fourni, souvent via une plateforme en

---

<sup>20</sup> Jaques Dalmas, « Communication financière et introduction en bourse dans publié dans LEGICOM », Edition Victoires, Paris, 1999, p3

ligne. Pendant la webdiffusion, les dirigeants de l'entreprise partagent leur écran pour présenter des diapositives, des graphiques ou des documents pertinents, tout en donnant une présentation en direct. Les investisseurs ont la possibilité de poser des questions via un chat en direct ou d'autres outils interactifs. Les webdiffusions offrent une manière pratique et interactive de communiquer avec les investisseurs, en permettant une présentation visuelle et une participation active à distance.

Les présentations aux investisseurs peuvent inclure des informations financières clés, telles que les revenus, les bénéfices, les flux de trésorerie, les ratios financiers et les prévisions de croissance future. Elles peuvent également fournir des informations sur les initiatives stratégiques de l'entreprise, les investissements prévus, les acquisitions et les fusions, ainsi que les risques pour l'entreprise.

Cet outil de communication est important pour les entreprises qui cherchent à attirer des investisseurs et à maintenir la confiance des investisseurs existants. Les investisseurs peuvent utiliser ces présentations pour évaluer la santé financière d'une entreprise, comprendre sa stratégie et ses perspectives, et décider s'ils souhaitent investir ou non dans l'entreprise.

### **2.3.2 Objectifs des présentations aux investisseurs**

L'objectif principal des présentations aux investisseurs dans la communication financière est de fournir une vue d'ensemble claire et concise de la performance financière de l'entreprise, de sa stratégie et de ses perspectives. Les présentations ont pour but de convaincre les investisseurs potentiels de l'attractivité de l'entreprise en tant qu'investissement et de maintenir la confiance des investisseurs existants.

Les présentations aux investisseurs peuvent également servir à :

- Fournir des informations sur les activités de l'entreprise, ses opérations, ses marchés et ses concurrents ;
- Expliquer les résultats financiers passés et présents de l'entreprise ;
- Communiquer les objectifs stratégiques et les initiatives de l'entreprise pour l'avenir ;
- Fournir des informations sur les risques et les opportunités pour l'entreprise ;
- Répondre aux questions des investisseurs et des analystes financiers.

### 2.3.3 Les éléments clé d'une présentation réussite

Pour qu'une présentation aux investisseurs soit réussie, elle doit être claire, concise et convaincante. Voici les éléments clés qui peuvent aider à atteindre les objectifs :

- **Comprendre son public**

Il est important de comprendre le public auquel on s'adresse et d'adapter la présentation en conséquence. Les investisseurs et les analystes financiers ont des attentes spécifiques en matière d'informations financières et de stratégie d'entreprise, il est donc important de les prendre en compte.

- **Structurer la présentation**

La présentation doit être bien structurée, avec une introduction claire, des sections détaillées sur les performances financières passées et présentes, les stratégies et les perspectives, ainsi qu'un résumé et une conclusion convaincants.

- **Utiliser des graphiques et des tableaux**

Les graphiques et les tableaux peuvent aider à illustrer les informations financières et à les rendre plus faciles à comprendre. Il est important que les graphiques et les tableaux soient clairs et facilement lisibles.

- **Fournir des informations claires et précises**

Les informations financières doivent être claires, précises et faciles à comprendre. Les projections financières doivent être étayées par des hypothèses crédibles et des données historiques.

- **Souligner les points forts**

La présentation doit mettre l'accent sur les points forts de l'entreprise, tels que les avantages concurrentiels, les opportunités de croissance et les réalisations récentes.

- **Être honnête et transparent**

Il est important de fournir une image honnête et transparente de l'entreprise, y compris les risques et les défis auxquels elle est confrontée.

- **Préparer les réponses aux questions**

Les investisseurs et les analystes financiers poseront probablement des questions pendant et après la présentation. Il est important de se préparer à ces questions et d'avoir des réponses claires et précises.

En résumé, une présentation réussie aux investisseurs doit être bien structurée, claire et convaincante, en fournissant des informations précises et honnêtes, tout en mettant l'accent sur les points forts de l'entreprise.

### 2.4 Les communiqués de presse

Les communiqués de presse sont des outils de communication largement utilisés par les entreprises pour annoncer des événements financiers importants et attirer l'attention des médias et du public sur des informations financières clés<sup>21</sup>. Ces événements peuvent être des événements financiers majeurs qui ont un impact significatif sur l'entreprise. Cela peut inclure la publication des résultats financiers trimestriels (Ils fournissent des détails sur les performances financières de l'entreprise, les chiffres d'affaires, les bénéfices, les marges, les prévisions financières, les perspectives de croissance, etc...) les annonces d'acquisitions ou de fusions, les partenariats stratégiques avec d'autres entreprises, les changements de direction ou de haute direction, les nouvelles initiatives ou les projets importants.

Les communiqués de presse sont un moyen pour les entreprises d'établir leur réputation et leur crédibilité sur le marché financier.

### 2.5 Les sites Web d'informations financières

Les sites web d'entreprise sont des plateformes en ligne où les entreprises diffusent des informations financières aux investisseurs et au grand public. Ils permettent la publication de rapports financiers, tels que les états financiers trimestriels ou annuels, ainsi que des communiqués de presse pour annoncer des événements financiers importants. Les sites web d'entreprise servent également à partager des présentations aux investisseurs, fournissant des informations clés sur la performance financière, les stratégies de croissance et d'autres détails pertinents. Ces sites sont accessibles en ligne, permettant une transparence accrue et une accessibilité à tout moment. De plus, les informations financières passées sont archivées sur ces sites, offrant aux parties prenantes un historique des performances et une possibilité de suivi sur le long terme.

---

<sup>21</sup>[https://en.wikipedia.org/wiki/Press\\_release](https://en.wikipedia.org/wiki/Press_release) Consulté le 01/10/2023

## Section 3 : Les normes et Réglementations en matière de communication financière

Les normes comptables sont des règles et principes qui régissent la préparation et la présentation des informations financières dans les états financiers des entités. Elles visent à assurer l'uniformité, la transparence et la comparabilité des informations financières. Les principales normes comptables sont les normes internationales d'information financière (IFRS) et les principes comptables généralement reconnus (PCGR) utilisés aux États-Unis<sup>22</sup>. Chaque pays peut également avoir ses propres normes comptables nationales. Les normes comptables fournissent des directives sur des aspects tels que la comptabilisation des revenus, des dépenses, la valorisation des actifs et des passifs, la présentation des états financiers

### 3.1 Les normes et réglementations comptables

On distingue plusieurs mais les plus utilisés à l'international sont

#### 3.1.1 Les normes comptables internationales IFRS

Les normes comptables internationales également appelées Normes internationales d'information financière (IFRS) ont été développées pour répondre au besoin de disposer d'un ensemble de directives et de règles comptables cohérentes et comparables à l'échelle mondiale. Avant l'introduction des IFRS, chaque pays avait ses propres normes comptables et ses propres pratiques de présentation des états financiers. Cette diversité de pratiques comptables rendait difficile la comparaison des performances financières des entreprises d'un pays à l'autre, ce qui pouvait compliquer la prise de décision des investisseurs et des parties prenantes.

Les IFRS couvrent un large éventail de sujets liés à la comptabilité, tels que la présentation des états financiers, les politiques comptables, l'évaluation des actifs et des passifs, les contrats de location, les instruments financiers, les impôts sur le résultat, etc. Elles doivent être appliquées par toutes les entreprises cotées sur les marchés financiers internationaux, et sont souvent utilisées par les entreprises non cotées et les organisations gouvernementales pour harmoniser leurs pratiques comptables avec les normes internationales<sup>23</sup>.

Les IFRS ont été élaborées par l'International Accounting Standards Board (IASB), qui est une organisation internationale indépendante de normalisation comptable composée

<sup>22</sup> <https://www.frascanada.ca/fr/cnc/a-propos/que-sont-normes-comptables> Consulté le 01/10/2023

<sup>23</sup> Barclay Palamar, « Que sont les normes internationales d'informations financière ? », Publié le 13/09/2022 dans Investopedia revue dans <https://www.investopedia.com/terms/i/ifrs.asp> Consulté le 01/09/2023

d'experts comptables. Ces normes sont régulièrement mises à jour pour s'adapter aux évolutions économiques et aux changements dans les pratiques comptables.

Les IFRS sont actuellement utilisées dans plus de 120 pays, y compris les pays membres de l'Union européenne, l'Australie, le Canada, la Chine et le Japon.

### ▪ **Leur utilité dans la communication financière**

Les IFRS sont conçues pour fournir un cadre cohérent pour la présentation des états financiers, qui permet aux investisseurs et aux parties prenantes de comprendre facilement les performances financières d'une entreprise et de les comparer avec celles d'autres entreprises quel que soit leur pays d'origine. Celles-ci exigent également que les entreprises fournissent des informations précises, complètes et transparentes sur leurs performances financières, ce qui peut aider à renforcer la confiance des investisseurs et des parties prenantes dans les entreprises, elles peuvent aussi aider les entreprises à accéder plus facilement aux marchés financiers internationaux, car elles sont souvent requises par les régulateurs financiers et les investisseurs.

Les IFRS offrent également plusieurs avantages pour les analystes financiers et les investisseurs. En utilisant les IFRS, les analystes financiers peuvent comparer les performances financières d'une entreprise avec celles d'autres entreprises, ce qui leur permet de prendre des décisions d'investissement plus éclairées. Les IFRS permettent également aux investisseurs de suivre les performances financières d'une entreprise dans le temps, car les états financiers sont présentés de manière cohérente d'une année à l'autre.

Les IFRS peuvent aider les entreprises à communiquer plus efficacement avec les parties prenantes en fournissant un langage commun pour la comptabilité. Les normes IFRS permettent aux entreprises de présenter leurs états financiers de manière claire et cohérente, ce qui peut faciliter la communication financière avec les parties prenantes.

### ▪ **Les avantages et les inconvénients des IFRS**

Les normes comptables internationales (IFRS) ont de nombreux avantages

- Elles fournissent un cadre cohérent pour la présentation des états financiers des entreprises à l'échelle mondiale, ce qui facilite la comparaison des performances financières des entreprises d'un pays à l'autre.
- Elles améliorent la transparence et la qualité de l'information financière, ce qui renforce la confiance des investisseurs et des parties prenantes dans les entreprises.

- Elles sont régulièrement mises à jour pour refléter les changements dans les pratiques comptables et les développements économiques, ce qui garantit leur pertinence et leur applicabilité à long terme.
- Les IFRS sont souvent requises par les régulateurs financiers et les investisseurs, ce qui permet aux entreprises qui les utilisent d'accéder plus facilement aux marchés financiers internationaux.

Tout en prenant en considération tous les avantages des normes comptables financières ça reste que leur application engendre des inconvénients parmi :

- Les IFRS peuvent être complexes et difficiles à mettre en œuvre pour les entreprises qui n'ont pas l'expertise comptable nécessaire.
- Elles peuvent entraîner une augmentation des coûts de conformité pour les entreprises, car elles peuvent nécessiter des ajustements importants des systèmes comptables et des processus internes.
- Elles peuvent ne pas refléter les spécificités locales et les pratiques comptables traditionnelles de certains pays, ce qui peut rendre difficile leur adoption et leur application.
- Elles peuvent donner lieu à des interprétations différentes, ce qui peut entraîner une certaine incertitude et une variabilité dans les pratiques comptables d'une entreprise à l'autre.
- Conformité juridique et fiscale : Dans certains pays, l'adoption des normes IFRS peut entraîner des conflits de conformité avec les lois et réglementations fiscales et juridiques nationales, ce qui nécessite parfois des ajustements supplémentaires pour se conformer aux exigences locales.

En somme, les IFRS présentent de nombreux avantages pour la communication financière et la comparaison des performances financières des entreprises à l'échelle mondiale. Cependant, ils peuvent également présenter des défis pour les entreprises qui doivent les mettre en œuvre et pour les régulateurs qui doivent les appliquer.

### **3.1.2 Les principes comptables généralement admis au Etats-Unis (US GAAP)**

Les principes comptables généralement reconnus aux États-Unis (US GAAP) sont un ensemble de règles, de normes et de procédures comptables utilisés pour la préparation et la

présentation des états financiers des entreprises américaines<sup>24</sup>. Les US GAAP sont édictés par le Financial Accounting Standards Board (FASB), l'organisme de normalisation comptable aux États-Unis. Les normes mettent l'accent sur la substance économique des transactions plutôt que sur leur forme juridique.

Ainsi, les transactions doivent être enregistrées et présentées dans les états financiers en fonction de leur impact économique réel, et non simplement en se basant sur leur structure juridique. Contrairement aux normes internationales, les normes américaines sont généralement plus détaillées et prescriptives. Elles fournissent des directives spécifiques pour différents sujets comptables, tels que la reconnaissance des revenus, l'évaluation des actifs et des passifs, la consolidation des états financiers, etc.

Les US GAAP comprennent une hiérarchie des sources qui définit l'autorité relative de différentes sources de principes comptables. Les sources primaires comprennent les déclarations de principes comptables du FASB, les interprétations de l'Accounting Standards Codification (ASC) et les recommandations de l'Emerging Issues Task Force (EITF). Les US GAAP ont évolué et convergent de plus en plus avec les normes internationales d'information financière (IFRS) édictées par l'International Accounting Standards Board (IASB). Cette convergence vise à faciliter la comparabilité des états financiers à l'échelle mondiale. Cependant, à ce jour, les États-Unis n'ont pas adopté les IFRS de manière obligatoire, bien que certaines entreprises américaines cotées en bourse puissent utiliser les IFRS en option

### **3.2 Les obligations réglementaires et les codes de bonne conduite**

Il existe plusieurs organismes de réglementation et de surveillance qui supervisent la communication financière, notamment

#### **3.2.1 Les obligations réglementaires en termes de communication financière**

La réglementation obligatoire en termes de communication financière fait référence aux règles et aux normes établies par les autorités de réglementation pour assurer la transparence et l'exactitude des informations financières communiquées par les entreprises. Ces réglementations sont mises en place pour garantir que les investisseurs et le public disposent d'informations fiables et cohérentes pour prendre des décisions éclairées. Ces dernières peuvent

---

<sup>24</sup> Nicolas Véron, « Histoires et déboires des normes comptables internationales publié dans L'Economy politique », Edition Alternatives Economiques, Paris, 2007, p100

varier d'un pays à l'autre, mais elles ont généralement des objectifs similaires. Elles peuvent inclure

- **Normes de présentation des rapports**

Les réglementations peuvent spécifier les formats et les normes de présentation des rapports financiers, tels que les éléments qui doivent être inclus dans les états financiers, les méthodes de valorisation des actifs et des passifs, les informations à fournir sur les politiques comptables, etc. Ces normes visent à assurer la comparabilité et la cohérence des informations financières entre les entreprises. Les entreprises peuvent être tenues de se conformer à des normes comptables spécifiques, telles que les normes IFRS (International Financial Reporting Standards) ou les normes GAAP (Generally Accepted Accounting Principles), qui définissent les règles et les principes comptables pour la préparation des états financiers.

- **Rapports financiers**

Les entreprises peuvent être tenues de publier des rapports financiers périodiques, tels que des états financiers annuels ou trimestriels, qui fournissent des informations détaillées sur leur situation financière, leurs performances et leurs flux de trésorerie.

- **Transparence et divulgation**

Les réglementations obligent les entreprises à être transparentes dans leur communication financière en fournissant des informations claires, précises et complètes. Cela peut inclure la divulgation des politiques comptables, des risques associés à l'entreprise, des informations sur les parties liées, des transactions importantes, etc.

- **Divulgation des informations**

Les entreprises doivent communiquer certaines informations spécifiques, telles que les événements importants, les risques financiers, les transactions liées aux parties liées, les changements significatifs dans la structure de l'entreprise, etc. Ces informations peuvent être divulguées dans des rapports réglementaires ou des communiqués de presse.

- **Communication lors d'événements spécifiques**

Les réglementations obligatoires peuvent également exiger des entreprises qu'elles communiquent des informations financières lors d'événements spécifiques tels que les fusions et acquisitions, les augmentations de capital, les émissions d'obligations ou d'actions, etc. Ces communications sont conçues pour informer les parties prenantes concernées et garantir la transparence des transactions financières.

- **Gouvernance d'entreprise**

Les réglementations peuvent également concerner la gouvernance d'entreprise, en exigeant par exemple la mise en place de comités d'audit indépendants, la divulgation des rémunérations des dirigeants, ou l'adoption de bonnes pratiques de gouvernance.

- **Rapports aux autorités de réglementation**

Les entreprises peuvent être tenues de soumettre des rapports réguliers aux autorités de réglementation financière, tels que les régulateurs du marché des valeurs mobilières, les autorités de régulation des banques ou les organismes de contrôle des assurances. Ces rapports permettent aux autorités de superviser les activités financières, de détecter d'éventuelles infractions et de maintenir la stabilité des marchés financiers.

- **Vérification et audit**

- Les réglementations peuvent exiger que les états financiers des entreprises soient vérifiés et audités par des cabinets d'audit indépendants. Les auditeurs examinent les états financiers pour s'assurer qu'ils sont préparés conformément aux normes comptables et donnent une opinion sur leur fiabilité et leur conformité aux réglementations applicables.

- **Conformité aux normes éthiques**

Les réglementations peuvent également inclure des exigences en matière d'éthique des affaires, telles que la prévention de la fraude, la conformité aux règles de déontologie professionnelle, la lutte contre le blanchiment d'argent, etc.

- **La Loi de Sarbanes-Oxley**

Par ailleurs, réponse aux scandales financiers majeurs impliquant des entreprises telles qu'Enron et WorldCom. En 2002 les États-Unis ont adopté **La loi Sarbanes-Oxley** (Sarbanes-Oxley Act), également connue sous le nom de **SOX**, une loi fédérale qui a introduit plusieurs réformes significatives dans les pratiques de gouvernance d'entreprise et les obligations de communication financière des entreprises<sup>25</sup>. Elle a été promulguée dans le but de renforcer la gouvernance d'entreprise, à améliorer la qualité de l'audit et à accroître la transparence et l'intégrité des informations financières des entreprises cotées en bourse aux États-Unis. Elle a eu un impact significatif sur les pratiques de communication financière et les obligations de conformité des entreprises américaines.

---

<sup>25</sup>[https://www.law.cornell.edu/wex/sarbanes-oxley\\_act](https://www.law.cornell.edu/wex/sarbanes-oxley_act) Consulté le 01/10/2023

Il convient de souligner que ces éléments de réglementation présentent des variations d'un pays à l'autre et sont spécifiques aux réglementations en vigueur dans chaque juridiction. Les entreprises doivent respecter ces réglementations afin d'éviter des sanctions juridiques et de préserver la confiance des investisseurs et des parties prenantes.

### 3.2.2 Les codes de bonne conduite en termes de communication financière

Les codes de bonne conduite en termes de communication financière sont des directives établies par des organismes professionnels ou des associations pour promouvoir des normes élevées de transparence, d'intégrité et de communication claire dans les rapports financiers des entreprises. Ces codes fournissent des recommandations et des principes auxquels les entreprises peuvent se conformer pour garantir une communication financière fiable et compréhensible pour les investisseurs et les parties prenantes.

Ces codes de gouvernance d'entreprise sont souvent élaborés par des organismes de réglementation, des associations professionnelles ou des commissions spéciales. Ils ne sont généralement pas contraignants, mais sont largement respectés par les entreprises pour démontrer leur engagement envers une gouvernance d'entreprise solide et transparente. Il est important de noter que ces codes évoluent au fil du temps et sont adaptés aux réalités et aux besoins spécifiques de chaque pays ou juridiction.

Parmi ces codes en retrouve

- **Code AFEP-MEDEF**

Le code AFEP-MEDEF est un code de gouvernance d'entreprise en France. Il a été élaboré par l'Association française des entreprises privées (AFEP) et le Mouvement des entreprises de France (MEDEF). Le code vise à promouvoir des pratiques exemplaires en matière de gouvernance d'entreprise et de communication financière. Il fournit des recommandations sur des sujets tels que la composition du conseil d'administration, les droits des actionnaires, la rémunération des dirigeants et la transparence des informations financières.

- **Code de gouvernance d'entreprise**

Le code de gouvernance d'entreprise est un ensemble de recommandations et de bonnes pratiques visant à promouvoir une gestion saine et transparente des entreprises. Ces codes, qui peuvent varier d'un pays à l'autre, abordent des aspects tels que la composition du conseil d'administration, les comités spécialisés, la transparence des

informations financières, la gestion des risques, la rémunération des dirigeants, et la responsabilité sociale et environnementale.

### 3.3 Les organismes de réglementation et de surveillance

Il existe plusieurs organismes de réglementation et de surveillance qui supervisent la communication financière, notamment

- **International Financial Reporting Standards Foundation (IFRS Foundation)**

L'IFRS Foundation est responsable du développement et de la promotion des normes comptables internationales, connues sous le nom de Normes internationales d'information financière (IFRS). Ces normes sont utilisées dans de nombreux pays à travers le monde pour la préparation et la présentation des états financiers.

- **Financial Accounting Standards Board (FASB)**

Le FASB est un organisme de normalisation comptable aux États-Unis. Il est chargé de développer et de maintenir les normes comptables généralement acceptées (GAAP) pour les entreprises américaines.

- **Securities and Exchange Commission (SEC)**

La SEC est l'organisme de réglementation des marchés financiers aux États-Unis. Elle a pour mission de protéger les investisseurs, de maintenir des marchés équitables et efficaces, et de faciliter la formation de capitaux. La SEC supervise la communication financière des sociétés cotées en bourse et applique les lois fédérales sur les valeurs mobilières.

- **Public Company Accounting Oversight Board (PCAOB)**

Le PCAOB est une organisation indépendante créée par la loi Sarbanes-Oxley. Il est chargé de superviser les cabinets d'audit qui vérifient les états financiers des entreprises cotées aux États-Unis. Le PCAOB établit des normes d'audit et effectue des inspections régulières des cabinets d'audit pour assurer la qualité de l'audit.

- **Autorité des marchés financiers (AMF)**

L'AMF est l'organisme de réglementation des marchés financiers en France. Elle supervise les activités des acteurs financiers et veille à la protection des investisseurs. L'AMF joue un rôle clé dans la réglementation et la surveillance de la communication financière des entreprises cotées en France.

- **Financial Conduct Authority (FCA)**

La FCA est l'autorité de régulation des services financiers au Royaume-Uni. Elle réglemente les entreprises et les marchés financiers, y compris la surveillance de la communication financière des sociétés cotées au Royaume-Uni.

Les organismes de réglementation ont généralement le pouvoir d'enquêter sur les infractions présumées, de prendre des mesures disciplinaires et d'imposer des sanctions pour garantir la conformité aux réglementations en matière de communication financière et protéger les investisseurs et les parties prenantes. Il est important de noter que les sanctions peuvent varier d'une juridiction à l'autre et dépendent de la gravité de l'infraction et des lois spécifiques en vigueur.

Voici quelques-unes des sanctions courantes qui peuvent être appliquées :

- **Amendes financières**

Les organismes de réglementation peuvent imposer des amendes proportionnelles à la gravité de l'infraction ou basées sur des critères tels que le chiffre d'affaires de l'entreprise.

- **Pénalités pénales**

Dans les cas graves de non-respect, des poursuites pénales peuvent être engagées, entraînant des peines d'emprisonnement, des amendes plus importantes et d'autres sanctions pénales.

- **Retrait des privilèges commerciaux**

Les organismes de réglementation peuvent retirer des privilèges commerciaux, tels que la suspension ou la révocation de licences, l'interdiction de négocier sur les marchés financiers ou l'interdiction d'exercer certaines activités commerciales.

- **Sanctions administratives**

Des mesures administratives peuvent être prises, comme la suspension des droits de vote des actionnaires, l'interdiction d'exercer certaines fonctions de direction ou l'obligation de publier des avis de non-conformité.

- **Réputation et conséquences commerciales**

Le non-respect des réglementations peut nuire à la réputation de l'entreprise, en affectant la confiance des investisseurs, des actionnaires, des clients et des partenaires commerciaux, ce qui peut entraîner une perte de valeur pour l'entreprise.

**Conclusion**

La communication financière joue un rôle crucial dans les marchés financiers d'aujourd'hui. Dans un monde où l'information circule rapidement et où la transparence est devenue une exigence essentielle, la communication financière est essentielle pour établir la confiance, faciliter la prise de décision et assurer une juste valorisation des actifs financiers. Les entreprises cotées en bourse, les institutions financières et les investisseurs utilisent la communication financière pour partager des informations pertinentes sur leur performance financière, leur stratégie, leurs risques et leurs opportunités<sup>26</sup>.

Cette communication permet de fournir une image claire et précise de la santé financière d'une entreprise, ce qui est essentiel pour attirer des investisseurs et maintenir la confiance du marché. De plus, dans un contexte où la volatilité et l'incertitude sont monnaie courante, une communication financière transparente et fiable est un élément clé pour réduire les asymétries d'information et prévenir les comportements spéculatifs. Dans cet environnement dynamique, la communication financière joue un rôle central dans la formation des prix, l'efficacité des marchés et la protection des investisseurs.

---

<sup>26</sup> Thierry Libaret, Marie-Hélène Westphalen, « La communication externe des entreprise », Edition Dunod, Malakof, 2018, p56

# **Chapitre 2**

## **L'introduction en bourse et ses enjeux**

### Introduction

Avant les années 1970, le marché financier occupait une position marginale dans l'économie<sup>27</sup>. Le système bancaire était le principal moteur du financement, agissant comme un intermédiaire entre les acteurs possédant des ressources financières et ceux ayant des besoins de financement<sup>28</sup>. Ce modèle de financement a contribué en partie à la période de croissance économique connue sous le nom des "trente glorieuses". Cependant, les investissements nécessaires sont devenus considérables par la suite, dépassant les capacités de financement des acteurs économiques. Il était donc essentiel de développer davantage les moyens de financements.

La procédure d'introduction en bourse également appelée IPO pour Initial Public Offering en anglais, est une démarche financière permettant à une entreprise privée d'accroître sa capacité de financement en offrant au public des actions de son capital sur une place financière<sup>29</sup>. De nos jours, de nombreux dirigeants d'entreprise considèrent la cotation en bourse comme une destination privilégiée, où ils espèrent trouver refuge.

Cette étape essentielle dans la vie d'une entreprise demande une planification rigoureuse et l'adoption de mesures préliminaires. C'est-à-dire Il est essentiel de comprendre que l'introduction en bourse ne peut être improvisée et nécessite une préparation stricte sur une longue période et que la phase préliminaire de l'introduction joue un rôle déterminant dans le succès de l'opération et la vie ultérieure des actions cotées. Les étapes de la première cotation sont nombreuses et cruciales, car elles permettent de déterminer le prix de l'offre et de diffuser les titres à ce prix.

Dans ce chapitre, nous commencerons par examiner le fonctionnement d'une introduction en bourse, en couvrant ses spécificités, les étapes clés et les objectifs associés à cette démarche. Ensuite, nous étudierons l'importance de la communication lors de la préparation d'une introduction en bourse et son influence sur son succès.

---

<sup>27</sup> Cécile Bastidon Gilles, Jaques Brasseur, Phillippe Gilles, « Histoire de la Globalisation Financière », Edition Armand Colin, Malakoff, 2010, p170

<sup>28</sup> Marie Delaplace, « Monnaie et financement de l'économie », Edition Dunod, Paris, 2017, p284

<sup>29</sup> <https://www.investopedia.com/terms/i/ipo.asp> Consulté le 05/10/2023

### Section 1 : Mécanisme d'une introduction en bourse.

Les introductions en bourse offrent aux entreprises la possibilité d'obtenir des capitaux en proposant des actions sur le marché primaire.

#### 1.1 L'Appel public à l'Épargne

L'Appel Public à l'Épargne (APE) est une méthode de financement qui permet à une société de lever des capitaux importants en impliquant des investisseurs individuels et institutionnels dans l'émission ou l'achat d'actions sur le marché. Réglementé par le code de commerce et supervisé par la Commission d'Organisation et de Surveillance des Opérations de Bourse (COSOB)<sup>30</sup>, l'APE impose des obligations d'information aux sociétés qui y ont recours.

De plus, une société fait appel public à l'épargne lorsque ses actions sont négociables en bourse dès leur inscription ou lorsqu'elle fait appel à des banques, des établissements financiers ou des intermédiaires pour distribuer ses actions.

Par conséquent, l'APE est couramment utilisé lors des introductions en bourse pour susciter l'intérêt et la participation des investisseurs potentiels. Les entreprises recourent à l'APE pour promouvoir leurs offres d'actions par le biais de campagnes de communication, de publicités, de prospectus, et autres moyens de sensibilisation.

Il est important de noter que toutes les introductions en bourse impliquent un appel public à l'épargne, mais tous les appels publics à l'épargne ne conduisent pas nécessairement à une introduction en bourse. En outre, les entreprises déjà cotées en bourse peuvent également utiliser l'APE pour émettre de nouvelles actions ou permettre à des actionnaires existants de vendre leurs actions sur le marché.

L'appel public à l'épargne peut se faire pour l'une des opérations suivantes :

1. L'augmentation de capital ;
2. L'ouverture de capital ;
3. L'émission d'un emprunt obligataire.

---

<sup>30</sup> <https://www.cosob.org/faqs/quest-ce-quun-appel-public-a-lepargne/> Consulté le 05/10/2023

### 1.1.1 Les parties prenantes d'un appel public d'Épargne

L'opération d'appel public à l'épargne pour une introduction en bourse implique la participation de plusieurs acteurs clés. Voici les intervenants principaux<sup>31</sup>

- **La Commission d'Organisation et de Surveillance des Opérations de Bourse (COSOB)**

Joue un rôle essentiel. En plus de traiter le dossier d'admission et d'accorder le visa, la COSOB veille à la protection des épargnants et au respect du principe de transparence.

- **La Société de Gestion de la Bourse des Valeurs (SGBV)**

Est responsable de l'organisation pratique des introductions en bourse et de la gestion matérielle des séances de négociation.

- **Le Dépositaire Central des titres, Algérie Clearing**

Assure l'inscription et la codification des titres admis à ces opérations conformément à la norme internationale I.S.I.N. Il est également responsable du règlement et de la livraison des titres.

- **Les Intermédiaires en Opérations de Bourse**

Jouent un rôle crucial en accompagnant et en assistant les sociétés tout au long du processus d'introduction en bourse. Ils sont chargés du placement des titres et détiennent le monopole de la négociation en bourse.

- **Le Promoteur en bourse**

Est chargé d'apporter une assistance aux PME lors de l'émission de leurs titres. Il les aide dans la préparation de l'opération d'admission et veille à ce qu'elles respectent en permanence leurs obligations légales et réglementaires en matière d'informations.

En travaillant ensemble, ces acteurs contribuent à la réussite des opérations d'appel public à l'épargne et à l'introduction en bourse des sociétés.

### 1.1.2 Les marchés sur les quel sont fait l'appel public à l'Épargne

Dans les quels on distingue trois marchés

- **Marché principal**

Un marché qui est réservé pour les sociétés ayant un capital minimum libéré d'une valeur de 500.000.000 DA

---

<sup>31</sup> Guide d'introduction en bourse revue dans <https://www.sgbv.dz/> Consulté le 05/10/2023

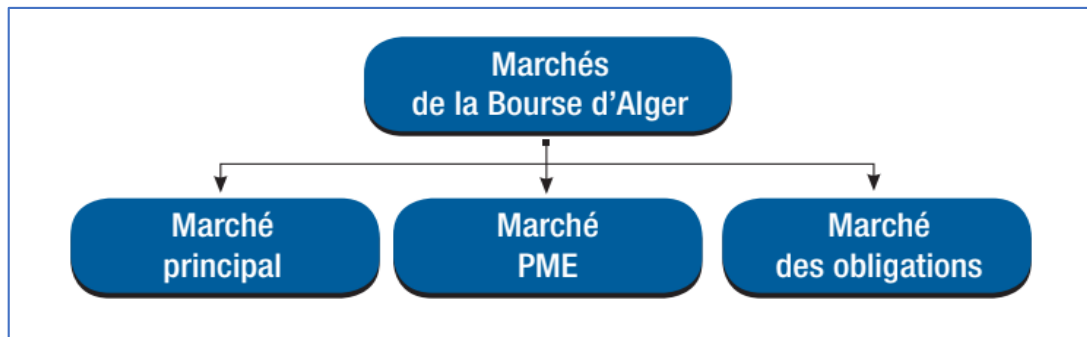
- **Marché des PME**

Un marché qui est réservé aux petites et moyennes entreprises.

- **Marché des obligations**

Un marché qui est un marché des titres de créance émis par les sociétés par actions, les organismes publics et par l'Etat.

**Figures n°1 : Les marchés de la bourse d'Alger**



**Source : le Guide de l'introduction en bourse page6**

En plus des marchés existants, la Bourse d'Alger propose également un Marché de Blocs OAT spécifiquement dédié aux obligations assimilables du Trésor qui sont automatiquement admises à la cote officielle.

## **1.2 Les conditions d'admission en bourse**

Les sociétés qui souhaitent faire coter leurs valeurs mobilières sur l'un des marchés de la Bourse doivent satisfaire aux conditions suivantes

### **1.2.1 Les conditions communes**

- La société doit être constituée sous forme de Société Par Actions (SPA).
- Elle doit informer la COSOB des cessions ou abandons d'éléments d'actifs survenus avant son introduction en bourse.
- La société doit justifier l'existence d'une structure d'audit interne qui sera évaluée par le commissaire aux comptes dans son rapport sur le contrôle interne de la société. Si cette structure n'existe pas, la société doit s'engager à la mettre en place au cours de l'exercice suivant son admission en bourse.
- La société doit prendre en charge les opérations de transfert de titres.
- Elle doit s'engager à respecter les conditions de divulgation d'informations définies par les règlements de la COSOB.

### 1.2.2 Les conditions spécifiques

On y retrouve des conditions spécifiques

**Tableau n°1 : Les conditions spécifiques d'admission en bourse**

Conditions	Marché principale	Marché des PME	Marché des obligations
Capital minimum libéré	+500 Millions de Dinars	-500 Millions de Dinars	+500 Millions de Dinars
Nombre d'exercices certifié	03 dont le dernier est bénéficiaire	02 dernier exercice	Aucune exigence

Source : Le Guide d'introduction en bourse

### 1.2.3 Les condition d'introduction en bourse

Désigne les conditions qu'une entreprise doit remplir pour être cotée en bourse pour la première fois<sup>32</sup>.

- **Marché principal**

- Il est requis de rendre publics des titres de capital représentant au moins 20% du capital social de la société, au plus tard le jour de l'introduction.
- Les titres de capital rendus publics doivent être répartis entre un minimum de 150 actionnaires.

- **Marché PME**

- La société doit réaliser une ouverture de son capital social d'au moins 10% avant au plus tard le jour de l'introduction.
- Les titres de capital de la société qui sont rendus publics doivent être répartis entre un minimum de 50 actionnaires ou 03 investisseurs institutionnels au plus tard le jour de l'introduction.

- **Marché des obligations**

- Le montant des titres de créance pour lesquels une demande d'admission à la négociation en bourse est faite doit être d'au moins 500 000 000 DA le jour de la demande.

<sup>32</sup> Guide d'introduction en bourse, p5 revue dans <https://www.algerieclearing.dz/> Consulté le 05/10/2023

- **Sur le marché des Blocs OAT**, les obligations assimilables du Trésor sont automatiquement admises à la négociation.

### 1.3 Le processus d'une introduction en bourse

L'introduction en bourse se décompose en trois phases essentielles :

#### 1.3.1 La phase Pré-introduction en bourse

- **Prise de décisions à l'origine de l'opération**

La décision d'effectuer une émission par appel public à l'épargne ne peut être prise que par une assemblée générale. C'est uniquement cette instance qui a le pouvoir de décider de lancer une telle opération. Toutefois, l'assemblée générale peut déléguer certains pouvoirs au conseil d'administration ou au directoire afin de faciliter la mise en œuvre concrète de cette décision. Ces pouvoirs délégués visent principalement à rendre l'opération effective, mais la décision de procéder à l'émission par appel public à l'épargne reste entre les mains de l'assemblée générale.<sup>33</sup>

- **Préparation juridique de la société et de l'actionnariat**

Lors de l'introduction en bourse d'une société, il est essentiel de procéder à une préparation juridique approfondie. Cette étape implique un examen minutieux, car l'entreprise est souvent tenue d'apporter des modifications à son statut, sa forme juridique et sa structure de capital afin de satisfaire aux exigences d'admission à la cote.

- **Choix de l'établissement accompagnateur**

Lorsqu'une entreprise souhaite faire coter ses valeurs sur le marché principal ou le marché des obligations, elle est tenue de désigner un IOB (Intermédiaire en Opérations de Bourse) accompagnateur. Ce dernier joue un rôle essentiel en fournissant une assistance, un accompagnement et des conseils tout au long du processus d'introduction. En plus de ses fonctions de conseil et d'assistance, l'IOB accompagnateur est chargé de collaborer avec l'entreprise pour définir une procédure de placement, une stratégie de marketing et, éventuellement, la mise en place d'un syndicat de placement. Cette dernière mesure permet une diffusion plus large des titres, optimisant ainsi les chances de réussite du placement.

Le choix de l'IOB peut être effectué en se basant sur des critères objectifs ou subjectifs, selon les préférences et les besoins de l'entreprise.

---

<sup>33</sup> Guide d'introduction en bourse, p7

Tableau n°2 : Les critères de choix de l'IBO

Critères objectifs	Critères subjectifs
<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Efficacité :</b> L'entreprise évalue l'aptitude de son accompagnateur à fournir une assistance en se basant sur sa réputation et son expérience dans le domaine des introductions en bourse.</li> <li>• <b>Le Cout :</b> une introduction en bourse est une opération associée à des coûts significatifs. Par conséquent, l'entreprise cherche à minimiser ses charges tout au long du processus et choisit un accompagnateur qui peut offrir une efficacité maximale et optimiser les coûts liés à l'introduction en bourse.</li> </ul>	<p>Dans la plupart des cas, notamment en Algérie, l'IOB accompagnateur est souvent une banque. La domiciliation d'une entreprise auprès d'une banque depuis plusieurs années et la relation de confiance établie au fil du temps peuvent jouer un rôle essentiel dans le choix de l'entreprise. En effet, la banque possède une connaissance approfondie des habitudes de son client, de sa structure financière et de ses perspectives de croissance, ce qui peut influencer favorablement la décision de l'entreprise.</p>

**Source : Fait par nous même**

Lorsqu'une entreprise aspire à être cotée sur le marché des PME, elle est tenue de sélectionner un promoteur en Bourse qui l'accompagnera tout au long de son processus d'admission et pendant une période de cinq (05) ans, tout au long de son parcours sur ce marché. Le promoteur en Bourse a pour responsabilité de conseiller l'entreprise dans la préparation de l'opération d'admission. De plus, il est chargé de surveiller et contrôler en permanence la PME afin de garantir son respect des obligations légales et réglementaires en matière d'information.

▪ **Elaboration d'un calendrier d'introduction**

En collaboration avec son IOB accompagnateur ou son promoteur en Bourse, l'entreprise doit démontrer une organisation minutieuse. À cet égard, l'élaboration d'un calendrier d'introduction détaillant les principales étapes que l'entreprise doit franchir permettra une meilleure préparation et réduira les appréhensions liées à l'abordage de chaque nouvelle étape du processus.

**▪ Evaluation de l'entreprise**

Pour fixer le prix de cession des titres, l'entreprise est tenue de faire évaluer sa valeur économique par un membre de l'Ordre des experts-comptables, autre que le commissaire aux comptes de la société, ou par tout autre expert dont l'évaluation est reconnue par la COSOB (Commission d'Organisation et de Surveillance des Opérations de Bourse), à l'exception des membres de celle-ci. Cette évaluation joue un rôle essentiel dans la détermination du prix de vente des titres.

**▪ Elaboration du projet de notice d'informations et de prospectus**

Toute société qui émet publiquement des valeurs mobilières en faisant appel à l'épargne est requise de préparer une notice d'information destinée au public. Cette notice, soumise à l'approbation de la COSOB (Commission d'Organisation et de Surveillance des Opérations de Bourse), doit inclure les éléments d'information nécessaires permettant aux investisseurs de prendre des décisions éclairées, notamment :

- La présentation et l'organisation de l'émetteur ;
- Sa situation financière ;
- L'évolution de son activité ;
- L'objet et les caractéristiques de l'opération projetée.

En plus de la notice d'information, la société est également tenue de préparer un prospectus qui résume les informations essentielles contenues dans la notice. Le prospectus fournit les renseignements les plus importants et significatifs concernant l'émetteur et l'opération projetée.

**▪ Dépôt du dossier d'admission**

Pour obtenir l'admission de ses titres en Bourse, l'entreprise doit soumettre une demande d'admission à la COSOB, accompagnée d'un dossier comprenant les documents juridiques, économiques, financiers et comptables, en deux exemplaires. De plus, elle doit déposer un projet de notice d'information qui accompagnera cette demande.

Le dépôt du projet de notice d'information est accompagné<sup>34</sup>

- Un projet de prospectus ;
- Une copie des statuts ou du règlement intérieur de l'émetteur ;
- Le procès-verbal de l'organe habilité ayant décidé ou autorisé l'émission ;
- Les états financiers prévus par l'instruction COSOB n°98/01 ;

---

<sup>34</sup> Guide d'introduction en bourse p8

- Un exemplaire original de la convention liant le promoteur en Bourse à la PME ;
- Règlement de la redevance prévue par la réglementation.

Le projet de notice d'information peut être présenté par un représentant de l'émetteur ou par un intermédiaire financier. Dans le cas où l'intermédiaire financier présente le projet, il doit indiquer le responsable avec lequel les services compétents de la COSOB peuvent communiquer pour contacter la société. Si un élément du dossier d'admission a été modifié entre le dépôt du dossier et la notification de la décision de la COSOB, la société doit immédiatement informer la COSOB de cette modification.

### ▪ **Visa de la COSOB**

Le visa de la COSOB ne constitue pas une évaluation ni une recommandation sur l'opération en cours. Il confirme simplement que les informations fournies dans la notice d'information semblent être véridiques et suffisantes pour permettre aux investisseurs potentiels de prendre une décision éclairée. En d'autres termes, il atteste de la fiabilité des informations, mais n'émet aucun jugement ou conseil de souscription. La commission dispose d'un délai de 02 mois pour étudier le dossier, et par conséquent accordé ou bien refusé le visa.

### ▪ **Adhésion au dépositaire central des titres (DCT)**

Avant de demander l'admission de ses titres à la négociation en Bourse, la société doit obligatoirement justifier du dépôt de ces titres auprès du dépositaire central des titres. Cette étape doit être réalisée préalablement à l'introduction en Bourse.

### ▪ **Etablissement de contrats et conventions**

L'introduction en Bourse implique la participation de plusieurs acteurs tels que l'IOB (Intermédiaire en Opérations de Bourse), le Promoteur, le Syndicat de placement, la SGBV (Société de Gestion de Banque et de Valeurs), le Dépositaire, etc. Dans ce contexte, il est essentiel d'établir des contrats et des conventions afin de définir clairement les obligations de chaque partie impliquée.

### ▪ **Campagne marketing et roadshow**

Pour assurer le succès de la vente de ses titres, l'émetteur met en place une campagne publicitaire qui utilise différents médias tels que la radio, la télévision, les journaux, etc. De plus, l'émetteur distribue ses prospectus et notices d'information à travers l'ensemble du réseau des agences bancaires participant à l'opération.

Le road show est une période pendant laquelle les dirigeants d'une société tiennent de nombreuses réunions avec les investisseurs. Ces réunions peuvent prendre la forme de rencontres individuelles avec les investisseurs les plus importants ou de grands événements pour le grand public. L'objectif principal de cette campagne est d'informer les investisseurs potentiels sur la qualité de l'entreprise, son produit, son marché, ses résultats et sa stratégie. Elle permet également de recueillir les intentions de participation des investisseurs à la souscription des titres.

### ▪ Période de souscription (Période de l'Offre) :

Pendant la période de souscription, les investisseurs soumettent leurs ordres d'achat directement aux agences bancaires autorisées à participer à l'opération, en déposant un montant correspondant à la valeur des titres demandés.

La COSOB peut ordonner l'interruption du placement dans certains cas, tels que la protection des intérêts des épargnants ou le non-respect des règlements de la COSOB par l'émetteur. En cas de changement significatif par rapport aux informations fournies, une modification de la notice d'information et du prospectus doit être soumise à la COSOB pour approbation. La COSOB dispose de 10 jours ouvrables pour accorder le visa sur la notice modifiée. Si le visa est refusé, le placement est interrompu et ne peut reprendre qu'avec l'autorisation de la COSOB. Toute interruption ou reprise du placement est communiquée au public par un communiqué de presse de la COSOB.

### ▪ Divulgarion des résultats

Si les conditions d'introduction à la cote sont remplies, l'offre est déclarée positive et les résultats de l'opération sont rendus publics. Dans le cas contraire, l'introduction du titre à la cote sera refusée.<sup>35</sup>

### ▪ Dénouement de l'opération

Le dénouement de l'opération est assuré par le Dépositaire Central des Titres et ce, trois (03) jours ouvrables après la divulgation des résultats.

---

<sup>35</sup> Guide d'introduction en bourse, p9

### 1.3.2 La phase de l'introduction en bourse

Après avoir obtenu l'autorisation de la COSOB pour entrer sur le marché, la phase d'introduction débute. Selon la nature de l'opération, elle peut être réalisée en suivant l'une des procédures suivantes

- **Procédure ordinaire**

La procédure ordinaire permet à la SGBV (Société de Gestion de la Bourse des Valeurs), après qu'une valeur répondant aux conditions d'introduction ait été approuvée par la COSOB, d'inscrire directement cette valeur à la cote et de la négocier selon les conditions de cotation du marché. Le cours d'introduction est validé par la SGBV en se basant sur les conditions du marché.

La procédure ordinaire est également utilisée pour les valeurs similaires à des titres déjà cotés, les PME dont les titres ont été préalablement placés auprès d'investisseurs institutionnels, ainsi que pour les titres de créance émis par l'État, les collectivités locales ou les sociétés par actions.

- **Procédure d'offre publique de vente (OPV)**

L'offre publique de vente (OPV) est une opération qui implique la vente de titres de capital émis par des sociétés par actions, selon des conditions spécifiques de quantité et de prix, dans le cadre d'une réglementation établie par la COSOB.

Le règlement général de la Bourse d'Alger a établi deux modes d'OPV<sup>36</sup>

- **OPV à prix minimal**

La procédure d'offre publique de vente à prix minimal est une procédure où, le jour de l'introduction, un certain nombre de titres sont mis à la disposition du public à un prix minimal auquel les introducteurs sont prêts à les vendre.

- **OPV à prix fixe**

La procédure d'offre publique de vente à prix fixe implique la mise à disposition du public, le jour de l'introduction, d'un nombre précis de titres à un prix préétabli et fixe.

Sur demande des introducteurs, la SGBV peut utiliser une offre publique de vente à prix fixe nominative. Dans ce cas, les ordres d'achat doivent être nominatifs, et chaque acquéreur ne peut déposer qu'un seul ordre auprès d'un seul intermédiaire en opérations de bourse.

---

<sup>36</sup> Guide d'introduction en bourse ,P16 revue dans <https://www.sgbv.dz/> Consulté le 05/10/2023

Avec l'accord de la SGBV, les introducteurs peuvent prévoir la répartition des ordres d'achat en différentes catégories en fonction de la quantité de titres demandés ou de la qualité des donneurs d'ordres (institutionnels, particuliers, salariés, personnes morales, personnes physiques, etc.).

La SGBV, en concertation avec les introducteurs, détermine le résultat de l'offre et, le cas échéant, fixe le taux de réduction applicable aux ordres en présence.

- **Déroulement d'une OPV**

Après la clôture de la période de souscription et la collecte des ordres d'achat provenant des IOB (intermédiaires en opérations de bourse), la SGBV effectue d'abord une validation pour détecter les ordres d'achat non conformes.

Ensuite, après avoir vérifié que les conditions d'introduction sont remplies, la SGBV déclare l'offre positive et procède à l'allocation des ordres en utilisant des techniques de répartition conformes aux modalités convenues avec les introducteurs.

Cependant, si les conditions d'introduction ne sont pas satisfaites, l'offre est déclarée infructueuse et la SGBV refuse l'introduction du titre en bourse.

Une fois que l'offre est déclarée positive, les résultats de l'opération sont rendus publics lors d'une séance spéciale de la Bourse organisée par la SGBV. L'avis de résultat, qui résume les résultats de l'opération, est ensuite publié dans une édition du Bulletin Officiel de la Cote (BOC).

Le dénouement de l'opération sera géré par le Dépositaire Central des Titres, et cela se fera trois (03) jours ouvrables après la séance de divulgation des résultats.

La SGBV publiera ultérieurement un avis dans le BOC indiquant la date de la première séance de cotation du titre. Cet avis confirmera également le cours de référence retenu pour la première séance de négociation, qui sera établi au prix de l'offre publique de vente à prix fixe et à la limite du dernier ordre servi de l'offre publique de vente à prix minimal.

### **1.3.3 La phase post-introduction**

Une fois que l'introduction en bourse est effectuée et que la société est cotée, elle est tenue de respecter des obligations d'information et de communication envers ses actionnaires conformément à la réglementation.

En outre, l'entreprise a la possibilité de suivre la performance de sa valeur une fois qu'elle est cotée. Ce suivi peut être réalisé à court terme en utilisant des techniques de soutien de cours.

### **L'Engagement de l'émetteur à la publication de l'information**

Toute société cotée en bourse doit

Porter à la connaissance du public tout changement ou fait important susceptible, s'il était connu, d'exercer une influence significative sur le cours des titres.

Diffuser les états financiers annuels comprenant :

- Le bilan ;
- Le tableau des comptes de résultats ;
- Le projet d'affectation du résultat ;
- Les notes annexées aux états financiers ;
- Le tableau des flux de trésorerie.

Diffuser les états comptables semestriels comprenant :

- Le tableau des comptes de résultats ;
- Les notes annexées aux états comptables semestriels.

Les états financiers couvrant la période du dernier exercice sont présentés en comparaison avec ceux de l'exercice précédent. Ils doivent être publiés dans un journal ou plusieurs à diffusion nationale. Ces états sont préparés conformément aux principes du plan comptable national et du nouveau système comptable et financier (SCF), ainsi qu'aux exigences supplémentaires définies par la COSOB.

Les états comptables couvrent la période allant de la clôture du dernier exercice jusqu'à la fin du premier semestre. Ils sont présentés en comparaison avec les états de l'exercice précédent et sont préparés selon les mêmes règles que les comptes annuels individuels ou consolidés. Ces états doivent être vérifiés par le(s) commissaire(s) aux comptes. L'attestation donnée par le commissaire aux comptes, ainsi que les éventuelles réserves, sont reproduites intégralement.

Selon l'article 7 du règlement n° 02/00, les émetteurs sont tenus de respecter les obligations suivantes :

- Déposer un rapport annuel auprès de la COSOB et de la SGBV. Ce rapport doit contenir les états financiers annuels, le rapport du (ou des) commissaire(s) aux comptes et d'autres informations requises par instruction de la COSOB. Le dépôt doit être effectué au plus tard 30 jours avant la tenue de l'assemblée générale ordinaire des actionnaires.
- Déposer auprès de la COSOB et de la SGBV, au plus tard le jour de l'envoi, tout document adressé aux actionnaires.
- Déposer un rapport de gestion semestriel auprès de la COSOB et de la SGBV. Ce rapport comprend les états comptables semestriels ainsi que l'attestation du (ou des) commissaire(s) aux comptes. Le dépôt doit être effectué dans les quatre-vingt-dix (90) jours suivant la fin du premier semestre de l'exercice précédent.
- Faire parvenir ou mettre à disposition des actionnaires le rapport semestriel et le publier dans un ou plusieurs journaux à diffusion nationale. La COSOB peut accorder une prolongation du délai si la situation de l'émetteur le justifie.

Il est important de respecter ces délais, car le non-dépôt et la non-publication des communiqués de presse, du rapport annuel et du rapport semestriel dans les délais impartis exposent les émetteurs à des sanctions prévues par la législation et la réglementation (article 21 du règlement n° 02/00).

### ▪ **Fonctionnement du contrat de liquidité**

Le contrat de liquidité est mis en place pour éviter toute dépréciation soudaine du titre coté récemment<sup>37</sup>. Les intermédiaires-introducteurs peuvent exercer une activité de soutien des cours en rachetant des titres sur le marché secondaire.

Les sociétés dont les actions sont cotées en bourse ont la possibilité d'acheter leurs propres actions en Bourse, dans le cadre d'un contrat de liquidité d'une durée maximale de douze (12) mois. L'objectif est de favoriser la liquidité et réguler le cours des actions.

L'intermédiaire-introducteur opérant dans le cadre du mandat confié par l'émetteur agit de manière indépendante. Il prend seul la décision d'intervenir sur le marché. Toutefois, il ne peut pas intervenir pour influencer la formation des cours, soutenir ou compenser d'importants déséquilibres, contrecarrer ou amplifier la tendance du marché. De plus, les titres et les fonds

---

<sup>37</sup> Guide d'introduction en bourse, p9 revue dans <https://www.algerieclearing.dz/> Consulté le 05/10/2023

disponibles dans le compte de liquidité doivent être utilisés uniquement conformément aux termes définis dans le contrat.

L'introduction en bourse offre des avantages à l'entreprise. Elle accroît sa visibilité et sa crédibilité sur les marchés financiers, renforce sa réputation et lui donne accès à de nouvelles sources de financement. De plus, elle permet aux propriétaires ou actionnaires existants de réaliser des gains en vendant une partie de leurs actions.

Cependant, elle implique également des obligations et des exigences réglementaires. L'entreprise doit se conformer à des règles de divulgation d'informations financières et opérationnelles, ainsi qu'à des obligations de transparence et de communication envers les actionnaires et le public.

### **Section 2 : Le rôle de la communication financière dans une introduction en bourse**

Lors d'une introduction en bourse, la communication joue un rôle essentiel pour susciter l'intérêt des investisseurs potentiels et établir une relation de confiance avec eux.

#### **2.1 Les méthodes de communication financière lors d'une introduction en bourse**

Voici les méthodes clés de communication utilisées dans le cadre d'une introduction en bourse<sup>38</sup>

##### **2.1.1 Note d'information**

La note d'information, également appelée prospectus, constitue un document essentiel lors d'une introduction en bourse. Elle fournit des informations détaillées sur l'entreprise, ses activités, sa structure financière, ses risques, sa gouvernance, etc. La note d'information est soumise aux autorités réglementaires et est rendue publique pour permettre aux investisseurs potentiels de prendre des décisions éclairées.

##### **2.1.2 Note d'analyse financière**

En complément de la note d'information, certaines entreprises peuvent publier une note d'analyse financière préparée par des analystes financiers indépendants. Cette note fournit une

---

<sup>38</sup> <https://www.cairn.info/revue-legicom-1999-3-page-3.htm> Consulté le 05/10/2023

évaluation de la valeur de l'entreprise, des perspectives de croissance et des recommandations d'investissement. Elle vise à apporter une vision externe et objective de l'entreprise, renforçant ainsi la crédibilité de l'introduction en bourse.

### **2.1.3. Brochure institutionnelle de la société**

Une brochure institutionnelle est souvent créée pour présenter l'entreprise de manière concise et attrayante. Elle met en évidence les points forts de l'entreprise, sa stratégie, ses avantages concurrentiels et son potentiel de croissance. Cette brochure est largement utilisée pour promouvoir l'entreprise auprès des investisseurs institutionnels et des analystes financiers.

### **2.1.4 Réunion de Présentation**

Une réunion de présentation, également connue sous le nom de roadshow, est une étape clé de la communication lors de l'introduction en bourse. L'équipe dirigeante de l'entreprise rencontre des investisseurs potentiels dans différentes villes pour présenter l'entreprise, son modèle économique, ses résultats financiers et ses perspectives. Ces réunions permettent d'établir un dialogue direct avec les investisseurs et de répondre à leurs questions.

### **2.1.5 "One on one"**

En complément du roadshow, les réunions "one on one" offrent la possibilité aux investisseurs potentiels de rencontrer individuellement les membres de l'équipe dirigeante. Ces entretiens personnalisés permettent des discussions plus approfondies sur des sujets spécifiques et favorisent la création d'une relation de confiance entre l'entreprise et les investisseurs.

### **2.1.6 Relations presse**

La communication avec les médias est également importante lors d'une introduction en bourse. Les entreprises publient des communiqués de presse pour annoncer l'introduction en bourse, partager des informations sur les étapes clés du processus et fournir des mises à jour sur les performances financières de l'entreprise. Les relations presse contribuent à la diffusion d'informations sur l'entreprise et à la création d'une image positive auprès du public et des investisseurs.

## **Après l'introduction en bourse**

Une fois l'introduction en bourse réalisée, la communication financière continue d'être essentielle. Les entreprises cotées sont tenues de publier régulièrement des rapports financiers, tels que les résultats trimestriels et annuels, afin d'informer les investisseurs sur leur

performance. Elles peuvent également organiser des conférences téléphoniques ou des événements pour présenter les résultats et répondre aux questions des investisseurs.

En utilisant ces différentes méthodes de communication, les entreprises peuvent renforcer la confiance des investisseurs, promouvoir leur entreprise de manière efficace et maintenir une communication transparente après l'introduction en bourse. Cela contribue à la valorisation de l'entreprise et à sa réussite sur les marchés financiers.

## **2.2 Le rôle de la communication financière dans une introduction en bourse**

La communication financière revêt une importance primordiale tout au long du processus d'introduction en bourse. Elle sert de pont entre l'entreprise et les investisseurs potentiels<sup>39</sup>.

### **2.2.1 La transparence et la confiance**

Sont des éléments clés de la communication financière lors d'une introduction en bourse. Pour garantir la transparence, il est essentiel que la communication financière fournisse des informations précises, complètes et transparentes sur la situation financière de l'entreprise (A).

Cela implique de diffuser des informations clés telles que le bilan, le compte de résultat et le tableau des flux de trésorerie, qui détaillent la situation financière de l'entreprise et ses performances passées.

En communiquant les performances financières passées, l'entreprise peut établir sa crédibilité et démontrer sa capacité à générer des résultats positifs.

Cependant, la communication financière ne se limite pas aux performances passées ; elle doit également mettre en avant la stratégie de l'entreprise et ses perspectives de croissance à long terme, afin d'inspirer confiance et intérêt chez les investisseurs. En mettant en évidence la stratégie et les perspectives, l'entreprise peut convaincre les investisseurs potentiels de son potentiel de croissance et de sa valeur à long terme.

### **2.2.2 La promotion de l'entreprise**

La communication financière joue un rôle essentiel dans la promotion de l'entreprise lors d'une introduction en bourse. Pour cela, elle doit inclure une présentation claire et détaillée des activités principales de l'entreprise ainsi que de ses produits ou services. De plus, il est

---

<sup>39</sup> <https://www.daf-mag.fr/> Consulté le 05/10/2023

crucial de communiquer la vision stratégique de l'entreprise et sa proposition de valeur unique afin d'attirer l'intérêt des investisseurs.

En mettant en évidence les points forts de l'entreprise tels que son avantage concurrentiel, ses partenariats stratégiques et les opportunités de croissance qu'elle offre, la communication financière renforce la confiance et l'intérêt des investisseurs potentiels. En soulignant ces éléments clés, l'entreprise peut se positionner de manière convaincante sur le marché et attirer les investisseurs qui partagent sa vision et reconnaissent son potentiel de croissance.

### **2.2.3 Conformité réglementaire**

Les réglementations financières jouent un rôle crucial dans les introductions en bourse en encadrant les communications pour garantir la transparence et la protection des investisseurs. Dans ce contexte, la rédaction et la publication d'un prospectus détaillé revêtent une grande importance, car il fournit des informations complètes sur l'entreprise ainsi que sur l'offre d'actions, permettant aux investisseurs de prendre des décisions éclairées.

De plus, l'entreprise est tenue de respecter l'obligation de divulguer périodiquement ses résultats financiers, ce qui permet d'informer les investisseurs et de maintenir la transparence après l'introduction en bourse.

Ces réglementations visent à instaurer un environnement de confiance et à protéger les investisseurs en s'assurant que les informations essentielles sont communiquées de manière transparente et régulière tout au long du processus d'introduction en bourse.

### **2.2.4. Gestion des attentes des investisseurs**

La gestion des attentes des investisseurs est un aspect crucial de la communication financière lors d'une introduction en bourse. Pour cela, il est essentiel que la communication soit basée sur des informations précises et réalistes, évitant les promesses exagérées, afin de gérer les attentes des investisseurs de manière réaliste.

Une communication transparente joue un rôle clé dans la création d'un alignement entre les objectifs de l'entreprise et les attentes des investisseurs. En fournissant des informations claires et transparentes sur la stratégie de l'entreprise, ses perspectives de croissance et les risques, la communication financière permet de développer une relation de confiance mutuelle entre l'entreprise et les investisseurs. Cela contribue à éviter les désillusions et les malentendus, favorisant ainsi une relation solide et durable entre l'entreprise et ses investisseurs.

### 2.2.5 La valorisation de l'entreprise

La valorisation de l'entreprise est fortement influencée par la communication financière lors d'une introduction en bourse.

Tout d'abord, la communication financière joue un rôle clé en présentant la performance financière de l'entreprise, ce qui peut influencer la perception des investisseurs sur sa valorisation.

Ensuite, la communication financière met en évidence les opportunités de croissance futures de l'entreprise, ce qui peut avoir un impact positif sur sa valorisation en démontrant son potentiel de croissance.

De plus, la communication financière permet de mettre en avant les avantages concurrentiels de l'entreprise, tels que sa technologie, sa propriété intellectuelle ou son positionnement sur le marché, ce qui peut également influencer positivement sa valorisation.

En résumé, une communication financière efficace influence la perception des investisseurs et peut ainsi avoir un impact direct sur la valorisation de l'entreprise lors de son introduction en bourse. Une communication transparente, précise et convaincante est donc essentielle pour maximiser la valorisation de l'entreprise et attirer les investisseurs.

**Section 3 : L'impact de la communication financière sur la réussite de l'introduction en bourse**

La réussite d'une introduction en bourse dépend de plusieurs facteurs clés. Voici quelques éléments importants à prendre en compte pour maximiser les chances de réussite :

**3.1 Les déterminant de réussite d'une introduction en bourse**

Il existe plusieurs facteurs qui détermine la réussite de l'introduction en bourse<sup>40</sup>

**3.1.1 Préparation minutieuse**

Avant de procéder à une introduction en bourse, il est essentiel de préparer l'entreprise de manière exhaustive. Cela implique d'évaluer la solvabilité de l'entreprise, d'optimiser sa structure financière, de consolider ses opérations et de mettre en place des systèmes de gouvernance solides.

**3.1.2 Évaluation réaliste de la valeur**

Il est crucial de réaliser une évaluation précise et réaliste de la valeur de l'entreprise. Cela peut nécessiter l'engagement de conseillers financiers et d'experts en évaluation pour déterminer un prix d'introduction approprié et compétitif.

**3.1.3 Communication financière efficace**

La communication financière joue un rôle essentiel dans la réussite d'une introduction en bourse. Il est important de fournir des informations financières transparentes, précises et complètes aux investisseurs potentiels. Cela comprend la divulgation des états financiers, des perspectives de croissance, des risques et des opportunités. Une présentation claire et convaincante de la stratégie de l'entreprise et de ses avantages concurrentiels est également essentielle pour attirer les investisseurs.

**3.1.4 Sélection adéquate des investisseurs**

Il est crucial de sélectionner les bons investisseurs pour l'introduction en bourse. Trouver des investisseurs qui partagent la vision à long terme de l'entreprise et qui sont prêts à soutenir sa croissance est important. Cela peut nécessiter une recherche approfondie et une stratégie d'investissement ciblée.

---

<sup>40</sup> Patrick Sentis, « Introduction en bourse : quelles stratégie pour une entreprise candidate publié dans Revues française de gestion », Edition Lavoisier, Paris, 2005, p228

### **3.1.5 Équipe de direction solide**

Les investisseurs accordent une grande importance à l'équipe de direction d'une entreprise lors d'une introduction en bourse. Il est essentiel d'avoir une équipe de direction compétente et expérimentée, capable de gérer les défis associés à une introduction en bourse et de mettre en œuvre efficacement la stratégie de l'entreprise.

### **3.1.6 Suivi post-introduction en bourse**

La réussite d'une introduction en bourse ne s'arrête pas à la date de l'introduction. Il est crucial de maintenir une communication régulière avec les investisseurs, de fournir des mises à jour financières et opérationnelles, et de respecter les engagements pris lors de l'introduction en bourse. Une gestion transparente et responsable après l'introduction est essentielle pour maintenir la confiance des investisseurs.

Chaque entreprise et chaque introduction en bourse sont uniques, et la réussite dépend de nombreux facteurs spécifiques à chaque cas. Il est recommandé de collaborer avec des conseillers financiers et des experts en introduction en bourse pour maximiser les chances de succès.

## **3.2 L'impact de la communication financière sur la réussite d'introduction en bourse**

La communication financière joue un rôle essentiel dans la réussite d'une introduction en bourse

### **3.2.1 Attraction de l'intérêt des investisseurs potentiels**

Une communication financière bien exécutée joue un rôle crucial dans l'attraction de l'intérêt des investisseurs potentiels lors d'une introduction en bourse. Voici quelques points clés pour mettre en avant son importance

- **Création d'une image positive**

Une communication financière efficace permet de créer une image positive de l'entreprise auprès des investisseurs potentiels. En fournissant des informations claires, précises et transparentes sur les performances financières passées, les perspectives de croissance et la stratégie de l'entreprise, vous établissez la confiance et suscitez l'intérêt des investisseurs.

- **Démonstration de la valeur**

Une communication financière bien exécutée permet de démontrer la valeur de l'entreprise aux investisseurs potentiels. En mettant en avant les atouts et les avantages

concurrentiels de l'entreprise, tels que sa technologie, son positionnement sur le marché, sa clientèle ou ses partenariats stratégiques, vous montrez aux investisseurs pourquoi ils devraient s'intéresser à votre entreprise.

- **Transmission d'une vision claire**

La communication financière offre l'opportunité de transmettre une vision claire et convaincante de l'avenir de l'entreprise. En expliquant comment vous prévoyez de saisir les opportunités de croissance, de gérer les défis et d'atteindre vos objectifs stratégiques, vous inspirez confiance et suscitez l'intérêt des investisseurs qui cherchent des opportunités d'investissement prometteuses.

- **Gestion des attentes des investisseurs**

Une communication financière bien exécutée permet également de gérer les attentes des investisseurs potentiels de manière réaliste. En fournissant des informations transparentes sur les risques et les incertitudes auxquels l'entreprise est confrontée, vous aidez les investisseurs à prendre des décisions éclairées et à évaluer le potentiel de l'entreprise de manière réaliste.

### 3.2.2 Éviter les promesses exagérées et maintenir une transparence

Éviter les promesses exagérées et maintenir une transparence totale dans la communication financière sont des éléments essentiels pour favoriser la confiance des investisseurs lors d'une introduction en bourse. Voici pourquoi ces pratiques sont importantes :

- **Crédibilité et confiance**

En évitant les promesses exagérées, vous maintenez une crédibilité auprès des investisseurs potentiels. Les investisseurs apprécient les entreprises qui sont réalistes dans leurs prévisions et qui ne surestiment pas leur potentiel de croissance. En communiquant de manière transparente et honnête, vous gagnez la confiance des investisseurs et établissez une relation solide basée sur des attentes réalistes.

- **Gestion des risques**

La transparence totale dans la communication financière permet de gérer efficacement les risques. Il est essentiel de reconnaître et de communiquer ouvertement les risques et les incertitudes auxquels votre entreprise est confrontée. Les investisseurs apprécient d'être informés des risques, car cela leur permet de prendre des décisions éclairées et de comprendre les facteurs qui pourraient affecter la performance future de l'entreprise.

- **Relation à long terme**

En maintenant une transparence totale, vous établissez une relation de confiance à long terme avec les investisseurs. Les investisseurs apprécient les entreprises qui sont ouvertes et honnêtes dans leur communication, même lorsque les nouvelles ne sont pas toujours positives. Une communication transparente crée une base solide pour une relation de confiance durable, ce qui peut être bénéfique pour l'entreprise à l'avenir, notamment lorsqu'elle a besoin de soutien financier supplémentaire ou lors de futures opérations sur le marché des capitaux.

- **Conformité réglementaire**

Maintenir une transparence totale dans la communication financière est également essentiel pour se conformer aux exigences réglementaires. Les entreprises qui fournissent des informations précises, complètes et transparentes respectent les normes réglementaires et évitent les problèmes juridiques potentiels. Cela renforce la confiance des investisseurs dans l'entreprise et donne l'assurance que les pratiques commerciales sont solides.

La communication financière continue après l'introduction en bourse est essentielle pour maintenir la confiance des investisseurs à long terme. Elle permet de maintenir la transparence, de gérer les attentes, de répondre aux préoccupations des investisseurs et de renforcer la relation entre les investisseurs et l'entreprise. En accordant une attention constante à la communication financière, vous favorisez une relation de confiance durable avec les investisseurs et créez un environnement favorable pour la croissance et le développement de votre entreprise.

**Conclusion**

L'introduction en bourse offre une réelle opportunité pour la croissance des entreprises, en surmontant les contraintes financières et en permettant la mise en œuvre de stratégies de développement. Malgré sa perception comme étant complexe et coûteuse, elle constitue une étape majeure de la vie d'une entreprise. Cependant, pour réussir cette étape, il est essentiel de disposer de connaissances spécifiques sur le processus, les aspects légaux et réglementaires, les intervenants et les préparatifs nécessaires. En collaborant avec des experts et en adoptant une approche transparente et réaliste dans la communication financière, les entreprises peuvent attirer l'intérêt des investisseurs, maintenir leur confiance à long terme et ouvrir la voie à une croissance durable.

# **Chapitre 03**

**Le rôle de la communication  
financière dans l'augmentation du  
profit de l'entreprise Cas de la EURL  
Arcadia Etudes et Voyages.**

## **Chapitre 03 Le rôle de la communication financière dans l'augmentation du profit de l'entreprise Cas de la EURL Arcadia Etudes et Voyages.**

---

### **Introduction**

L'introduction en bourse est une étape décisive pour de nombreuses entreprises qui cherchent à accéder à des sources de financement supplémentaires et à renforcer leur profil sur le marché<sup>41</sup>. Dans ce chapitre, nous examinerons le cas de l'EURL Arcadia, une PME prestataire de services de démarche d'étude et de voyage à l'étranger, qui envisage de s'introduire à la Bourse d'Alger, dont l'objectif est de lever des capitaux supplémentaires afin de financer sa croissance future et de réussir à établir des bureaux à l'étranger.

Nous commencerons par étudier les conditions d'admission de l'EURL Arcadia à la Bourse d'Alger. Cela comprendra une analyse approfondie des critères et des exigences établis par l'autorité de régulation boursière, ainsi que les aspects spécifiques liés à la forme juridique de l'entreprise en tant qu'Entreprise Unipersonnelle à Responsabilité Limitée (EURL). Nous examinerons les conditions financières, les obligations de divulgation d'informations et autres prérequis nécessaires pour qu'Arcadia puisse accéder au marché boursier.

Ensuite, nous aborderons le processus complet de l'introduction en bourse de l'entreprise Arcadia. Nous détaillerons les différentes étapes, de la préparation initiale à la phase post-introduction, en mettant l'accent sur le rôle crucial de la communication financière à chaque étape. Nous explorerons comment Arcadia doit élaborer un prospectus détaillé et une notice d'information concise pour attirer les investisseurs potentiels, organiser des roadshows et des présentations publiques, et mettre en place une stratégie de communication efficace pour promouvoir l'offre publique.

Ce chapitre vise à fournir une compréhension approfondie des conditions d'admission de l'EURL Arcadia à la Bourse d'Alger, à décrire le processus complet de l'introduction en bourse et à démontrer le rôle essentiel de la communication dans l'atteinte des objectifs financiers de l'entreprise. En comprenant ces éléments, Arcadia sera en mesure de développer une stratégie d'introduction en bourse solide et de maximiser les opportunités de croissance et de rentabilité sur le marché boursier.

---

<sup>41</sup> <https://dspace.ummtto.dz/> Consulté le 15/10/2023

## **Chapitre 03 Le rôle de la communication financière dans l'augmentation du profit de l'entreprise Cas de la EURL Arcadia Etudes et Voyages.**

---

### **Section 01 : Présentation de l'entreprise Arcadia Etude et Voyages.**

L'Agence Arcadia Démarche Etude et voyage de Boumerdes a été fondée le 15 novembre 2021 dans le but précis qui d'une part de développer le tourisme en Algérie, d'assurer le réceptif et de rapprocher l'administration hôtelière et touristique, tout en garantissant la présence de différentes compagnies aériennes nationales et étrangères à Boumerdes. L'agence Arcadia s'engage à donner une nouvelle perception du tourisme local en se concentrant sur une gamme de produits originaux tels que :

- **Camping** : Arcadia offre des expériences de camping uniques dans des endroits pittoresques de l'Algérie. Les voyageurs peuvent profiter de la beauté naturelle des parcs nationaux, des oasis ou des plages, tout en bénéficiant des installations de camping confortables.
- **Randonnée** : L'agence propose des itinéraires de randonnée à travers les montagnes, les déserts et les vallées de l'Algérie. Les voyageurs peuvent explorer des paysages époustouflants, découvrir la faune et la flore locales et interagir avec les communautés environnantes.
- **Rencontres dans les auberges de jeunesse** : Arcadia favorise les échanges culturels en encourageant les voyageurs à séjourner dans des auberges de jeunesse. Cela permet de rencontrer d'autres voyageurs du monde entier et de partager des expériences, tout en découvrant la culture locale.
- **Tourisme culturel** : L'agence organise des visites guidées pour découvrir le riche patrimoine culturel de l'Algérie, y compris les sites archéologiques, les musées, les monuments historiques et les festivals traditionnels.
- **Tourisme balnéaire** : Les voyageurs peuvent profiter des magnifiques plages de l'Algérie et des activités nautiques telles que la baignade, la plongée sous-marine, la planche à voile, et bien plus encore.
- **Tourisme sportif** : Arcadia propose également des activités de tourisme sportif telles que l'escalade, le VTT, le ski, le parapente et d'autres activités de plein air pour les amateurs de sensations fortes.

L'agence Arcadia s'efforce de créer des expériences de voyage extraordinaires qui laissent une impression durable chez ses clients. En offrant une gamme diversifiée de produits uniques et immersifs, Arcadia vise à réaliser les aspirations de voyage des personnes en quête

## **Chapitre 03 Le rôle de la communication financière dans l'augmentation du profit de l'entreprise Cas de la EURL Arcadia Etudes et Voyages.**

---

d'aventures inoubliables et d'exploration culturelle au-delà de leurs frontières. Parmi ses produits :

- **Expéditions d'aventure** : Arcadia organise des expéditions d'aventure palpitantes vers des destinations réputées pour leur beauté naturelle et leurs activités à sensations fortes. De l'escalade en montagne dans l'Himalaya à la plongée dans la Grande Barrière de corail, les voyageurs peuvent se lancer dans des aventures inoubliables adaptées à leurs préférences.
- **Voyages d'immersion culturelle** : Arcadia conçoit des circuits culturels immersifs qui permettent aux voyageurs de plonger dans les traditions, l'histoire et les coutumes locales de différents pays. Ces circuits incluent souvent des visites de sites emblématiques, la participation à des cérémonies traditionnelles et des interactions avec les communautés locales.
- **Retraites bien-être** : Pour ceux qui recherchent détente et revitalisation, Arcadia propose des retraites bien-être dans des lieux paisibles et pittoresques. Ces retraites offrent une gamme d'activités axées sur le bien-être telles que le yoga, la méditation, les soins spa et une cuisine saine, favorisant une approche holistique du bien-être.
- **Expériences culinaires** : Arcadia organise des circuits culinaires qui mettent en valeur les saveurs diverses et les délices gastronomiques des destinations du monde entier. Les voyageurs peuvent participer à des cours de cuisine, des dégustations culinaires et des visites de marchés locaux, s'immergeant ainsi dans le riche patrimoine culinaire de chaque lieu.
- **Safaris animaliers** : Arcadia organise des safaris animaliers dans des parcs nationaux et réserves renommés, permettant aux voyageurs de découvrir la beauté de la flore et de la faune exotiques de près. Des savanes africaines à la forêt amazonienne, ces safaris offrent des rencontres inoubliables avec la faune sauvage et la possibilité de contribuer aux efforts de conservation.
- **Circuits historiques et architecturaux** : Avec une attention portée sur le patrimoine et l'architecture, Arcadia propose des circuits spécialisés pour explorer les trésors historiques et les merveilles architecturales de différentes destinations. Les voyageurs peuvent découvrir des ruines antiques, des sites emblématiques et des sites classés au patrimoine mondial de l'UNESCO, en acquérant ainsi une compréhension de la signification culturelle de ces lieux.

## **Chapitre 03 Le rôle de la communication financière dans l'augmentation du profit de l'entreprise Cas de la EURL Arcadia Etudes et Voyages.**

---

- **Évasions de luxe :** Pour les voyageurs exigeants en quête d'opulence et d'exclusivité, Arcadia propose des évasions de luxe sur mesure vers des complexes hôteliers somptueux, des îles privées et des destinations haut de gamme. Ces expériences sur mesure répondent aux plus hautes exigences de luxe, garantissant une escapade inoubliable et indulgente.

D'une autre part, Arcadia, en tant qu'agence de consultation et de conseil spécialisée dans les études à l'étranger pour les Algériens, met à disposition une équipe amicale et professionnelle pour accompagner les jeunes bacheliers algériens ainsi que les étudiants souhaitant poursuivre leur formation à l'étranger.

Grâce à ses nombreux partenariats avec des écoles, collèges et universités dans des pays tels que l'Angleterre, la France, le Canada et les États-Unis, Arcadia offre une variété d'options pour étudier à l'étranger. Peu importe votre choix de destination, l'équipe d'Arcadia est là pour vous soutenir à chaque étape du processus, vous permettant ainsi de vous concentrer pleinement sur vos études.

Que ce soit pour la préparation de votre visa, le choix des options de logement ou même votre transfert depuis l'aéroport, l'équipe d'Arcadia se charge de vous fournir une assistance complète. L'objectif est de rendre votre expérience d'études à l'étranger aussi fluide et agréable que possible.

Chez Arcadia, on comprend l'importance de prendre en considération les aspirations et les besoins individuels de chaque étudiant. On travaille en étroite collaboration avec vous afin de comprendre vos objectifs éducatifs et de vous orienter vers les meilleures options correspondant à votre profil académique et à vos ambitions.

Que vous souhaitiez poursuivre des études universitaires, une formation professionnelle ou participer à un programme d'échange, Arcadia vous fournit des conseils personnalisés pour concrétiser votre projet d'études à l'étranger. Notre priorité est de vous aider à réaliser vos aspirations éducatives et de vous accompagner tout au long de votre parcours.

## **Chapitre 03 Le rôle de la communication financière dans l'augmentation du profit de l'entreprise Cas de la EURL Arcadia Etudes et Voyages.**

---

### **Section 02 : Les conditions et le processus complet de l'introduction en bourse de la PME Arcadia.**

L'introduction en bourse d'Arcadia se fera en plusieurs étapes et sous les conditions de la Société de gestion de la bourse des valeurs

#### **2.1 Les objectifs d'introduction en bourse d'Arcadia**

##### **Pour quoi Arcadia veut-elle s'introduire en bourse ?**

L'objectif prédominant d'Arcadia, une PME, lors de son introduction en bourse est de faire croître l'entreprise et de réussir à établir des bureaux à l'étranger. En termes plus explicites en s'introduisant en bourse, Arcadia cherche à lever des capitaux supplémentaires pour financer sa croissance future. Ces fonds lui permettront d'investir dans l'expansion de ses activités à l'échelle internationale en établissant des bureaux dans d'autres pays. L'objectif est d'étendre sa présence géographique, d'explorer de nouveaux marchés et de saisir des opportunités commerciales dans différents pays

Un autre objectif est d'accroître la notoriété et la visibilité de l'entreprise sur le marché. Être cotée en bourse donne une exposition accrue, attirant ainsi de nouveaux clients, partenaires commerciaux et investisseurs.

L'introduction en bourse offre également une liquidité pour les actionnaires existants, leur permettant de vendre une partie de leurs actions et de réaliser des gains financiers. Cela crée également un marché actif pour les actions de l'entreprise, facilitant les transactions pour les actionnaires.

#### **2.2 Les conditions d'admission d'Arcadia à la bourse d'Alger.**

La Bourse d'Alger, connue sous le nom de "Bourse des Valeurs Mobilières d'Alger" (BVMA), est le principal marché boursier en Algérie. Elle offre un environnement réglementé et une plateforme de négociation pour les entreprises souhaitant émettre des titres et pour les investisseurs désirant négocier ces titres. Pour que Arcadia y accède elle doit respecter les modalités spécifiques de l'introduction en bourse à la Bourse d'Alger. Cela comprendra les conditions d'admission à respecter et des exigences réglementaires.

## **Chapitre 03 Le rôle de la communication financière dans l'augmentation du profit de l'entreprise Cas de la EURL Arcadia Etudes et Voyages.**

---

Selon la Société de gestion de la bourse des valeurs

- Elle doit être une Société Par Actions (SPA) et nommer un "Promoteur en Bourse" en tant que conseiller accompagnateur pour une durée de cinq (05) ans.
- Elle doit ouvrir son capital social à un minimum de 10 % au plus tard le jour de l'introduction en bourse.
- Elle doit diffuser ses titres de capital auprès d'au moins cinquante (50) actionnaires ou trois (03) investisseurs institutionnels avant le jour de l'introduction.
- Elle doit publier les états financiers certifiés des deux derniers exercices, sauf dérogation de la COSOB. Dans le cas d'une demande d'admission sur le marché PME, les conditions de bénéfices et de capital minimum ne sont pas requises conformément aux dispositions du Code de commerce relatives aux sociétés par actions faisant appel public à l'épargne.
- Elle doit disposer d'une structure d'audit interne.

### **2.2.1 La constitution d'une SPA**

Arcadia devra effectuer certaines modifications afin d'obtenir le statut de spa, parmi

#### **▪ Convocation de l'assemblée générale extraordinaire**

Mr. Acouche, fondateur d'Arcadia, doit réunir les associés, à savoir Madame Ben Amara Houda la responsable du service commercial et Monsieur Si Ahmed Rayane le développeur web, ainsi que le comptable externe du bureau et les cinq investisseurs intéressés par le projet.

Présentation transparente de l'entreprise et discussion sur les perspectives de développement.

#### **▪ Adoption des modifications statutaires**

L'assemblée générale extraordinaire doit adopter les modifications nécessaires aux statuts de l'EURL pour transformer l'entreprise en SPA.

Les modifications concernent notamment la forme juridique, le capital social, la répartition des actions, etc.

### **Détermination du capital social**

- Discussion sur le montant requis pour le capital social de la SPA, qui est fixé à 1 000 000 DA.
- Arcadia dispose d'un capital de 1 400 000 DA, ce qui est conforme à la loi.
- Décision d'ouvrir 35% du capital (490 000 DA) au public.

## Chapitre 03 Le rôle de la communication financière dans l'augmentation du profit de l'entreprise Cas de la EURL Arcadia Etudes et Voyages.

### Évaluation du patrimoine par l'expert-comptable

- Présentation de l'évaluation du patrimoine de Arcadia selon la méthode de l'actif net comptable (ANC)<sup>42</sup>
- L'ANC est calculé à 1 600 000 DA, ce qui indique une performance financière positive et une rentabilité de l'entreprise.

### Répartition du capital

- Le capital social de 1 400 000 DA est réparti en 160 000 actions d'une valeur nominale de 10 DA.

### Démarches administratives

- Rédaction du procès-verbal de transformation de l'EURL en SPA et mise à jour des statuts.
- Dépôt des documents requis auprès du Centre National du Registre de Commerce (CNRC) en Algérie.
- Paiement des frais de transformation.

**Tableau03** : Les Droits d'inscription d'une SPA

#### Personnes morales

Nature de l'opération	Droits d'inscription par voie classique (DA)	Droits d'inscription par voie électronique (DA)
<b>-immatriculation à titre principal :</b>		
a-pour un capital qui ne dépasse pas 100.000 DA.	9.472	7.972
b-pour un capital variant entre 100.001 DA et 300.000 DA.	9.872	8.372
c-pour un capital supérieur à 300.000 DA.	10.112	8.612

Source : <https://cnrcinfo.cnrc.dz/>

## **Chapitre 03 Le rôle de la communication financière dans l'augmentation du profit de l'entreprise Cas de la EURL Arcadia Etudes et Voyages.**

---

### **Publication de l'annonce**

- L'annonce de la transformation de l'EURL en SPA doit être publiée au Journal Officiel algérien pour informer le public de la modification de la forme juridique de l'entreprise.

### **Enregistrement fiscal et obligations légales**

- Effectuer les démarches d'enregistrement fiscal après la transformation auprès des services de la direction général des impôts.
- Se conformer à toutes les obligations légales et réglementaires, notamment dans le cas d'Arcadia l'impôt sur les bénéfices des sociétés (IBS) qui est régi par la législation fiscale algérienne, notamment la loi n° 15-18 du 30 décembre 2015 relative à la fiscalité des activités économiques.
- Taux d'imposition : Le taux normal de l'IBS en Algérie est de 26%. Cependant, il existe des taux préférentiels pour certains secteurs d'activité, notamment l'industrie manufacturière, l'agriculture, **le tourisme**, etc. Ces taux préférentiels peuvent être de 10%, 15% ou 19%.

Arcadia va consulter le Cabinet Azzouz Audit et Tax Firm, les correspondants exclusifs du réseau Russell BEDFORD International en Algérie spécialisé dans le métier de l'expertise comptable, l'assistance et l'optimisation fiscale, l'audit comptable et financier, et le conseil. En droit des sociétés pour obtenir des conseils spécifiques pour s'assurer de respecter toutes les procédures et exigences légales lors de la transformation d'une EURL en SPA en Algérie.

### **2.3 Le processus d'introduction en bourse d'Alger d'Arcadia**

L'introduction en bourse se déroule en trois phases essentielles dire pré-introduction, phase d'introduction et la post- introduction comme traiter dans le chapitre précédent dans ce qui suit on va expliquer de manière simple la démarche complète de Arcadia afin de réaliser son entrée en bourse.

#### **Préparation initiale**

- Évaluation de l'entreprise : Évaluer la situation financière, les performances passées, les perspectives de croissance et les risques de l'entreprise.
- Sélection des conseillers : Engager des conseillers financiers, des avocats et des auditeurs pour assister tout au long du processus d'introduction en bourse. **Pour l'évaluation et**

## **Chapitre 03 Le rôle de la communication financière dans l'augmentation du profit de l'entreprise Cas de la EURL Arcadia Etudes et Voyages.**

---

**L'accompagnement de Arcadia en bourse elle va solliciter le Cabinet Azzouz Audit et Tax Firm pour une période de 5ans.**

- Préparer les documents nécessaires, tels que le prospectus, le projet de notice d'information, les états financiers, les rapports d'audit et les informations sur l'entreprise.
- Mener une vérification diligente approfondie pour s'assurer de l'exactitude des informations fournies et identifier les problèmes potentiels.
- Déterminer la structure de l'offre, y compris le nombre d'actions à offrir et les conditions de l'offre.
- Demande d'admission en bourse auprès de la COSOB et le dépôt du projet de notice d'information.
- Roadshow : Organiser des présentations et des réunions avec des investisseurs potentiels pour promouvoir l'offre et susciter leur intérêt.
- Fixation du prix : Déterminer le prix des actions offertes au public en fonction de la demande des investisseurs et des conditions du marché.
- Souscription : Les investisseurs intéressés soumettent leurs demandes pour acheter des actions de l'entreprise.

### **L'introduction en bourse**

Une fois que l'entreprise a obtenu l'autorisation de la COSOB pour son entrée en bourse, la phase de cotation du titre débute. La SGBV (Société de Gestion de la Bourse des Valeurs) publie un avis dans une édition du Bulletin Officiel de la Cote (BOC), annonçant la date de la première séance de cotation ainsi que le cours d'introduction du titre. Les résultats de cette première cotation sont ensuite rendus publics par la SGBV et publiés dans le BOC. Après l'introduction en bourse :

### **Après l'introduction en bourse**

- Maintenir une communication régulière avec les investisseurs par le biais de rapports financiers, de conférences téléphoniques, de présentations, etc.
- Se conformer aux exigences réglementaires en matière de divulgation d'informations et de gouvernance d'entreprise.
- Suivi des performances : Évaluer les performances de l'entreprise en tant qu'entreprise cotée et prendre des mesures pour améliorer sa valeur pour les actionnaires.

## **Chapitre 03 Le rôle de la communication financière dans l'augmentation du profit de l'entreprise Cas de la EURL Arcadia Etudes et Voyages.**

---

### **2.2.4 Les frais de l'introduction**

L'introduction en bourse entraîne un ensemble de coûts pour l'entreprise, qui peuvent être divisés en coûts directs et coûts indirects. Les coûts directs sont liés aux exigences spécifiques de l'introduction en bourse, tels que la fourniture d'informations et la conformité aux normes juridiques. Ils comprennent également les frais de rémunération des intermédiaires financiers impliqués dans le processus.

D'autre part, les coûts indirects se présentent sous la forme de dépenses publicitaires. Cela inclut des activités telles que la publication d'encarts dans les médias et la diffusion régulière d'informations pour promouvoir l'introduction en bourse de l'entreprise.

Parmi les frais engagés, on retrouve notamment

- Les redevances versées aux intervenants tels que la COSOB (Commission d'Organisation et de Surveillance des Opérations de Bourse), la SGBV (Société de Gestion de la Bourse des Valeurs), le dépositaire central et l'IOB (Intermédiaire en Opérations de Bourse) chef de file.
- Les commissions et les honoraires liés à l'accompagnement, au placement et aux conseils financiers et juridiques.
- Les frais de publicité et de communication.

En plus de l'accès au capital, l'introduction en bourse confère à l'entreprise une visibilité et un prestige accumulés sur le marché. Elle témoigne de la maturité et de la transparence de l'entreprise, ce qui renforce sa réputation et sa crédibilité aux yeux des investisseurs, des clients et des partenaires. Être cotée en bourse attire également l'attention des analystes, des médias et des investisseurs potentiels, ce qui accroît la visibilité de l'entreprise et ouvre la voie à de nouvelles opportunités de croissance.

## **Chapitre 03 Le rôle de la communication financière dans l'augmentation du profit de l'entreprise Cas de la EURL Arcadia Etudes et Voyages.**

---

### **Section 03 : Le rôle de la communication financière dans l'augmentation du profit de l'entreprise cas d'Arcadia.**

Une communication financière efficace peut contribuer à créer un environnement propice à la croissance et au développement de l'entreprise en bourse.

#### **3.1 Les outils de la communication financière dans les phases de l'introduction en bourse**

Pour une communication financière efficace lors d'une introduction en bourse d'une PME. Les entreprises doivent mettre en œuvre une variété d'outils et de stratégies pour garantir une communication transparente et convaincante.

##### **3.1.1 Les outils de la phase pré-introduction et de l'émission initiale des titres en bourse**

Au cours de la phase pré-introduction, Arcadia utilise généralement divers outils de communication financière pour impliquer les parties prenantes et les investisseurs potentiels. Voici quelques outils utilisés à ce stade :

- **Présentations aux investisseurs**

Arcadia créerait des présentations détaillées mettant en avant la stratégie commerciale de l'entreprise, ses performances financières, les opportunités de marché et les perspectives de croissance. Ces présentations visent à attirer les investisseurs potentiels et à leur fournir une compréhension complète de la proposition de valeur d'Arcadia.

- **Notice d'information**

Document succinct et informatif présentant les éléments essentiels d'une entreprise ou d'un projet, destiné à informer les investisseurs potentiels sur les caractéristiques, les risques et les perspectives liés à l'opération concernée, conformément aux réglementations en vigueur.

La rédaction d'une notice d'information pour Arcadia impliquera les étapes clés suivantes :

- Collecte d'informations : Arcadia rassemblera des informations détaillées sur l'entreprise, notamment son historique, ses activités, sa stratégie, sa gouvernance, ses états financiers et ses perspectives. Différentes équipes internes, telles que la finance, les opérations et les relations investisseurs, collaboreront pour fournir des informations précises et complètes.

## **Chapitre 03 Le rôle de la communication financière dans l'augmentation du profit de l'entreprise Cas de la EURL Arcadia Etudes et Voyages.**

---

- Analyse des risques : Arcadia identifiera et évaluera les principaux risques auxquels l'entreprise est exposée, tels que les risques opérationnels, financiers, réglementaires ou liés à l'industrie. Ces risques seront décrits de manière transparente dans la notice d'information afin d'informer les investisseurs potentiels.
- Rédaction et structuration : Arcadia rédigera la notice d'information en suivant les directives réglementaires spécifiques de la bourse d'Alger. La notice d'information sera rédigée de manière claire, concise et compréhensible, en mettant l'accent sur les informations essentielles pour les investisseurs.
- Relecture et validation : La notice d'information sera soumise à une relecture et à une validation rigoureuse par des professionnels qualifiés, notamment des avocats spécialisés en droit des sociétés et des experts financiers. Cette étape cruciale assure la conformité aux réglementations en vigueur et garantit la précision et la fiabilité des informations fournies. Dans le cas spécifique d'Arcadia, l'entreprise a fait appel au Cabinet Azzouz Audit et Tax Firm pour prendre en charge cette étape essentielle du processus. Le Cabinet Azzouz Audit et Tax Firm renommé pour son expertise dans le domaine juridique et financier, veillera à ce que la notice d'information réponde aux normes requises et offre une perspective éclairée aux investisseurs potentiels.
- Approbation réglementaire : Avant la publication de la notice d'information, elle devra être approuvée par les autorités réglementaires (COSOB et la bourse d'Alger.)
  - **Prospectus**

Arcadia préparerait un prospectus, un document juridique fournissant des informations détaillées sur l'entreprise, ses états financiers, son équipe de direction et les facteurs de risque. Le prospectus est déposé auprès des autorités réglementaires (COSOB) compétentes et mis à disposition des investisseurs potentiels.
  - **Roadshows**

Arcadia organiserait des roadshows, qui consistent en des réunions en personne avec des investisseurs potentiels dans différentes villes algériennes commençant par les grandes villes (Tizi-Ouzou, Boumerdes, Alger, Annaba...). Ces roadshows offrent l'occasion à l'équipe de direction de l'entreprise de présenter son histoire, sa stratégie et ses perspectives de croissance à un large public d'investisseurs intéressés par l'introduction en bourse., de répondre à leurs questions et de créer des relations.

## **Chapitre 03 Le rôle de la communication financière dans l'augmentation du profit de l'entreprise Cas de la EURL Arcadia Etudes et Voyages.**

---

### ▪ **Communiqués de presse**

Arcadia publierait des communiqués de presse pour annoncer les étapes clés et les développements liés au processus d'introduction en bourse. Cela peut inclure des annonces sur le dépôt du prospectus, les étapes importantes du processus, les nominations de responsables clés, etc. Ces communiqués de presse contribuent à générer une couverture médiatique positive et à sensibiliser le public et les investisseurs potentiels.

### ▪ **Relations avec les médias**

Arcadia interagirait avec les médias pour gérer le récit entourant l'introduction en bourse et assurer une couverture médiatique précise et positive. Cela peut inclure des interviews avec L'Actuel Algérie et Algérie Eco, la fourniture d'informations de fond et la réponse aux demandes des médias, également Les entreprises peuvent utiliser leurs comptes de médias sociaux pour diffuser des informations sur l'offre, partager des actualités et des mises à jour, et interagir avec les investisseurs potentiels.

### ▪ **Site web et documentation**

Arcadia peut mettre à jour son site web de différentes manières pour refléter les informations et les développements liés à son processus d'introduction en bourse parmi fournir des informations complètes sur l'offre, l'entreprise et les conditions de souscription. Voici quelques étapes courantes pour mettre à jour un site web lors de la phase pré-IPO :

- Ajouter une section dédiée à l'introduction en bourse avec des informations sur la date d'introduction prévue, les objectifs de l'IPO et les avantages pour les investisseurs.
- Créer une section FAQ pour répondre aux questions courantes des investisseurs et du public concernant l'IPO.
- Mettre à disposition des documents importants tels que le prospectus, les présentations aux investisseurs et les rapports financiers.
- Mettre à jour la section "Actualités" ou "Communiqués de presse" pour partager les annonces et les développements clés liées à l'introduction en bourse
- Mettre à jour les informations de contact pour faciliter les demandes d'information des investisseurs potentiels, des médias et d'autres parties prenantes.

## **Chapitre 03 Le rôle de la communication financière dans l'augmentation du profit de l'entreprise Cas de la EURL Arcadia Etudes et Voyages.**

---

### ▪ **Rencontres avec les analystes**

Arcadia pourrait organiser des réunions avec des analystes financiers pour leur fournir des informations sur les performances financières de l'entreprise, les perspectives de croissance et les tendances du secteur. Ces rencontres aident les analystes à former des opinions éclairées et à fournir des recommandations aux investisseurs potentiels.

### ▪ **Communications internes**

Arcadia mettrait en place des stratégies de communication interne pour informer les employés sur le processus d'introduction en bourse, ses implications et les avantages potentiels. Cela pourrait inclure des réunions d'information, des mémos internes et des bulletins d'information.

### ▪ **Relations avec les investisseurs**

Arcadia renforcerait sa fonction de relations avec les investisseurs pour gérer les demandes des investisseurs potentiels, entretenir des relations avec les actionnaires existants et fournir des informations précises et opportunes à la communauté d'investisseurs.

### **3.1.2 Les outils de la phase post-introduction en bourse**

Lors de la phase de post-introduction en bourse, plusieurs outils de communication financière sont utilisés pour informer et communiquer avec les investisseurs, les actionnaires et le public. Voici quelques-uns de ces outils :

### ▪ **Rapports financiers trimestriels et annuels**

Les rapports financiers sont des documents officiels qui fournissent des informations détaillées sur les résultats financiers de l'entreprise. Ils comprennent généralement les états financiers, les chiffres clés, les performances opérationnelles, les indicateurs financiers et les commentaires de la direction. Ces rapports sont déposés auprès des autorités de régulation (COSOB) et rendus publics pour permettre aux investisseurs et aux actionnaires de suivre les performances de l'entreprise.

### ▪ **Conférences téléphoniques et webdiffusions**

Les conférences téléphoniques et les webdiffusions sont des moyens de communication interactifs utilisés par les entreprises pour présenter les résultats financiers et discuter des performances de l'entreprise avec les investisseurs et les analystes financiers. Ces événements permettent aux participants d'écouter les commentaires de la direction, de poser des questions et d'obtenir des éclaircissements sur des points spécifiques.

## **Chapitre 03 Le rôle de la communication financière dans l'augmentation du profit de l'entreprise Cas de la EURL Arcadia Etudes et Voyages.**

---

### ▪ **Communiqués de presse**

Les communiqués de presse sont des outils essentiels pour diffuser des informations importantes et des événements clés de l'entreprise, tels que des acquisitions, des partenariats stratégiques, des changements de direction, des lancements de produits, etc. Ils sont utilisés pour informer les médias, les investisseurs et le public en général.

### ▪ **Présentations aux investisseurs et aux analystes**

Les présentations aux investisseurs et aux analystes sont des rencontres organisées par l'entreprise pour fournir des mises à jour sur les performances financières, les développements stratégiques et les objectifs futurs. Ces présentations peuvent avoir lieu lors de conférences d'investisseurs, de roadshows ou de réunions spécifiques avec des analystes financiers.

### ▪ **Site web et relations investisseurs**

Une page du site web d'Arcadia dédié à relations investisseuses est mise en place pour fournir aux investisseurs et aux actionnaires un accès facile aux informations financières et aux actualités de l'entreprise. Cette page web peut contenir des rapports financiers, des présentations, des webdiffusions archivées, des informations sur les dirigeants, les événements à venir, etc.

## **3.2 Le rôle de la communication financière dans les différentes étapes de l'introduction en bourse :**

La communication financière joue un rôle primordial dans chaque phase de l'introduction d'Arcadia en Bourse

### **3.2.1 Phase pré-introduction**

La communication financière lors de la pré-phase joue un rôle crucial dans la préparation et la promotion de l'opération son rôle consiste à :

#### ▪ **Informé et éduquer**

Dans cette phase, la communication financière fournit des informations détaillées sur Arcadia afin de permettre aux investisseurs potentiels de mieux comprendre l'entreprise. Cela comprend des détails sur le modèle commercial d'Arcadia, ses performances financières passées, sa stratégie de croissance, sa position concurrentielle, ses risques spécifiques à l'industrie, ainsi que ses perspectives de croissance future. Ces

## **Chapitre 03 Le rôle de la communication financière dans l'augmentation du profit de l'entreprise Cas de la EURL Arcadia Etudes et Voyages.**

---

informations permettent aux investisseurs de se familiariser avec l'entreprise et d'évaluer son potentiel en tant qu'investissement.

### ▪ **Créer de l'intérêt**

L'objectif est de susciter l'intérêt des investisseurs potentiels pour l'introduction en Bourse d'Arcadia. Cela peut être réalisé par le biais de différentes activités de communication, telles que des communiqués de presse annonçant l'intention d'introduction en Bourse, des rencontres avec des investisseurs institutionnels pour présenter l'entreprise et son potentiel, des roadshows où les dirigeants d'Arcadia rencontrent des investisseurs dans différentes villes, et des présentations aux analystes financiers pour partager des informations clés sur l'entreprise.

### ▪ **Répondre aux questions des investisseurs**

Pendant cette phase, les investisseurs potentiels peuvent avoir des questions spécifiques sur Arcadia et son introduction en Bourse. La communication financière joue un rôle crucial en facilitant la réponse à ces questions et en dissipant les éventuelles préoccupations des investisseurs. Il peut s'agir de questions sur les performances financières passées, la structure de l'offre, les risques associés à l'investissement, la gouvernance de l'entreprise, etc. Les équipes de communication financière travaillent en étroite collaboration avec les dirigeants et les équipes internes d'Arcadia pour fournir des réponses claires et précises afin de maintenir la confiance des investisseurs potentiels.

### **3.2.2 La phase d'introduction (Émission des titres)**

Pendant la phase d'émission des titres, la communication financière joue un rôle essentiel dans la mise en avant de l'offre d'Arcadia et la facilitation du processus de souscription pour les investisseurs intéressés.

### ▪ **Promouvoir l'offre**

La communication financière vise à mettre en avant l'offre d'Arcadia auprès des investisseurs potentiels. Cela peut être réalisé par le biais de divers canaux de communication, tels que des prospectus détaillés qui fournissent des informations sur l'entreprise, son modèle commercial, ses performances financières, les facteurs de risque et les perspectives de croissance. Des présentations aux investisseurs peuvent également être organisées, lors desquelles les dirigeants d'Arcadia mettent en avant les atouts de l'entreprise

## **Chapitre 03 Le rôle de la communication financière dans l'augmentation du profit de l'entreprise Cas de la EURL Arcadia Etudes et Voyages.**

---

Et l'opportunité d'investissement qu'elle représente. Des roadshows peuvent également être organisés dans différentes régions pour présenter l'offre aux investisseurs potentiels.

### ▪ **Faciliter la souscription**

La communication financière joue un rôle important en fournissant des informations claires sur les modalités de souscription. Cela inclut des détails sur le prix des titres, les dates importantes du processus de souscription, les procédures à suivre et les conditions de participation à l'offre. Les investisseurs potentiels doivent comprendre clairement comment participer à l'offre, combien de titres ils peuvent souscrire et comment procéder pour effectuer leur investissement. La communication financière facilite ce processus en fournissant des instructions détaillées et en répondant aux questions des investisseurs concernant la souscription.

### ▪ **Maintenir la transparence**

Pendant toute la durée de l'émission des titres, la communication financière joue un rôle clé dans le maintien de la transparence. Cela implique de fournir des mises à jour régulières sur l'état de l'offre, telles que le niveau de souscription atteint, les éventuelles modifications des modalités de l'offre, les délais importants, etc. De plus, la communication financière répond aux questions fréquentes des investisseurs concernant l'offre, en fournissant des clarifications et des éclaircissements nécessaires. Il est essentiel de maintenir une communication transparente et ouverte pour instaurer la confiance des investisseurs et faciliter leur participation à l'offre.

### **3.2.3 La phase post-introduction**

Dans la phase post-introduction, la communication financière joue un rôle important dans le maintien d'une relation continue avec les actionnaires et les investisseurs potentiels.

### ▪ **Communication continue avec les investisseurs**

Une fois que l'introduction en Bourse d'Arcadia est terminée, la communication financière se poursuit pour maintenir une relation solide avec les actionnaires et les investisseurs potentiels. Cela comprend la diffusion régulière de rapports financiers, tels que des rapports trimestriels et annuels, qui fournissent des informations détaillées sur les performances financières de l'entreprise. Des réunions avec les investisseurs, des conférences téléphoniques sur les résultats et des présentations lors de conférences ou d'événements sont également organisées pour permettre aux investisseurs de poser des

## **Chapitre 03 Le rôle de la communication financière dans l'augmentation du profit de l'entreprise Cas de la EURL Arcadia Etudes et Voyages.**

---

questions, de mieux comprendre les développements clés de l'entreprise et d'obtenir des mises à jour sur sa stratégie et ses perspectives.

### ▪ **Gestion de la réputation**

La communication financière joue un rôle essentiel dans la gestion de la réputation d'Arcadia. Elle veille à fournir des informations précises, transparentes et cohérentes sur les performances financières de l'entreprise, ses réalisations, ses initiatives stratégiques et sa gouvernance. En communiquant de manière proactive et en veillant à ce que les investisseurs et les parties prenantes soient bien informés, l'entreprise renforce la confiance et la crédibilité, ce qui contribue à maintenir une bonne réputation sur les marchés financiers.

### ▪ **Répondre aux exigences réglementaires**

La communication financière est également responsable de la conformité avec les exigences réglementaires en matière de divulgation d'informations financières. Cela implique la publication périodique de rapports financiers conformément aux réglementations boursières et aux lois sur les valeurs mobilières. La communication financière veille à ce que les rapports financiers, les déclarations officielles et les autres informations requises soient correctement préparés, vérifiés et transmis aux autorités de réglementation compétentes dans les délais prescrits.

### **3.3 Le rôle de la communication financière dans l'augmentation du profit de l'entreprise cas d'Arcadia**

La communication financière est essentielle pour le succès d'une introduction en bourse. Elle permet d'attirer des investisseurs et d'obtenir des ressources financières supplémentaires, ce qui peut conduire à une augmentation des bénéfices de l'entreprise. En créant un environnement favorable à la croissance et au développement, la communication financière joue un rôle crucial dans l'augmentation des profits.

#### **3.3.1 L'accès aux investisseurs**

L'accès aux investisseurs est l'un des aspects clés de la communication financière qui peut contribuer à l'augmentation du profit d'Arcadia. Une communication financière efficace permet à l'entreprise d'attirer l'attention des investisseurs potentiels et de les convaincre d'investir dans l'entreprise. En communiquant de manière transparente et en fournissant des informations financières claires et précises, Arcadia peut démontrer sa solidité financière, son potentiel de croissance et sa capacité à générer des bénéfices.

## **Chapitre 03 Le rôle de la communication financière dans l'augmentation du profit de l'entreprise Cas de la EURL Arcadia Etudes et Voyages.**

---

Lorsque les investisseurs ont accès à des informations financières fiables et complètes, ils sont en mesure d'évaluer de manière plus précise la valeur de l'entreprise et les opportunités d'investissement qu'elle offre. Une communication financière transparente permet à Arcadia de présenter ses performances passées, ses plans stratégiques, ses avantages concurrentiels et ses perspectives de croissance future. Ces informations aident les investisseurs à mieux comprendre l'entreprise et à prendre des décisions d'investissement éclairées.

Une communication financière efficace peut également susciter l'intérêt des investisseurs en mettant en évidence les résultats financiers solides d'Arcadia, sa capacité à générer des flux de trésorerie positifs et ses perspectives de croissance rentable. Cela peut conduire à une augmentation de la demande pour les actions de l'entreprise sur le marché financier. L'augmentation de la demande peut entraîner une hausse du prix des actions, ce qui augmente la valeur de l'entreprise et peut contribuer à l'augmentation du profit.

De plus, une communication financière solide peut aider Arcadia à se démarquer de ses concurrents en démontrant sa transparence, sa fiabilité et sa crédibilité auprès des investisseurs. Cela peut renforcer la confiance des investisseurs dans l'entreprise et les inciter à investir à long terme, ce qui peut soutenir la stabilité financière et la croissance durable des bénéfices.

### **3.3.2 La valorisation de l'entreprise**

Celle-ci peut contribuer à l'augmentation du profit d'Arcadia. Une communication financière transparente et proactive permet à Arcadia de présenter des informations pertinentes sur ses performances financières passées, ses perspectives de croissance, ses stratégies commerciales et ses initiatives clés.

En fournissant ces informations de manière claire et précise, Arcadia peut susciter l'intérêt des investisseurs et les inciter à attribuer une valeur plus élevée à l'entreprise. Une valorisation précise et favorable signifie que les investisseurs reconnaissent la valeur intrinsèque de l'entreprise et sont disposés à payer un prix plus élevé pour ses actions.

Une valorisation plus élevée peut avoir des avantages significatifs pour Arcadia. Tout d'abord, cela peut faciliter l'obtention de financements supplémentaires lors de levées de capitaux. Lorsque la valeur de l'entreprise est élevée, il devient plus attrayant pour les investisseurs de fournir des fonds à des conditions favorables, telles qu'un coût du capital réduit ou une dilution limitée pour les actionnaires existants. Ces financements supplémentaires

## **Chapitre 03 Le rôle de la communication financière dans l'augmentation du profit de l'entreprise Cas de la EURL Arcadia Etudes et Voyages.**

---

peuvent être utilisés pour investir dans de nouveaux projets, développer des produits ou étendre les activités, ce qui peut favoriser une croissance des bénéfices à long terme.

De plus, une valorisation précise et réaliste peut renforcer la position financière d'Arcadia lors des négociations avec les partenaires commerciaux, les fournisseurs et les clients. Les parties prenantes sont souvent influencées par la perception de la valeur d'une entreprise, et une valorisation élevée peut renforcer la crédibilité d'Arcadia et sa capacité à négocier des conditions plus favorables. Cela peut se traduire par des partenariats stratégiques plus avantageux, des contrats d'approvisionnement préférentiels ou des prix de vente plus élevés, ce qui peut contribuer à une augmentation des bénéfices.

### **3.3.3 Le renforcement de la confiance des investisseurs**

Le renforcement de la confiance des investisseurs est un aspect essentiel de la communication financière qui peut contribuer de manière significative à l'augmentation du profit d'Arcadia. Une communication financière transparente et régulière permet à l'entreprise de fournir aux investisseurs des informations financières précises, à jour et fiables.

Lorsque les investisseurs ont accès à ces informations, ils sont mieux informés et peuvent prendre des décisions d'investissement éclairées. Cela aide à établir un climat de confiance entre Arcadia et les investisseurs, car ils ont la certitude que les informations communiquées sont dignes de confiance et reflètent la réalité de la situation financière de l'entreprise.

Une confiance accrue des investisseurs peut avoir plusieurs avantages pour Arcadia. Tout d'abord, cela peut contribuer à la stabilité du cours de l'action. Lorsque les investisseurs ont confiance dans l'entreprise, ils sont plus enclins à maintenir leurs investissements à long terme et à éviter les ventes massives d'actions en cas de volatilité du marché. Cela peut aider à stabiliser le cours de l'action d'Arcadia, ce qui est bénéfique pour l'entreprise et ses actionnaires.

De plus, une confiance accrue peut réduire le risque perçu par les investisseurs. Lorsque les investisseurs ont confiance dans les informations financières et la gestion de l'entreprise, ils sont moins susceptibles de percevoir un risque élevé associé à leur investissement. Cela peut rendre Arcadia plus attrayante pour les investisseurs potentiels et peut attirer de nouveaux investisseurs qui étaient auparavant réticents en raison d'une perception de risque élevé.

## **Chapitre 03 Le rôle de la communication financière dans l'augmentation du profit de l'entreprise Cas de la EURL Arcadia Etudes et Voyages.**

---

Une plus grande confiance des investisseurs peut également favoriser une participation à long terme. Les investisseurs qui ont confiance dans l'entreprise sont plus susceptibles de maintenir leurs investissements sur le long terme, ce qui peut fournir une base solide et stable d'actionnaires pour Arcadia. Une participation à long terme des investisseurs peut soutenir la stabilité financière de l'entreprise et offrir une base solide pour une croissance durable des bénéfices.

### **3.3.4 Le renforcement de l'image de la marque**

La communication financière joue un rôle important dans le renforcement de l'image de marque d'Arcadia et l'amélioration de ses relations publiques. En fournissant des informations transparentes et précises sur les performances financières de l'entreprise, ses pratiques de gouvernance, ainsi que ses initiatives environnementales et sociales, Arcadia peut démontrer son engagement envers la responsabilité d'entreprise et la durabilité.

En communiquant de manière transparente, Arcadia montre sa volonté d'agir de manière éthique et responsable sur les plans financier, social et environnemental. Cela peut attirer l'attention positive des clients, des partenaires commerciaux et du grand public en général. Les consommateurs sont de plus en plus sensibles aux questions de durabilité et d'éthique des entreprises, et une communication financière qui met en avant les engagements de l'entreprise dans ces domaines peut susciter leur intérêt et leur confiance.

Une image de marque positive peut se traduire par une augmentation des ventes pour Arcadia. Les consommateurs sont plus enclins à acheter des produits ou services d'une entreprise dont ils perçoivent l'engagement envers des pratiques durables et éthiques. Une communication financière qui met en évidence les performances financières solides de l'entreprise, ainsi que ses engagements sociaux et environnementaux, peut attirer de nouveaux clients et fidéliser les clients existants, ce qui a un impact positif sur les revenus et la rentabilité d'Arcadia.

De plus, une communication financière transparente et responsable peut favoriser des partenariats stratégiques avec d'autres entreprises. Les entreprises sont de plus en plus intéressées par la collaboration avec des partenaires engagés dans des pratiques durables et responsables. Une communication financière qui met en avant les initiatives environnementales et sociales d'Arcadia peut attirer des partenaires commerciaux partageant les mêmes valeurs et ouvrir la voie à des collaborations stratégiques qui peuvent stimuler la croissance des bénéfices.

### **Chapitre 03 Le rôle de la communication financière dans l'augmentation du profit de l'entreprise Cas de la EURL Arcadia Etudes et Voyages.**

---

Enfin, une communication financière transparente et responsable peut contribuer à forger une meilleure réputation pour Arcadia auprès du grand public. Lorsque l'entreprise est perçue comme étant engagée dans des pratiques durables et responsables, elle peut bénéficier d'une plus grande confiance et d'une meilleure perception de la part du public. Cela peut renforcer la réputation d'Arcadia en tant qu'entreprise solide et fiable, ce qui peut avoir un impact positif sur son activité et sa rentabilité.

En somme, la communication financière peut augmenter le profit de l'entreprise Arcadia en attirant les investisseurs, en valorisant l'entreprise de manière précise, en renforçant la confiance des investisseurs et en améliorant l'image de marque et les relations publiques. Une communication financière efficace peut créer un environnement favorable à bénéfices en renforçant la position financière de l'entreprise et en favorisant des décisions d'investissement éclairées.

## **Chapitre 03 Le rôle de la communication financière dans l'augmentation du profit de l'entreprise Cas de la EURL Arcadia Etudes et Voyages.**

---

### **Conclusion**

En conclusion, l'introduction en bourse constitue une étape cruciale pour une entreprise, et les outils de communication financière jouent un rôle primordial dans le succès de cette opération. En fournissant des informations précises, transparentes et convaincantes aux investisseurs potentiels, l'entreprise peut générer la confiance nécessaire pour attirer des capitaux et maximiser les retombées financières de l'introduction en bourse. Une fois cette étape réussie, la communication financière continue à avoir un impact significatif sur le profit de l'entreprise, comme en témoigne l'exemple d'Arcadia.

Une communication financière transparente, régulière et fiable contribue à renforcer la confiance des investisseurs dans l'entreprise. Cela se traduit par une plus grande stabilité du cours de l'action, une réduction du risque perçu et une augmentation de la participation des investisseurs à long terme. En renforçant la confiance des investisseurs, la communication financière favorise la stabilité financière d'Arcadia et crée un environnement propice à une croissance durable des bénéfices.

De plus, une communication financière transparente permet à Arcadia de démontrer son engagement envers la responsabilité d'entreprise et la durabilité. Cette transparence attire l'attention positive des clients, des partenaires commerciaux et du grand public. En mettant en avant ses performances solides, ses pratiques de gouvernance et ses initiatives environnementales et sociales, Arcadia est en mesure d'attirer de nouveaux clients, de fidéliser les clients existants et d'établir des collaborations fructueuses avec des partenaires partageant les mêmes valeurs.

L'impact de la communication financière sur le profit d'Arcadia se reflète dans l'augmentation des ventes, la création de partenariats stratégiques et l'amélioration de sa réputation. Grâce à des informations financières précises et une mise en avant de ses engagements, l'entreprise parvient à attirer l'attention et la confiance des parties prenantes, ce qui se traduit par une croissance des ventes. De plus, la démonstration de pratiques durables et responsables renforce la réputation d'Arcadia et ouvre la voie à des partenariats stratégiques fructueux.

En résumé, grâce à une communication financière transparente et solide, Arcadia parvient à maximiser les bénéfices de son introduction en bourse et à assurer une croissance durable de son profit. Les outils de communication financière sont essentiels pour générer la

### **Chapitre 03 Le rôle de la communication financière dans l'augmentation du profit de l'entreprise Cas de la EURL Arcadia Etudes et Voyages.**

---

confiance des investisseurs, renforcer l'image de marque et établir des relations positives avec les parties prenantes. Dans l'ensemble, une communication financière bien gérée contribue au succès financier global d'Arcadia.

# **Conclusion générale**

### Conclusion générale

En conclusion, notre étude a démontré l'importance cruciale de la communication financière dans l'augmentation du profit de l'entreprise.

Tout d'abord Nous avons examiné l'évolution de la communication financière au fil du temps, sa typologie et les outils associés. Au fur et à mesure des avancées technologiques, la communication financière s'est adaptée pour répondre aux besoins changeants des parties prenantes. Nous avons identifié deux catégories principales de communication financière : externe et interne. La communication financière externe vise à informer les parties prenantes externes, tandis que la communication financière interne concerne la diffusion d'informations au sein de l'organisation. Ces communications sont essentielles pour fournir une image claire de la situation financière. Elles utilisent différents outils adaptés pour transmettre efficacement les informations pertinentes., qu'il s'agisse d'introductions en bourse ou d'autres contextes.

Nous avons analysé minutieusement les divers aspects de la communication financière, en commençant par une approche théorique, puis en nous appuyant sur une expérience sur le terrain pour démontrer l'impact de la communication financière sur le succès d'une introduction en bourse et sa contribution à l'augmentation des bénéfices de l'entreprise.

Nous avons accompagné Arcadia, une EURL désirant intégrer la Bourse d'Alger, à travers plusieurs étapes stratégiques. En premier lieu, nous avons effectué un changement juridique en transformant l'entreprise en SPA afin de permettre son admission en bourse. Grâce à cette transformation, nous avons pu ensuite accompagner Arcadia dans son introduction en bourse en définissant une stratégie de communication financière efficace.

Dans chaque phase de l'introduction en bourse, nous avons utilisé divers outils tels que la notice d'information, le prospectus, les roadshows, etc. Ces outils ont été soigneusement sélectionnés pour garantir une communication transparente et convaincante. Par le biais de la notice d'information et du prospectus, nous avons fourni des informations préliminaires pertinentes aux investisseurs potentiels, créant ainsi une base solide pour la suite.

En parallèle, nous avons organisé des roadshows et des présentations ciblées, permettant à Arcadia de se présenter directement aux investisseurs intéressés. Grâce à ces rencontres, nous avons renforcé la confiance et suscité un intérêt croissant pour l'entreprise.

Pendant toute la durée de l'introduction en bourse, nous avons maintenu une communication financière proactive. Nous avons veillé à fournir des rapports réguliers, des annonces aux actionnaires et des présentations lors des assemblées générales. Cette transparence a permis de maintenir l'engagement des investisseurs et d'assurer une compréhension continue de la valeur d'Arcadia en tant qu'entreprise cotée en bourse.

L'objectif majeur de notre accompagnement d'Arcadia était de démontrer l'impact crucial de la communication financière sur la réussite de l'introduction en bourse d'Arcadia, ainsi que son rôle dans l'augmentation des profits de l'entreprise, on a réussi à déduire les résultats suivants :

Tout d'abord, nous avons constaté que la communication financière joue un rôle clé dans la diffusion d'informations pertinentes aux parties prenantes internes et externes de l'entreprise. Une communication efficace permet de créer un environnement de transparence, de confiance et de crédibilité, ce qui favorise l'attraction d'investisseurs et le soutien financier nécessaire à la croissance de l'entreprise.

De plus, notre étude a révélé que la communication financière impacte directement la valorisation de l'entreprise. Une communication claire, précise et persuasive permet de transmettre aux investisseurs une vision positive de l'entreprise, de ses performances financières passées et de ses perspectives. Cela peut conduire à une augmentation de la demande pour les actions de l'entreprise et, par conséquent, à une augmentation du profit.

Enfin, nous avons exploré l'importance de la communication financière lors de l'introduction en bourse des entreprises. Ce processus critique nécessite une communication efficace pour attirer les investisseurs potentiels, susciter leur intérêt et leur confiance, et les convaincre de la viabilité de l'entreprise. Une communication financière bien orchestrée tout au long de ce processus peut contribuer de manière significative à l'augmentation du profit de l'entreprise après son introduction en bourse.

En somme, notre étude pratique a clairement démontré l'importance cruciale de la communication financière dans la gestion globale de l'entreprise. Nous avons constaté que lorsque la communication financière est mise en œuvre de manière efficace, elle peut avoir un impact significatif sur l'augmentation du profit. Les entreprises doivent donc accorder une attention particulière à la mise en place de stratégies de communication financière solides,

transparentes et persuasives. Une communication financière bien gérée permet non seulement de maximiser les résultats financiers, mais également de créer de la valeur pour les actionnaires.

En suivant cette approche, les entreprises peuvent renforcer la confiance des investisseurs, améliorer leur réputation et leur positionnement sur le marché, et ainsi favoriser une croissance durable et rentable.

## Résumé

Ce mémoire examine l'impact de la communication financière sur la rentabilité des entreprises cotées en bourse en Algérie. Il analyse les objectifs et les fonctions de la communication financière, en mettant en évidence son rôle essentiel dans la diffusion d'informations pertinentes aux parties prenantes internes et externes. L'étude se penche également sur les particularités de l'environnement des entreprises cotées en bourse en Algérie, en explorant les motivations des entreprises à s'engager dans le processus de cotation et en soulignant l'importance de la communication financière lors de l'introduction en bourse. Enfin, une analyse empirique sur la stratégie de communication financière employée par la PME Arcadia et par la suite évaluer l'impact concret de la communication financière sur la rentabilité des entreprises cotées en bourse.

**Mots clés :** communication financière, introduction en bourse, entreprise cotée en bourse, rentabilité.

## ملخص

تتناقش هذه الرسالة تأثير التواصل المالي على ربحية الشركات المدرجة في بورصة الجزائر. يتم تحليل أهداف ووظائف التواصل المالي، مع تسليط الضوء على دوره الحاسم في نشر المعلومات ذات الصلة للأطراف المعنية داخليًا وخارجيًا. تركز الدراسة أيضًا على خصوصيات بيئة الشركات المدرجة في بورصة الجزائر، من خلال استكشاف دوافع الشركات للمشاركة في عملية الإدراج وتسليط الضوء على أهمية التواصل المالي أثناء عملية الإدراج في البورصة. وفي النهاية، يتم تقديم تحليل تجريبي لاستراتيجية التواصل المالي المتبعة من قبل شركة أركاديا وتقييم التأثير العملي للتواصل المالي على ربحية الشركات المدرجة في البورصة.

## Abstract

This thesis examines the impact of financial communication on the profitability of publicly listed companies in Algeria. It analyses the objectives and functions of financial communication, highlighting its crucial role in disseminating relevant information to internal and external stakeholders. The study also focuses on the specificities of the environment for publicly listed companies in Algeria, exploring the motivations of companies to engage in the listing process and emphasizing the importance of financial communication during the initial public offering. Finally, an empirical analysis is conducted on the financial communication strategy employed by the SME Arcadia, followed by an evaluation of the concrete impact of financial communication on the profitability of publicly listed companies.

## *Bibliographie*

### **Ouvrages**

- Alexandre Evin-Leclerc, « Gestion et Finance Publique », Edition Lavoisier, Paris, 2017, p48
- Cécile Bastidon Gilles, Jaques Brasseul, Phillipe Gilles, « Histoire de la Globalisation Financière », Edition Armand Colin, Malakoff, 2010, p170
- Florence Benoit-Moreau, Eva Delacroix, Christel de Lassus, « Maxi Fiches de communication marketing », Edition Dunod, Malakoff, 2011, p106
- Florence Benoit-Moreau, Eva Delacroix, Christel de Lassus, « Maxi Fiches de communication marketing », Edition Dunod, Malakoff, 2011, p109
- Guide d'introduction en bourse p8
- Guide d'introduction en bourse, p7
- Guide d'introduction en bourse, p9
- Jaques Dalmas, « Communication financière et introduction en bourse dans publié dans LEGICOM », Edition Victoires, Paris, 1999, p3
- Jean-Yves Léger, « Chapitre17 : La communication financière ; publié dans : La communication », Edition Vuibert, Paris, 2018, p377
- Jean-Yves Léger, « La communication financière », Edition Pearson France, Paris, 2019, p04
- Jean-Yves Léger, « La communication financière », Edition Pearson, Paris, 2019, p17
- Marie Delaplace, « Monnaie et financement de l'économie », Edition Dunod, Paris, 2017, p284
- Nicolas Véron, « Histoires et déboires des normes comptables internationales publié dans L'Economy politique », Edition Alternatives Economiques, Paris, 2007, p100
- Patrick Sentis, « Introduction en bourse : quelles stratégie pour une entreprise candidate publié dans Revues française de gestion », Edition Lavoisier, Paris, 2005, p228
- Thierry Libaret, Marie-Hélène Westphalen, « La communication externe des entreprise », Edition Dunod, Malakof, 2018, p54
- Thierry Libaret, Marie-Hélène Westphalen, « La communication externe des entreprise », Edition Dunod, Malakof, 2018, p56

### **Site web**

- <https://www.o-communication.com/communication/communication-financiere/>  
Consulté le 30/09/2023
- <https://bilis.com/blog/comment-soigner-sa-communication-financiere/> Consulté le 30/09/2023
- [https://www.law.cornell.edu/wex/securities\\_exchange\\_act\\_of\\_1934](https://www.law.cornell.edu/wex/securities_exchange_act_of_1934) Consulté le 30/09/2023
- <https://infonet.fr/lexique/definitions/communication-financiere/> Consulté le 01/10/2023
- <https://www.maxicours.com/se/cours/parties-prenantes-et-information-financiere/>  
Consulté le 01/10/2023

- [https://www.amf-france.org/sites/institutionnel/files/contenu\\_simple/guide/guide\\_professionnel/Communication%20financiere%20des%20valeurs%20moyennes%20%20mieux%20comprendre%20les%20attentes%20des%20analystes%20financiers%20et%20des%20investisseurs%20professionnels.pdf](https://www.amf-france.org/sites/institutionnel/files/contenu_simple/guide/guide_professionnel/Communication%20financiere%20des%20valeurs%20moyennes%20%20mieux%20comprendre%20les%20attentes%20des%20analystes%20financiers%20et%20des%20investisseurs%20professionnels.pdf) Consulté le 01/10/2023
- <https://www.1min30.com/communication-financiere> Consulté le 01/30/2023
- <https://revues.imist.ma/index.php/FFI> Consulté le 01/10/2023
- <https://www.compta-facile.com/etats-financiers-d-une-entreprise/> Consulté le 01/30/2023
- <https://quickbooks.intuit.com/fr-ca/ressources/rapports-financiers/quatre-etats-financiers-importants/>
- [https://en.wikipedia.org/wiki/Press\\_release](https://en.wikipedia.org/wiki/Press_release) Consulté le 01/10/2023
- <https://www.frascanada.ca/fr/cnc/a-propos/que-sont-normes-comptables> Consulté le 01/10/2023
- [https://www.law.cornell.edu/wex/sarbanes-oxley\\_act](https://www.law.cornell.edu/wex/sarbanes-oxley_act) Consulté le 01/10/2023
- <https://www.investopedia.com/terms/i/ipo.asp> Consulté le 05/10/2023
- <https://www.cosob.org/faqs/quest-ce-quun-appel-public-a-lepargne/> Consulté le 05/10/2023
- <https://www.cairn.info/revue-legicom-1999-3-page-3.htm> Consulté le 05/10/2023
- <https://www.daf-mag.fr/> Consulté le 05/10/2023
- <https://dspace.ummto.dz/> Consulté le 15/10/2023
- Equipe Kalam time, 2021, « Evolution de la communication de l'antiquité aux temps moderne », Kalam Time blog disponible sur <https://www.kalamtime.com/blog/evolution-of-communication/>, Consulté le 01/10/2023
- Nouredine Marchoude, « LA COMMUNICATION FINANCIERE DES ENTREPRISES MAROCAINES ENTRE REGLEMENTATION ET PRATIQUES MANAGERIALES », publié dans Finance & Finance Internationale le 10/01/2018 revue dans L'équipe QuickBooks Canada, « Comprendre les quatre principaux types d'états financiers et leur utilité », Publié dans le blog Quick Books le 22/04/2022 , revue
- Barclay Palamar, « Que sont les normes internationales d'informations financière ? », Publié le 13/09/2022 dans Investopedia revue dans <https://www.investopedia.com/terms/i/ifrs.asp> Consulté le 01/09/2023
- Guide d'introduction Guide d'introduction en bourse, p5 revue dans <https://www.algerieclearing.dz/> Consulté le 05/10/2023
- Guide d'introduction en bourse ,P16 revue dans <https://www.sgbv.dz/> Consulté le 05/10/2023
- Article par Romain Laventure dans publié le 06/04/2022 dans le blog KANDBAZ, Revue dans <https://www.kandbaz.com/developpement-entreprise/rapport-de-gestion/> Consulté le 01/10/2023
- en bourse revue dans <https://www.sgbv.dz/> Consulté le 05/10/2023
- Guide d'introduction en bourse, p9 revue dans <https://www.algerieclearing.dz/> Consulté le 05/10/2023

## **Liste des tableaux**

Tableau n°1 : Les conditions spécifiques d'admission en bourse .....	38
Tableau n°2 : Les critères de choix de l'IBO .....	36

## **Liste des figures**

Figures n°1 : Les marchés de la bourse d'Alger .....	35
--	----

# *Table des matières*

**Remerciement**

**Dédicace**

**Sommaire**

**Introduction générale ..... 1**

## **Chapitre 1 : Les bases de la communication financière**

**Introduction ..... 5**

**Section 01 : Introduction à la communication financière..... 6**

1.1 Définition et objectifs..... 6

1.1.1 La définition de la communication financière ..... 6

1.1.2. Les objectifs de la communication financière ..... 7

1.2 Les parties prenantes de la communication financière ..... 8

1.2.1 Les différentes parties prenantes de la communication financière ..... 8

1.2.2 Les attentes des parties prenantes de la communication financière ..... 10

1.3 Les types de la communication financière ..... 11

1.3.1 La communication financière interne ..... 11

1.3.2 La communication financière externe ..... 11

1.3.3 La communication financière réglementée ..... 12

**Section 02 : Les outils de la communication financière ..... 12**

2.1 Les états financiers ..... 12

2.1.1 Les principaux états financiers ..... 13

2.1.2 L'utilité des états financiers dans la communication financière ..... 14

2.2 Les rapports de Gestion..... 15

2.2.1 Définition des rapports de Gestion ..... 15

2.2.2 Le contenu des rapports de Gestion ..... 16

2.2.3 L'utilité des rapports de gestion ..... 17

2.3 Les présentations aux investisseurs ..... 18

2.3.1 Définition des présentations aux investisseurs ..... 18

2.3.2 Objectifs des présentations aux investisseurs ..... 19

2.3.3 Les éléments clé d'une présentation réussite ..... 20

2.4 Les communiqués de presse ..... 21

2.5 Les sites Web d'informations financières ..... 21

<b>Section 03 : Les normes et Réglementations en matière de communication financière</b>	<b>..... 22</b>
3.1 Les normes et réglementations comptables	22
3.1.1 Les normes comptables internationales IFRS	22
3.1.2 Les principes comptables généralement admis au Etats-Unis (US GAAP)	24
3.2 Les obligations réglementaires et les codes de bonne conduite	25
3.2.1 Les obligations réglementaires en termes de communication financière	25
3.2.2 Les codes de bonne conduite en termes de communication financière	28
3.3 Les organismes de réglementation et de surveillance	29
Conclusion	31

## Chapitre 2 : L'introduction en bourse et ses enjeux

<b>Introduction</b>	<b>32</b>
<b>Section 01 : Mécanisme d'une introduction en bourse.</b>	<b>33</b>
1.1 L'Appel public à l'Epargne	33
1.1.1 Les parties prenantes d'un appel public d'Epargne	34
1.1.2 Les marchés sur les quel sont fait l'appel public à l'Epargne	34
1.2 Les conditions d'admission en bourse	35
1.2.1 Les conditions communes	35
1.2.2 Les conditions spécifiques	36
1.2.3 Les condition d'introduction en bourse	36
1.3 Le processus d'une introduction en bourse	37
1.3.1 La phase Pré-introduction en bourse	37
1.3.2 La phase de l'introduction en bourse	42
1.3.3 La phase post-introduction	43
<b>Section 02 : Le rôle de la communication financière dans une introduction en bourse</b>	
2.1 Les méthodes de communication financière lors d'une introduction en bourse	45
2.1.1 Note d'information	45
2.1.2 Note d'analyse financière	45
2.1.3. Brochure institutionnelle de la société	46
2.1.4 Réunion de Présentation	46
2.1.5 "One on one"	46

2.1.6 Relations presse .....	46
2.2 Le rôle de la communication financière dans une introduction en bourse	47
2.2.1 La transparence et la confiance .....	47
2.2.2 La promotion de l'entreprise .....	48
2.2.3 Conformité réglementaire .....	49
2.2.4. Gestion des attentes des investisseurs .....	49
2.2.5 La valorisation de l'entreprise .....	50
<b>Section 03 : L'impact de la communication financière sur la réussite de l'introduction en bourse .....</b>	<b>51</b>
3.1 Les déterminant de réussite d'une introduction en bourse .....	51
3.1.1 Préparation minutieuse .....	51
3.1.2 Évaluation réaliste de la valeur .....	51
3.1.3 Communication financière efficace .....	51
3.1.4 Sélection adéquate des investisseurs .....	51
3.1.5 Équipe de direction solide .....	52
3.1.6 Suivi post-introduction en bourse .....	52
3.2 L'impact de la communication financière sur la réussite d'introduction en bourse .....	52
3.2.1 Attraction de l'intérêt des investisseurs potentiels .....	52
3.2.2 Éviter les promesses exagérées et maintenir une transparence .....	53
Conclusion .....	55

### **Chapitre 3 : Le rôle de la communication financière dans l'augmentation du profit de l'entreprise Cas de la EURL Arcadia Etudes et Voyages.**

<b>Introduction .....</b>	<b>56</b>
<b>Section 01 : Présentation de l'entreprise Arcadia Etude et Voyages.....</b>	<b>57</b>
<b>Section 02 : Les conditions et le processus complet de l'introduction en bourse de la PME Arcadia. ....</b>	<b>60</b>
2.1 Les objectifs d'introduction en bourse d'Arcadia .....	60
2.2 Les condition d'admission d'Arcadia à la bourse d'Alger. ....	60
2.2.1 La constitution d'une SPA .....	61
2.3 Le processus d'introduction en bourse d'Alger d'Arcadia .....	63
2.2.4 Les frais de l'introduction .....	65

**Section 03 : Le rôle de la communication financière dans l'augmentation du profit de l'entreprise cas d'Arcadia. ....**

3.1 Les outils de la communication financière dans les phases de l'introduction en bourse	66
3.1.1 Les outils de la phase pré-introduction et de l'émission initiale des titres en bourse	66
3.1.2 Les outils de la phase post-introduction en bourse	69
3.2 Le rôle de la communication financière dans les différentes étapes de l'introduction en bourse	70
3.2.1 Phase pré-introduction	70
3.2.2 La phase d'introduction (Émission des titres)	71
3.2.3 La phase post-introduction	72
3.3 Le rôle de la communication financière dans l'augmentation du profit de l'entreprise cas d'Arcadia	73
3.3.1 L'accès aux investisseurs	73
3.3.2 La valorisation de l'entreprise	74
3.3.3 Le renforcement de la confiance des investisseurs	75
3.3.4 Le renforcement de l'image de la marque	76
Conclusion	78
<b>Conclusion générale</b>	<b>80</b>

**Bibliographie**

**Annexes**

**Résumé**