

Qualité d'audit externe et transparence de la communication financière : l'impact de la propriété institutionnelle dans les entreprises Tunisiennes cotées

Leila Gharsellaoui, Doctorante, chercheur en comptabilité, FSEG, université de Sfax (Tunisie)
Gharsellaouileila@yahoo.fr

Anis Jarboui, Professeur, Institut Supérieur d'Administration des Affaires de Sfax (Tunisie)

Résumé

Ce papier est consacré à l'étude de l'impact de la qualité d'audit et de la propriété institutionnelle sur la transparence de la communication financière. L'étude empirique porte sur un échantillon de 30 firmes de la Bourse de Tunis observé sur la période (2005-2011), confirme l'effet positif de la réputation de l'auditeur sur la transparence de la communication financière. Nos résultats montrent, également, que les entreprises ayant une bonne publication financière sont auditées par des auditeurs dont leur mandat n'excède pas 3ans. De plus, nous constatons que l'interaction entre la qualité d'audit et la présence des actionnaires institutionnels a un effet sur l'amélioration de l'indice de transparence. Ce test montre que l'impact de la qualité d'audit externe sur la transparence de l'information est positif et significatif pour les entreprises dont la participation d'investisseurs institutionnels dans le capital est forte.

Mots clés : communication financière, transparence, qualité d'audit, investisseurs institutionnels, asymétrie d'information.

External audit quality and transparency of financial communication: the impact of institutional ownership of listed Tunisian firms

Abstract

This paper is devoted to the study of the impact of audit quality and institutional ownership on the transparency of financial communication. The empirical study, relates on a sample of 30 firms in the Tunis Stock Exchange observed over the period (2005-2011), confirms the positive effect of the auditor's reputation on the transparency of financial communication. The results also show that companies with a good financial publication are audited by auditors whose terms of office do not exceed 3 years. Moreover, we find that the interaction between the quality of the audit and the presence of institutional shareholders has an effect on the improvement of the transparency index. This test shows that the impact of the quality of the external audit on the transparency of the information is positive and significant for the companies whose participation of the institutional investors in the capital is strong.

Key-words: financial communication, transparency, audit quality, institutional investors, information asymmetry.

Introduction

Au cours de ces dernières années, la communication financière a acquis une importance croissante, au point de faire, désormais, partie intégrante de la stratégie des grandes sociétés cotées. Elle est indispensable au bon fonctionnement des marchés financiers dans la mesure où elle facilite l'allocation des ressources, et donne un droit de regard sur les politiques des entreprises. Les choix stratégiques de communication financière peuvent être, alors, interprétés comme des mécanismes de résolution des problèmes au sein de l'entreprise à travers le rôle disciplinaire de la communication financière (Kanodia et Lee, 1998).

A cet égard, la divulgation d'informations comptables et financières de qualité est une obligation pour bien assurer la continuité des firmes. (C'est le cas dans le cadre de la relation d'agence (Jensen et Meckling, 1976)). La transparence de l'information financière et comptable constitue, donc, une condition nécessaire afin de garantir une relation de confiance entre l'entreprise et ses partenaires.

Cependant, l'évolution qui a connu l'environnement économique de la firme pendant les dernières décennies, suite aux scandales financiers, a mis en cause l'utilité et la pertinence de l'information publiée et, par conséquent, la transparence des entreprises et les actes de gestion des dirigeants.

Conformément à la théorie d'agence, les dirigeants peuvent adopter un comportement opportuniste pour maximiser sa fonction d'utilité. Ainsi, et afin de faire face à tels agissements opportunistes, les actionnaires ont recours à une tierce personne (mécanisme de gouvernance) pour surveiller les dirigeants et pour vérifier la qualité de l'information publiée.

Afin de déterminer les mesures nécessaires pour l'amélioration de la transparence de l'entreprise, l'interrogation sur les déterminants de cette dernière a fait le débat de plusieurs recherches académiques dans le monde entier (Paturel et al. 2006 au Royaume-Unis et en France; Lakhal (2005) en France; Xiao et al. (2004) en Chine; Marston et Poley (2004) en Allemagne...).

Ainsi, il semble que les investisseurs ont perdu confiance dans les états financiers publiés du fait du nombre croissant des scandales liés à la publication d'états financiers ne reflétant pas la situation financière de l'entreprise. Ces scandales dont la presse a fait un large écho concernent plus

des fraudes que de simples manipulations dans la mesure où les principes et les règles comptables ont souvent été enfreints (Dumontier, et al 2006).

Ces scandales ont agités des affaires dans la plupart des pays développés (les Etats-Unis, la France, la Tunisie...), ce qui a contribué à relancer les débats en matière de gouvernance des entreprises et a montré la nécessité de remédier ces scandales par l'obligation la réforme des systèmes de régulation et de contrôle.

Du point de vue de la théorie de l'agence, (Bushman et Smith 2001; Healy et Palepu 2001; Chen et al 2011), pensent qu'il y a de divers mécanismes de contrôle, ont été mis pour discipliner et contrôler les dirigeants et réduire les asymétries des informations et leurs risques et obtenir un meilleur contrôle de l'activité de gestion qui atténue le comportement opportuniste des gestionnaires et contribuer à produire une information fiable, tel que la structure de propriété et l'audit externe.

Certains auteurs ont analysé le rôle de ces derniers dans le contrôle de l'opportunisme des dirigeants notamment en matière de gestion du résultat. Les résultats de leurs études indiquent que la qualité de l'audit externe permet généralement de restreindre la gestion du résultat (García et al. 2014). En tant que mécanisme de gouvernance, le rôle fondamental de structure de propriété est de réduire l'asymétrie informationnel entre les gestionnaires et les actionnaires (Jones, 2011; Usman, 2013).

Les mécanismes de contrôle sont interdépendants et la relation entre ces variables est basée sur la théorie de l'agence (Jensen & Meckling, 1976). Dans ce cadre, l'insuffisance et l'échec d'un mécanisme potentiel pourrait être compensée par l'action d'un autre mécanisme (Paul et al, 2014).

Plusieurs critères de qualité de l'audit et de structure de propriété telle que la réputation et l'ancienneté de l'auditeur, et la propriété institutionnelle (Kamel & Elbanna, 2010, Jones, 2011, Kimberly et al 2013), ont fait l'objet d'études antérieures en matière de gouvernance d'entreprise seront également étudiées dans notre travail.

Ce papier de recherche tente d'apporter des éléments de réponse à la question suivante : quel est l'impact de l'interaction de la qualité d'audit externe et la propriété institutionnelle sur la transparence de communication financière des entreprises tunisiennes cotées?

L'objectif de notre étude est de tirer des enseignements de ces travaux, dans le but d'obtenir une information comptable et financière plus transparente. Plus précisément, à la lumière des

recherches portant sur la transparence de la communication financière, nous nous interrogeons sur l'impact de l'interaction de ces organes sur la transparence de communication financière.

Afin de répondre à la problématique du sujet nous avons essayé d'étudier les déterminants de transparence de la communication financière relatifs aux caractéristiques propres de la firme, et à la qualité d'audit et de la propriété institutionnelle susceptibles d'avoir un impact sur la transparence de la communication financière en Tunisie.

1 Contexte de l'étude

Selon Frédéric B. (2000) « la transparence de la communication financière est en fonction des critères susceptibles de limiter le niveau d'altération de la réalité transmise. Dans cette perspective, deux critères de transparence sont utilisés : la pertinence et la précision. ».

- La pertinence correspond à l'adéquation de l'information produite aux besoins des utilisateurs, c'est-à-dire à son aptitude à leur permettre d'évaluer l'incidence financière des opérations et des faits passés, présents et futurs ainsi qu'à corriger ou confirmer leurs évaluations antérieures.

- La précision de l'information est une condition essentielle à l'obtention d'une information transparente. Elle contribue, en effet, à limiter l'altération possible de la réalité et renforce l'utilité de l'information. Une grande partie des éléments d'information pertinents peuvent faire l'objet d'une présentation selon différents degrés de précision. Les données, relatives à l'activité et à l'environnement ou les informations prévisionnelles, peuvent ainsi faire l'objet d'un simple commentaire ou être présentées de manière chiffrée.

Dans ce dernier cas, la précision peut encore varier selon que l'information correspond à une valeur précise, à une fourchette, à un minimum ou à un maximum. En matière de précision de l'information, les entreprises disposent d'une latitude relativement importante pour une grande partie des éléments d'information pertinents. Le choix de la précision des informations participe par conséquent à la stratégie de communication financière des entreprises.

Mesure de la transparence de communication financière

Il est possible de distinguer trois approches différentes pour mesurer la qualité de l'information diffusée dans les rapports annuels : une mesure de la quantité de la diffusion (en assimilant quantité de l'information et qualité) ; une mesure de la qualité liée à une prise de décision (décision représentée par la variation d'une variable) ; une mesure de la qualité selon la réponse à des critères définis.

Mesure de la qualité par la quantité de l'information

La première approche pour mesurer la qualité consiste à assimiler qualité de l'information et quantité de l'information. Certains auteurs indiquent étudier la qualité de l'information diffusée alors que la méthodologie utilisée repose sur une mesure du niveau de diffusion, donc de quantité (Warsame et al. 2002; Cormier et al., 2005). Cette assimilation est souvent volontaire : il s'agit de considérer que la quantité de l'information représente sa qualité, plus le niveau de l'information diffusée est élevé, meilleure sera la qualité de l'information.

La technique souvent utilisée pour mesurer le niveau de diffusion est l'indice de diffusion. Il s'agit de créer un indice à partir d'une liste pré établie d'items qui sont en lien avec l'information étudiée. Le score, pondéré ou non, représente le nombre d'items diffusés dans le rapport (il peut être exprimé sous forme relative, c'est-à-dire nombre d'items diffusés par rapport au nombre d'items pré établis). Ainsi, le score final exprime la quantité d'informations diffusées. Plus le ratio est grand, plus la qualité de l'information est élevée. Burchell et Athwal (2005) se demandent pourtant si la fourniture d'informations accroît la qualité.

Cette manière de concevoir la qualité ne semble pas très précise et il semble difficile de dire a priori si diffuser plus d'informations permet d'accroître la qualité de l'information diffusée. Bertrand (2000) prévoit que « la notion d'étendue ou de niveau de la diffusion (« extent / level of disclosure ») est la plus répandue au sein des indices de la littérature. Il s'agit soit d'une mesure strictement quantitative (Cooke 1989, Hossain et Adams, 1994 ; Zhou, 1997, Depoers, 1998), soit d'une mesure de quantité et d'adéquation ou de pertinence des informations volontairement diffusées par rapport aux besoins d'un groupe spécifique d'utilisateurs (Choi, 1973 ; Buzby, 1974; Chow et Wong Boren, 1987 ; Botosan, 1997)».

Mesure de la qualité par la variation d'une variable de marché

La qualité peut aussi se mesurer en relation avec la prise de décision, prise de décision révélée à l'aide d'une variable. La qualité est donc ici mesurée à l'aide d'une relation statistique entre une valeur de

marché et un nombre comptable. Cette approche correspond à l'approche de la valeur relevance. L'objet est d'analyser la pertinence d'un nombre comptable en déterminant si le nombre comptable est associé aux prix des actions de l'entreprise (Holthausen et Watts, 2001). Deux étapes semblent donc nécessaires : il faut mettre en évidence une décision (ainsi qu'une information en lien avec cette décision) et il faut mettre en évidence une variable susceptible d'être modifiée suite à la diffusion de l'information.

Des modèles de valorisation des actions sont donc utilisés pour évaluer dans quelle mesure des montants comptables particuliers reflètent bien l'information utilisée par les investisseurs (Amir, 1998; Holthausen et Watts, 2001 ; Landsman et Maydew, 2002; Dye et Sridhar, 2004). Ces études se focalisent sur les coefficients dans des modèles de régression et sur la comparaison entre la fourniture d'une information comptable et la variation de la valeur de l'action. Ainsi, ces modèles de valorisation supposent qu'un montant comptable a une valeur pertinente si une association entre la valeur de marché de l'action et ce montant est prédite.

Mesure de la qualité par la réponse à des critères définis

Cette troisième approche de la mesure de la qualité est associée à la vérification d'un ensemble de caractéristiques. Ainsi, lorsque Colasse (2001) se demande « qu'est-ce qu'une information comptable de qualité, une “ bonne information ” ? » (p. 419), l'auteur indique qu'une information de qualité doit posséder un certain nombre de caractéristiques générales.

La qualité se définit alors par une succession d'attributs. L'évaluation de la qualité de l'information diffusée s'inscrit donc dans l'étude de plusieurs critères : un critère est une « caractéristique qualitative qui fait que l'information comptable remplit sa fonction du point de vue d'un utilisateur » (Michaïlesco, 1999, p. 85)

2 Hypothèses de recherches :

Certains critères ont fait l'objet d'études antérieures en matière de gouvernance d'entreprise afin de déterminer la qualité de l'audit et de structure de propriété telle que la réputation et l'ancienneté de l'auditeur, et la propriété institutionnelle (Kamel & Elbanna, 2010, Jones, 2011, Rodriguez & Alegria, 2012, Kimberly, Mark et Brian, 2013).

Qualité d'audit externe: un mécanisme de contrôle spécifique

Bien que la qualité de l'information financière dépende de la procédure de contrôle du processus d'établissement des états financiers, dévolue au conseil d'administration, la tâche du conseil est ensuite complétée par la procédure d'audit, qui relève de la tâche de l'auditeur externe. Dans le cadre de la théorie d'agence, le recours à l'audit externe constitue un moyen de limitation des manipulations comptables des dirigeants et de réduction des coûts d'agence.

En effet, plusieurs études proposent également que la présence d'un auditeur qualifié peut réduire les problèmes d'asymétrie d'information (Almutairi et al. 2009; DeBoskey et Jiang 2012; Yaghoobnezhada et al. 2014). Certains théoriciens montrent que la qualité de l'audit peut être évaluée par l'appartenance d'auditeur à un réseau international « BIG N » et par l'ancienneté de l'auditeur et la connaissance du secteur (Gramling et al 2001; Autore et al 2009; Hakim et al. 2010; DeBoskey et al. 2012 ; Piot 2014).

Réputation d'audit et la transparence de la communication financière

Un auditeur compétent et indépendant est capable de détecter et révéler les éléments de fraude sans être affecté par l'opportunisme des dirigeants. Les études empiriques élaborées dans ce sens, développent deux caractéristiques du cabinet d'audit qui peuvent affecter la qualité d'audit : la taille (De Angelo, 1981) et la réputation (Klein et al, 1981).

De ce fait, Defond (1992) relie la réputation de l'auditeur à son appartenance à un réseau international. Plusieurs recherches ont présenté la taille du cabinet comme une garantie implicite de la qualité des travaux réalisés (Becker et al 1998, Piot 2004). Ces études ont ainsi différencié la qualité de l'auditeur selon qu'il appartenait à l'un des « bigeight » (dans les années quatre-vingt) devenus « Big Four » aujourd'hui.

Chalmers et Godfrey (2004) montrent que les plus grandes sociétés d'audit « Big » améliorent la qualité de publication financière et contribuent à réduire le problème d'asymétrie d'information entre les managers et les différents partenaires de l'entreprise.

En effet, Datar et al. (2004) stipulent que les états financiers certifiés par les auditeurs « Big » renforcent la confiance des investisseurs sur le marché financier vis-à-vis de la qualité de l'information. Donc, l'appartenance des auditeurs à un réseau international d'audit permet d'améliorer la transparence de communication financière des entreprises. D'où notre hypothèse sera :

H1 : l'appartenance des auditeurs à un réseau international (BIG4) a un impact positif sur la transparence de communication financière.

Ancienneté et transparence de communication financière

Sun and Lui (2011) montrent que le recours au service d'un auditeur qualifié et spécialiste pouvant fournir une assurance pour la qualité de l'information comptable. En auditant la même entreprise durant plusieurs exercices, les auditeurs requièrent une bonne expérience et deviennent des experts dans les processus et les procédures relatifs à ce secteur. En connaissant les risques et faiblesses de la firme auditée, les auditeurs deviennent plus performants et persistants lors de l'évaluation des justifications et documents présentés par le client (Wooten, 2003).

En apprenant à connaître les activités de l'entreprise, ses stratégies, ses motivations et son système d'information comptable et en accédant à la connaissance du type de la fréquence des erreurs potentielles et ainsi de suite, les auditeurs évaluent les risques inhérents (Hakim et al.2010).

De même, Mayangsari (2006) suggère que l'ancienneté de la mission du vérificateur affecte positivement la perception des investisseurs au sujet de la qualité de communication financière.

Les études antérieures de Johnson, Khurana et Reynolds (2002) suggèrent qu'une durée courte de mandat d'audit ne dépasse pas 3ans. Ils montrent qu'une durée longue n'a aucun effet significatif sur la réduction des manipulations alors qu'un court mandat est associé à la transparence de l'information produite.

Dans le même contexte, deux études opposées de Mayangsari (2007) et Chen, Elder, &Hsieh (2007), la première montre que la rotation obligatoire imposée par la loi admet un impact négatif sur la qualité du résultat. Alors que la seconde estime que la durée de mission d'auditeur améliore la transparence de l'information comptable.

Nous tenterons d'examiner cette relation dans le contexte tunisien et nous proposons l'hypothèse suivante:

H2. L'ancienneté de l'auditeur externe a un impact négatif sur la transparence de la communication financière.

La propriété institutionnelle et transparence de la communication financière

Les auteurs de la théorie d'agence et ceux du gouvernement d'entreprise, en général, supposent que la structure de propriété est un moyen de contrôle efficace de la gestion des dirigeants. Dans cette perspective, plusieurs recherches se sont intéressées au rôle que peut jouer les actionnaires institutionnels qui sont de vrais actionnaires puisqu'ils possèdent les ressources et les incitations nécessaires pour contrôler, influencer et discipliner les dirigeants en place.

Selon Healy et al. (1999) les investisseurs institutionnels sont considérés comme les agents les plus exigeants en termes d'information financière régulière et publiée à temps opportun. Leur implication dans le système de contrôle des entreprises de leurs portefeuilles et l'adoption d'une attitude active vis-à-vis de l'efficacité des décisions managériales favorisent même la limitation des marges de libertés laissées à l'appréciation discrétionnaire des managers (Hadani et al, 2011).

Sur le plan empirique, les récents débats se rapportant aux investisseurs institutionnels sont surtout portés sur l'efficacité de leur rôle de contrôle des pratiques managériales opportunistes. En étudiant la qualité des sites Web des entreprises chinoises cotées, Xiao et al. (2004) ont déduit un effet positif de la proportion des investisseurs institutionnels et la transparence de la communication financière.

De même, l'étude réalisée par Healy et al (1999), sur un échantillon de 97 firmes de 1978-1999, montre une relation positive entre la propriété des investisseurs institutionnels et l'étendue de divulgation volontaire. La Pointe (2000) suggère aussi que ces derniers peuvent influencer les décisions des dirigeants en vue de maximiser le rendement de leur investissement. De même, l'étude menée par Lakhal (2006) prouve que la participation des investisseurs institutionnels dans le capital influence différemment la décision de publication et la transparence de communication financière.

Dans une autre vision contradictoire à ces derniers, l'étude de Ben Ali (2008,) prévoit que les actionnaires institutionnels « ont intérêt à ce que les informations ne soient pas divulguées afin de tirer de gros avantages des transactions basées sur l'information privée » et qu'ils bénéficient d'un comportement égoïste qui serait similaire à celui des actionnaires majoritaires et peut donc conduire à léser les minoritaires.

Sur la base des suggestions des théories de l'agence et de gouvernance, soutenues par les résultats antérieurs, nous pouvons émettre l'hypothèse suivante :

H 3: La présence des actionnaires institutionnels a un impact positif sur la transparence de communication financière.

L'impact de l'interaction entre la qualité d'audit et la présence des actionnaires institutionnels sur la transparence de la communication financière

Comme le montre l'étude de DeAngelo (1981), les cabinets d'audit les plus grands peuvent effectuer une mission de contrôle de meilleure qualité. De même, les travaux menés par Datar et al. (2004) suggèrent que chaque publication certifiée par les auditeurs « Big » renforcent la confiance des investisseurs sur le marché financier vis-à-vis de la transparence de communication financière des entreprises. Ainsi, pour qu'attirer plus la participation des investisseurs institutionnels dans leurs capital, les entreprises sont censés de s'appuyer sur les meilleurs services de contrôle effectués par des auditeurs 'BIG', ce qui permet de créer une perception positive de leur qualité de l'information financière (Mitra et al., 2007).

En outre, O'Sullivan (2000), suppose une relation positive entre les frais d'audit et la propriété institutionnelle. Ainsi, les investisseurs institutionnels seront attirés par les sociétés qui présentent les états financiers en recouvrant les signatures des réviseurs les plus réputés (Labelle & Piot, 2003). D'autres études, comme celle de Mitra et al. (2007), montrent une relation négative entre la propriété institutionnelle et la qualité de l'audit externe. En fait, les investisseurs institutionnels semblent avoir la motivation et la capacité de contrôler les gestionnaires par eux-mêmes.

Pour examiner l'impact de l'interaction entre l'existence d'investisseurs institutionnels et l'appartenance de l'auditeur externe à un «Big 4» d'une part et à son ancienneté d'autre part, sur la transparence de communication financière, nous pouvons testés les hypothèses suivantes:

H4: L'interaction d'une meilleure réputation de l'audit externe et la participation d'investisseurs institutionnels a un impact positif sur la transparence de communication financière.

H5: L'effet de l'interaction entre l'ancienneté de l'auditeur externe et la participation d'investisseurs institutionnels affecte positivement la communication financière.

3 Méthodologie de recherche

L'évaluation de la transparence financière des entreprises est un thème de recherche éminent en comptabilité financière. La méthodologie habituellement employée se base sur la construction d'un indice

de divulgation. Ce dernier est composé d'un ensemble d'items sélectionnés à partir d'une revue de la littérature comptable et financière et des obligations légales telles prévues par la législation en vigueur.

Choix de l'échantillon

Notre échantillon est sélectionné parmi les entreprises cotées à la BVMT après l'exclusion des entreprises financières pour leurs caractéristiques spécifiques de préparation de leurs états financiers ainsi que de publication financière.

Notre échantillon final sera composé, donc, de 30 entreprises durant la période allant de 2005 à 2011 (soit 210 observations).

Mesures des variables

La variable dépendante : la transparence de la communication financière

L'évaluation du niveau de transparence de la communication financière des firmes est réalisée à partir de la construction d'un indice de transparence qui sera calculé à partir du rapport entre le score de divulgation globale et le score de divulgation maximal. La variable dépendante sera désignée par : **IND**.

Plusieurs grilles de mesure de niveau de divulgation et de la transparence de communication financière ont été utilisées dans les recherches antérieures, dont on peut citer la grille de codage de Wiseman (1982) et de Cormier et Magnan (1999, 2003), utilisée pour mesurer le niveau de divulgation environnementale.

L'indice de divulgation suivi dans notre étude est celui développé et validé par Eng et Mak (2001), est utilisé pour analyser et mesurer la transparence de la divulgation dans les rapports annuels des entreprises. Cet indice est le fruit d'un travail rigoureux qui intègre de nombreuses études portant sur les besoins en information des utilisateurs. Tout en notant que ces deux auteurs se sont basés sur l'indice adopté par Lang et Lundholm (1996) et arrangé par la Fédération Internationale des Analystes Financiers pour accorder des scores aux entreprises selon leurs degrés de divulgation d'information.

Le niveau de transparence de communication financière sera calculé par un indice de communication, ce dernier est calculé à partir du rapport entre le score de divulgation globale et le score

de divulgation maximal. Le score maximal a été déterminé par Eng et Mak (2001) à 84 selon la liste de l'échelle. Ce calcul est mené pour chaque entreprise de l'échantillon et pour chaque année.

$$\text{INDICE}_{ij} = \sum_{i=0}^n \frac{\text{score}_{ij}}{\text{score max}} \quad \text{Où :}$$

INDICE_{ij} : est la mesure de la transparence de communication financière pour la firme j pour chaque année i .

score_{ij} : correspond au total de points accordés à la firme j pour les catégories d'informations i .

score max : le score maximal a été déterminé par Eng et Mak (2003) à 84 selon la liste de l'échelle.

Dans le contexte Tunisien, l'indice de divulgation d'Eng et Mak (2001) est validée par plusieurs recherches, à titre d'exemple celle de Fdhil J. et Regaieg B. (2006).

Tableau 1 : Définitions et mesures des variables explicatives et les variables de contrôle :

Variables	Mesures	Auteurs
Propriété institutionnelle	Nombre d'actions détenues par les investisseurs institutionnels / total nombre des actions	Randi (2004), Dumontier et al (2006), et Gillet et Martinez (2012)
Réputation d'auditeur	variable binaire qui prend la valeur 1 si l'entreprise est auditée par BIG et 0 sinon.	Kane and Velury (2004)
Ancienneté d'auditeur	c'est une variable dichotomique qui prend la valeur 1 si le nombre d'années consécutives du mandat d'audit est d'au moins 3 ans et 0 sinon	Mayangsari (2006) Chen et al. (2007) Johnson (2013)
La taille de la firme	le logarithme naturel de l'actif : $\log(\text{total actif})$	Francis and Lennox (2008) Knechel, Niemi, & Sundgren (2008)
Endettement	mesurée par le ratio (dette à court et à long terme) / (capitaux propres).	Piot (2001), et Fernandez et Arrondo, 2005

La rentabilité de la firme	ROA	La rentabilité économique ou le rendement des actifs est mesurée par le ratio bénéfice avant intérêts et impôts sur le total des actifs	Chen et al, 2006
----------------------------	-----	---	------------------

Présentation du modèle

Pour tester les hypothèses développées ci-dessus, nous utilisons le modèle de régression suivant pour examiner si l'effet de la qualité d'audit externe sur la transparence de communication financière augmente ou diminue avec la présence d'actionnaires institutionnels.

$$IND_{it} = \alpha 0 + \alpha 1 (BIG_{it}) + \alpha 2 (ANC_{it}) + \alpha 3 (INVST_{it}) + \alpha 4 (BIG_{it}) * (INVST_{it}) + \alpha 5 (ANC_{it}) * (INVST_{it}) + \alpha 6 (TAC_{it}) + \alpha 7 (ENDET_{it}) + \alpha 8 (ROA_{it}) + \varepsilon_{it}$$

Où;

IND_{it} : est l'indice de la transparence de communication financière pour la firme j pour chaque année i ; BIG_{it} : Réputation d'auditeur de la firme i au cours de l'année t ; ANC_{it} : ancienneté de l'auditeur i dans l'année t ; $INVST_{it}$: pourcentage d'actions détenues par les investisseurs institutionnels de l'entreprise i dans l'année t ; TAC_{it} : logarithme de l'actif total de la firme i pour l'année t ; $ENDET_{it}$: ratio (dette à court et à long terme)/(capitaux propres) ; ROA_{it} : Le ratio bénéfice avant intérêts et impôts sur le total des actifs.

4 Résultats et discussions

Analyse descriptive des variables explicatives :

Tableau 2 : Statistiques descriptives des variables quantitatives

Variables	Moyen	L'écart-type	Min	Max
IND	0.413	0.128	0.260	0.620
INVST	0.190	0.210	0.000	0.890
TAC	7.278	1.758	6.100	8.460
END	0.402	0.356	0.010	0.820
ROA	0.089	0.172	-0.510	1.090

Les résultats retenus dans le tableau ci-dessus, indiquent que l'indice global de la transparence de communication financière de notre échantillon varie d'une manière importante au sein des entreprises de l'échantillon. La moyenne de 0.413 est un peu élevée que celle trouvée par l'étude menée par Loukil et

Triki en 2008 sur le cas des sociétés tunisiennes non financières concernant la divulgation volontaire (moyenne d'indice de divulgation de 0.374).

Aussi, l'information relative à l'existence des investisseurs institutionnels est vérifiée pour la plupart des observations. En outre, ils détiennent en moyenne 19% du capital de l'entreprise avec un minimum de 0%. En ce qui concerne les variables de contrôle, il existe une inégalité des moyennes des ratios d'endettement entre les entreprises de l'échantillon. Avoir un taux d'endettement de 82 % implique qu'il y a des entreprises trop endettées.

Tableau 3 : Statistiques descriptives des variables qualitatives

Variables	Modalités	Fréquences	%
BIG	0	138	66
	1	72	34
ANC	0	85	40
	1	125	60

Les résultats du tableau 3 nous permettent d'observer que seulement 34% des entreprises tunisiennes sont auditées par des cabinets appartenant à un réseau international « Big » et que 60% de ces entreprises sont auditées par le même auditeur au cours des 5 années de notre étude alors que dans 40% des entreprises de notre échantillon la durée de l'auditeur ne complète pas le mandat (3 ans).

Test de corrélation entre les variables explicatives

Tableau 5 : La matrice de corrélation de Pearson

	BIG	ANC	INVST	TAC	END	ROA
BIG	1					
ANC	0.05804*	1				
INVST	0.46988**	0.33111	1			
TCA	-0.06742	0.11677	0.05483	1		
END	0.11248	-0.06990	0.00230	0.04327	1	
ROA	0.17503	0.55727*	0.10632	0.15845	-0.34126**	1

* la corrélation est significative à 1%

** la corrélation est significative à 5%

*** la corrélation est significative à 10%

Ce test consiste à vérifier s'il y a des problèmes de multi-colinéarité entre l'association des variables. La multi-colinéarité est une difficulté de calcul qui apparaît lorsque deux ou plusieurs variables indépendantes sont fortement corrélées. En effet, selon Kevin (1992), pour se prononcer sur un problème sérieux de colinéarité entre les variables indépendantes incluses dans un modèle de régression, il faut que $r \geq 0,7$.

L'examen des coefficients de corrélation de Pearson contenus dans le tableau précédant montre qu'aucune corrélation critique ne peut être relevée à partir de ce tableau. Donc, nous acceptons l'hypothèse nulle d'autocorrélation du fait que les variables explicatives sont faiblement corrélées les uns avec les autres.

Analyse multi-variée

Tableau 6 : Table de résultats

Variable	Std. Error	t-Statistic	Coefficient (Prob)
BIG	0.057398	0.681709	1.039129 (0.4962)
ANC	0.983985	-1.009169	-0.993008 (0.0150)
INVST	3.644042	-3.394242	-2.368760 (0.0009)
BIG*INVST	2.491285	0.428699	1.068012 (0.0689)
ANC*INVST	2.397555	0.140943	1.669347 (0.1882)
TAC	0.026197	5.891216	0.154333 (0.0000)
END	0.215613	-1.102847	-0.237788 (0.2718)
RO A	0.069250	0.930638	0.064446 (0.3540)
R ²		0.479324	
R ² adjusted		0.446966	

Les résultats de cette étude aboutissent à l'idée que la qualité de la communication financière s'améliore après l'interaction de la qualité de l'audit externe et de la présence des actionnaires institutionnels.

Les résultats issus des tests relatifs aux variables explicatives de notre échantillon montrent que les variables INVINS, ANC, influencent négativement la transparence de la communication financière des entreprises tunisiennes étudiées. Nos résultats sont contradictoires avec l'hypothèse liée à la propriété institutionnelle et aux résultats des études antérieures tels que celle de Bushee et Noe (2000) et de Triki & Omri (2010) et qui ont montré que la participation des investisseurs institutionnels dans le capital de la firme rend la communication plus transparente, le résultat dégagé par notre étude trouve un effet négatif et significatif ($T = -2.368760$ et $P = 0.0009$).

Le coefficient associé à l'ancienneté de l'auditeur (ANC) est négatif (-0.993008). De ce résultat, nous constatons que la transparence de divulgation volontaire est négativement liée à la durée de mandat de l'auditeur qui dépasse 3 ans.

Concernant la variable BIG, les résultats dégagés confirment les résultats prévus et résultats des études antérieures tels que celle de Piot (2004), et montrent que l'appartenance des auditeurs à un réseau international BIG a un impact positif sur la transparence de communication financière ($T = 1.039129$ et $P = 0.4962$). Ces résultats corroborent ceux de Defond (1992) et DeAngelo (1981b) qui a prouvé que l'appartenance de l'auditeur à un cabinet international «Big N» est associée à un faible niveau de manipulation comptable. Ainsi, dans le contexte tunisien et pour les sociétés cotées l'appartenance d'un auditeur à un «Big 4» réduit l'asymétrie d'information entre les différents partenaires et donc améliorer la transparence de communication financière.

De même, et conformément à nos anticipations, le coefficient relatif aux variables combinées (BIG \times INVST) est positif ($T = 1.068012$) et significatif ($P = 0.0689$). Ces résultats montrent que dans les firmes dont la présence d'investisseurs institutionnels est importante, l'appartenance de l'auditeur à un «Big 4» améliore la qualité de communication financière en réduisant l'asymétrie informationnelle.

L'effet croisé de l'ancienneté de la relation d'audit et de la propriété institutionnelle (ANC*INVST) présente un coefficient positif ($T = 1.669347$) et non significatif ($P = 0.1882$). L'interaction entre ces deux variables n'a donc aucun effet sur le niveau de transparence de divulgation volontaire pour les firmes tunisiennes.

Concernant les variables de contrôle, les résultats dégagés avance une relation positive entre le niveau de transparence de l'entreprise et la taille de la firme et la rentabilité financière, les coefficients liés à ces variables sont respectivement ($T= 0.154333$ et $P= 0.0000$), ($T=0.064446$ et $P= 0.3540$). Ces résultats impliquent que ces éléments sont des motifs qui contribuent à l'amélioration de la transparence des entreprises tunisiennes cotées et incitent les dirigeants à fréquemment communiquer des informations plus transparentes.

Un signe conforme aux résultats prévus pour l'endettement, c'est-à-dire que les entreprises les plus endettées disposent de moins de liquidités compte tenu du remboursement de leurs dettes ($T= -0.237788$ et $P= 0.2718$). Ces entreprises ont moins recours à la divulgation puisqu'elles ne peuvent pas se permettre d'encourir les coûts exclusifs (Cormier et al. 2002).

Conclusion

Cette étude a été conçue pour explorer l'impact de la qualité d'audit externe et les investisseurs institutionnels sur la qualité de communication financière dans le contexte tunisien.

Sur la base d'un échantillon de 30 firmes tunisiennes non financières cotées à la BVMT conclues sur la période 2005-2011, nous examinons, donc, l'effet croisé de la qualité de l'audit externe et de la propriété institutionnelle sur la pratique de la qualité de communication financière, mesurée par l'indice de transparence.

Les résultats empiriques montrent que le niveau d'indice de transparence des entreprises tunisiennes a connu une amélioration suite à l'intervention de certains organes de contrôle pour discipliner les dirigeants. Ainsi, les résultats de l'étude montrent que les entreprises audités par des réseaux internationaux sont susceptibles de garantir une communication plus transparente que celles audités par les non big. Des études antérieures ont également souligné le rôle joué par les auditeurs dans la gestion des firmes. Les praticiens montrent que la présence d'un auditeur qualifié est un mécanisme qui peut atténuer les asymétries de l'information et les coûts d'agence et assurer une meilleure qualité d'information comptable. Ils constatent que les entreprises contrôlées par un auditeur qualifié communiquent des informations de façon plus crédibles que celles vérifiées par des auditeurs non big.

De même, les résultats de nos tests montrent que les entreprises qui ont un niveau d'endettement élevé ou une durée plus longue de mandat d'auditeur souffrent d'un niveau de transparence faible ou bien même d'une opacité de communication financière.

Nous constatons également que l'effet de la qualité d'audit externe sur la transparence de l'information est plus positif et significatif pour les entreprises qui ont une forte participation d'investisseur institutionnel dans le capital. Cependant, l'interaction entre l'ancienneté de l'auditeur et la présence d'investisseurs institutionnels n'a pas d'influence significative sur la transparence de communication financière pour les entreprises de notre échantillon.

Bibliographie

Almutairi, A. R., Kimberly, D. A., Skantz, T, (2009). Auditor tenure, auditor specialization, and information asymmetry. *Managerial Auditing Journal* (24): 600-623.

Autore, D. M, Billingsley, R. S, Schneller, M. I. (2009). Information uncertainty and auditor reputation. *Journal of Banking and Finance* (33): 183-192.

Becker, C., DeFond, M., Jiambalvo, J., & Subramanyam, K. (1998). The effect of audit quality on earnings management. *Contemporary Accounting Research*, 15(1), 1–24.

Ben ali C. (2008). Impact de la structure de propriété sur la divulgation d'informations financières des sociétés cotées françaises. Doctorat en Sciences de Gestion : Université Paris Dauphine.

Bertrand F. (2000), « Les stratégies de communication financière des grandes sociétés françaises cotées : une étude empirique » CEROG-IAE papier de recherche n° 569

Boujenoui A. Ben amar, W. (2006). Qualité de la communication d'information au sujet des pratiques de gouvernance d'entreprise : le cas canadien. Working Paper, 5ième Congrès International de Gouvernance d'Entreprise, Mai, pp. 1-20.

Bushman, R. M., Smith, A. J. (2001). Financial accounting information and corporate governance. *Journal of Accounting and Economics* (32): 237-333.

Chen, K. Y., Elder, R., & Hsieh, Y. (2007). Corporate governance and earnings management: The implication of corporate governance best-practice principles for Taiwanese listed companies. *Journal of Contemporary Accounting and Economics*, 3(2), 73–105.

DeAngelo, L. E. (1981). Auditor independence, low balling, and disclosure regulation. *Journal of Accounting and Economics*, 3(2), 113–127.

DeBoskey, D. G, Jiang, W. (2012). Earnings management and auditor specialization in the post sox era: An examination of the banking industry. *Journal of Banking and Finance* (36): 613–623.

Dumontier P., Chtourou S., Ayedi S. (2006), « La qualité de l'audit externe et les mécanismes de gouvernance des entreprises : Une étude empirique menée dans le contexte tunisien », 27ème congrès de l'Association Francophone de Comptabilité, Tunis 2006.

Hadani, M., Goranova, M., & Khan, R. (2011). Institutional investors, shareholder activism, and earnings management. *Journal of Business Research*, 64(12), 1352-1360.

Hakim, F, Omri, M. A. (2010). Quality of the external auditor, information asymmetry, and bid ask spread: Case of the listed Tunisian firms. *International Journal of Accounting and Information Management* (18): 5 – 18

Healy, P. M, Palepu, k. G, (2001). Information asymmetry, corporate disclosure, and the capital markets: a review of the empirical disclosure literature. *Journal of Accounting and economics*. (31): 405-440.

Henchiri, Jamel E. (2011), "Voluntary web-based disclosures by Moroccan and Tunisian companies", *EuroMed Journal of Business*, Vol. 6 Iss 2 pp. 155 - 173

Johnson, V. E., Khurana, I. K., & Reynolds, J. K. (2002). Audit firm tenure and the quality of financial reports. *Contemporary Accounting Research*, 19(4), 637–660.

Labelle R., Schatt A. (2003). Structure de propriété et communication financière des entreprises françaises. 24^{ième} Congrès de l'Association Française de Comptabilité,

Lakhal F. (2006). Les mécanismes de gouvernement de l'entreprise et la publication volontaire des résultats en France. *Comptabilité- Contrôle- Audit* 12 (2) : 69-92.

Loukil L., Triki M. (2008). L'analyse de l'impact des mécanismes de gouvernance sur le niveau de divulgation volontaire: cas des sociétés tunisiennes non financiers. 29^{ième} Congrès de l'Association Française de Comptabilité, Cergy, Mai, pp. 1-53.

Mayangsari, S. (2007). The auditor tenure and the quality of earnings: Is mandatory auditor rotation useful? *Unhas Makassar*, 26(28), 1–25.

Mitra, S., Deis, D. R., & Hossain, M. (2007). The empirical relationship between ownership characteristics and audit fees. *Review of Quantitative Finance and Accounting*, 28(3), 257–285.

O'Sullivan, N. (2000). The impact of board composition and ownership on audit quality: Evidence from large UK companies. *The British Accounting Review*, 32(4), 397–414.

Paturel R., Matoussi H.; et Jouini S. (2006), «Les motivations de la communication financière des entreprises françaises et britanniques à travers le web», Congrès International de l'Association Française de Finance AFFI 2006.

Piot, C., & Janin, R. (2004) Qualité de l'audit, gouvernance et gestion du résultat comptable en France", 25^{eme} Congrès de l'Association Francophone de Comptabilité, Orleans, Mai, 147-175.

Watson, A. Shrives, P. Marston, C. (2002), « voluntary disclosure of accounting ratios in the UK", *British Accounting Review* (2002) 34, 289-313

Xiao J.Z., Yang H. Chow C.W. (2004), «The Determinants And Characteristics of Voluntary Internet-based Disclosure By Listed Chinese Companies», *Journal of Accounting and Public Policy*. 23, p.191-225

Yaghoobnezhada, A, Royaebe. R, Geraylic, M. S. (2014). The Effect of Audit Quality on Information Asymmetry: Empirical Evidence from Iran. *Asian Journal of Research in Banking and Finance*. (4): 128-139.

Annexe : Echelle retenu pour le calcul de score de divulgation

A - Information stratégique	
(A-1) informations générales sur l'entreprise	Score
Historiques bref sur l'entreprise	1
Structures et organisation de la direction	1
Description générale des activités	1
Principaux produits	1
Principaux marchés	1
(A-2) Stratégie de l'entreprise	Score
Etat des principaux objectifs	1
Stratégie courante	1 2 3
Impact de la stratégie sur les résultats courants	1 2 3
Stratégie future	1 2 3
Impact de la stratégie sur les résultats futurs	1 2 3
(A-3) Analyse et discussion de la gestion	Score
Revue des opérations	1 2 3
Environnement compétitif	1 2 3
Évènements les plus significatifs	1 2 3
Variation des ventes et des profits	1 2
Variation du coût des biens vendus	1 2
Variation des dépenses	1 2
Variation du niveau d'inventaire	1 2
Variation de la valeur de l'action	1 2
(A-4) Perspectives futures	Score
Voies futures de développement	1 3 5
Prévisions des ventes et des profits	1 2
Réserves sur les prévisions	1 2
Révisions des prévisions	1
(A-5) Autres informations stratégiques utiles	Score
.....	1 2 3
.....	1 2 3
.....	1 2 3
Sous total (A)	
B – Information clé non financière	
(B-1) Information sur les employés	Score
Nombre d'employés	1
Rémunération par employé	2
Valeur ajoutée par employé	2
Indicateur de productivité	2
(B-2) Autres informations non financière utiles	Score
.....	1 2 3
.....	1 2 3
.....	1 2 3
Sous total (B)	
C- Informations financières	
(C-1) Indicateurs de performance (en dehors des états	Score

financiers)	
Chiffres historiques de cinq dernières années ou plus	5
Chiffre d'affaire	1
Profit	1
Fonds des actionnaires	1
Total actif	1
Bénéfice par action	1
(C-2) Ratios financiers	Score
Ratio de liquidité	1
Ratio de rotation des actifs	1
Ratio d'endettement	1
Ratio de rentabilité	1
Autres ratios utiles.....	1
.....	1
.....	1
(C-3) Informations prévisionnelles	Score
Cash-flow prévisionnels	3
Prévisions d'augmentation du capital	3
Gains prévisionnels	3
(C-4) Informations sur les devises	Score
Impact des fluctuations des devises sur les résultats courants	1 2 3
Estimations des fluctuations des devises	1 2 3
Taux d'échange utilisés en comptabilité	1 2 3
(C-5) Autres informations financières utiles	Score
.....	1 2 3
.....	1 2 3
.....	1 2 3
Sous-total (C)	
Score total	