

Canevas : Les actifs immatériels ⇔ Finances

« Comprendre comment vos relations, votre marque et votre gouvernance créent de la valeur financière »

Le canevas « Les actifs immatériels ⇔ Finances » est un outil d'analyse qui explore les liens directs entre vos actifs immatériels et votre performance financière. Il montre comment la gestion de vos parties prenantes (clients, fournisseurs, risques, actionnaires) et la force de vos marques influencent vos ressources intangibles, puis vos résultats économiques. En rendant visible cette mécanique, il vous aide à transformer des éléments souvent perçus comme « mous » (relation, confiance, réputation) en créateurs de valeur financière mesurable. Vous identifiez ainsi les leviers immatériels qui impactent le plus votre rentabilité, votre attractivité pour les investisseurs et votre viabilité à long terme.

Parties prenantes	Gestion des clients	Gestion des fournisseurs	Gestion des risques
	<i>Comment votre gestion des clients influence-t-elle vos actifs immatériels ?</i>	<i>Comment votre gestion des fournisseurs influence-t-elle vos actifs immatériels ?</i>	<i>Comment votre gestion des risques influence-t-elle vos actifs immatériels ?</i>
Actionnaires	Profil des actionnaires	Disponibilité des actionnaires	Implication des actionnaires
	<i>Comment le profil de vos actionnaires influence-t-il vos actifs immatériels ?</i>	<i>Comment la disponibilité de vos actionnaires influence-t-elle vos actifs immatériels ?</i>	<i>Comment l'implication de vos actionnaires influence-t-elle vos actifs immatériels ?</i>
Marge perçue	Marque produits	Marque institutionnelle	Marque employeur
	<i>Comment votre marque produits influence-t-elle vos actifs immatériels ?</i>	<i>Comment votre marque institutionnelle influence-t-elle vos actifs immatériels ?</i>	<i>Comment votre marque employeur influence-t-elle vos actifs immatériels ?</i>

Ce que ce canevas aide à clarifier

- Comment vos pratiques de gestion client nourrissent la fidélité, la confiance et les données utiles
- En quoi la qualité de vos relations fournisseurs renforce votre résilience, votre innovation et votre réputation
- Comment votre gestion des risques protège vos actifs immatériels et votre crédibilité
- De quelle manière le profil, la disponibilité et l'implication de vos actionnaires contribuent à votre capital immatériel
- Comment vos différentes marques (produits, institutionnelle, employeur) soutiennent vos revenus, vos marges et votre capacité à attirer talents et financeurs

Comment il est structuré

Le canevas s'organise autour de trois familles de parties prenantes (clients, fournisseurs, risques) et d'un triptyque actionnaires/marques, pour couvrir l'essentiel des liens entre immatériel et finances. Chaque

bloc vous invite à décrire vos pratiques, à identifier les actifs intangibles générés (confiance, réputation, données, réseau, légitimité) et à comprendre leur impact sur vos revenus, vos coûts, vos marges ou votre accès au capital. Utilisé régulièrement, il devient une grille de lecture pour piloter vos relations et votre gouvernance comme de véritables investissements immatériels.

Les blocs du canevas

1. Gestion des clients

Question : Comment votre gestion des clients influence-t-elle vos actifs immatériels ?

Ce bloc analyse la manière dont vos pratiques commerciales et relationnelles génèrent des actifs immatériels : fidélité, satisfaction, données comportementales, bouche-à-oreille, capital de confiance. Vous examinez vos dispositifs de fidélisation, la richesse et la qualité de vos bases de données clients, la force de votre réputation locale ou sectorielle, votre modèle relationnel (accessibilité, réactivité, support proactif) et la façon dont vous traitez les réclamations. Il met en lumière comment une gestion client bien pensée transforme chaque interaction en relation durable et en avantage financier récurrent.

2. Gestion des fournisseurs

Question : Comment votre gestion des fournisseurs influence-t-elle vos actifs immatériels ?

Ce bloc porte sur la qualité de vos relations avec vos fournisseurs et partenaires de chaîne de valeur. Vous évaluez dans quelle mesure vous construisez de vrais partenariats (co-innovation, engagement de long terme, fiabilité mutuelle), votre accès à l'expertise et à l'innovation via vos fournisseurs, la résilience de votre chaîne d'approvisionnement (diversification, plans de secours, agilité logistique), votre réputation éthique (conditions de travail, respect des normes, engagements ESG) et les économies structurelles issues de relations stables. Il montre comment une gestion fournisseur mature devient un capital relationnel stratégique.

3. Gestion des risques

Question : Comment votre gestion des risques influence-t-elle vos actifs immatériels ?

Ce bloc examine comment vos dispositifs de gestion des risques protègent et renforcent vos actifs immatériels. Vous identifiez vos pratiques de conformité réglementaire (certifications, audits, respect de normes), vos plans de gestion de crise et de continuité d'activité, votre capacité à communiquer avec transparence en cas d'incident et la manière dont vous entretenez votre crédibilité auprès des parties prenantes. Il met en évidence que la maîtrise des risques ne se limite pas à éviter les pertes : elle renforce la confiance et la légitimité, donc votre valeur financière.

4. Profil des actionnaires

Question : Comment le profil de vos actionnaires influence-t-il vos actifs immatériels ?

Ce bloc s'intéresse à la nature et à la réputation de votre actionnariat. Vous analysez le type d'actionnaires (entrepreneur, institutionnel, familial, public, fonds à impact), leur image sur le marché, leur expertise sectorielle, leur réseau et leur alignement stratégique avec le positionnement de l'organisation. Il montre comment des actionnaires reconnus et cohérents peuvent renforcer votre crédibilité, faciliter l'accès aux ressources et soutenir vos choix de long terme, tandis qu'un actionnariat mal aligné peut devenir une source de fragilité immatérielle.

5. Disponibilité des actionnaires

Question : Comment la disponibilité de vos actionnaires influence-t-elle vos actifs immatériels ?

Ce bloc évalue le temps et l'attention que vos actionnaires consacrent à l'organisation. Vous observez leur présence en gouvernance, leur rôle de conseil, leur capacité à mobiliser leur réseau, leur soutien

dans les phases critiques et la manière dont ils valident publiquement votre projet. Il met en évidence que des actionnaires disponibles et impliqués créent un actif immatériel de gouvernance : expertise accessible, crédibilité renforcée auprès des tiers et capacité d'accélération lors des moments clés.

6. Implication des actionnaires

Question : Comment l'implication de vos actionnaires influence-t-elle vos actifs immatériels ?

Ce bloc examine la qualité de l'implication actionnariale dans la stratégie et la culture. Vous analysez l'équilibre entre engagement et intrusion, la contribution des actionnaires à la cohérence stratégique, la transmission de valeurs, le soutien aux pivots et innovations, et l'activation de leur capital social au service de l'organisation. Il met en lumière comment une implication bien dosée peut renforcer votre légitimité, votre capacité d'adaptation et votre réseau, tandis qu'une implication mal gérée peut dégrader vos actifs immatériels.

7. Marque produits

Question : Comment votre marque produits influence-t-elle vos actifs immatériels ?

Ce bloc se concentre sur la réputation et l'attachement liés à vos offres spécifiques. Vous évaluez la valeur perçue de vos produits ou services, la fidélité associée à certaines gammes, la possibilité de pratiquer un prix premium, la clarté de votre différenciation par rapport aux concurrents et la capacité de votre marque produits à soutenir le lancement de nouvelles offres. Il montre comment une marque forte sur vos produits se traduit en actifs immatériels concrets : marge plus élevée, recommandation, préférences durables.

8. Marque institutionnelle

Question : Comment votre marque institutionnelle influence-t-elle vos actifs immatériels ?

Ce bloc analyse la perception de votre organisation dans son ensemble, au-delà de ses produits. Vous examinez votre crédibilité auprès des pairs, des médias et des institutions, la confiance générale que vous inspirez, votre capacité à lever des fonds, à gagner des appels d'offres, à nouer des partenariats ou à attirer des talents grâce à votre réputation. Il met en évidence que votre marque institutionnelle est un actif central qui conditionne votre accès aux ressources et votre perception de pérennité.

9. Marque employeur

Question : Comment votre marque employeur influence-t-elle vos actifs immatériels ?

Ce bloc porte sur l'attractivité de votre organisation auprès des talents actuels et futurs. Vous évaluez votre capacité à attirer des candidats de qualité, à retenir les personnes clés, à maintenir un bon climat social, à offrir une expérience collaborateur cohérente avec vos promesses externes et à soutenir une culture d'apprentissage et d'innovation. Il relie directement votre marque employeur à vos actifs immatériels humains : compétences disponibles, engagement, stabilité des équipes et donc performance à long terme.

Conseils d'utilisation

- Travaillez ce canevas en lien avec vos canevas financiers (rentabilité, structure des coûts, investissements) pour rendre visible l'impact économique de vos actifs immatériels
- Impliquez des responsables de différentes fonctions (commercial, achat, RH, finance, direction) afin de croiser les regards sur clients, fournisseurs, risques et marques
- Pour chaque bloc, reliez explicitement les actifs immatériels identifiés à des effets financiers concrets (revenus, marges, coûts évités, facilité de financement)
- Repérez deux ou trois leviers immatériels prioritaires à renforcer (ex. gestion client, marque employeur, réseau d'actionnaires) et prévoyez des actions ciblées

- Utilisez ce canevas régulièrement lors de vos revues stratégiques pour suivre l'évolution de vos actifs immatériels et ajuster vos investissements relationnels et de marque

Prolongement dans la plateforme

Cette fiche donne une vue d'ensemble du canevas « Les actifs immatériels ⇔ Finances » et de sa logique de remplissage. Dans la plateforme, le travail peut aller plus loin grâce aux textes d'aide détaillés, aux autres canevas dédiés aux actifs immatériels, à la finance et à la stratégie, et à une exploration plus progressive de la cohérence entre vos relations, vos marques et la création de valeur financière durable.

1. Allez sur <https://coach.my-sbm.ch/>.
2. Créez votre compte.
3. Utilisez le menu « Modélisation » et poursuivez votre exploration.