

Pertinence des indicateurs de création de valeur actionnariale : Cas des sociétés cotées à la Bourse Régionale des Valeurs Mobilières (BRVM)



Jaafar OULD BELLAL
Doctorant en sciences de
gestion
Jaafar_bellal@yahoo.fr



**Mohamed Lamine
MBENGUE**
Professeur agrégé en sciences
de gestion
laminemb@gmail.com

Cette recherche vise à tester la pertinence des indicateurs traditionnels de nature comptable et les nouveaux indicateurs de création de valeur actionnariale. L'hypothèse de départ est en faveur d'un niveau de pertinence des indicateurs traditionnels supérieur à celui des nouveaux indicateurs. Pour tester cette hypothèse une étude quantitative a été réalisée à partir d'un échantillon de 30 sociétés cotées à la BRVM sur la période (2009-2019). Plusieurs résultats se dégagent. (1) Les pouvoirs explicatifs des indicateurs traditionnels sont beaucoup plus importants que ceux des nouveaux indicateurs. (2) Les nouveaux indicateurs ont une contribution marginale non significative en termes d'explication du rendement boursier. (3) L'existence d'une relation entre les indicateurs traditionnels et les nouveaux indicateurs. (4) La pertinence des indicateurs varie selon les secteurs : les nouveaux indicateurs ont présenté une suprématie pour deux secteurs (services publics) et (agriculture) alors que pour les autres secteurs, la dominance des indicateurs traditionnels reste confirmée.

Mots-clefs : Création de valeur -Pertinence - BRVM - Etudes d'association- Indicateurs.

This research aims to test the relevance of traditional indicators and new shareholder value creation indicators. The initial hypothesis was that the relevance of traditional indicators was higher than that of new indicators. To test this hypothesis, a quantitative study was conducted on a sample of 30 companies listed on the BRVM over the period (2009-2019). Several results emerge: (1) The explanatory powers of traditional indicators are much greater than those of new indicators. (2) The new indicators have an insignificant marginal contribution in terms of explaining the stock market return. (3) The existence of a relationship between the traditional indicators and the new indicators. (4) The relevance of the indicators varies according to the sectors: the new indicators presented a supremacy for two sectors (public services) and (agriculture) whereas for the other sectors, the dominance of the traditional indicators remains confirmed.

Keywords: Value creation – Relevance-BRVM-Association studies - Indicators.