

# POSITIVE THEORY OF ACCOUNTING CHOICE – USING ACCOUNTING CHOICE AS SIGNALING VARIABLE

Răileanu Adriana – Sofia

*Académie d'Etudes Economiques, Faculté de Comptabilité et Informatique de Gestion, Piața Romană no. 6, Arrondissement 1, code 010374, București, sofia\_adriana@yahoo.com, 00-40-21-319.19.00*

Pravăț Ionela - Cristina

*Université de Bacau, Faculté de Sciences Economiques, Rue Spiru Haret no. 8, Bacau, crisspra@yahoo.com , 00-40-23-451.63.45*

*Besides the conflicts of interests, a new tendency of theoretical writings has recently emerged in the economic literature and then in the financial and accounting ones, regrouped under the English term “signaling”. The underlying hypotheses re-tackle the idea of information asymmetry which stipulates that the directors of enterprises hold more accurate information than that available to the market.*

*The “signaling” theory states that the market mechanisms are enticing enough to urge even the directors to publish the available information in order for the situation not to end in a non-optimal equilibrium. That is, if the investors do not have the capacity to distinguish between the competitive enterprises and the others, the former ones will be tempted to differentiate themselves by means of a “signaling” mechanism in order to obtain advantages.*

*Key words: signal, performance, information, accounting policy*

## **L'efficacité du signal dépend de son coût**

Les travaux d'Akerlof illustrent bien cette nécessité.

Akerlof (1970) a été l'un des pionniers à s'intéresser à la théorie des signaux. Sa réflexion, bien qu'elle s'applique au marché des voitures d'occasion, a le mérite d'être suffisamment simple pour comprendre rapidement le phénomène de signalisation. Akerlof montre que, sans un mécanisme permettant de signaler la qualité réelle des voitures d'occasion, ce marché s'effondrerait. En effet, le vendeur dispose d'une meilleure information que l'acheteur de la voiture. A priori, l'acheteur n'est prêt à payer le produit qu'à son prix moyen pondéré dans la mesure où l'information qu'il détient se limite à la probabilité d'acquérir une bonne ou une mauvaise voiture.

Pour éviter que le marché ne s'effondre, vendeurs et acheteurs ont intérêt à éliminer le différentiel d'information par le biais d'un mécanisme de signalisation (garanties, marque de commerce, etc.). Le coût de cette opération doit être suffisamment élevé pour éliminer tout risque de duperie dont les vendeurs de voitures de qualité inférieure pourraient être à l'origine. Le coût du *signaling* doit être inversement proportionnel à la qualité de la voiture.

## **La théorie des signaux appliquée aux choix des méthodes comptables**

Les entreprises peuvent se signaler soit par leur politique financière (politique d'endettement, de distribution de dividendes), soit par leur politique comptable. Celle-ci peut porter sur deux types d'éléments : le contenu de l'information et le calendrier de publication. La signalisation par le contenu comptable peut se faire par le choix de méthodes comptables, la gestion des informations sectorielles ou la publication volontaire d'informations prévisionnelles (Saada 1993). Seuls les choix des méthodes comptables nous intéressent dans le cadre de cette étude.

Le choix d'une méthode comptable est un moyen de résoudre l'asymétrie de l'information. Si les dirigeants possèdent une information inconnue du marché et susceptible d'avoir un effet positif sur le cours de l'action, il est dans leur intérêt de l'indiquer au marché. Il permet à l'entreprise de se différencier sur le marché financier, dont les prévisions peuvent être fonction de ces indicateurs. La gestion de l'information comptable permet donc aux dirigeants d'influencer, à leur avantage, les perceptions des investisseurs quant aux perspectives de rentabilité de l'entreprise.

Une simple annonce est insuffisante, puisque les dirigeants des mauvaises firmes peuvent mentir sur la qualité réelle de leur entreprise. Comme nous l'ont montré Akerlof et Spence, le signal doit être coûteux. Ce coût doit être supérieur à l'avantage espéré par une entreprise qui émet un message trompeur. Ainsi, l'utilisation d'une méthode ayant une incidence fiscale (l'augmentation recherchée du résultat est en partie neutralisée par celle de l'impôt) peut être interprétée par le marché comme une entreprise ayant des anticipations favorables quant à l'avenir. De même, le fait qu'une entreprise choisisse une méthode sans incidence fiscale qui diminue le résultat, serait le signe qu'elle anticipe un bon niveau de cash-flows ultérieurement. On peut par conséquent aboutir à l'hypothèse suivante (Raffournier, 1990) : "les meilleures firmes devraient choisir les méthodes qui diminuent le résultat, alors qu'en cas d'incidence fiscale, c'est le contraire".

### **Une illustration du modèle présenté par Damotte**

Damotte (1990) montre qu'il est nécessaire que les conditions suivantes soient réunies pour que les méthodes comptables puissent constituer un signal efficace, permettant aux entreprises performantes de se différencier de celles qui le sont moins :

- seules les entreprises performantes doivent pouvoir bénéficier des conséquences favorables du choix dans l'avenir (une meilleure valorisation du stock ou boursière par exemple) ;
- les dirigeants doivent être personnellement intéressés par les conséquences économiques de leurs choix comptables ;

En effet, les dirigeants seraient incités à communiquer l'information comptable en totalité ou en partie, parce qu'ils sont soit actionnaires, soit managers intéressés à travers un système plus ou moins incitatif: primes, *stock-options*, corrélation positive avec les performances financières de l'entreprise et leur propre salaire.... Ils n'agissent que pour maximiser leur utilité.

- l'avantage immédiat que les dirigeants pourraient trouver à se signaler faussement devrait être plus que compensé par la pénalité qu'ils auraient à supporter.

Damotte applique le choix de la méthode de valorisation du stock au modèle qu'il a développé :

En supposant que les dirigeants soient rémunérés en fonction du niveau de résultat et que le principe de permanence des méthodes doit être respecté, les dirigeants d'une entreprise en bonne santé peuvent se distinguer de ceux d'une entreprise en mauvaise santé en choisissant la méthode CMP ou LIFO. En effet, ce choix est le signe que les dirigeants anticipent des futurs résultats performants dans la mesure où ils sont certains de ne pas être amenés à utiliser la méthode du FIFO pour améliorer le résultat. A l'inverse, la direction d'une entreprise qui reste très incertaine quant à ses flux futurs, aura tout intérêt à retenir la méthode FIFO craignant de ne pas respecter le principe de permanence de méthode en opérant un changement de méthode ; un tel comportement attirerait immédiatement l'attention du public qui le traduirait comme des difficultés.

### **L'interprétation de Saada**

Suite à son étude empirique sur les choix comptables analysés par rapport à certaines caractéristiques de l'entreprise (échantillon d'entreprises cotées), Saada montre que les choix de politiques comptables peuvent constituer une variable de signalisation permettant de révéler au marché financier les caractéristiques économiques et financières de l'entreprise à partir de ces constatations :

- "les petites entreprises faiblement endettées et ayant une politique de dividendes élevés, ont une politique de diminution du résultat qu'elles exercent à travers la méthode de valorisation des stocks;
- les entreprises fermées qui sont fortement endettées ont une politique d'augmentation du résultat ;
- les grandes entreprises qui versent des dividendes élevés ont une politique de résultat élevé ;
- les petites entreprises fermées ont tendance à diminuer leur résultat en jouant sur les méthodes de valorisations du stock, la durée d'amortissement du goodwill et en retenant l'amortissement dégressif."

Cette conclusion peut sembler rapide. L'étude valide davantage les hypothèses de la théorie positive des choix comptables, selon laquelle les entreprises, en fonction de leurs caractéristiques ont tout intérêt à augmenter ou diminuer leurs résultats. Cependant, elle ne montre pas si les entreprises souhaitent réellement se signaler au marché, de leur plein gré, à travers leur politique comptable. De plus, on ne voit pas l'intérêt qu'elles ont à signaler leurs caractéristiques puisqu'elles peuvent être connues du marché à l'aide de données publiques (Saada, lui-même, les a déterminées à partir de ratios). Enfin, les entreprises saines et en mauvaise santé peuvent présenter les mêmes caractéristiques concernant leur taille, niveau d'endettement, politique de dividendes et structure de capital social.

## Conclusion

La possibilité qu'ont les dirigeants de choisir ou de changer de méthodes comptables pour se servir de l'information financière comme signal, a été moins évidente à démontrer pour les théoriciens que les modèles relatifs aux politiques financières.

Ces équilibres de *signaling* sont complexes et les modèles jusqu'à présent développés sont encore relativement simples (ils comprennent beaucoup de limites) au regard de la difficulté du problème à résoudre. De plus, ils sont peu nombreux et font rarement l'objet de tests empiriques visant à vérifier la corrélation entre la survenance d'un événement concernant la firme et une décision comptable exercée antérieurement. Par exemple, Damotte n'a pas vérifié empiriquement que les firmes qui choisissent la méthode LIFO ou CMP ont des performances ultérieures supérieures. Une certaine prudence s'impose donc quant à leur interprétation, car le contenu informatif des informations comptables reste une hypothèse.

La détermination des coûts générés par la signalisation est loin d'être évidente à identifier pour certains choix comptables. Bien qu'ils soient réels, les coûts directement liés aux modifications comptables (comptabilisation, impôt, perte de comparabilité, divulgation) ne sont probablement pas suffisants pour décourager les dirigeants des firmes en mauvaise santé, d'imiter les dirigeants des firmes prospères en procédant à des changements de méthodes. Cependant, les coûts indirects ultérieurs semblent plus dissuasifs. A plus long terme, la manipulation des résultats pourrait avoir des répercussions importantes sur la réputation des vérificateurs et des managers qui émettent sciemment un faux signal.

Le problème de l'interférence entre signaux se pose également lorsque l'on considère la multiplicité des choix comptables.

De plus, il semble nécessaire d'intégrer le fait que la stratégie de signalisation est multidimensionnelle. Si un signal est trop onéreux ou non crédible, l'entreprise peut utiliser les signaux financiers (actionnariat du dirigeant, endettement, politique de dividendes...). Ces deux types de signaux peuvent être complémentaires ou substituables.

## Bibliographie

1. George A. Akerlof, The Market for "Lemons": Quality Uncertainty and the Market Mechanism, *The Quarterly Journal of Economics*, Vol. 84, No. 3 (Aug., 1970), pp. 488-500, The MIT Press
2. Lofgren K, Persson T, Weibull J W, Markets with Asymmetric Information: The Contributions of George Akerlof, Michael Spence and Joseph Stiglitz, *Scandinavian Journal of Economics*, 2002, pag 195-212
3. Saada T., Les déterminants des choix comptables: études des pratiques françaises et comparaison franco-américaine, *Comptabilité, contrôle, Audit*, septembre, 1995, pag.52-74
4. Raffournier, B. (1990), La théorie 'positive' de la comptabilité: Une revue de la littérature, *Economies et Sociétés*, No. 16, pp. 137-166.