



**HAL**  
open science

## Impact des caractéristiques du comptable et de ses relations sur son éthique professionnelle

Jameleddine Ziedi, Anis Feki

► **To cite this version:**

Jameleddine Ziedi, Anis Feki. Impact des caractéristiques du comptable et de ses relations sur son éthique professionnelle. Comptabilités, économie et société, May 2011, Montpellier, France. pp.cd-rom. hal-00650598

**HAL Id: hal-00650598**

**<https://hal.science/hal-00650598>**

Submitted on 11 Dec 2011

**HAL** is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.

# *Impact des caractéristiques du comptable et de ses relations sur son éthique professionnelle*

## *The incidence of the accountant's characteristics and his relationship with his customers on his practice of the accounting ethics*

ZIEDI Jameleddine, Professeur, FSEG de Sfax, Tunisie, j.ziedi@yahoo.fr

FEKI Anis, Enseignant chercheur, ESC de Sfax, Tunisie, esc.fekianis@yahoo.fr

### **Résumé**

Avec le développement du métier comptable, la pratique de l'éthique devient de plus en plus importante pour garantir la bonne exécution du contrat professionnel et la continuité de la relation.

Nous souhaiterons dans le cadre de cette étude mettre en relief l'incidence des caractéristiques du comptable ainsi que ses relations avec ses clients sur son éthique professionnelle.

Notre recherche réalisée sur un échantillon de 106 professionnels comptables tunisiens, a montré que l'indépendance du professionnel de ses clients contribue positivement à l'amélioration de son éthique comptable, ce qui n'est pas le cas pour les variables expérience, appartenance, qualité de service et l'inexistence des conflits avec les clients.

**Mots clés :** Ethique comptable, indépendance, caractéristiques du comptable et relations.

### **Summary**

As accountancy develops, the practice of the accounting ethics becomes more and more important so as to ensure a better execution of the professional contract and the continuity of the relation.

This study aims at highlighting the incidence of the accountant's characteristics and his relationship with his customers on his practice of the accounting ethics.

Our research which is based on a study of the work experience of 106 Tunisian accountants has shown that the independence of the accountant of his customers plays a key role in improving his practice of the accounting ethics which is not the case with the variable experience, appurtenance, service quality and conflicts with customers.

**Key words:** Accounting ethics, independence, accountant's characteristics and relationship.

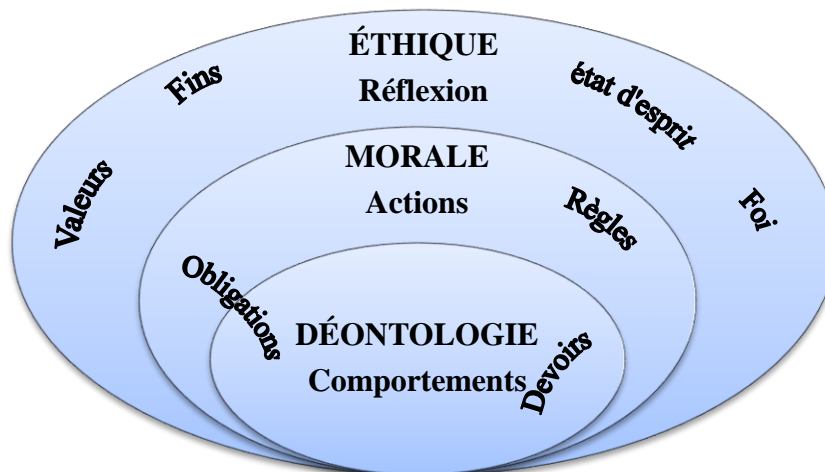
# 1. Introduction

Personnes ne peut négliger l'importance de l'éthique dans notre société. La pluralité des relations et des transactions entre les gens nécessitent l'existence de l'éthique.

Une distinction entre éthique, morale et déontologie est primordiale pour mieux comprendre la problématique de cette recherche. En effet, la définition de l'éthique est plus large que celle du morale ou de la déontologie. Pour plusieurs auteurs (Lacroix, 2000<sup>1</sup>, Pauchant, 2000<sup>2</sup>), l'éthique constitue une réflexion sur la conduite humaine, qu'on peut appeler réflexion critique, analyse critique, analyse philosophique ou analyse intellectuelle.

En outre, Dalla Costa (1998) ajoute que l'éthique est un « processus vivant, changeant et dynamique de réflexion ».<sup>3</sup>

Le graphique suivant démontre que la notion de l'éthique est plus large, elle décrit l'état d'esprit des personnes, comme elle présente la bonne ou la mauvaise foi, les valeurs et les fins attendues pour chaque réflexion, elle englobe, ainsi, toutes les notions du morale et de la déontologie. Ces dernières démontre la nécessité d'avoir des règles, des obligations et des devoirs dans tous les comportements et les actions des personnes dans n'importe qu'elle profession.



Graphique n°1 : Distinction éthique, morale et déontologie<sup>4</sup>

L'éthique devient une nécessité sociale dans toute relation conclue par et entre les gens. En effet, sans l'existence de l'éthique aucune profession ne peut avoir sa continuité.

Par exemple, le patient ne peut jamais faire une opération médicale sans qu'il ne donne confiance à son médecin ; on parle de l'éthique médicale. Ainsi, personne ne peut poursuivre

<sup>1</sup> Lacroix, A. (2000), « L'humain au centre d'une éthique de société », Essais et conférences, no. 6, Université de Sherbrooke, éditions GGC, Sherbrooke, Québec, p.p. 23-29.

<sup>2</sup> Pauchant, T.C., *Pour un management éthique et spirituel. Défis, cas, outils, questions*, Fides et Presses HEC, 2000 p. 43.

<sup>3</sup> Dalla Costa, J., *The Ethical Imperative. Why Moral Leadership is Good Business*, New York : Harper Business, 1998, p 23.

<sup>4</sup> Herrbach O., (2000) *Le comportement au travail des collaborateurs de cabinets d'audit financiers : une approche par le contrat psychologique*, Doctorat en sciences de gestion Université des sciences sociales, Toulouse1

un jugement tribunal sans qu'elle garantir son secret personnel par son avocat ; on parle de l'éthique juridique.

En particulier, la profession comptable a besoin des principes d'éthique comptable, comme par exemple le secret professionnel, pour assurer sa continuité. Le client cherche toujours quelqu'un qui est plus professionnel, non seulement qui a des connaissances techniques mais aussi qui a une maîtrise parfaite de l'éthique comportementale.

La relation client-comptable ou la relation actionnaire-dirigeant comptable ou auditeur est une relation d'agence,<sup>5</sup> où le professionnel est toujours l'agent. C'est-à-dire qu'il doit s'intéresser aux besoins de ses clients. En effet, il doit accomplir des tâches en leurs noms comme il peut les remettre ses opinions (en cas d'une mission d'opinion). Alors, pour garantir l'existence de ces relations, le professionnel comptable doit s'assurer que les dites relations avec ses clients ne contiennent pas des anomalies comportementales d'éthique. C'est pour cela que les compétences comportementales sont plus importantes que les compétences techniques. Goleman D. (1999) affirme que les compétences comportementales représentent 2/3 dans l'explication du succès ou de l'échec professionnel.<sup>6</sup>

Le sujet de l'éthique dans le domaine comptable devient de plus en plus important vu l'augmentation de l'importance du métier comptable en parallèle avec le développement du monde des affaires. L'éthique, à coté des compétences, qui sont définies comme le corrélat de toute activité efficace menée avec succès,<sup>7</sup> développe le dit métier. Un professionnel comptable ne peut jamais réussir ses missions sans avoir une certaine connaissance d'éthique. Mais dans le monde des affaires, l'unique connaissance ne suffit pas, alors que la pratique de l'éthique est l'élément fondamental et le premier clé de réussite pour le professionnel comptable. Avoir la connaissance de l'éthique sans être capable de la pratiquer c'est l'handicap professionnel.

Les caractéristiques du comptable, de ses clients ou même de ses relations peuvent influencer la pratique de l'éthique. Alors, la question qui se pose : quelles sont les variables qui peuvent influencer significativement la pratique de l'éthique comptable ?

En effet, le professionnel comptable doit, dans la plus part des missions, engager un avis sur les dossiers de ses clients, et comme tout être humain, il peut tomber dans la tendance à confondre entre ce qui est avantageux personnellement et ce qui exacte ou conforme. Ce choix présente l'espace libre acquis par le professionnel. L'objectif de cette recherche, est de mettre en valeur la nécessité pour le comptable de faire preuve de qualités éthiques et d'adopter une conduite morale capable de reconnaître et de résoudre les dilemmes moraux, afin de réaliser le bon choix dans son espace de liberté.

---

<sup>5</sup> M. Jensen & Meckling, « Theory of the firme: Managerial Behavior, agency costs and ownership structure », *Journal of financial economic*, 3, 1976, p.p. 5-23.

<sup>6</sup> D. Goleman, L'intelligence émotionnelle No 2. Cultiver ses émotions pour s'épanouir dans son travail, Robert Laffont, 1999.

<sup>7</sup> Thomas Troadec « Du mythe de la purge à la gestion des âges », *Les Cahiers Qualité Management*, n° 6, 2000.

## 2. Revue de la littérature et développement des hypothèses

### 2.1. Existence des conflits d'agence

La dénomination de la théorie, qu'on peut attribuer à S.A. Ross (1973),<sup>8</sup> est liée à la définition que celui-ci donne de la relation d'agence : « on dira qu'une relation d'agence s'est créée entre deux (ou plusieurs parties) lorsqu'une de ces deux parties, désignée comme l'agent, agit soit de la part, soit comme représentant de l'autre, désignée comme le principal, dans un domaine décisionnel particulier ».

Jensen et Meckling (1976)<sup>9</sup> définissent la relation d'agence ou de mandat comme étant « un contrat par le quel une (ou plusieurs) personne(s) (le principal) engage une autre personne (l'agent) pour exécuter en son nom une tâche quelconque. Cette relation implique une délégation d'un certain pouvoir décisionnel à l'agent. Par conséquent, les deux auteurs supposent que la firme est un nœuds de contrats tacites ou écrits ».

Les conflits d'agence se trouvent partout. En effet, toute relation d'agence peut être conflictuelle si l'une des parties néglige ses obligations en vers l'autre.<sup>10</sup>

La relation professionnelle comptable permet au comptable d'accomplir des tâches aux noms de ses clients. Ces derniers doivent le rémunérer en fonctions des missions accomplies. Une telle relation paraît délicate car elle peut engendrer, facilement, des conflits.

Francis et Wilson (1988) ont pu montrer dans leur étude<sup>11</sup> que le changement du commissaire aux comptes engendre une augmentation des coûts d'agence.

Alors, les clients qui changent leurs professionnels à cause des conflits d'agence, afin de minimiser leurs charges fiscales ou comptables, risquent d'augmenter leurs coûts d'agence et par la suite leurs charges comptables.

Donc, on peut conclure de cette étude, que les conflits d'agence engendrent le changement des professionnels, cela augmente les coûts d'agence apportés par le client.

Le client peut tomber dans la non confiance, la négligence des tâches du comptable, la mauvaise compréhension des missions comptables et la diminution falsifiée de sa recette comptable, et par la suite de ses charges fiscales. Une telle situation engendre une augmentation des conflits avec les professionnels.

Le professionnel comptable qui veut se présenter comme étant pratiquant de l'éthique doit éliminer tous les relations conflictuelles.

De ce principe découle la première hypothèse de notre recherche :

---

<sup>8</sup> Ross S.A., The economic theory of agency. The principal's problem, American Economic Review, 63, 1973, pp. 134-139.

<sup>9</sup> Jensen et Meckling, Theory of the firm : Managerial Behavior, agency costs and ownership structure. Journal of financial Economics 3, 1976, pp. 305-360.

<sup>10</sup> A. Guery-Stévenot, « Les conflits dans la relation capital investisseur-dirigeant : une analyse en termes de gouvernances cognitive », *Xvème Conférence Internationale de Management Stratégique*, Annecy / Genève 13-16 juin 2006.

<sup>11</sup> J. Francis et E. Wilson, « Auditor changes: a joint test of theories relating to agency costs and auditor differentiation », The accounting Review 63, 1988, p.p. 663-682.

**H 1 :** L'existence des conflits entre le comptable et ses clients a un effet négatif sur la pratique de l'éthique.

## 2.2. L'indépendance

L'indépendance est à la fois, un déterminant et un principe fondamental de l'éthique comptable. Plusieurs sont les auteurs qui ont mentionné l'importance de l'indépendance dans les missions d'audit, on cite, par exemple L. DeAngelo (1981)<sup>12</sup> et R.L. Watts and J.L. Zimmermann (1983).<sup>13</sup>

DeAngelo (1981) affirme que les plus grands cabinets d'audit sont moins dépendants de leurs clients pour plusieurs raisons, parmi ces raisons :

- Ils possèdent un nombre important de clients,
- Ils emploient des méthodologies différentes dans la conduite des opérations d'audit,
- Les erreurs en comptabilité sont moins probables, et
- Les firmes auditées par les Big four sont confrontés à des litiges plus faibles.<sup>14</sup>

Alors, plus que le professionnel est indépendant, plus que la qualité d'audit est meilleur, plus qu'on a de l'éthique.

Watts et Zimmerman ont pu montrer dans leurs études que la qualité d'audit est constituée de deux déterminants majeurs :

- La compétence : c'est à dire la probabilité qu'un auditeur découvre une inexactitude donnée dans les états financiers ou dans le déroulement des activités de l'entreprise, et
- L'indépendance : c'est à dire la probabilité qu'un auditeur publie réellement une inexactitude découverte sans qu'il soit influencé par les conséquences négatives de cette publication sur sa relation professionnelle avec l'autre partie. Une bonne qualité de l'audit nécessite l'indépendance totale de l'auditeur.

D'ailleurs, ces auteurs ont pu montrer, en 1983, que les problèmes d'agence sont plus fréquents dans les relations indépendantes entre le professionnel et le comptable. Plus qu'on a d'indépendance moins qu'on a des conflits.

La question d'indépendance des comptables, notamment des auditeurs, était d'actualité à l'échelle mondiale depuis déjà plusieurs années, avant les faillites récentes et largement médiatisées de certaines entreprises aux Etats-Unis et en Europe. Il est apparu que la mondialisation et l'évolution rapide du contexte des affaires posent deux problèmes importants au vu des règles d'imposition existantes. Ainsi :

---

<sup>12</sup> L. DeAngelo, « Auditor size and audit quality », *Journal of Accounting and Economics*, n°3, 1981, p.p. 183-199.

<sup>13</sup> R.L. Watts and J.L. Zimmermann, « Agency Problems, Auditing and the Theory of the Firm: Some Evidence », *Journal of Law and Economics*, 1983.

<sup>14</sup> Cette raison est confirmée en 1988 par Palmrose dans son article « An analysis of auditor litigation and audit service quality », *The Accounting Review*, n° 63, p.p. 55-73.

- Les comptables, notamment les auditeurs, doivent se conformer à des codes d'indépendance multiples et contradictoires :

Les instances professionnelles appropriées ont mis sur pied des codes d'indépendance propres à leurs pays. Bien que cette façon de faire ait pu convenir à l'époque où une entité n'avait des activités que dans quelques pays, elle a créé un contexte dans lequel il est devenu difficile pour les auditeurs de servir les clients sur les marchés financiers mondiaux actuels. Il est devenu virtuellement impossible pour un auditeur de se conformer à des codes d'indépendance multiples et contradictoires

- Prédominance des codes d'indépendances fondés sur des règles :

Les normes basées sur des règles visent des situations précises et connues. Cependant, du fait que les situations évoluent, la mise à jour des règles accuse toujours du retard. De telles normes encouragent également la recherche d'échappatoire, c'est à dire une focalisation sur le respect de la lettre de la norme sans égard aux principes sous-jacents.<sup>15</sup>

La dépendance financière et personnelle du client, peut affecter la relation avec le comptable. Les avis devenaient, forcément, influencés par cette dépendance.

La relation client comptable peut se transformer en une relation employé-employeur et parmi les conséquences de cette situation, on cite :

- L'augmentation des coûts d'agence : le fait de négliger le travail affecté par l'autre partie ou de négliger la professionnalité de la relation, ceci va engendrer des coûts supplémentaires qui ne peuvent pas exister dans une relation strictement professionnelle.
- La multiplication des conflits : un conflit personnel ou familial influence, bien évidemment, la relation professionnelle par la production des autres conflits d'agence.

Des nouvelles recherches ont argumenté les études ci-dessus analyser, en montrant qu'un mauvais auditeur ou une mauvaise mission d'audit est nécessairement le résultat de la dépendance ou l'incompétence.<sup>16</sup>

De ce principe découle la deuxième hypothèse de notre thème de recherche :

**H 2 :** La dépendance dans la relation client comptable ne favorise pas l'application de l'éthique comptable.

### **2.3. L'appartenance aux grands cabinets**

A son tour, l'appartenance aux grands cabinets est un déterminant de la personnalité professionnelle du comptable. Au sein de ces cabinets, les normes proposées par le code d'éthique sont plus respectées que dans les petits cabinets. La relation client comptable

---

<sup>15</sup> M. Feki, « L'indépendance et l'éthique professionnelle de l'auditeur », mémoire pour l'obtention du diplôme d'expert comptable, Faculté des sciences économiques et de gestion de Sfax, 2006, p. 16.

<sup>16</sup> G. Hottegindre, C. Lesage (2009), « un mauvais auditeur : manque d'indépendance et/ou de compétence ? Étude exploratoire des motifs de condamnation des commissaires aux comptes sur le marché de l'audit en France », Comptabilité- Contrôle- Audit / Tome 15 – Volume 2 – (p. 87 à 112).

devient plus indépendante et plus professionnelle. (L. DeAngelo, 1981<sup>17</sup>, C.S. Lennox, 1991<sup>18</sup> et R.A. Davidson et D. Neu, 1993<sup>19</sup>)

Dans son article, Tom Van Caneghem (2004)<sup>20</sup> a pu montrer empiriquement l'existence d'une relation strictement positive entre la qualité d'audit assuré par les Big four<sup>21</sup> et la compétence des auditeurs.

Autrement dit, plus que la compétence, technique ou intellectuelle, des auditeurs appartenant aux Big four est meilleurs, plus que la qualité de l'audit assuré par ces auditeurs est bonne.

Ainsi, l'objectif de l'étude réalisée par DeAngelo (1981) étant de montrer que les auditeurs des entreprises de grande taille, offrent des services de meilleure qualité que les autres auditeurs. En effet, l'observation empirique du marché de l'audit montre que les plus grands cabinets d'audit (Big four) sont moins dépendants de leurs clients.

Francis<sup>22</sup> ajoute que les experts dans l'industrie ont une connaissance approfondie des entreprises audités par leurs soins, expériences qui leur permet de faire des diagnostics plus précis en matière d'audit. Francis note, par ailleurs, que les honoraires d'audit sont très importants pour les Big Four et permettent une meilleure qualité d'audit.

L'appartenance à des grands cabinets améliore la qualité professionnelle par ce que le comptable se présente devant plusieurs situations. Ces dernières lui permettent de maîtriser toutes les tâches qui peuvent lui être attribuées dans le future.

Ainsi, l'importance des clients des grands cabinets permet au professionnel une collaboration du travail avec les autres collaborateurs. Cette collaboration engendre l'influence positive sur le respect des réglementations en vigueur, et notamment, celle relatives à l'éthique comptable.

En plus, la collaboration du travail invite les comptables à se comporter avec éthique. Cela minimise les conflits et les coûts d'agence ; objet de la troisième hypothèse de notre recherche.

**H 3 :** Les professionnels comptables appartenant à des grands cabinets maîtrisent mieux l'éthique que les autres professionnels.

---

<sup>17</sup> L. DeAngelo, « Auditor size and audit quality », *Journal of Accounting and Economics*, n° 3, 1981, p.p. 183-199.

<sup>18</sup> C. S. Lennox, « Audit Quality and Auditors Size: An Evaluation of Reputation and Deep Pockets Hypotheses », *Journal of Business Finance and Accounting*, 26, 1999, 7-8: 779-805.

<sup>19</sup> R.A. Davidson and D. Neu, « A note on the association between audit firm size and audit quality », *Contemporary Accounting Research*, n° 9, 1993, p.p. 479-488.

<sup>20</sup> T. Van Caneghem, « The Impact of Audit quality on Earnings Rounding-up Behaviour: Some UK Evidence », *European Accounting Review*, Vol. 13, No. 4, 2004, p.p. 771-786.

<sup>21</sup> Les quatre groupes d'audit les plus importants au niveau mondial : DTT (Deloitte Touche Tohmatsu), E&Y (Ernst & Young), KPMG (Klynveld Peat Marwick Goerdeler), PwC (PricewaterhouseCoopers).

<sup>22</sup> J. Francis, « What do we know about audit quality? », *The British Accounting Review* n° 36, 2004, p.p. 345-368.



## 2.4. L'expérience du professionnel

L'étude de T. Van Caneghem (2004),<sup>23</sup> montre qu'il existe une relation fortement significative entre l'expérience de l'auditeur et sa maîtrise de sa profession.

Une expérience importante du comptable engendre une maîtrise parfaite de l'éthique. Les problèmes d'éthique rencontrés tout au long de la vie professionnelle du comptable lui offrent une expertise de gestion des situations conflictuelles avec ses clients.

En plus, la collaboration avec des comptables plus expérimentés favorise l'élimination des conflits et des coûts d'agence. Un comptable stagiaires doit collaborer son travail avec des autres comptables plus expérimentés pour mieux reconnaître les principes de gestion des relations avec les clients.

De cela découle la quatrième hypothèse de notre thème de recherche :

**H 4 :** L'expérience du professionnel a un effet positif sur la maîtrise et la pratique de l'éthique.

## 2.5. La qualité de prestation des services comptables

Chacun des papes de la qualité y est allé de sa définition. Le caractère abstrait qu'on peut attribuer à ce concept de qualité peut afficher la difficulté à la quelle se sont confrontés les spécialistes pour arriver à établir un compromis entre la multitude de définitions.

Jean Pierre Baruche (1992)<sup>24</sup> a opté dans son ouvrage pour la définition fournie par l'Association Française de Normalisation (AFNOR) qui dispose que la qualité est « un ensemble de propriétés et caractéristiques d'un produit ou d'un service qui lui confèrent l'aptitude à satisfaire des besoins exprimés ou implicites », mais il revient encore pour synthétiser et stipuler tout court que « la qualité c'est ce qui fait plaisir au client ». Par ailleurs, il a traité cette question de la qualité tout en se localisant sur la facette client (interne ou externe) et ce qu'ils désirent avoir en ayant affaire avec une entreprise. Selon cet auteur, il n'y a point de définition standardisée pour la qualité. Elle prend tout son sens dans une finalité, laquelle cherche l'intervenant à y parvenir. Pour le client de l'entité, c'est la satisfaction procurée par un produit qui répond à ses besoins, pour un agent technique, c'est l'étendue de la conformité aux méthodes et spécifications conçues d'avance, pour le service finance ce sont les budgets qui s'équilibrent, pour le département de la comptabilité, c'est le respect des règles de la déontologie professionnelle et la conformité aux principes de fond et de forme.

Ainsi l'étude de Chapellier et Trigui (2007)<sup>25</sup> montre, au premier lieu, que l'Internet est utilisé au quotidien dans les cabinets mais le plus souvent dans une optique d'amélioration des routines et plus rarement dans une optique novatrice permettant de proposer de nouveaux services au clients. Il révèle, dans un second temps, que l'usage de cet outil facilite et renforce

---

<sup>23</sup> T. Van Caneghem, « The Impact of Audit quality on Earnings Rounding-up Behaviour: Some UK Evidence », *European Accounting Review*, Vol. 13, No. 4, 2004, p.p. 771-786.

<sup>24</sup> Jean Pierre Baruche, « La qualité du service dans l'entreprise », édition des organisations 1992, p. 36.

<sup>25</sup> P. Chapellier et T. Trigui, « Internet et la relation client : Le cas des cabinets d'expertise comptable français », *Revue Comptable et Financière*, n° 77, été 2007, p.p. 69-77.

sur certains points la relation entre l'expert et son client et peut ainsi créer un sentiment de proximité virtuelle entre les acteurs.

On peut conclure que l'amélioration de prestation de services rendus par le professionnel comptable engendre une amélioration de la relation client-comptable et par la suite elle garantit sa continuité.

En effet, une satisfaction des besoins du client du comptable paraît difficile, parce qu'elle dépend de la satisfaction des règles d'éthique et de la déontologie par le professionnelle. Ainsi, elle dépend de la qualité de la prestation des services rendus par le comptable. Une meilleur qualité garantie la fidélité du client et par la suite elle améliore la pratique de l'éthique comptable ; objet de la cinquième hypothèse.<sup>26</sup>

**H 5 :** La qualité de prestation des services rendus par le comptable a un effet positif sur la pratique de l'éthique comptable.

### 3. Méthodologie de recherche

#### 3.1. Collecte des données et sélection de l'échantillon

Le questionnaire, administré afin de tester empiriquement les hypothèses développées antérieurement, est orienté vers les professionnels comptables exerçant dans des cabinets comptables ou dans des cabinets d'expertise comptables, en appliquant la condition de la diversification de l'échantillon.

L'échantillon comporte 106 professionnels comptables ; experts comptables, réviseurs, comptables et aides comptables.

**Tableau n° 1 : Diversification de l'échantillon par nature du répondant**

Nature du répondant	Nombre	Pourcentage
Expert-comptable	20	18.87%
Réviseur	15	14.15%
Comptable	61	57.55%
Aide comptable	10	9.43%
<i>Total</i>	106	100%

---

<sup>26</sup> J. Francis, « What do we know about audit quality? », The British Accounting Review n° 36, 2004, p.p. 345-368.

**Tableau n° 2 : Diversification de l'échantillon par l'âge du répondant**

L'âge du répondant	Nombre	Pourcentage
Entre 20 et 30 ans	54	50.94%
Entre 30 et 40 ans	32	30.19%
Entre 40 et 50 ans	9	8.49%
Plus que 50 ans	11	10.38%
<i>Total</i>	106	100%

Le dit questionnaire comporte plusieurs parties telles que l'identification du répondant (âge, expérience, appartenance...), l'évaluation de la qualité des services comptables, de la praticabilité de l'éthique, de l'indépendance du professionnel, et des conflits professionnels pour chaque répondant.

### **3.2. Identification des variables**

Les cinq hypothèses de notre recherche indiquent l'influence de chaque variable sur l'existence des insuffisances en éthique comptable chez le professionnel.

#### *3.2.1. Insuffisances en éthique*

**Ins\_Eth<sub>t</sub>** : Est la variable dépendante ou à expliquer. Elle signifie la présence des insuffisances en éthique comptable lors de l'exécution du contrat de service comptable avec le client. Il s'agit du niveau de la mauvaise connaissance en éthique comptable par le professionnel. Il s'agit d'une variable booléenne égal à 1 si les réponses justes du comptable sont inférieures ou égal à 10/15 et à 0 s'ils sont supérieurs à 10/15. En effet, ces 15 propositions comportent 3 propositions pour chaque principe fondamental de l'éthique comptable comme par exemple l'indépendance et le secret professionnel. Une note inférieure ou égale à 10 signifie, nécessairement, l'existence d'une insuffisance en éthique au moins.

#### *3.2.2. L'existence des conflits (ou des problèmes) d'agence*

**Pb\_Ag<sub>t</sub>** : Elle signifie la présence des problèmes d'agence dans l'application de la relation client comptable. Ainsi, elle représente l'existence des conflits professionnels entre le comptable et son client, ces conflits engendrent une augmentation des coûts d'agence. Il s'agit d'une variable booléenne égal à 1 si le comptable a des conflits avec ses clients, et à 0 si non.

#### *3.2.3. La dépendance du professionnel*

**Dépen<sub>t</sub>** : Le degré de dépendance du comptable est une variable booléenne est égale à 1 si le comptable a des relations qualifiées dépendantes avec ses clients, est à 0 si non. Elle signifie la qualification de la position du professionnel comptable avec ses clients.

#### 3.2.4. *L'appartenance du professionnel*

**Taille<sub>t</sub>** : Elle s'agit d'une variable booléenne égal à 1 si, à la fois, le nombre des collaborateurs comptables dans le cabinet est supérieur à 20 et le nombre des clients du cabinet est supérieurs à 50, et à 0 si non.

#### 3.2.5. *L'expérience du professionnel :*

**Exper<sub>t</sub>** : Cette variable signifie la présence ou pas de l'expérience du professionnel comptable. Elle s'agit d'une variable booléenne égal à 1 si l'expérience du comptable dans le domaine est supérieure à 10 ans et à 0 si elle est inférieure à 10 ans.

#### 3.2.6. *La qualité de prestation de services rendus par le professionnel :*

**Qual\_Ser<sub>t</sub>** : La qualité de prestation des services professionnels rendus par les comptables représente une variable explicative des insuffisances en éthique comptable. Cette variable est mesurée à l'aide du modèle SERVQUAL.<sup>27</sup>

### 3.3. **L'analyse multivariée : La régression multiple**

Dans ce paragraphe, nous présenterons l'analyse et les résultats relatifs à la régression linéaire multiple qui nous permettons de saisir l'effet global du modèle de l'étude.

#### 3.3.1. *Le modèle de l'étude*

Le modèle de l'analyse relatif aux influences des caractéristiques du comptable et de la relation professionnelle sur la pratique de l'éthique est celui de la régression multiple qui se présente de la façon suivante :

$$\text{Ins\_Eth}_t = f(\text{Pb\_Ag}, \text{Dépen}, \text{Taille}, \text{Expér}, \text{Qual\_Ser})$$

$$\text{Ins\_Eth}_t = \lambda_0 + \lambda_1 \text{Pb\_Ag} + \lambda_2 \text{Dépen} + \lambda_3 \text{Taille} + \lambda_4 \text{Expér} + \lambda_5 \text{Qual\_Ser} + \zeta$$

$$\text{Ins\_Eth}_t = \lambda_0 + \lambda_1 (\text{existence des problèmes d'agence}) + \lambda_2 (\text{le degré de dépendance entre le client et son comptable}) + \lambda_3 (\text{nombre des collaborateurs et des clients du cabinet}) + \lambda_4 (\text{Expérience dans le domaine comptable}) + \lambda_5 (\text{Qualité de prestation des services comptables rendus par le professionnel}) + \zeta$$

Avec,

$\lambda_0$ ,  $\lambda_1$ ,  $\lambda_2$ ,  $\lambda_3$  et  $\lambda_4$  : Les coefficients de la régression à estimer après avoir éliminé les observations aberrantes et vérifié les conditions d'application de la méthode.

$\zeta$  : Il s'agit du résidu de la régression.

$t$  : L'instant de l'enquête.

---

<sup>27</sup> Parasuraman, A., Zeithaml, V.A. and Berry, L.L. (1986), "SERVQUAL: a multiple-item scale for measuring customer perceptions of service quality", *Report No. 86-108*, Marketing Science Institute, Cambridge, MA.

### 3.3.2. L'analyse et l'interprétation des résultats de la régression multiple

Après la détection des observations aberrantes et la vérification des conditions d'application de la méthode, l'interprétation des résultats de la régression multiple, à l'aide du programme SPSS va se faire à deux niveaux :

- Au niveau global : Quelle est la force et la significativité de la liaison entre la variable à expliquer et les variables explicatives ? Le test de F (Fisher-Snedecor) permet de répondre à cette interrogation.
- Pour chaque variable : Quelle est sa contribution à l'explication globale? Sa présence dans l'équation de régression est-elle nécessaire ? Il s'agit dans ce cas d'un test de Student à (n-p-1) degrés de liberté.

#### a) La qualité globale de la régression

Le coefficient  $R^2$ , appelé coefficient de détermination, permet d'apprécier la qualité globale de la régression. Le modèle de notre recherche a produit un  $R^2$  égal à 0.474 indiquant que 47.4% de la variation de l'insuffisance en éthique comptable est expliquée par l'expérience, l'appartenance, la qualité de prestation de services rendus par le comptable, sa dépendance et ses conflits d'agences existants avec ses clients. Le  $R^2$  ajusté, qui est égal à 0.447, affirme ce résultat. Ce pourcentage assez satisfaisant est appuyé par un test de Fisher (dont la valeur est égal à 18,004) significatif ( $p = .000$ ). Ce pourcentage n'est pas dû au hasard, et le test Fisher affirme que la variance de l'insuffisance en éthique comptable due à ces cinq variables est 18 fois supérieure à la variance résiduelle à un seuil de signification inférieur à 1%. Ainsi, le test Durbin-Watson indique une valeur de 1.999 qui est très proche de 2.

Nous pouvons conclure que le modèle est statistiquement significatif et est explicatif du phénomène étudié. Un résultat positif du test F signifie qu'au moins un des coefficients est significativement différent de zéro. Le tableau suivant confirme ces résultats.

**Tableau n°3 : Qualité globale de la régression**

Différents coefficients	Variable dépendante : Insuffisances en éthique
R	0.688
R-deux	0.474
R-deux ajusté	0.447
Erreur standard de l'estimation	0.370
Variation de R-deux	0.474
Variation de F	18.004
Degré de liberté 1	5
Degré de liberté 2	100
Modification de F signification	0.000
Durbin-Watson	1.999

### *b) La contribution de chaque variable explicative*

Les critères précédents sont des indicateurs de la liaison globale entre la variable à expliquer et les variables explicatives. Il est intéressant également de s'interroger sur la contribution de chaque variable explicative. Il s'agit d'examiner le signe, la valeur et la signification de chaque coefficient pris isolément et de conclure quant aux relations prévues par la littérature comptable et financière.

#### *L'expérience du comptable (exp)*

La variable « exp » apparaît avec un coefficient négatif de  $-13.5 \cdot 10^{-2}$  indiquant qu'à chaque augmentation de cette variable de 1%, l'insuffisance en éthique comptable diminue de 13.5%. Ce coefficient affiche une valeur t de Student égal à  $-1.782$ . Il est statistiquement différent de zéro avec un seuil de signification de 7.8%. Un tel résultat infirme l'hypothèse H 4 qui stipule que l'expérience du professionnel a un effet positif sur la maîtrise et la pratique de l'éthique. Or, l'étude de T. Van Caneghem (2004), ci-dessus présenté, a montré qu'il existe une relation fortement significative entre l'expérience de l'auditeur et sa maîtrise de sa profession, ce qui est un peu contradictoire avec nos résultats, parce que la maîtrise de la profession ne signifie pas exactement la praticabilité de l'éthique. Alors, on peut trouver les mêmes résultats de T. Van Caneghem si on utilise les compétences techniques comme une variable dépendante.

#### *L'appartenance du comptable à des grands cabinets (Taille)*

Nous avons posé l'hypothèse que les professionnels comptables appartenant à des grands cabinets maîtrisent mieux l'éthique que les autres. Bien que la variable « Appart » apparaît avec un coefficient négatif de  $-12.8 \cdot 10^{-2}$ , indiquant qu'une augmentation de cette variable de 1% engendre une diminution des insuffisances en éthique comptable de 12.8%, les résultats montrent que cette variable n'a pas d'effet statistiquement significatif sur les insuffisances en éthique ( $p = 0.135 > 0.05$ ). Ceci nous conduits à rejeter l'hypothèse H 3.

Les études de DeAngelo (1981) et les autres chercheurs présentés, ci-dessus, dans la partie traitant l'appartenance aux grands cabinets ou Big Four, montrent qu'il existe une relation strictement positive entre la qualité de service rendu par le professionnel et son appartenance. Ce qui n'est pas le cas dans notre recherche parce que l'échantillon ne contient pas assez des professionnels comptables travaillant dans les Big Four. La notion d'un grand cabinet en Tunisie n'a pas le même sens que la notion à l'échelle international.

#### *La dépendance du comptable de ses clients (Depen)*

La variable « Depen » apparaît avec un coefficient positif de  $37.9 \cdot 10^{-2}$  indiquant qu'à chaque augmentation de cette variable de 1%, l'insuffisance en éthique comptable augmente de 37.9%. Ce coefficient affiche une valeur t de Student égal à 4.377. Il est statistiquement différent de zéro avec un seuil de signification inférieur à 1% ( $p = 0.000$ ). Un tel résultat confirme l'hypothèse H 2 qui stipule que la dépendance dans la relation client comptable engendre une mauvaise application de l'éthique comptable.

Ces résultats sont argumentés par les études de DeAngelo (1981) et Watts and Zimmermann (1983) mettant l'accent sur l'importance de l'indépendance professionnelle entre le comptable

et ses clients, pour garantir la qualité et la continuité de la dite relation. Alors, une relation qualifiée dépendante ne favorise pas la praticabilité de l'éthique.

#### *Conflits avec les clients (conf)*

Nous avons posé l'hypothèse que l'existence des conflits entre le comptable et ses clients a un effet négatif sur la pratique de l'éthique. Bien que la variable « conf » apparaît avec un coefficient positif de  $16.6 \cdot 10^{-2}$ , indiquant qu'une augmentation de cette variable de 1% engendre une augmentation des insuffisances en éthique comptable de 16.6%, les résultats montrent que cette variable n'a pas d'effet statistiquement significatif sur les insuffisances en éthique ( $p = 0.064 > 0.05$ ). Ceci nous conduits à rejeter l'hypothèse H 1. Cette hypothèse peut être confirmée si on remplace le seuil de signification par 10%.

Ceci nous conduit à mettre l'accent sur les recherches présentées dans la revue de la littérature pour mettre plus d'importance aux conflits et interpréter les causes et les conséquences. En Tunisie, la majorité des entreprises sont qualifiées familiales et PME, ce qui engendre la dépendance et par la suite la possibilité de trouver des conflits. Mais la relation professionnelle avec le professionnel comptable doit être toujours stable pour garantir la bonne praticabilité de l'éthique comptable.

#### *La qualité de prestation de services comptable (Qual\_ser)*

La variable « Qual\_ser » apparaît avec un coefficient positif de  $28.4 \cdot 10^{-2}$  indiquant qu'à chaque augmentation de cette variable de 1%, l'insuffisance en éthique comptable augmente de 28.4%. Ce coefficient affiche une valeur t de Student égal à 3.383. Il est statiquement différent de zéro avec un seuil de signification inférieur à 5% ( $p = 0.001$ ). Un tel résultat infirme l'hypothèse H 5 qui stipule que la qualité de prestation des services rendus par le comptable a un effet positif sur sa pratique de l'éthique.

L'étude de Chapellier et Trigui (2007), ci-dessus mentionnée, montre que l'amélioration de la qualité de la prestation de services par le comptable peut créer un sentiment de proximité virtuelle avec ses clients, mais nos résultats prouve que la relation obtenue et la relation attendue de la dite hypothèse n'ont pas le même signe. Ceci peut être argumenté par la façon de mesurer la variable qualité de la prestation de services, qui est plus fiable si les répondants sont les clients et non pas les professionnels comptables.

Le tableau suivant résume les différents résultats ci dessus trouvés :

**Tableau n°4 : La contribution de chaque variable explicative**

Variables explicatives	Coefficients non standardisés		Coefficients standardisés	Coefficient de Student	Signification
	B	Erreur standard	Bêta		
Constante	0.158	0.083		1.907	0.059
Expérience	-0.135	0.076	-0.130	-1.782	0.078
Appartenance à des grands cabinets (la taille du cabinet)	-0.128	0.085	-0.122	-1.507	0.135
Dépendance	0.379	0.087	0.367	4.377	0.000
Conflits avec les clients	0.166	0.089	0.162	1.874	0.064
Qualité de service	0.284	0.084	0.285	3.383	0.001

## 4. La synthèse et la discussion des résultats de la recherche

Dans le cadre de ce paragraphe, nous allons nous intéresser dans un premier temps à la synthèse des différents résultats empiriques trouvés et aux principes résultats issus du questionnaire. Ensuite, nous mettrons l'accent sur la discussion des résultats trouvés et sur les limites et les voies futures de la recherche.

### 4.1. La synthèse des résultats empiriques trouvés

Suite aux résultats ci-dessus interprétés, l'estimation du modèle de notre étude peut s'écrire comme suit :

$$\text{Ins\_Eth} = 15.8 \cdot 10^{-2} + 16.6 \cdot 10^{-2} \text{ Pb\_Ag} + 37.9 \cdot 10^{-2} \text{ Dépen} - 12.8 \cdot 10^{-2} \text{ Taille} - 13.5 \cdot 10^{-2} \text{ Expér} + 28.4 \cdot 10^{-2} \text{ Qual\_Ser} + \zeta$$

Tableau n°3 : Le tableau suivant permet de synthétiser les résultats trouvés dans notre recherche

Hypothèses	Variables	Seuil de signification	Relations prédites	Relations obtenues	Validation des HYPs
<b>H 1 :</b> <i>Conflit d'agence entre comptable et client</i>	<b>Pb_Ag</b>	NS <sup>28</sup>	+	+	<b>Inf</b>
<b>H 2 :</b> <i>La dépendance du professionnel</i>	<b>Dépen</b>	<b>0.000</b>	+	+	<b>Conf</b>
<b>H 3 :</b> <i>L'appartenance du professionnel</i>	<b>Taille</b>	NS	-	-	<b>Inf</b>
<b>H 4 :</b> <i>L'expérience du professionnel</i>	<b>Expér</b>	NS	-	-	<b>Inf</b>
<b>H 5 :</b> <i>Qualité de prestation des services comptables</i>	<b>Qual_Ser</b>	<b>0.001</b>	-	+	<b>Inf</b>

Ces résultats montrent que l'indépendance du professionnel comptable contribue positivement à l'amélioration de son éthique professionnelle. La taille, l'expérience et la qualité de prestation de service n'ont pas un impact positif sur l'éthique. L'existence des problèmes d'agence entre le professionnel et ses clients n'a pas d'influence sur l'éthique comptable.

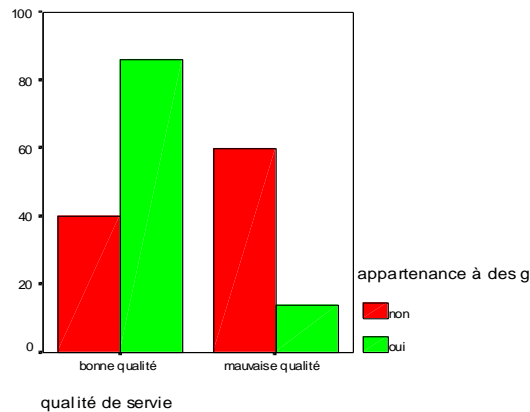
<sup>28</sup> Non significatif.



## 4.2. Les principaux résultats du questionnaire

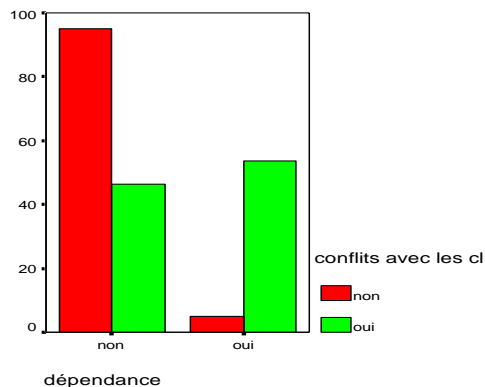
Le questionnaire de la présente étude nous a permis aussi de dégager quelques résultats qui nous semblent intéressants :

- plus que 80% des professionnels appartenant aux grands cabinets possèdent une bonne qualité de prestation de service. Ainsi, 60% des professionnels n'appartenant pas aux grands cabinets ont une mauvaise qualité de prestation de service. Cela indique que cette dernière est meilleure dans les grands cabinets que dans les petits.



Graphique n°2 : Appartenance et qualité de service

- plus que 60% des professionnels comptables dépendants de ses clients n'ont pas d'expérience. C'est à dire qu'il y a une relation entre l'expérience du professionnel et son indépendance. Plus qu'il est expérimenté plus qu'il est indépendant de ses clients.
- plus que 65% des professionnels comptables ont des conflits avec ses clients. Ce résultat affirme que la relation d'agence entre le professionnel comptable et ses clients souffre de plusieurs problèmes, conséquence de sa qualité délicate.
- plus que 95% des professionnels n'ayant pas des conflits avec ses clients sont indépendants de ces derniers. C'est-à-dire qu'il y a une relation entre l'indépendance et l'existence des conflits. Plus qu'on a de dépendance plus qu'on a de conflits.



Graphique n°3 : Dépendance et conflits avec les clients

### **4.3. La discussion des résultats**

Les résultats empiriques de notre recherche confirment l'hypothèse de l'indépendance et infirment les hypothèses de l'expérience, de l'appartenance, de la qualité de service et des conflits d'agence.

Les résultats trouvés affirment qu'il existe une relation positive entre l'indépendance du professionnel et son éthique comptable. En effet, le dit professionnel doit être indépendant de ses clients, si non il devient influencé par leurs avis et même par l'imagination de la relation future qui peut être produite. C'est pourquoi l'indépendance est parmi les principes fondamentaux de l'éthique comptable.

L'expérience et l'appartenance du comptable à des grands cabinets augmentent ses compétences et sa collaboration du travail avec les autres, et par la suite, peuvent améliorer l'éthique.

Ainsi, les résultats empiriques infirment les hypothèses de l'expérience et de l'appartenance. Ces résultats sont dits à l'existence des professionnels expérimentés ou appartenant à des grands cabinets mais qu'ils n'ont pas de bonne éthique.

La variable qualité de prestation des services comptables, qui inclut toutes les variables tangibilité, fiabilité, serviabilité, assurance, empathie, compétence et communication, n'influence pas l'éthique du professionnel comptable. Cette hypothèse est infirmé car on a trouvé pas mal de cas où la qualité de service est bonne mais l'éthique comptable est insuffisante. Ainsi, on a trouvé des comptables qui maîtrisent bien l'éthique mais qu'ils n'ont pas de bonne qualité de service. C'est dû peut être, au mauvais choix concernant l'identification du variable, car une évaluation de la qualité des services par les clients est plus fiable.

Les conflits existants entre le comptable et ses clients n'influencent pas négativement l'éthique. Le comptable professionnel peut réduire ou même éliminer les relations conflictuelles avec ses clients s'il trouve que ces derniers vont influencés son éthique.

Ceci est confirmé par l'infirmerie de l'hypothèse concernant les problèmes d'agences et l'insuffisance en éthique.

## **5. Bibliographie**

### **5.1. Articles**

- Chapellier P. et Trigui T. (2007), « Internet et la relation client : Le cas des cabinets d'expertise comptable français », *Revue Comptable et Financière*, n° 77, p.p. 69-77.
- Dalla Costa, J. (1998), *The Ethical Imperative. Why Moral Leadership is Good Business*, New York : Harper Business, p 23.
- Davidson R.A. and Neu D. (1993), "A note on the association between audit firm size and audit quality", *Contemporary Accounting Research*, n° 9, p.p. 479-488.

- DeAngelo L. (1981), « Auditor size and audit quality », *Journal of Accounting and Economics*, n°3, p.p. 183-199.
- Francis J. et Wilson E. (1988), « Auditor changes: a joint test of theories relating to agency costs and auditor differentiation », *The Accounting Review*, 63, p.p. 663-682.
- Francis J., « What do we know about audit quality? », *The British Accounting Review*, n° 36, 2004, p.p. 345-368.
- Guery-Stévenot A. (2006), « Les conflits dans la relation capital investisseur-dirigeant : une analyse en termes de gouvernances cognitive », *Xvème Conférence Internationale de Management Stratégique, Annecy / Genève* 13-16 juin 2006.
- Herrbach O., (2000) Le comportement au travail des collaborateurs de cabinets d'audit financiers : une approche par le contrat psychologique, Doctorat en sciences de gestion Université des sciences sociales, Toulouse1.
- Hottegindre G., Lesage C. (2009), « un mauvais auditeur : manque d'indépendance et/ou de compétence ? Étude exploratoire des motifs de condamnation des commissaires aux comptes sur le marché de l'audit en France », *Comptabilité- Contrôle- Audit / Tome 15 – Volume 2 – (p. 87 à 112)*.
- Jensen M. & Meckling (1976), « Theory of the firme: Managerial Behavior, agency costs and ownership structure », *Journal of financial economic*, 3, p.p. 5-23.
- Lacroix, A. (2000), « L'humain au centre d'une éthique de société », *Essais et conférences*, no. 6, Université de Sherbrooke, éditions GGC, Sherbrooke, Québec, p.p. 23-29.
- Lennox C. S., "Audit Quality and Auditors Size: An Evaluation of Reputation and Deep Pockets Hypotheses", *Journal of Business Finance and Accounting*, 26, 1999, 7-8: 779-805.
- Palmrose Z. (1986), « An analysis of auditor litigation and audit service quality », *The Accounting Review*, n° 63, p.p. 55-73.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V.A. and Berry, L.L. (1986), "SERVQUAL: a multiple-item scale for measuring customer perceptions of service quality", *Report No. 86-108, Marketing Science Institute*, Cambridge, MA.
- Pauchant, T.C. (2000), Pour un management éthique et spirituel. Défis, cas, outils, questions, *Fides et Presses HEC*, 2000.
- Ross S.A. (1973), The economic theory of agency. The principal's problem, *American Economic Review*, 63, pp. 134-139.
- Thomas T., (2000), « Du mythe de la purge à la gestion des âges », *Les Cahiers Qualité Management*, n° 6.
- Van Caneghem T. (2004), « The Impact of Audit quality on Earnings Rounding-up Behaviour: Some UK Evidence », *European Accounting Review*, Vol. 13, No. 4, p.p. 771-786.
- Watts R.L. and Zimmerman J.L. (1983), «Agency Problems, Auditing and the Theory of the Firm: Some Evidence», *Journal of Law and Economics*.
- Watts R.L. and Zimmerman J.L. (1986), « Positive accounting theory », (Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall).

## 5.2. Ouvrage

- D. Goleman, *L'intelligence émotionnelle : Cultiver ses émotions pour s'épanouir dans son travail*, No 2. Les éditions Robert Laffont, Paris, 1999.