



Trophées de l'Immatériel 2020

1ère édition

Note explicative par le Président du Jury

L'Observatoire de l'Immatériel (OI), fondé en 2007, a pour mission de promouvoir la mesure et la gestion des immatériels auprès des organisations telles que les entreprises mais aussi la Société en général en France et à l'étranger via sa collaboration avec le réseau international World Intellectual Capital Initiative (WICI). S'appuyant sur sa courbe d'expérience et sa légitimité, l'OI a décidé de créer des Trophées de l'Immatériel qui se concentrent sur son écosystème en France et dont la première édition s'est tenue en 2020.

L'OI a prévu de remettre trois prix pour sa première édition 2020 :

- Trophée de l'Immatériel catégorie Grande Entreprise,
- Trophée de l'Immatériel catégorie Entreprise moyenne/ETI,
- Trophée de l'Immatériel catégorie Club de football.

Le périmètre du Trophée de l'Immatériel – catégorie « Grande Entreprise » a couvert les entreprises de l'indice CAC 40 au 1er janvier 2020.

Le périmètre du Trophée de l'Immatériel – catégorie « Entreprise moyenne / ETI » a regardé les entreprises de l'indice SBF 250 (hors CAC 40) au 1er janvier 2020.

Le périmètre du Trophée de l'Immatériel – catégorie « Club de football » couvre les clubs de football professionnels français évoluant en Ligue 1 pendant la saison 2018/2019.

Les lauréats des différents Trophées ont été désignés par un Jury. Le Jury avait le but d'identifier les organisations les plus performantes en matière de communication et de gestion de leurs immatériels. Le Jury a été particulièrement attentif à la capacité d'innovation des organisations dans ce domaine.

Le Jury de la 1ère édition des "Trophées de l'Immatériel" était composé dans l'ordre alphabétique de :

- **Pierre Caillet**, Président, SAS Ginkyo ;
- **Jean-Philippe Desmartin**, Directeur Investissement Responsable, Edmond de Rothschild Asset Management, et Président de WICI Europe ;
- **Alban Eyssette**, Président, Finance & Sens ;
- **Bruno Fine**, Fondateur et PDG, Roche-Brune SAS, Groupe Apicil Asset Management ;
- **Emilie Lesage Périlleux**, Responsable de domaine juridique et Propriété intellectuelle, BPI France ;
- **Emmanuel de la Ville**, Directeur Général, Ethifinance ;
- **Stefano Zambon**, Professeur de Comptabilité et Economie de l'Entreprise à l'Université de Ferrara (Italie), et Secrétaire Général de WICI Italie (Fondation italienne de Business Reporting – O.I.B.R.) – **Président du Jury**.

La méthodologie suivie s'est appuyée sur trois approches différentes pour chacune des catégories.

La méthodologie de base pour la catégorie « Grande Entreprise » a été élaborée par le partenaire société APICIL Asset Management, tandis que celle pour la catégorie « Entreprise Moyenne » a été développée par le partenaire société Ethifinance. Enfin, la méthodologie pour la catégorie « Club de Football » a été proposée par le partenaire société Ginkyo.

Toutes les trois méthodologies ont été présentées au Jury, qui les a discutées en suggérant des améliorations et des approfondissements. Au final, le Jury a validé la pertinence des approches méthodologiques proposés par les trois partenaires. Un résumé des trois méthodologies employées est attaché en Annexe.

Une fois cette étape franchie, les partenaires experts ont fourni les informations publiquement disponibles pour évaluer la qualité de la gestion des immatériels des organisations françaises pour chacune des catégories (entre six à douze organisations passées en revue plus précisément en s'appuyant sur les bases de données fournies par les 3 partenaires).

L'évaluation a été effectuée pour chacune des catégories en deux étapes principales :

- la présélection par le Jury au cours d'une première étape des trois meilleures organisations, les nominés, au sein des résultats présentés par chacun des partenaires experts en suivant la méthodologie concordée,
- la désignation au cours d'une deuxième étape du lauréat au sein des trois finalistes/nominés pour chacune des trois catégories.

Les réunions du Jury se sont déroulées les 11 et le 29 juin 2020. Il y a eu de plus nombreux échanges (courriels, conversations) entre les membres du Jury en complément des deux réunions plénières.

En ce qui concerne les résultats de l'activité du Jury, les trois nominés qui ont été choisis pour la catégorie « Grande Entreprise » sont :

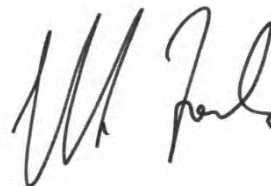
- Hermès, le lauréat ;
- L'Oréal ;
- ST Microelectronics.

Pour la catégorie « Moyenne Enterprise » les trois nominés identifiés sont les suivants :

- Getlink ;
- Nexity, le lauréat ;
- Remy Cointreau.

Enfin, au regard de la catégorie « Club de football », les trois organisations nominées sont :

- Association Sportive de Saint Etienne (ASSE) ;
- LOSC Lille ;
- Olympique de Marseille (OM) ;
- Olympique Lyonnais, le lauréat ;
- Paris Saint-Germain (PSG).



Prof. Stefano Zambon
Président du Jury
Université de Ferrare (Italie)

Fait à Ferrare-Paris, le 26 novembre 2020

ANNEXE

La méthodologie Apicil Asset Management – Trophée Grande Entreprise

Hermès

Hermès conçoit, fabrique et vend des produits de luxe, principalement dans les domaines de la maroquinerie et du prêt-à-porter (ensemble plus de 70% du CA en 2019), et est également présent dans les domaines de la parfumerie, de l'horlogerie, de la maison, de l'art de vivre et des arts de la table. L'entreprise a été fondée à Paris en 1837 par Thierry Hermès dont les descendants détiennent encore la majorité du capital.

Toutes les activités du groupe sont réalisées sous une marque unique, Hermès. Cette marque est absente du bilan comptable de la société qui a toujours principalement axé sa stratégie sur la croissance interne. Elle est cependant un des actifs clés de l'entreprise car elle véhicule les valeurs de créativité et de qualité qui constituent l'ADN de la société. Sa valeur est entretenue par un effort récurrent de communication (environ 5% du chiffre d'affaires).

Hermès favorise un modèle de production de type artisanal (chaque sac, par exemple, est réalisé par le même artisan qui y appose sa signature), basé sur la maîtrise et la transmission des savoir-faire. Des manufactures à taille humaine (moins de 300 personnes) ont ainsi créées dans des régions de France où elles ont contribué à la préservation des emplois et des compétences au plan local. Hermès compte 43 structures de ce type qui ont créé plus de 600 emplois en France en 2019. Sur le plan social, le groupe est également soucieux de partager les fruits de la croissance avec les hommes et les femmes qui y contribuent avec une participation et un intéressement annuel et des plans d'attribution gratuite d'actions.

L'exigence en termes de production s'appuie sur une attention extrême à la qualité de la relation avec les fournisseurs qui réside en particulier sur la solidité des liens qu'Hermès entretient avec eux (19 ans en moyenne pour les principaux partenaires). Elle se double d'un engagement pour maîtriser au mieux les impacts environnementaux des différents métiers. Hermès participe ainsi depuis 2019 au Fashion Pact.

Enfin, Hermès veille à la qualité de sa relation avec ses clients en laissant une grande autonomie aux directeurs de ses plus de 300 magasins dans la composition de leur assortiment afin de s'adapter au mieux aux caractéristiques de la demande locale.

L'Oréal

L'Oréal est le leader mondial de l'industrie cosmétique. Présent dans la plupart des pays du globe et sur l'ensemble des familles de produits et segments de distribution, le groupe opère son activité à partir d'un portefeuille de 36 marques. Soutenues par un budget marketing représentant en moyenne 30% du chiffre d'affaires, ces marques constituent un des actifs immatériels clé du groupe. Une partie importante de ces marques, créées en interne, ne sont pas comptabilisées au bilan (L'Oréal, Lancôme ou Garnier par exemple).

L'actionnariat resté familial (la famille Bettencourt, descendant du créateur détient 33,3% du capital) depuis la création du groupe est un actif clé qui garantit la stabilité et la pérennité de la stratégie basée sur des valeurs et des principes éthiques exigeants tels que l'écoute attentive des consommateurs et la compréhension et le respect des différences. Cette stratégie s'incarne dans la raison d'être que le groupe a exprimée : « créer la beauté qui fait avancer le monde ».

Le développement de l'activité de L'Oréal s'appuie sur un effort permanent d'innovation avec un budget de recherche et développement représentant plus de 3% du chiffre d'affaires. Grâce à cet effort de recherche, L'Oréal dépose chaque année près de 500 nouveaux brevets, fruits du travail de 4000 chercheurs répartis dans 21 centres de recherche.

La politique de gestion du capital humain est guidée par la volonté de faire avancer l'innovation sociale et de

construire une entreprise toujours plus inclusive. En 2013, L'Oréal a ainsi mis en place le programme L'Oréal Share & Care qui comprend des engagements autour de 4 axes déployés dans tous les pays : prévoyance, santé, parentalité et qualité de vie au travail. Ainsi, en 2019, plus de 90% des collaborateurs permanents ont accès à une couverture santé alignée sur les meilleures pratiques de leur pays de résidence et bénéficient d'une protection financière en cas d'accident de la vie. L'Oréal est également placé dans le top 5 mondial en termes d'égalité hommes / femmes (Equileap worldwide). Le groupe considère que ses collaborateurs et collaboratrices constituent des actifs immatériels stratégiques et sont l'un de ses grands avantages compétitifs sur le long terme, aux côtés des marques, de la gouvernance et de la Recherche.

ST Microelectronics

ST est un des principaux acteurs mondiaux du secteur des semi-conducteurs. Le groupe développe des produits et des solutions qui s'adressent à quatre grands marchés finaux : l'automobile, l'industrie, l'Electronique personnelle et les équipements de communication, ordinateurs et périphériques.

Partenaire de la plupart des grandes évolutions technologiques, le groupe consacre un budget significatif aux travaux de recherche et développement qui lui permettent de faire apparaître régulièrement de nouvelles solutions de semi-conducteurs. 7800 personnes sont affectées à cette fonction et le budget consacré à la R&D représente chaque année 16% du chiffre d'affaires. Cet effort est réalisé en interne mais également en collaboration avec des grands laboratoires de recherche et des partenaires industriels. En 2019 ST a déposé 588 nouveaux brevets (sur un portefeuille total de plus de 18000) et plus de 15% du chiffre d'affaires est réalisé sur de nouvelles lignes de produits.

Le groupe s'appuie sur des effectifs mondiaux de plus de 46000 salariés. Compte tenu de l'évolution très rapide des technologies, la formation des équipes revêt une importance stratégique, ainsi les salariés bénéficient en moyenne de 50 heures de formation par personne. ST veille également à maintenir un taux d'engagement élevé parmi ses salariés, l'objectif qu'il s'est fixé dans ce domaine est de se situer 10 points au-dessus des moyennes locales et en 2019 cet objectif est atteint dans 7 des 11 pays où il est présent. Enfin ST mène une politique active de contrôle des accidents du travail qui s'inscrit dans un objectif plus large d'amélioration de la santé de ses collaborateurs (ainsi près de 100.000 actes médicaux sont pratiqués par an (check-ups, tests de vue ou d'audition, vaccinations).

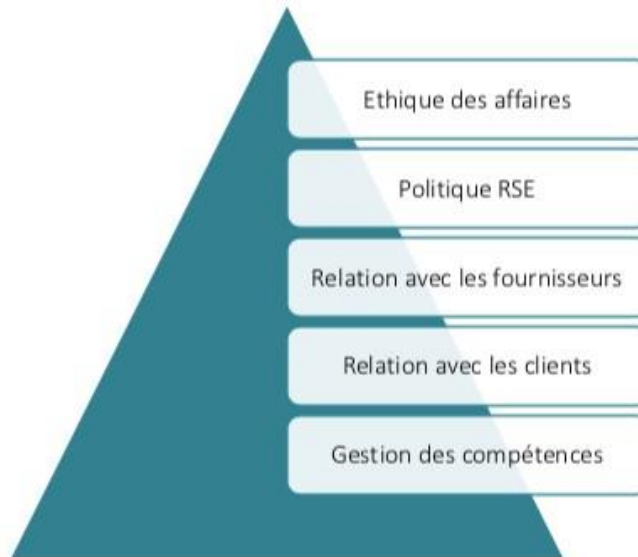
La relation avec les fournisseurs constitue également un maillon stratégique de la création de valeur pour le groupe. ST veille à ce que la plupart de ses relations fournisseurs soient encadrées par un contrat respectant les standards RBA (Responsible Business Alliance), en 2019 93% des contrats satisfaisaient ce critère. ST les encourage également à améliorer leurs processus en développant les efforts de certification.

La méthodologie Ethifinance : trophée moyenne entreprise



Le référentiel de notation

Le référentiel de notation construit pour le prix de l'Observatoire de l'Immatériel se compose de 5 piliers équilibrés ciblés comme constitutifs de l'immatériel :



Ci-dessous le détail des critères retenus dans les différents piliers :

Ethique des affaires		
Q120	Formalisation d'une politique de conduite des affaires et de lutte contre la corruption	Txt
Q26	Activités dans des pays exposés aux risques de corruption	Txt
Q624	Nombre de salariés formés/ sensibilisés au code de conduite (ou document équivalent)	VA
Q620	Existence d'un système d'alertes	Txt
Q621	Nombre d'alertes/ questions/ demandes de conseils reçues par le système d'alerte	VA
Q602	Communication d'un engagement à l'exercice de pratiques responsables en matière de lobbying	Txt
Q603	Publication des dépenses de lobbying	Txt
Q16	Part des frais d'audit dans les frais des auditeurs	%
Politique RSE, enjeux extra-financiers et mise en oeuvre de la DPEF		
Q76	Formalisation d'une stratégie RSE structurée, incluant un plan d'actions ou des objectifs sur les enjeux à la fois sociaux, environnementaux et liés aux parties prenantes	Txt
Q408	Existence d'un responsable ou d'un comité en charge des enjeux de développement durable/RSE	Txt
Q636	La stratégie RSE est présentée au Conseil au moins une fois par an	Txt
Q631	Analyse des enjeux extra-financiers du groupe	Txt
Q632	Hierarchisation des enjeux extra-financiers	Txt
Q633	Les enjeux extra-financiers identifiés comme les plus matériels sont traduits dans les facteurs de risques	Txt
Q409	Signature du Pacte Mondial des Nations Unies	Txt

Relation avec les fournisseurs		
Q54	Intégration de critères sociaux dans les pratiques d'achats/sous-traitance	Txt
Q55	Existence d'audits fournisseurs/sous-traitants pour contrôler la bonne application de ces critères sociaux	Txt
Q59	Intégration de critères environnementaux dans les pratiques d'achats/sous-traitance	Txt
Q60	Existence d'audits fournisseurs/sous-traitants pour contrôler la bonne application de ces critères environnementaux	Txt
Q213	Accompagnement des sous traitants / fournisseurs sur des critères sociaux et / ou environnementaux	Txt
Q430	Délai moyen de paiement des fournisseurs	VA
Relation avec les clients, la société civile et responsabilité des produits		
Q129	Existence d'un système de management de la qualité	Txt
Q130	Part des activités bénéficiant d'une certification qualité (e.g. ISO 9001)	VA
Q128	Réalisation d'enquêtes de satisfaction clients	Txt
Q637	Les risques liés aux perturbateurs endocriniens sont recensés	txt
Q431	Existence d'un label environnemental pour les produits/services	Txt
Q634	Les risques informatiques sont présentés aux instances de gouvernance au moins une fois par an	Txt
Q635	Existence de tests d'intrusion des systèmes IT	Txt
Q601	Initiatives optimisant l'impact sociétal des produits/services	Txt
Q214	Produits et/ou services à valeur ajoutée environnementale et/ou sociale	Txt
Q611	Part des activités répondant directement à un enjeu fondamental de développement durable (O00)	VA
Q432	Montant des dons et mécénat	k€
Q433	Taux d'imposition effectif payé	%
Q604	Présence injustifiée de filiales enregistrées dans des pays à risque d'opacité financière	Txt

Getlink

Getlink, précédemment Groupe Eurotunnel, est une société privée européenne, concessionnaire jusqu'en 2086 de l'infrastructure du tunnel sous la Manche. De facto l'entreprise a un rôle clé dans l'intégration des territoires et les liens entre France et Grande-Bretagne, avant comme après le Brexit. Le tunnel sous la Manche a permis la création de 8.000 emplois directs et indirects entre les deux régions des Hauts de France et du Kent.

La politique de gestion des compétences est structurée et contribue à la gestion de la pyramide des âges (l'âge moyen est de 44 ans). 100% des salariés bénéficient d'un entretien annuel. Getlink a créé son propre centre de formation interne qui a lancé récemment un « MOOC » emploi du ferroviaire. 84- 85% des salariés ont été formés chaque année au cours des derniers exercices pour un effort moyen de formation compris entre 2,8 et 3,2% de la masse salariale. S'appuyant sur des équipes permanentes stables, l'entreprise propose des formations dans divers métiers du domaine ferroviaire (conducteurs de trains, agents au sol, mainteneurs des infrastructures ou du matériel roulant) aux autres entreprises du ferroviaire. La formation se maintient à un niveau élevé (32 heures/salarié).

En matière de capital organisationnel, on notera que Getlink a mis en place une politique de protection des données depuis 2016.

Formalisée en 2012, la charte "Relation fournisseurs responsables", se décline en 10 engagements. Getlink respecte le principe de transparence et intègre la prévention de la corruption. La satisfaction clients est mesurée. Le taux de satisfaction clients tenant compte des appréciations des transporteurs, des routiers et des passagers commerciaux est de 93%.

Enfin l'activité ferroviaire de Getlink, alternative croissante à l'avion/ferry, procure un « licence to operate » sociétal fort et croissant grâce au profil environnemental vertueux en matière de mobilité durable.

D'un point de vue technique, avec un score de 91/100 Getlink remporte la troisième place du classement de l'Observatoire de l'Immatériel. La société affiche une bonne gestion des compétences et du capital humain (100% des effectifs ayant un entretien d'évaluation annuel), de politique RSE (présence d'une politique structurée et formalisée ainsi que hiérarchisation des enjeux extra-financiers de l'entreprise) et de relation fournisseurs (accompagnement des sous-traitants / fournisseurs sur des critères sociaux et / ou environnementaux). La société présente une note de 92/100 sur « Clients, société civile et produits » et de 63/100 sur le volet « Ethique des affaires ».

Nexity

Nexity est le premier acteur intégré de l'immobilier en France. Il couvre l'ensemble des métiers de la promotion et des services immobiliers à destination des particuliers, des entreprises, des investisseurs institutionnels et des collectivités locales.

En matière de ressources humaines, l'entreprise se démarque en particulier sur la diversité. Le Comité stratégique a signé en 2019 la charte Nexity « Ensemble pour l'inclusion » approuvée par 400 managers. Nexity fait partie des 325 entreprises mondiales, dont 12 françaises, sélectionnées pour l'édition 2020 de l'indice Bloomberg Gender-Equality centré sur l'équité femmes-hommes. Cet indice permet de distinguer les entreprises engagées dans la transparence des rapports sur l'égalité des sexes et la promotion de l'équité femmes-hommes dans les cinq domaines suivants : leadership féminin et vivier de talents, égalité salariale femmes-hommes, culture inclusive, politiques contre le harcèlement sexuel, et orientation de la marque envers les femmes. Dans le même temps, plusieurs indicateurs de gestion des compétences tels que le taux de tenu des entretiens individuels, l'accès à la formation ou encore l'effort de formation, s'améliorent régulièrement.

En pointe en matière d'innovation et de durabilité, l'entreprise développe de nombreuses initiatives vertes à l'instar des "chaudière numérique" utilisant la chaleur des data centers, des stations de voitures partagées en bas des immeubles, etc.

En matière sociale, l'entreprise se démarque par sa forte implication et présence sur les projets de logements sociaux. Enfin, la filiale Weroom, premier réseau social dédié à la colocation, est classée parmi les 100 entreprises les plus innovantes d'Europe d'après la revue Red Herring.

En matière de satisfaction clients, Nexity se démarque aussi favorablement, y compris sur des activités compliquées comme les syndicats de copropriétés.

Enfin, l'entreprise a géré avec courage la disparition de son PDG, décédé du COVID en mars dernier.

D'un point de vue technique, avec un score de 97/100 Nexity est en tête du classement de l'Observatoire de l'Immatériel. La société totalise une note de 100 sur 4 piliers (grande attention portée à la gestion des compétences, une politique de conduite des affaires et de lutte contre la corruption formalisée, transparence et hiérarchisation des enjeux extra-financiers, une bonne relation avec ses fournisseurs) et une note de 83 sur le pilier « Clients, société civile et produits ». Cette note se justifie par un manque de certification qualité de son activité.

Rémy Cointreau

Le groupe Rémy Cointreau figure parmi les principaux producteurs et distributeurs mondiaux de cognacs, de spiritueux et de liqueurs. Il s'appuie sur des marques fortes pour pérenniser son développement orienté premium ; la liqueur Cointreau, le spiritueux grec Metaxa, le rhum Mount Gay, le brandy français St-Rémy, les Single Malt Bruichladdich, Port Charlotte, Octomore, Westland et Domaine des Hautes Glaces et le gin The Botanist. Les racines de l'entreprise Rémy-Cointreau remontent au XVIIIème siècles. La culture d'entreprise est long terme et rappelle les racines et l'actionnariat toujours familial de l'entreprise. L'ensemble de l'héritage, des marques et des savoir-faire qui se perpétuent à travers les générations sont des actifs immatériels uniques et non copiables.

L'entreprise gère les compétences dans la durée. 100% des salariés bénéficient d'entretiens annuels. L'effort de formation est sur une dynamique positive depuis 2016, à 17 heures par employé et par an et environ 4 salariés sur 5 bénéficient en moyenne d'une formation avec un effort de formation qui est significatif (entre 3,3 et 3,9% de la masse salariale sur les dernières années). Le groupe est toujours concentré sur les enjeux santé/sécurité. Le niveau d'accidentologie diminue même si la fréquence et la gravité reste à des niveaux perfectibles avec des taux respectivement de 11,2 et 0,53 pour l'année 2019.

Depuis 2015, l'entreprise accélère sa stratégie de montée en gamme et liens avec le client final en renforçant progressivement les ventes du groupe « en direct », que ce soit à travers le digital, les boutiques, ou son réseau de « Directeurs de Clientèle Privée ». La démarche qualité est structurée depuis de nombreuses années avec 99,9% des activités de production couvertes par des certifications ISO 9001.

Le licence to operate de l'alcool, y compris des alcools forts, étant fragilisé dans des zones géographiques croissantes du monde, le groupe se diversifie vers une offre à moins fort taux d'alcoolémie, avec par exemple la boisson Passoa (entre 15° et 17°). Pour inciter sa clientèle consommation responsable, le groupe a lancé la Fondation Rémy Cointreau en 2017 en faisant du mécénat par des actions de promotion et de communication responsable.

D'un point de vue technique, avec une note de 95/100 Remy Cointreau remporte la deuxième place du classement de l'Observatoire de l'Immatériel. Avec une note de 100 sur quatre piliers, la société fait preuve d'une excellente gestion de sa politique RSE en interne et de son capital humain (une politique RSE formalisée et revue annuellement et un taux de contribution à la formation de ses salariés assez élevé, ainsi que d'une bonne relation avec ses fournisseurs et ses clients (intégration des critères ESG dans sa politique d'achat, réalisation d'enquêtes satisfaction client). Le pilier « Ethique des affaires », avec un score de 75/100, pénalise sa note.

La méthodologie Ginkyo : trophée club de football

Le « baromètre de l'immatériel des clubs de football 2019 » a été réalisé par l'Agence Ginkyo Ratings entre décembre 2019 et avril 2020

Cette étude a deux objectifs. Le premier est d'analyser la réalité de la valeur immatérielle des clubs de football de Ligue 1 au 30 juin 2019. Le deuxième est de mettre en avant les clubs de football français, modèles d'innovation et de transformation par leur gestion et activation de leurs ressources immatérielles. Dans ce contexte, l'équipe de Ginkyo Ratings, en coopération avec l'Institut Camille Jordan a réalisé un travail d'évaluation de la juste valeur des effectifs des clubs de ligue 1 et pour ce faire a procédé à l'évaluation de la valeur de marché de tous les joueurs de ligue 1 au 30 juin 2019.

Le baromètre a été construit sur une approche économétrique et financière qui s'appuie sur trois sources.

La première source d'information concerne la banque de données de l'Agence Ginkyo Ratings qui agrège les données de performance en jeu des joueurs de Ligue 1 sur la saison 2018-2019 et les informations financières des transferts de joueurs lors des périodes de mercato.

La deuxième source concerne les données financières extraites des publications les plus récentes et qui étaient disponibles au moment de la réalisation de l'étude. Ces données publiées en mars 2020 sur le site de la LFP sont produites par la DNCG et concerne la saison 2018-2019.

La troisième source d'information correspond aux éléments volontairement publiés par les clubs dans le but de valoriser leurs actifs immatériels.

Une intelligence artificielle pour estimer la valeur de marché des joueurs de football

Introduction : la modélisation mathématique du cerveau humain

L'Intelligence Artificielle (IA) est une technologie qui imite le fonctionnement des neurones biologiques et permet de simuler le comportement humain et également de reproduire ses capacités cognitives. Dans notre contexte, l'enjeu, à partir d'une analyse rigoureuse et exhaustive des transferts payants par le passé sur le marché des transferts (Mercato), est d'estimer pour « l'Homme de l'art » la valeur actuelle de marché des joueurs professionnels engagés dans les compétitions européennes du BIG 5 (France, Angleterre, Allemagne, Espagne et Italie).

Pour cela, depuis la saison 2012-2013, l'Agence Ginkyo Ratings a constitué une base d'apprentissage dédiée aux performances sportives et aux marchés des transferts financiers des joueurs de football professionnels.

A partir de cette banque de données, l'équipe de recherche de Ginkyo Ratings et l'Institut Camille Jordan (Laboratoire de recherche publique de mathématiques) ont développé la première Intelligence Artificielle qui permet de prédire de manière scientifique et avec robustesse la valeur de transfert des joueurs de football compte tenu de la réalité du marché, des performances sportives des joueurs et de leurs équipes.

Depuis 2014, en toute indépendance l'Agence Ginkyo Ratings estime le prix que les clubs devraient payer pour acheter un joueur compte-tenu des montants engagés dans le passé pour des joueurs et des clubs aux caractéristiques similaires. Ces caractéristiques sont notamment l'âge, le poste, le niveau de performance en jeu, le temps de jeu, les résultats de l'équipe, le niveau du championnat, la date du transfert, etc.).

Les données présentées dans le baromètre de l'immatériel des clubs de football 2019, se réfèrent à la situation en date du 30 juin 2019. Les matchs disputés et les transferts payants intervenus après cette date n'ont pas été retenus dans l'analyse.

Qualité du modèle prédictif

Lors du mercato estival de la saison 2019-2020, le modèle basé sur une Intelligence Artificielle a permis d'expliquer approximativement 70% de la variabilité des montants de transferts. La corrélation significative entre les montants des transferts estimés et payés dans la réalité sur le marché montre la qualité prédictive du modèle d'Intelligence Artificielle.

Limites

Pour des raisons de représentativité et de qualité des données de performance en jeu, les joueurs ayant moins de 500 minutes de temps de jeu sur la saison 2018-2019 ne sont pas intégrés dans l'étude.

La nature des données utilisées pour alimenter la base d'apprentissage de l'Intelligence Artificielle est factuelle mais traduit uniquement ce qui est observable sur le terrain. En conséquence, pour certains transferts l'avis sur la valeur peut paraître éloigné du montant réellement versé. Pour améliorer la qualité du modèle de prédiction et disposer de la « juste valeur » des joueurs de football, il faudrait ajouter des informations pour qualifier ce que l'on ne voit pas, c'est-à-dire notamment ce qui se passe avant ballon et après ballon et pas seulement lorsque le joueur est balle au pied. Cette méthode a fait l'objet du Standard pour l'évaluation et la comptabilité du Capital-Humain Joueur THESAURUS-FOOTBALL®.

Ce standard a été développé avec le soutien de la Direction Générale des Entreprises (Ministère de l'Economie et des Finances) et de l'Observatoire de l'Immatériel.

La méthodologie de Trophée de l'immatériel 2020 – Catégorie clubs de football

Le Trophée de l'immatériel catégorie clubs de football récompense les meilleurs clubs de Ligue 1 sur la base du travail d'analyse du baromètre de l'immatériel des clubs de football réalisé par l'agence de notation extra-financière Ginkyo Ratings. Le jury de l'Observatoire de l'Immatériel composé d'experts indépendants et professionnels a statué sur trois grandes thématiques de l'immatériel pour les clubs de football.

- La première thématique concerne la capacité du club à créer de la valeur immatérielle par son centre de formation (Baromètre de l'immatériel des clubs de football, 1ère édition, classement p.18)
- La deuxième thématique concerne la capacité du club à créer de la valeur immatérielle par ses activités de trading (Baromètre de l'immatériel des clubs de football, 1ère édition, classement p.19)
- La troisième thématique concerne la capacité du club à transformer son immatériel en cash (Baromètre de l'immatériel des clubs de football, 1ère édition, classement p. 22)

Le calcul des points est élaboré en prenant en compte les résultats des clubs sur ces trois thématiques. Sur chacune des trois thématiques, le club étant classé premier obtient 100 points, le second 75 points et le troisième 25 points.

Le classement final est obtenu par la somme pondérée de tous les points obtenus par les clubs sur les trois thématiques. Le niveau de pondération retenu par le jury met particulièrement en valeur le travail réalisé dans les centres de formation des clubs (Thématique 1 : Pondération de 0.5, Thématique 2 : pondération de 0.25, Thématique 3 : pondération de 0.25).

L'utilisation de ce système de notation pondéré permet ainsi de procéder à un classement robuste, objectif et fiable des clubs de football.