

# *TITRE : L'ART ORATOIRE DANS LE DOMAINE COMPTABLE INDUIT-IL UN RISQUE SPECIFIQUE ?*

*Frédéric COMPIN*

**24<sup>e</sup> Congrès de l'Association Francophone de Comptabilité  
22 et 23 mai 2003  
Louvain-la-Neuve**

## **Résumé :**

La présentation de l'information comptable a pris le pas sur l'élaboration des comptes, générant à la fois un risque actionnarial de surréaction à l'annonce des résultats prévisionnels et définitifs, un risque salarial d'incompréhension sur la portée réelle du résultat net comptable et de mépris de la part des dirigeants plus soucieux d'efficacité informationnelle que de transparence comptable et financière.

L'analyse de ce triple risque repose sur une approche linguistique dont la finalité consiste à démontrer que la présentation des comptes constitue un art oratoire susceptible d'influencer les motivations psychologiques et sociologiques des producteurs et utilisateurs de l'information comptable.

Mots clés : Risque actionnarial, risque salarial, mépris, résultat net comptable, bénéfice, charges, psycholinguistique, psychologie cognitive, sociolinguistique, endogroupe, exogroupe, théorie des conflits réels, théorie de l'identité sociale, discours comptable, langage comptable.

## **Abstract :**

*The oral presentation of accounting information has overtaken the written elaboration of accounts. Simultaneously, this generates three risks. One is a risk of overreaction by shareholders; the second is a risk of information being misunderstood by employees concerned about the uses of profits; the third is a risk of contempt by managers more worried about the efficient transmission of information than about financial and accounting transparency.*

*This triple risk requires a linguistic analysis, the aim of which is to demonstrate that oral presentation of profit and loss accounts involves the use of verbal dexterity. This ability to use language creatively influences the motivations (and therefore behaviour) of the producers and users of the accounting information both psychologically and sociologically.*

Keywords: *shareholder risk, employee risk, contempt, earnings, profit and loss account, profit, expenses, psycholinguistic, cognitive psychology, sociolinguistic, endogroup, exogroup, real conflict theory, social identity theory, accounting speech, accounting language.*

L'annonce prévisionnelle ou définitive des résultats comptables d'une société est un acte ordinaire et rituel. Force est de constater que la diffusion des informations comptables n'est pas neutre au regard des réactions passionnées qu'elle peut générer. Le langage comptable en devenant le référent privilégié pour faire passer les décisions managériales au risque d'inféoder les comptables aux volontés des dirigeants, a fait perdre en rigueur à la comptabilité ce qu'elle a gagné en médiatisation. Les affaires récentes, Enron et Worldcom, pour ne citer que les plus médiatisées soulèvent le paradoxe suivant : la manipulation des comptes n'est pas tant l'art d'une manipulation arithmétique mais plutôt le développement d'une pensée rhétorique où les nouveaux sophistes adoptent comme philosophie l'art d'orienter l'opinion par l'abus de confiance dans la technique elle-même. Comment, en effet, ne pas s'interroger sur la distorsion entre la valeur comptable du groupe Enron évaluable à hauteur de 10 milliards de dollars et la valeur boursière estimée à hauteur de 150 milliards de dollars ?

La crise de confiance qui a secoué le paysage comptable était-elle prévisible au regard des précédentes réactions actionnariales, salariales et médiatiques suscitées à l'annonce du résultat net comptable ?

Tenter de répondre à cette question, c'est d'abord éviter de jouer les Cassandra tout en relevant que de nombreux faits annonciateurs existaient, souvent qualifiables de comportements à risque de la part des dirigeants d'entreprises désireux de masquer la réalité des chiffres pour conserver la confiance des actionnaires. Dès lors, l'instrument privilégié d'assise de leur pouvoir n'était plus l'évolution de l'activité économique réelle mais l'instrumentalisation de la technique et l'art de la communication. Le langage comptable devenant, alors, susceptible d'impliquer un risque spécifique.

Afin de cerner le risque spécifique inhérent à l'art oratoire dans le domaine comptable, trois cas seront étudiés comme base d'une réflexion visant à montrer l'importance de la dimension langagière et des effets d'annonce dans une société fragilisée par la déconnexion de la sphère réelle vis à vis de la sphère financière :

1. Le cas Alcatel qualifiable de risque actionnarial,
2. Le cas SNCF assimilable à risque salarial,
3. Le cas Vivendi Universal exposable comme un risque généré par le mépris affiché par son ex-dirigeant à l'encontre de la communauté des comptables.

Force sera donc de constater que la dimension langagière a supplanté la technique elle-même permettant à la sphère financière de surseoir par des manipulations à la fois techniques et oratoires à toute remise en cause. L'habileté à présenter l'information devient l'essence de la communication financière, relayant l'évolution économique réelle aux oubliettes de l'histoire pour focaliser les projecteurs sur la façon de s'exprimer des dirigeants ;

Ces trois cas ont pour objectif de montrer comment le langage comptable a pris le pas sur les chiffres comptables et quelles en furent les conséquences pour les équipes dirigeantes, les actionnaires et les salariés.

L'exploration de ce risque nécessite d'adopter une démarche à la fois positiviste en faisant référence aux données et à l'expérience accumulée et interprétative en s'appuyant notamment sur les disciplines linguistiques comme la psycholinguistique qui permet d'étudier les mécanismes pensée - langage et la sociolinguistique qui concourt à mettre en évidence la relation société - langage.

# I-) Le cas Alcatel ou risque actionnarial lié l'annonce de résultats comptables bénéficiaires inférieurs aux prévisions

« Lorsque la peur prend le pas sur l'intelligence la situation devient dantesque. »

Jacques BREL

## I-1°) Genèse du risque

16 septembre 1998 : « Le Président, du groupe Alcatel, Serge TCHURUK, présentait au Conseil d'Administration les résultats du premier semestre 1998 et les perspectives d'ensemble de l'année.

Le premier semestre 1998 est caractérisé par une excellente valorisation des actifs d'Alcatel, cédés dans le cadre du recentrage du groupe. Il en résulte un bénéfice net important pour le groupe ainsi qu'un renforcement substantiel de sa solidité financière. Le résultat opérationnel s'établit à 2,3 milliards de francs soit + 15 % par rapport au premier semestre 1997, les commandes à 64,4 milliards de francs soit + 3,5 % par rapport au premier semestre 1997, le chiffre d'affaires à 61,6 milliards de francs soit + 2,5 % par rapport au premier semestre 1997 et le résultat net à 15,2 milliards de francs contre 1,5 milliards de francs au premier semestre 1997. Ce chiffre tient compte de la plus-value exceptionnelle avant impôt de 13,7 milliards de francs résultant de la vente de Cegelec à Alsthom et de la mise sur le marché d'Alsthom »<sup>1</sup>.

17 septembre 1998 : Monsieur TCHURUK, président d'Alcatel informait, avec retard, les analystes financiers « que les prévisions de bénéfices seront inférieures aux premiers chiffres annoncés ».<sup>2</sup>

Le titre perdait 38 % de sa valeur boursière en une séance.<sup>3</sup>

18 septembre 1998 : Monsieur TCHURUK déclarait « Je suis surpris par la réaction du marché (...) »<sup>4</sup>

21 septembre 1998, le journal les Echos interviewait Monsieur TCHURUK et constatait « ce que vous reproche le marché, c'est de pas avoir vu à temps la baisse des commandes et du chiffre d'affaires »<sup>5</sup>, « il n'empêche que le marché a l'impression d'avoir été trompé »<sup>6</sup>. Monsieur TCHURUK reconnaissait « sans doute, dans la mesure où l'annonce d'un résultat opérationnel inférieur aux prévisions à été perçue comme tardive ».<sup>7</sup>

---

<sup>1</sup> D'après site internet <http://fme.multimania.com/alcatel.htm>

<sup>2</sup> D'après STIEL Nicholas, *Challenges*, n°162, 20 septembre 2001, pp. 84-88

<sup>3</sup> ibid

<sup>4</sup> D'après site internet <http://fme.multimania.com/alcatel.htm>

<sup>5</sup> D'après site internet <http://fme.multimania.com/alcatel.htm>, interview réalisé par BARROUX David, LAMM Patrick, BEYTOUT Nicholas, *LES ECHOS*, 21 septembre 1998.

<sup>6</sup> ibid

<sup>7</sup> ibid

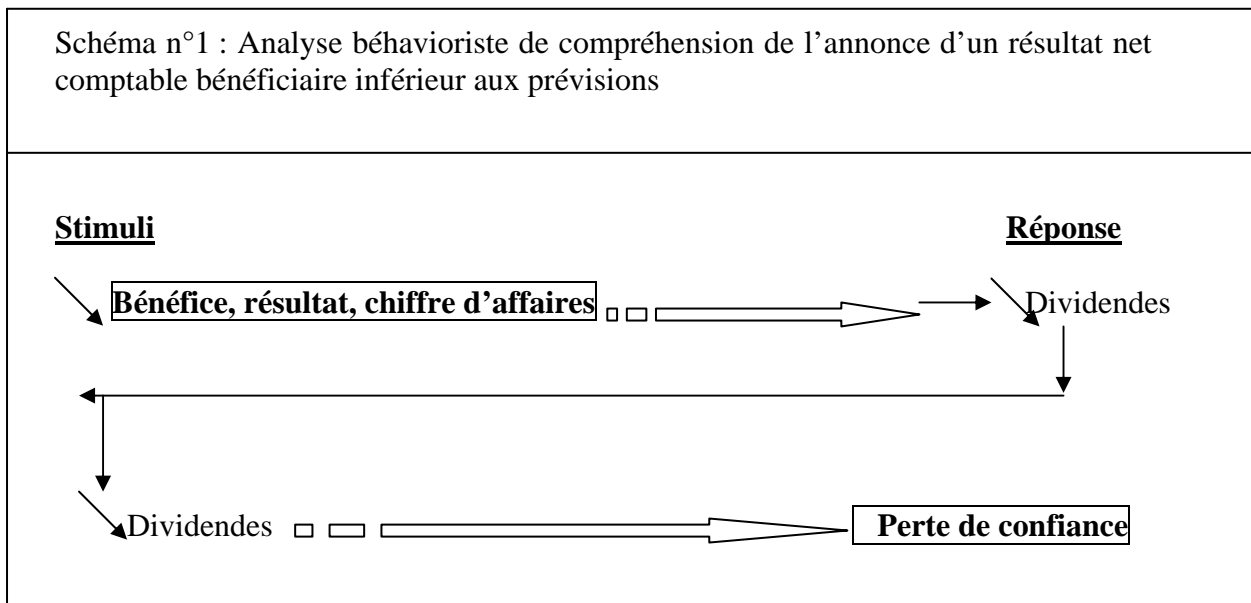
François ROCHE, directeur de la rédaction du journal L'Expansion titrait « les leçons de l'affaire Alcatel » et résumait la situation. « En quelques séances de bourse une grande entreprise française a perdu 50 % de sa valeur. Entre le 15 et le 21 septembre, 100 milliards de francs de création de valeur sont partis en fumée. L'entreprise a annoncé qu'elle ne tiendrait pas sa prévision de résultat pour l'exercice en cours. »<sup>8</sup> Jean-Baptiste JACQUIN titrait quant à lui « Les marchés règlent leur compte avec Alcatel »<sup>9</sup> et poursuivait « ...Evoluant sur fond d'instabilité des marchés et de croissance affaiblie, les investisseurs ne s'arrêtent pas aux seuls chiffres ».<sup>10</sup>

La réaction des actionnaires peut psychologiquement s'expliquer par :

1. Un schéma classique béhavioriste où le stimulus est l'annonce des résultats et la réponse la vente des actions,
2. L'image mentale que les actionnaires ont collectivement construite à partir des concepts de résultat, bénéfice, chiffre d'affaires,
3. Une approche cognitive permettant de cerner la psychologie du groupe actionnarial auditeur.

### I-2°) Réaction béhavioriste du groupe actionnarial

Le mécanisme de pensée s'apparente à une réponse immédiate et conditionnée à partir des stimuli, ici les mots **bénéfice, résultat et chiffre d'affaires**.



<sup>8</sup> ROCHE François, Les leçons de l'affaire ALCATEL, *L'Expansion*, n°581, du 24 septembre au 7 octobre 1998, p. 5

<sup>9</sup> JACQUIN Jean-Baptiste, les marchés règlent leur compte avec ALCATEL, *opcit*, p. 46

<sup>10</sup> Ibid

Le réflexe est ici à la fois « pavlovien », l'actionnaire qui perd une partie de son dividende escompté part de la société<sup>11</sup> et freudien en ce sens que les représentations pulsionnelles sont exprimées au travers d'une attitude symbolique de fuite face à l'événement. La vente de l'action est symbolique de la perte de confiance, elle exprime un doute sur l'avenir et un mécontentement sur le présent. Le passé est oublié car déjà rentabilisé. Par analogie à un système expert nouvellement expérimenté, l'esprit humain évalue, anticipe mais ne rétroagit pas en fonction d'un parcours commun avec les dirigeants. A ce stade, l'actionnaire met en œuvre une réaction agressive de rejet explicable selon ADLER<sup>12</sup> par l'inhibition subconsciente d'un instinct, son refoulement. En effet pendant le laps de temps où l'actionnaire détient des titres négociables, son instinct agressif est en sommeil au profit d'une attente résolument choisie et autogérée par lui-même. L'attente n'est acceptable que si elle se traduit par un effet de richesse.

A partir du moment où l'attente est déçue alors selon ADLER<sup>13</sup> :

1. l'instinct peut se convertir en son contraire,
2. il dérive vers un autre but,
3. il se dirige sur la personne même du sujet.

En l'occurrence, le président du groupe est le catalyseur du mécontentement.

La vente de l'action est le fruit d'une frustration accumulée et l'exercice d'un pouvoir de domination exercé par le groupe actionnarial (*corporate governance*) sur le groupe dirigeant considéré comme n'ayant pas été suffisamment à l'écoute des volontés individuelles des locuteurs exprimées paradoxalement de façon collective.

Le schéma qui suit montre l'enchaînement des attentes du groupe actionnarial et sa réaction à l'annonce du résultat net comptable. Les mots **bénéfice, résultat, chiffre d'affaires** jouent ici un rôle déclencheur. Le résultat net comptable est d'une part synonyme d'effet de richesse ou d'effet d'appauvrissement et d'autre part un indicateur de référence servant à mesurer et comparer la rentabilité des capitaux propres (Résultat net / capitaux propres) par rapport à d'autres sociétés cotées.

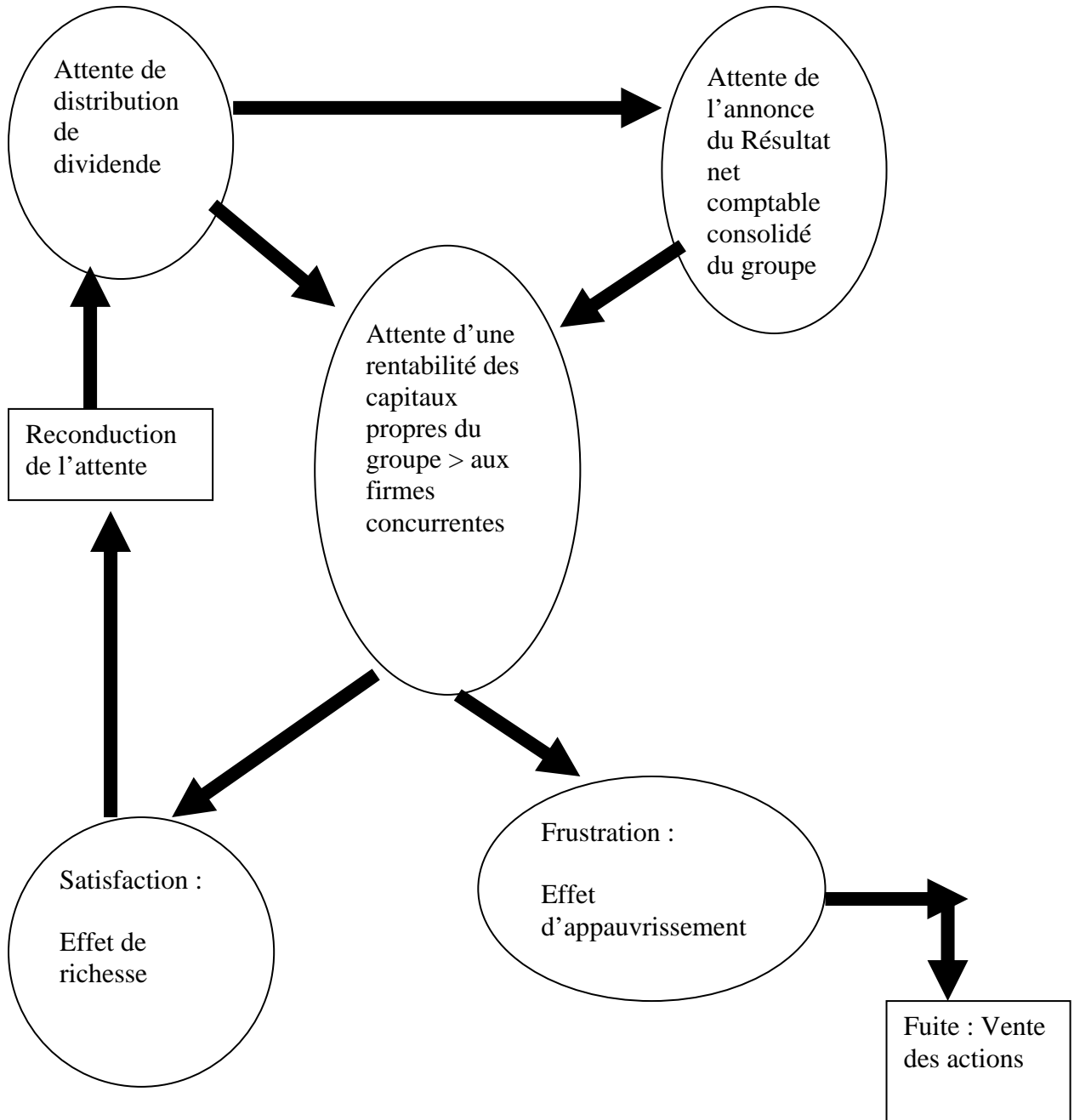
---

<sup>11</sup> Il s'agit d'un réflexe conditionné comme l'a nommé PAVLOV, d'après TCHAKHOTINE Serge, *Le viol de foules par la propagande politique*, Gallimard, édition 1998, p. 27

<sup>12</sup> ADLER Alfred, *le tempérament nerveux*, Payot, 1926 ; *Social Interest : a challenge to Mankind*, Faber and Faber, London, 1927 cité par TCHAKHOTINE Serge, *Le viol de foules par la propagande politique*, Gallimard, édition 1998, p. 203

<sup>13</sup> Ibid, p.203

Schéma n° 2 : Présentation des attentes des auditeurs :



### **I-3°) Image mentale construite par les actionnaires à partir du concept de bénéfice, résultat, chiffre d'affaires**

L'image mentale de **bénéfice, résultat, chiffre d'affaires** assimile le concept à un effet de richesse. Les actionnaires intègrent intuitivement ou techniquement un taux de rentabilité exigé sur l'action. Par exemple, l'annonce d'un **résultat net comptable** inférieur à leur prévision se traduit mentalement par un effet d'appauvrissement. Les actionnaires ne recherchent pas les modalités de construction du résultat, leur référent n'est ni le **résultat d'exploitation**, ni l'**excédent brut d'exploitation** ni la **valeur ajoutée** synonyme de richesse créée. En l'espèce, le référent associé à l'image mentale demeure le gain potentiel et espéré qu'ils peuvent attendre de la société cotée, c'est à dire de leur placement.

Deux images mentales liées à la temporalité s'opposent, celle des actionnaires guidés par le court terme et celle des dirigeants voulant obtenir la confiance de leurs partenaires sur le moyen et long terme. Leur appréciation du temps respective n'est pas identique. Les actionnaires agissent comme des consommateurs face à un produit d'appel. L'action de l'entreprise est le produit financier au sens marketing du terme et le résultat net comptable l'indicateur de la mise à disposition du produit. Par analogie, la politique de communication financière s'apparente au « packaging ». L'acte de communication se doit d'être conforme aux aspirations des consommateurs actuels et potentiels de la société, en l'occurrence dans le domaine financier les actionnaires. Il s'en suit une opposition de perception de l'annonce informationnelle : les actionnaires veulent une annonce conforme à leur attente alors que l'équipe dirigeante peut privilégier une communication adaptée à la situation économique réelle à laquelle est confrontée la société. A ce stade, l'opposition entre rhéteurs et dialecticiens prend une nouvelle dimension. En effet l'écart entre l'attente actionnariale et la volonté de communication managériale repose sur une perception de l'authenticité. Plus l'équipe dirigeante considère la transparence informationnelle comme nécessaire, plus elle prend de risques à se détourner de l'attente de l'exo-groupe<sup>14</sup>, ici le groupe actionnaire ou groupe dominant.

Peut-on parler d'erreur de communication, d'empressement à communiquer ou de maladresse communicationnelle dans le cas « Alcatel » ?

Que se serait-il passé si Monsieur TCHURUK avait annoncé que les prévisions de **bénéfices**, dans la continuité des annonces passées, devaient simplement tenir compte des ajustements liés à l'évolution conjoncturelle internationale ? Ou si les premiers chiffres communiqués avaient été minorés, alors les données prévisionnelles communiquées auraient pu être considérées comme un encouragement à maintenir la même stratégie. Les actionnaires auraient-ils repris confiance ?

La sémantique utilisée est à l'origine de la construction de l'image mentale des actionnaires et de leur réaction. Les choix des mots utilisés par les commentateurs financiers ne sont pas neutres. Les journalistes financiers hésitent entre deux mots apparemment antonymiques, « **épiphénomène**<sup>15</sup> » et « **cataclysme**<sup>16</sup> »<sup>17</sup> Ils optent pour le dernier terme et accentue leur

---

<sup>14</sup> le groupe d'appartenance (le groupe managérial) ou endo-groupe s'oppose aux groupes « tiers » ou exo-groupe (groupe actionnarial)

<sup>15</sup> ibid

<sup>16</sup> ibid

<sup>17</sup> Cataclysme signifie déluge et au figuré destruction. Le mot désigne un grand bouleversement causé par un phénomène naturel destructeur. Par extension, il exprime l'idée d'un profond bouleversement (social, économique, psychologique) (1845) et s'emploie à propos d'une personne causant de graves troubles. D'après REY Alain *Dictionnaire Historique de la langue française*, LE ROBERT, 2 Tomes, 3<sup>ème</sup> édition, p. 384. Ici le président de la société apparaît du point de vue journalistique comme responsable du cataclysme boursier.

expression par « **syndrome de 1998** »<sup>18</sup>, mot identique à celui utilisé par les journalistes pour parler « du **syndrome** du Golfe » ou « de **syndrome** des attentats ». La baisse du cours est vécue comme une défaite, les mots revêtent une connotation guerrière. L'image mentale des dirigeants associés à cet événement demeurera assez longtemps « le **syndrome** de 1998 » puis s'inscrira en mémoire comme un tabou. L'explication interne relative à « cette maladresse de communication » s'explique trivialement selon les journalistes : « les responsables de la communication lui ont communiqué les chiffres avec retard car ils craignaient de se faire eng... »<sup>19</sup> S'ajoute alors à la maladresse communicationnelle, l'inquiétude pour le président du groupe d'être mal informé. L'erreur de communication est alors synonyme pour le président du groupe et pour les actionnaires de « tromperie » ou « d'événement caché ». Les collaborateurs du président d'Alcatel déclarent à la presse « qu' à partir de cet événement, on ne peut plus rien lui cacher »<sup>20</sup> Le rejet de l'information comptable est accentué par les actionnaires qui se sentent tenus à l'écart des informations comptables et financières par le président du groupe qui ne semble pas en avoir la maîtrise technique. La chute massive du cours de l'action peut s'analyser sous l'angle de la « théorie du chaos » où un simple clignement d'œil s'interprète comme un regard fermé exprimant un mouvement général de défiance pour les milliers d'actionnaires concernés. La baisse du cours de l'action est analogiquement évaluable comme le « coût du silence » expression empruntée à Monsieur BONAFE, président en 1994 de Cegelec, filiale d'Alcatel Alsthom à l'époque<sup>21</sup>. En effet une politique de communication inadaptée se traduit par une absence de transparence. L'image mentale des actionnaires s'est décalée. A l'origine l'annonce du **bénéfice** devait être synonyme d'effet de richesse, elle est devenue effet d'appauvrissement puis s'est inscrite en mémoire comme un effet de myopie sur l'avenir.

L'actionnaire s'est posé la question « et si on nous cachait d'autres informations et si la réalité des comptes était encore moins bonne... ». Les mots **résultat**, **bénéfice** et **chiffre d'affaires** sont à la fois les déclencheurs et le prétexte de la réaction des actionnaires. En l'occurrence la terminologie comptable a pris l'ascendant sur les données chiffrées.

Le schéma suivant présente l'évolution du concept (image mentale) de l'annonce du **bénéfice** chez l'actionnaire et les conséquences perçues par les dirigeants. L'actionnaire est l'auditeur du message et le dirigeant le locuteur. Le locuteur est confronté en la circonstance aux réactions des actionnaires inhérentes au schéma mental construit au moment de la délivrance de l'information.

---

<sup>18</sup> *ibid*

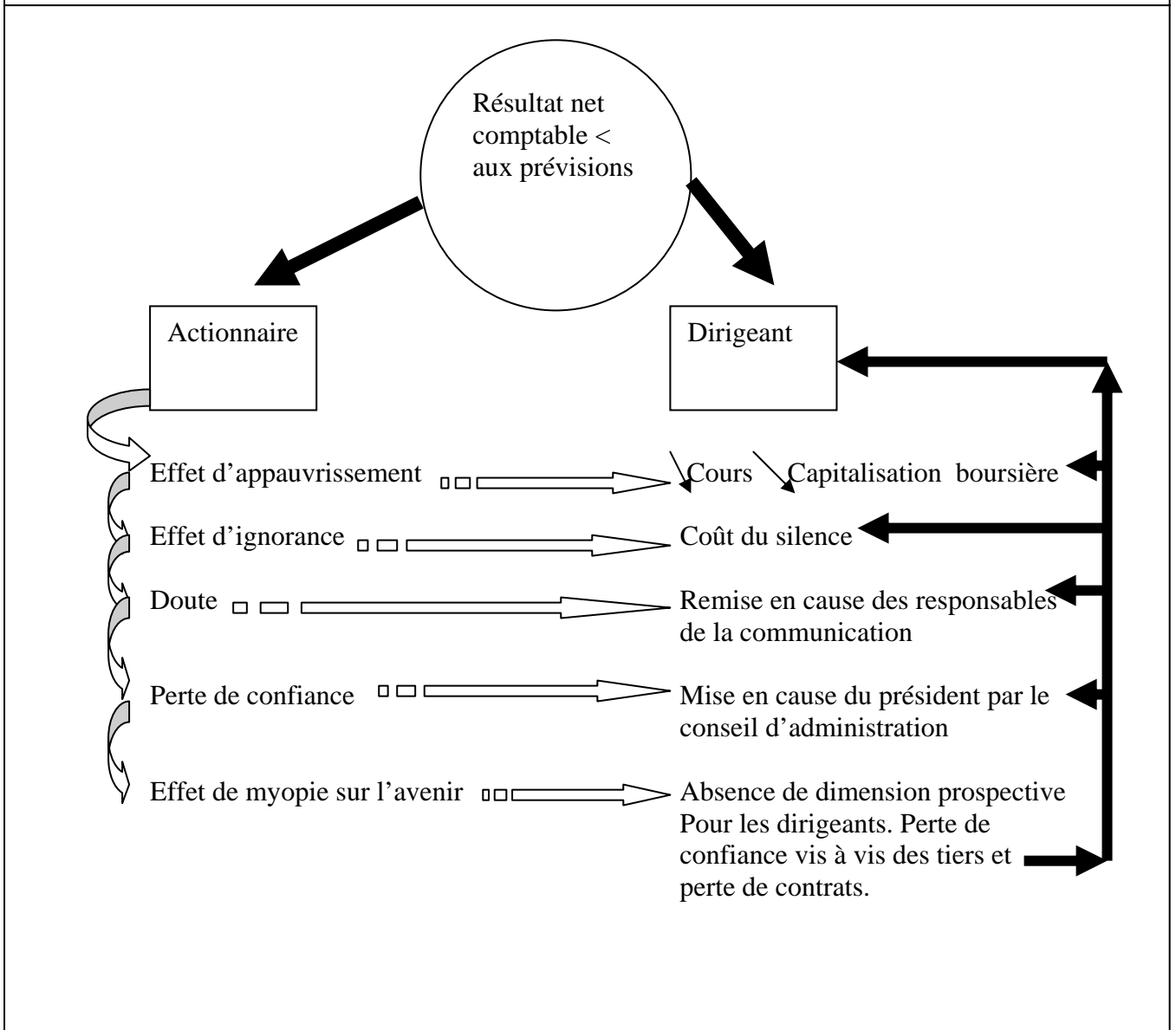
<sup>19</sup> *ibid*

<sup>20</sup> *ibid*

<sup>21</sup> L'expression utilisée par le président de CEGELEC était révélatrice d'une absence de transparence. En l'espèce « les mêmes causes produisant les mêmes effets », la chute du cours de l'action ALCATEL est également imputable aux erreurs de communication et au retard de diffusion de l'information comptable.



Schéma n°3 : Présentation des images mentales des actionnaires et des répercussions pour les dirigeants



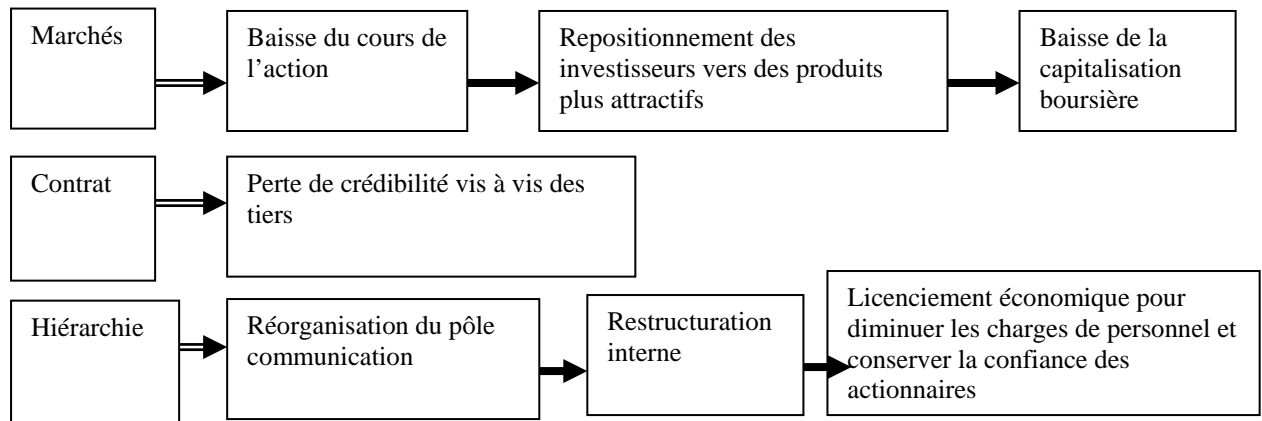
Le dysfonctionnement communicationnel est pour partie inhérente au « coût du silence », c'est à dire à l'incapacité de communiquer en temps réel une information neutre et dépourvue de biais « pulsionnels ».

La mesure du « coût du silence » s'apparente à un coût de transaction<sup>22</sup>, évaluable sur le plan concurrentiel, contentieux et structurel.

<sup>22</sup> Olivere WILLIAMSON utilise le tryptique marchés-contrat-hiérarchie pour expliquer la genèse des coûts de transaction. Le marché représente le manque à gagner vis à vis de la concurrence, le contrat, le coût lié à des contentieux avec des tiers où le coût de la perte de la confiance contractuelle et la hiérarchie, le coût induit par un dysfonctionnement organisationnel. D'après WILLIAMSON Olivere, *Les institutions de l'économie*, InterEditions, mai 1994, 404 pages

Le schéma qui suit présente l'impact d'un non dit ou coût du silence en termes concurrentiel (marché), contentieux (contrat) et structurel (hiérarchie interne).

Schéma n°4 : Analyse du coût du silence en terme de coût de transaction



#### **I.4°) Analyse cognitive permettant de cerner les motivations et réactions des locuteurs et auditeurs**

L'analyse du processus d'appropriation de l'annonce de **résultats comptables** inférieurs aux prévisions conduit à relever les facteurs de perception, les pulsions émotives, la logique de compréhension et la structure de mémorisation du locuteur-dirigeant et de l'auditeur-actionnaire.

##### ***I.4.1) Analyse de la perception***

#### **Locuteurs-dirigeant et équipe communicationnelle :**

Perception de l'équipe communicationnelle :

- sentiment d'être responsable de l'annonce des mauvais résultats ;
- nécessité de différer l'annonce et de préparer les auditeurs internes (conseil d'administration) et les auditeurs externes (actionnaires) à accepter les données réelles.

Perception de l'équipe dirigeante : le retard dans la communication de l'annonce des résultats implique :

- un manque de confiance dans l'autorité dirigeante de la part de l'équipe communicationnelle,
- un dysfonctionnement du système d'information de gestion,
- une perte de confiance des auditeurs actionnaires tant au niveau de la distribution potentielle des dividendes que dans la structure informationnelle du groupe.

## **Auditeurs-actionnaires :**

Le retard dans la mise à disposition de l'information implique :

- Un manque de démocratie actionnarial, les actionnaires des fonds de pension considèrent être traités comme des « petits porteurs ». La centralisation de l'information au sein du groupe laisse penser que la société n'est pas flexible. Sa fragilité s'apparente à une structure inféodée à son président,
- Un manque à gagner synonyme d'appauvrissement : l'annonce de l'information comptable constitue le révélateur du dysfonctionnement organisationnel et s'interprète analogiquement aux démocraties populaires de l'ex U.R.S.S. qui vacillèrent comme des « colosses aux pieds d'argile ».

### ***I.4.2) Analyse de l'émotion***

#### **Locuteurs-dirigeant et équipe communicationnelle :**

Par définition, l'équipe dirigeante se doit d'être rationnelle<sup>23</sup> et d'analyser en temps réel les aléas de la conjoncture.

Ici, la baisse du cours de 38 % en une journée déstabilise la société non seulement à court terme mais également à moyen et long terme.

Les dirigeants se perçoivent comme « fragiles », « désemparés », « isolés ». La réaction des actionnaires est incomprise. L'équipe dirigeante se focalise sur les erreurs des communicants. L'émotion se résume à une erreur,<sup>24</sup> c'est à dire par l'action de se tromper et non de tromper volontairement. Le retard dans la diffusion de l'information est une faute contre les règles d'une science ou d'un art, ici erreur temporelle dans la diffusion du message.

#### **Auditeurs-actionnaires :**

L'émotion est vive chez les actionnaires qui considèrent être trompés par l'annonce tardive des résultats inférieurs aux prévisions.

Le champ analogique du mot tromperie permet de comprendre la construction de l'image émotive. Les actionnaires se sentent induit en erreur par mensonge, ruse, stratégie, dissimulation. Ils agissent comme dans une relation de couple où l'un des membres a été infidèle envers l'autre. Cette infidélité implique le départ, en l'occurrence la fuite donc la vente des actions.<sup>25</sup>

« L'infidélité » de l'annonce des résultats par rapport aux prévisions s'interprète comme une tricherie,<sup>26</sup> par analogie non-respect des règles du jeu, ici non-respect de l'attente des actionnaires en terme de rentabilité des capitaux propres.

Le retard dans l'annonce des résultats se ressent comme une absence de respect envers certaines règles, certains usages, certaines conventions établies informellement. Il était informellement convenu que les actionnaires importants disposeraient d'informations en temps réel.

---

<sup>23</sup> Au sens classique du terme.

<sup>24</sup> d'après NIOBEY Georges et alii, *Dictionnaire analogique*, Larousse France Loisirs, 1<sup>ère</sup> édition, p.254, p.254

<sup>25</sup> Ibid, p. 727

<sup>26</sup> Ibid, p. 725

### ***1.4.3) Analyse de la compréhension***

#### **Locuteurs-dirigeant et équipe communicationnelle :**

La compréhension de l'événement repose sur un processus logique d'appropriation des faits, sur la reconnaissance, comme le soulignait WITTGENSTEIN, que « les problèmes philosophiques sont inhérents à notre usage du langage, considérant le langage comme un ensemble vague et fragmentaire d'éléments et comme le moyen nécessaire de la communication entre les individus.<sup>27</sup> »

Le cas Alcatel illustre plus une maladresse de communication qu'un appauvrissement de la société au moment où les chiffres sont communiqués. La « destruction de valeur boursière » fut la résultante du choc communicationnel.

Le locuteur est face à une double alternative :

1. Être plus opérationnel, plus réactif dans la délivrance du message et plus dialectique, c'est à dire sincère dans la présentation préalable des prévisions et ne plus susciter de faux espoirs ou de promesses vaines,
2. Au contraire adopter une attitude plus sophiste, c'est à dire orienter les informations prévisionnelles afin d'éviter de ne pas être en mesure de tenir les engagements pris, pour réduire les risques éventuels de mécontentement actionnarial,

#### **Auditeurs-actionnaires :**

L'auditeur s'est senti piégé et, à son tour, a piégé le locuteur.

« Pour chaque erreur simple qui piège les profanes, il y a toujours une version un peu plus sophistiquée du même problème dont les experts sont victimes. » Amos TVERSKY<sup>28</sup>

L'auditeur n'a pas trouvé l'information dont il avait besoin en temps utile, de plus il a intégré une logique d'appauvrissement pécuniaire.

La compréhension de l'événement se traduit par une manifestation radicale. A l'instar de l'employé gréviste, l'actionnaire mécontent défie la structure dirigeante représentée par son conseil d'administration comme le salarié gréviste sa hiérarchie.

Le processus mental de l'actionnaire se résume par :

1. Effet d'appauvrissement,
2. Effet d'ignorance sur l'avenir de la société,
3. Mécontentement,
4. Manifestation du mécontentement par la vente de ses actions,

L'auditeur est confronté à une absence de performance du langage qu'il sanctionne par une rupture du lien de coopération. Son départ doit être compris comme la fin d'une négociation.

### ***1.4.4) Analyse de la mémorisation***

#### **Locuteurs-dirigeant et équipe communicationnelle :**

Pour le président Serge TCHURUK, il convient de dédramatiser l'événement qui doit s'inscrire en mémoire comme un épiphénomène, tout en montrant une réelle volonté de compréhension des revendications actionnariales.

Le message du Président, dans le cadre du rapport annuel portant sur les informations financières de 1998, présente au 5<sup>e</sup> paragraphe les enseignements de l'événement du 17 septembre 1998. « Nous avons tiré les enseignements de la réaction des marchés boursiers à

---

<sup>27</sup> GARDNER Howard, opcit, p. 398

<sup>28</sup> Amos TVERSKY est cité par GARDNER Howard, opcit, p. 409

la publication de nos résultats du premier semestre 1998. C'est ainsi que le contenu de nos informations financières sera enrichi et diversifié et que nous publierons trimestriellement nos résultats à partir de la mi-année. »<sup>29</sup>

Psychologiquement, il convient d'évacuer l'événement, le choix de présenter la réaction des marchés boursiers seulement au 5<sup>e</sup> paragraphe témoigne de la volonté de rendre anecdotique la chute des cours. C'est aussi une illustration du désir d'enfouissement des faits, « on les enterre, on les rend tabous ».

La mémoire à court terme doit être tenue en éveil par une périodicité plus fréquente de la diffusion de l'information. Ainsi le président TCHURUK a institué « des business reviews mensuelles » entre chacune des divisions et la direction générale.<sup>30</sup>

La mémoire à long terme doit s'abstenir de se rappeler l'événement qui est devenu un tabou de la vie du groupe.

En résumé, la baisse des cours doit être mémorisée comme un problème essentiellement de communication.

### **Auditeurs-actionnaires :**

Les auditeurs peuvent mémoriser que l'exercice de leur pouvoir est réel.

Ils ont prouvé qu'ils avaient la capacité de faire vaciller en qualité d'actionnaire-consommateur la société-produit.

A moyen terme, ils mémoriseront qu'ils ont été entendus et à long terme ils imprèneront les « masses actionnariales » que le concept de gouvernement d'entreprise n'est pas virtuel. Mais leur victoire s'apparente à une « victoire à la PYRRHUS » car en faisant chuter lourdement le cours de l'action, le titre a perdu de sa valeur et les actionnaires ont réduit leur pouvoir patrimonial en diminuant d'autant leur capacité à devenir un contre poids au pouvoir managérial.

## **II-) Le cas SNCF : ou le risque salarial de décider de déclencher une grève à la suite de l'annonce par les dirigeants d'un résultat net comptable bénéficiaire supérieur aux prévisions**

Le résultat net comptable est un indicateur classique compris par une large communauté d'interlocuteurs, il est également un indicateur synthétique reflétant l'activité d'un exercice passé. Même s'il demeure sujet à controverses techniques, le résultat net comptable est une donnée accessible au plus grand nombre qui se traduit mentalement par bénéfice ou perte de l'exercice. Par conséquent, son annonce peut faire l'objet de la mise en œuvre de rapports de négociation ou de rapports de force au sein de l'organisation.

---

<sup>29</sup> ALCATEL, *Informations financières, 1998, Rapport annuel*, Message du président, d'après site internet <http://fme.multimania.com/alcatel.htm>

<sup>30</sup> JACQUIN Jean-Baptiste, SAGET Estelle, ALCATEL et Serge TCHURUK jouent leur va-tout, *L'Expansion*, n°590, du 4 au 17 février 1999, pp. 62-66

Paradoxalement un événement positif pour l'entreprise « annoncer un résultat net comptable bénéficiaire supérieur aux prévisions » peut s'avérer devenir un enjeu de pouvoir et une source de conflit. L'élément positif, « le bénéfice », se traduit négativement en conflit lorsque les partenaires sociaux et les dirigeants n'en fixent pas les modalités de répartition, (ce fut le cas au sein de la S.N.C.F. en 2000<sup>31</sup>). Il s'en suit un apparent paradoxe : transformer un événement positif en un fait générateur de conflit. En fait, les réponses des auditeurs sont inhérentes à la perception qu'ils se font du message et à la mémorisation antérieure qui fut collectivement la leur dans ce type de situation.

Il est possible d'expliquer la nature d'un tel conflit par

1. les dysfonctionnements au sein des relations intergroupes,
2. l'impact des stéréotypes dans la compréhension des annonces nouvelles.

## II-1°) Les dysfonctionnements au sein des relations intergroupes

La première explication de la genèse d'un conflit social après l'annonce d'un bénéfice porte sur le poids des préjugés. En effet, le préjugé « est une attitude négative envers les membres d'un exogroupe ( groupe composé de tous les individus qu'une personne a catégorisé comme membres d'un groupe d'appartenance autre que le sien et avec qui elle n'a pas tendance à s'identifier) »<sup>32</sup>. Par analogie le groupe dirigeant est perçu par le groupe syndical comme un exogroupe (par opposition à l'endogroupe). L'exogroupe est un groupe hostile qui ne peut que délivrer un message favorable à son groupe d'appartenance. Par conséquent, la réaction classique vise à se rattacher à l'endogroupe (son groupe d'appartenance) et à dévaloriser l'exogroupe en le considérant inférieur ou au contraire inaccessible donc supérieur ou méprisant. Dès lors la diffusion d'un message d'un groupe à l'autre est un enjeu de pouvoir.

La deuxième explication, liée à la précédente, repose sur la théorie des conflits réels de SHERIF postulant qu'il existe une concurrence entre les groupes, chaque groupe étant caractérisé par des ressources limitées entraînant des comportements discriminatoires. Par exemple le groupe locuteur qui annonce un bénéfice connaît à l'avance sa répartition et son affectation alors que le groupe salarié auditeur qui décode l'information ne dispose pas des ressources informationnelles sur l'utilisation prospective du bénéfice. Le groupe auditeur peut *de facto* régir par une rupture du processus communicationnel.<sup>33</sup>

A ce stade, un troisième niveau d'explication apparaît, celui de la théorie de l'identité sociale (TAJFEL), chaque exogroupe cherche à donner une image positive et favorable de son groupe. Pour le groupe des représentants salariés, il convient de démontrer que la défense des droits et des intérêts de l'ensemble des salariés sont réellement pris en compte. Pour le groupe entrepreneurial, l'annonce doit être orientée vers une consolidation de la confiance actionnariale. Il s'en suit *de facto* une rupture d'équilibre entre les motivations positives de chaque groupe. C'est donc le désir de différenciation vis à vis de l'exogroupe qui demeure source de conflit.<sup>34</sup> BOURHIS explique que la plupart des relations intergroupes se vivent entre groupes sociaux dont le pouvoir, le statut et le poids numérique sont inégaux. Par conséquent, la différence entre groupes se matérialise par le pouvoir informationnel et le

---

<sup>31</sup> BOSTNAVARON François, En 2000, le trafic et les résultats de la S.N.C.F. ont atteint un niveau historique, *Le Monde*, mercredi 10 janvier 2001, p. 16

<sup>32</sup> BLOCH Henriette et alii, *Grand dictionnaire de la psychologie*, Larousse, 1<sup>ère</sup> édition 1991, p. 790

<sup>33</sup> D'après *ibid.*, p. 790

<sup>34</sup> D'après *ibid.*, p. 790

groupe dominant n'est pas celui qui est numériquement le plus fort. L'enjeu de pouvoir est inhérent au contrôle des ressources informationnelles ; le contre pouvoir se constitue au travers d'une contestation de l'information. L'acte de grève en est une illustration lorsqu'il est déclenché à la suite d'une annonce financière.

La théorie de l'équité permet de saisir que la perception d'une injustice sociale provoque un malaise psychologique qui porte le groupe dominé à vouloir rétablir l'équité. Il s'en suit que la justice sociale peut se rétablir de façon matérielle ou psychologique. L'ajustement matériel peut conduire à l'affrontement si la culture de la lutte sociale est suffisamment forte. C'est le cas de la S.N.C.F., par exemple. L'ajustement psychologique est préféré pour des raisons pécuniaires par le groupe favorisé qui peut alors chercher à démontrer la validité de son autorité. Le groupe d'auditeurs (groupe dominé) reconnaît alors la compétence du groupe de locuteurs (groupe dominant). Par contre, le refus d'un ajustement psychologique ou relationnel conduit à un ajustement plus rigide et souvent nuisible en termes d'équilibres internes.<sup>35</sup> Les réflexes oratoires des auditeurs sont souvent caractérisés par l'expression d'une remise en cause de l'information financière. On peut entendre « ils ont manipulé les chiffres - ils n'ont pas dit la vérité - on nous cache la réalité - c'est le fruit de notre effort - on s'enrichit à nos dépens - on est peut-être moins diplômé mais on comprend les chiffres. » L'acte de grève traduit un lent processus de dévalorisation du groupe de locuteurs pour lequel l'annonce d'un résultat net comptable bénéficiaire constitue l'envoi d'un signal de validité du travail accompli. L'indicateur comptable ayant une valeur à la fois financière et managériale, demeure cependant dépourvu de reconnaissance envers les acteurs sociaux qui ont été à l'origine de sa réalisation.

Sémiotiquement, l'annonce d'un résultat net comptable peut être décodé comme l'apanage du groupe locuteur doté de l'autorité intellectuelle, l'image mentale inhérente au bénéfice accorde au locuteur un sentiment de propriété à son égard, d'où peuvent naître de nombreuses confusions sur la répartition éventuelle du résultat net comptable bénéficiaire. Le groupe d'auditeurs peut alors chercher à combattre non seulement un sentiment de discrimination mais également la contradiction existante entre le discours managérial qui prône un effort commun et l'absence d'intégration au partage. La théorie de l'appropriation relative explique que le groupe défavorisé perçoit une contradiction entre son sort réel et celui auquel collectivement il peut prétendre.<sup>36</sup>

## **II.2°) L'impact des stéréotypes dans la compréhension des annonces nouvelles**

Les stéréotypes apparaissent à la fois comme des biais cognitifs et des justifications idéologiques d'asymétries entre groupes de pouvoir dans la mesure où les stéréotypes réduisent la capacité de créativité et d'action des groupes concernés au prétexte que la diffusion de l'information et du savoir-faire seraient de nature à réduire le pouvoir des endogroupes. Pour BREWER et MILLER (1984), les stéréotypes sont essentiellement dus à un manque de contact entre les membres des différents groupes sociaux. Pour DEVOS, COMBY et DESCHAMPS (1985), un stéréotype correspond au départ à une représentation abstraite qui nous est socialement transmise.<sup>37</sup> Ce qui tend à signifier que les jugements et les réactions sont modulés par un biais de favoritisme à l'égard du groupe auquel on s'identifie indépendamment de l'information possédée par le groupe. Le groupe d'auditeurs qui décide de déclencher une grève à la suite de l'annonce d'un bénéfice comptable agit selon un schéma mental pour lequel l'ajustement matériel, la grève, est la réponse normale, adaptée à la situation. Le blocage de

---

<sup>35</sup> D'après *ibid.*, p. 791

<sup>36</sup> D'après *ibid.*, p. 792

<sup>37</sup> D'après *ibid.*, p. 895

l'acte communicationnel est le préalable au dialogue futur, la grève est alors perçue comme un acte routinier, classique dans la vie de l'organisation. Au sein de la S.N.C.F., la grève est un acte ancré dans la culture syndicale.

Se pose alors la question du phénomène déclencheur. Le bénéfice est-il réellement à l'origine de la grève ou tout simplement un prétexte supplémentaire ?

La réaction stéréotypée du groupe d'auditeurs peut être perçue comme la conséquence directe d'un conflit normatif. Pour le groupe de référence (locuteurs) annonçant le bénéfice comptable, il s'agit d'éviter l'existence de biais dans le traitement de l'information sociale. Pour le groupe d'auditeurs, la norme est le résultat d'un rapport de force opposant au « je énonciateur » un « je actant »<sup>38</sup>.

Selon WITTENBRICK, JUDD et PARK (1997), les stéréotypes suivent des lois générales :

1. ils fonctionnent en bloc, c'est à dire la mobilisation d'une partie entraîne la mobilisation de l'ensemble,
2. ils se diffusent sur des paramètres qui leur sont extérieurs,
3. ils sont présents chez tous les membres d'une même communauté culturelle.<sup>39</sup>

La présence de stéréotypes est de nature à induire des biais cognitifs, se concrétisant par des attitudes de repli sur soi ou des réactions conflictuelles. La différence d'appréciation d'une information est souvent la conséquence directe d'une divergence de prise en compte du caractère normatif du message véhiculé.

---

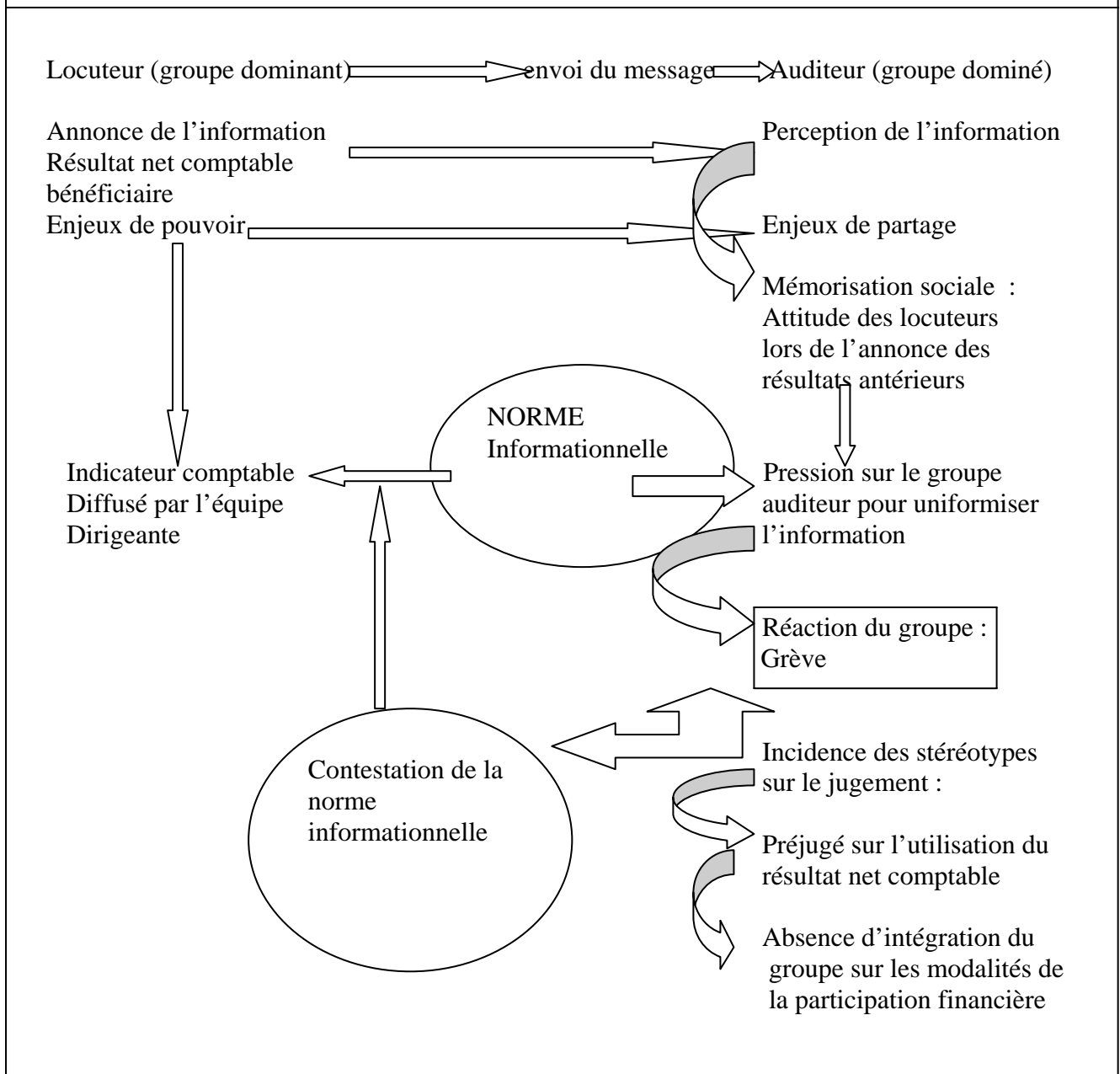
<sup>38</sup> D'après WESTEN Drew, *Psychologie, Pensée, Cerveau et Culture*, De BOECK Université, octobre 2000, pp. 920-978

<sup>39</sup> PETARD J.P. et alli, *Psychologie sociale*, Bréal, juin 1999, p. 329



Le schéma qui suit présente le rôle central de la prise en compte de la norme dans l'évolution de la perception de l'information.

Schéma n°5 : Présentation de l'introduction de biais cognitifs dans l'acceptation d'une information comptable (bénéfice)



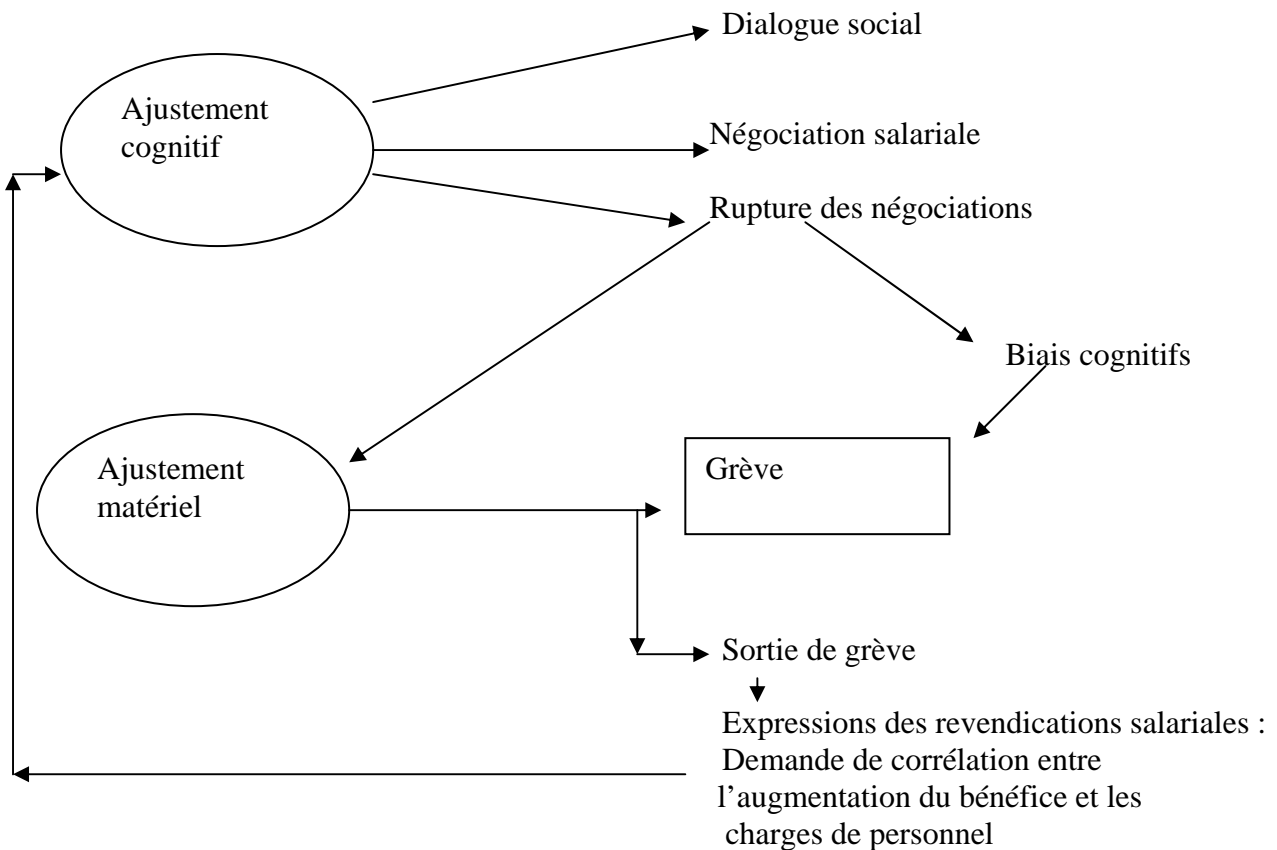
Sur le plan linguistique, les auditeurs perçoivent l'annonce du résultat comptable bénéficiaire comme le thème de leur engagement et la grève comme le commentaire de leur engagement. Le résultat net comptable est le topique, sujet du discours défini comme « ce dont on dit quelque chose »<sup>40</sup>. La grève ou commentaire du groupe constitue le trait d'union entre l'objectivité et l'intersubjectivité, générant *de facto* le passage du consensus

<sup>40</sup> DUBOIS Jean et alii, *Dictionnaire de linguistique et des sciences du langage*, LAROUSSE, septembre 1999, p. 485

social à partir d'un cadre langagier normatif à des divergences cognitives exprimées sous forme de conflit social.

En conclusion c'est l'échec du processus d'appropriation de l'information par le groupe d'auditeurs qui est un facteur déclencheur de rupture de dialogue.

Schéma n°6 : Présentation du déclenchement d'une grève à la suite de l'annonce d'un résultat net comptable bénéficiaire.



### III-) Le cas Vivendi Universal : ou le risque de décrédibilisation de la fonction comptable à la suite de l'annonce de résultats comptables intermédiaires non conformes aux attentes actionnariales

Pour expliquer la perte nette de 13,6 milliards d'euros du groupe Vivendi Universal, Monsieur MESSIER, PDG, a répondu que : « Ces **charges** comptables ne sont qu'un jeu d'écritures. On ne sort pas d'argent. Il n'y a pas d'impact sur la situation opérationnelle du groupe. »<sup>41</sup>

L'explication de la perte comptable est inhérente aux **charges** comptables, simple jeu d'écritures. En désaccord avec cette assertion, Sonia BONNET-BERNARD, associée au cabinet RICOL-LASTEYRIE, répond au sujet des provisions de 15,6 milliards d'euros : « Ce n'est pas un jeu, il y a une vraie dépréciation. »<sup>42</sup>

L'exemple de l'annonce du résultat net comptable du groupe Vivendi Universal constitue une illustration de l'opposition sémantique entre le groupe de locuteurs, ici le groupe de spécialistes comptables producteurs et émetteurs de l'information comptable et le groupe d'auditeurs, récepteurs et utilisateurs de l'information comptable (l'équipe dirigeante). L'opposition socioterminologique est en fait une opposition doctrinale sur la nature même du mot charge.

#### III-1) Le risque d'une opposition doctrinale entre la communauté comptable et l'équipe dirigeante sur la conceptualisation du mot « charges »

Les communautés linguistiques comptables considèrent que les **charges** sont composées de **charges** décaissées, **charges** décaissables et de **charges** calculées. Appliquant le proverbe « il faut prendre le bénéfice avec les **charges**, les avantages et les inconvénients »,<sup>43</sup> il n'y a pas lieu d'écarter les provisions et les amortissements dans le cas Vivendi.

En rejetant le modèle comptable de présentation des comptes, le président de Vivendi Universal ne fait que s'opposer au groupe locuteur, producteur de l'information. Il intègre un groupe tiers, celui des analystes financiers, à la fois auditeurs-récepteurs de l'information et locuteurs-producteurs de l'information, dont la finalité est le retraitement de l'information comptable. Ainsi la contestation des **charges** comptables calculées conduit à leur retraitement sous forme d'exclusions du contenu des informations financières. Ce retraitement est synonyme de capacité à rompre avec une information linéaire. A titre d'exemple, l'indicateur Excédent Brut d'Exploitation (E.B.E.) intègre des **charges** décaissées et décaissables et exclut les **charges** calculées présentes dans le Résultat d'Exploitation. L'Excédent de Trésorerie d'Exploitation (E.T.E.) se focalise sur les **charges** décaissées. Dès lors, il y a bien une opposition sémantique de conceptualisation des mots **charges** entraînant leur perte de neutralité. La perception puis l'appropriation du mot **charge** est l'apanage des communautés langagières concernées.

---

<sup>41</sup> ORANGE Martine, Vivendi Universal paie la facture de son expansion, *Entreprises Résultats*, *Le Monde*, jeudi 7 mars 2002, p. 22

<sup>42</sup> Ibid, *Le Monde*, jeudi 14 mars 2002,

<sup>43</sup> REY Alain et alii, *Ibid*, Tome I, p. 2137

L'analyse approfondie et segmentarisée de la réponse de Monsieur MESSIER permet d'apprécier un nombre important de connotations véhiculées à partir du mot charge.

- « Ces **charges** comptables ne sont qu'un jeu d'écritures. »
  1. La globalisation du mot **charge** expose en fait que les **charges** n'ont aucune signification et qu'il est aisé de les manipuler ;
  2. Cette annonce implique une paupérisation de la fonction comptable. Les comptables sont habitués à jouer. Le jeu est une autre illustration de la manipulation car il faut prendre l'ascendant sur son rival. Ici la communauté des comptables voudrait exercer un pouvoir à l'encontre de l'équipe dirigeante ;
  3. La comptabilité repose sur des règles mais comme tout jeu, ces règles sont dépendantes du contexte dans lequel elles ont été fixées. Par conséquent elles peuvent évoluer.
  
- « On ne sort pas d'argent. »
  1. Il invalide l'idée que la comptabilité est censée refléter le patrimoine de la société ou du groupe ;
  2. La comptabilité ne reflète qu'imparfaitement la valeur du groupe. On retrouve ici la faiblesse de la comptabilité comme valeur d'usage (utilité économique) ; seule sa valeur d'échange (utilité sociale) pourrait être retenue si elle correspondait à un besoin informationnel partagé par les dirigeants et les actionnaires. Monsieur MESSIER cherche à démontrer que la valeur économique de l'information comptable est obérée par la prise de position des comptables qui associent des **charges** calculées à des **charges** décaissées et décaissables ;
  3. L'expression cherche à s'ancrer comme une évidence populaire, qui pourrait être qualifiée de populiste. « Focalisons-nous sur les espèces sonnantes et trébuchantes. » Monsieur MESSIER semble vouloir gagner à sa cause ceux qui privilégient une comptabilité de caisse à une comptabilité d'engagement.
  
- « Il n'y a pas d'impact sur la situation opérationnelle du groupe. »
  1. Le langage se veut volontairement plus technique, il vise les milieux d'affaires rompus à l'analyse détaillée des indicateurs comptables.
  2. La situation opérationnelle doit être interprétée comme la situation de l'exploitation. On retrouve, ici, une terminologie proche des concepts financiers de résultat opérationnel pour qualifier le résultat d'exploitation.
  3. En écartant la notion d'impact, Monsieur MESSIER cherche à annihiler la relation de cause à effet entre les charges enregistrées et les résultats obtenus. Il est intéressant de remarquer que la conclusion de la phrase est conduite de façon à induire l'idée que la comptabilité n'est pas une science des chiffres. En effet, en déniait démontrer l'existence d'une relation causale de type classique, les charges calculées ont un impact sincère sur le résultat net comptable, l'émetteur cherche à prouver sans démontrer. Le récepteur est en présence d'une argumentation de type rhétorique classique.

La démarche syntaxique utilisée par Monsieur MESSIER est de type anaphorique. En effet, « un segment de discours est dit anaphorique lorsqu'il fait allusion à un autre segment, bien déterminé du même discours, sans lequel on ne saurait lui donner une

interprétation (même littérale). »<sup>44</sup> Les pronoms relatifs « on » et « il » sont typiquement anaphoriques et détiennent un rôle essentiel dans l'organisation des relations de dépendance à l'intérieur de la phrase puisqu'ils permettent de connecter une proposition à une autre. La démarche syntaxique est entièrement orientée vers la démonstration, ou jugement de valeur, que les charges ne sont que des « illusions » chiffrées. La première phrase est une affirmation générale qualifiable de « clé de voûte informationnelle » dont le sujet est « ces **charges** ». Ensuite le pronom « on » dans la deuxième phrase vise à englober l'auditeur (récepteur du message). L'affirmation n'est pas seulement l'apanage du locuteur, elle est partagée par une communauté plus large qui doit se retrouver dans un « on » de globalisation. Le pronom « il » généralise le diagnostic et lui assure la condescendance nécessaire. L'emploi de la négation « ne » confère au discours une dimension à la fois contestataire et symbolique tout en accréditant l'idée que le sujet « les charges » sont subies comme des fardeaux sans pour autant être acceptées.

### III-2) L'analyse linguistique de la portée de l'annonce managériale

En appliquant le modèle de la grammaire générative de CHOMSKY, on constate l'accumulation de structures syntaxiques courtes à effet performatif, c'est à dire ne visant qu'à asseoir l'autorité du locuteur. Selon Frédéric FRANCOIS, la composante générative « concerne plus spécialement les règles de réécriture. Ces règles sont de la forme  $P \Rightarrow SN + SV$ . Elles réécrivent un symbole catégoriel (ici  $P =$  Phrase) en une séquence de symboles catégoriels (ici  $SN =$  syntagme nominal et  $SV =$  syntagme verbal). »<sup>45</sup>

Det = déterminant

N= Nom

V= Verbe

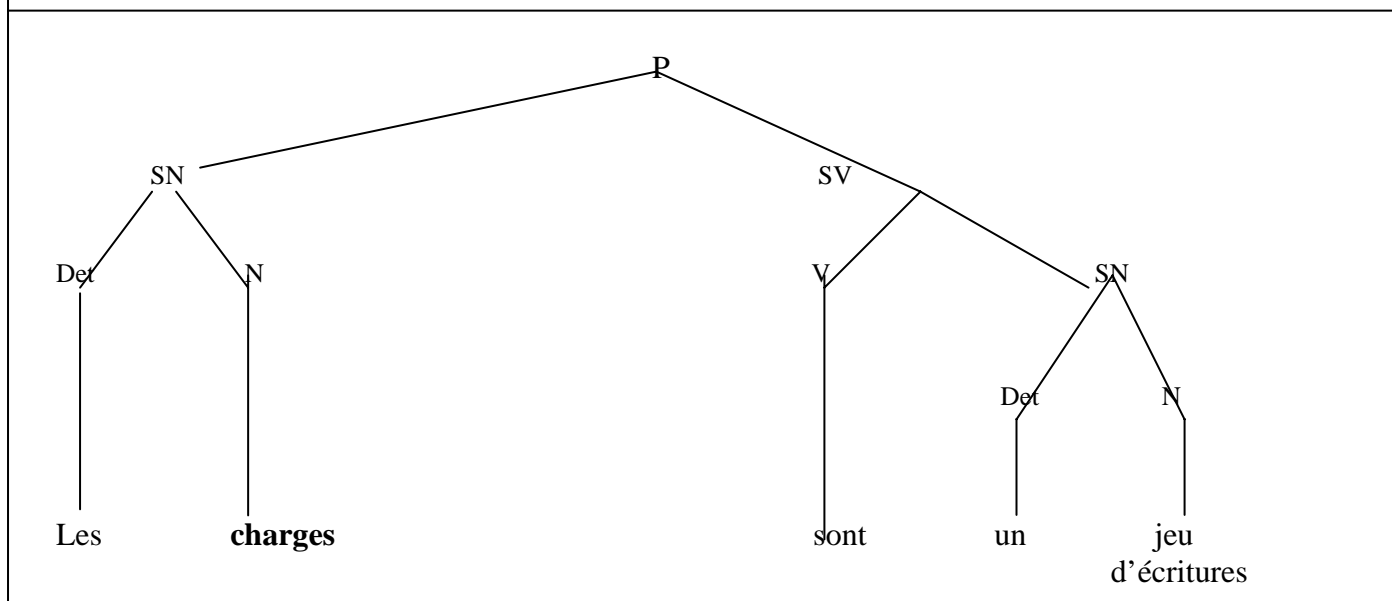
Si l'on accepte de considérer que les trois phrases « Ces **charges** comptables ne sont qu'un jeu d'écritures. On ne sort pas d'argent. Il n'y a pas d'impact sur la situation opérationnelle du groupe. » peuvent se résumer par une affirmation « les **charges** sont un jeu d'écriture. », alors il est possible de visualiser par une représentation arborescente comment P la phrase domine l'ensemble et le premier syntagme nominal (SN les charges) conditionne la syntaxe et oriente l'interprétation linguistique à donner aux symboles utilisés.

---

<sup>44</sup> DUCROT Oswald, SCHAEFFER Jean-Marie, *Nouveau dictionnaire encyclopédique des sciences du langage*, Points Essais, 1995, p. 548

<sup>45</sup> FRANCOIS Frédéric, *Linguistique*, P.U.F. Fondamental, 1980, p.80

Schéma n°7 : Représentation arborescente d'une structure syntaxique



Décoder le mot charge dans le cadre de cette syntaxe illustrative d'un effet d'annonce ne consiste pas, à l'instar de ce qu'exprime Philippe BRETON, « à simplement savoir techniquement reconnaître un énoncé contraignant, mais aussi à se placer dans une posture paradoxale de refus ouvert, c'est apprendre à être un être non influençable en même temps que rester disponible aux autres. »<sup>46</sup> Le syntagme nominal « les charges » induit le syntagme verbal et s'autosuffit ; les charges sont intrinsèquement présentées sans être qualifiées. La phrase subit le poids du sujet. On remarque une dissociation entre les deux plateaux d'une même balance, le syntagme nominal « les charges » équilibrant le syntagme verbal et fixant ainsi la valeur de la structure syntaxique.

A la lumière des travaux d'AUSTIN, il est possible de s'interroger sur la force sémantique des énoncés. En l'espèce, l'énoncé « les charges sont un jeu d'écritures » est un acte langagier illocutoire visant à produire une information accessible aux auditeurs. La qualité de cet énoncé est de provoquer des réactions d'adhésion ou de rejet. L'énoncé modifie directement ou indirectement chez l'auditeur sa perception du sujet ; l'énoncé est dit perlocutoire. En effet, « ces énoncés qu'ils soient vrais ou faux font quelque chose et ne se contentent pas de le dire ». <sup>47</sup>

En conclusion, en devenant un instrument de rhétorique, le langage comptable, c'est à dire la terminologie comptable et les structures syntaxiques qui l'accompagnent, fait courir le risque aux énoncés informationnels de « ne pas dire ce qui est vrai ou faux » de ne pas informer sur la santé réelle de l'entreprise et sur sa valeur comptable mais de chercher à convaincre, voir même à vaincre toutes formes d'interrogations et de résistances. Un risque demeure, que les communautés comptables écartelées entre les dirigeants et les actionnaires

<sup>46</sup> BRETON Philippe, *La parole manipulée*, La Découverte / Poche Essais, 2<sup>e</sup> trimestre 2000, p.196

<sup>47</sup> AUSTIN J.L., *Quand dire c'est faire*, Points Essais, 1<sup>e</sup> édition 1962, 2002 p. 181

perdent leur indépendance « sémantique » pour conserver la confiance illusoire des partenaires de l'entreprise, à la demande expresse des dirigeants. L'importance du langage comptable et la place prépondérante de la communication financière résonne comme un écho à l'instrumentalisation par les marchés financiers de la technique comptable. Le risque est patent et il convient de revenir aux fondamentaux de la communication comptable car comme le souligne Monsieur René Ricol, *deputy president* de l'I.F.A.C. « Le marché est devenu un dieu auquel nul n'ose s'attaquer ». <sup>48</sup> En épousant les tendances existantes, le langage comptable risque de continuer de jouer un rôle de déclencheur des crises dans le domaine de la communication financière.

## Références bibliographiques

### Référence à un ouvrage :

- AUSTIN J.L. (2002), *Quand dire c'est faire*, Points Essais, 1<sup>e</sup> édition 1962, pp. 151-182
- BAUMGARTNER E., MENARD P. (1996), *Dictionnaire étymologique et historique de la langue française*, Encyclopédies d'aujourd'hui, Le livre de Poche, 1<sup>ère</sup> édition, p.398-399
- BERGSON H. (1962), *La Pensée et le Mouvant*, P.U.F. Bibliothèque de la philosophie contemporaine, 47<sup>ème</sup> édition, p. 147
- BLOCH H. et alii (1999), *Grand dictionnaire de la psychologie*, Larousse, 1<sup>ère</sup> édition 1991, pp. 790, 791, 792 et 895
- BRETON P. (1996), *L'argumentation dans la communication*, Repères La Découverte, 1<sup>ère</sup> édition, p.39
- BRETON P. (2000), *La parole manipulée*, La Découverte / Poche Essais, 2<sup>e</sup> trimestre, p.196
- CHAPPUIS R. (1996), *La psychologie des relations humaines*, Que sais-je ? n° 2287, P.U.F., 4<sup>ème</sup> édition, p.6
- COLASSE B. et alii (2000), *Encyclopédie de Comptabilité, Contrôle de Gestion et Audit*, Economica, 1<sup>ère</sup> édition, p. 785
- DUBOIS Jean et alii, (1999) *Dictionnaire de linguistique et des sciences du langage*, LAROUSSE, septembre 1999, p. 485
- DUCROT Oswald, SCHAEFFER Jean-Marie, (1995) *Nouveau dictionnaire encyclopédique des sciences du langage*, Points Essais, p. 548
- FRANCOIS Frédéric, (1980) *Linguistique*, P.U.F. Fondamental, p.80
- FRANCOIS J., DENHIÈRE G. et alii (1997), *Sémantique linguistique et psychologie cognitive, aspects théoriques fondamentaux*, Presses Universitaires de Grenoble, 1<sup>ère</sup> édition, p.75
- GABAY Michèle, (2001), *La nouvelle communication de crise*, Editions Stratégies, pp. 51-72 et 117-149
- GARDES-TAMINE J. (1996), *La rhétorique*, Cursus Armand COLIN, 1<sup>ère</sup> édition, p.7
- GARDNER H. (1993), *Histoire de la révolution cognitive*, La nouvelle science de l'esprit, Traduit de l'américain par PEYTAVIN Jean-Louis, Bibliothèque scientifique Payot, 1<sup>ère</sup> édition 1985 en anglais, pp. .398 et 409
- GRAMACCIA Gino, (2001), *Les actes de langage dans les organisations*, L'Harmattan, pp. 227-259
- HOUDE O. et alii. (1998), *Vocabulaire de sciences cognitives*, P.U.F. Psychologie et sciences de la pensée, 1<sup>ère</sup> édition, p.124-125
- LALANDE A. (1999), *Vocabulaire technique et critique de la philosophie*, Volume 1 : A-M, Quadrige / Presses Universitaires de France, 5<sup>ème</sup> édition, p. 465
- MORVILLE M. (1998), *Les grandes questions de la philo, Anthologie de textes, De l'Antiquité à nos jours*, MASONNEUVE & LAROSE, 1<sup>ère</sup> édition, p.401
- MUMFORD Michael J., PEASNELL Ken, (1995), *Philosophical Perspectives on Accounting, Essays in Honour of Edward STAMP*, Routledge, London, 1<sup>st</sup> edition 1993, pp. 156-176
- NIOBEY G. et alii (1999), *Dictionnaire analogique*, Larousse France Loisirs, 1<sup>ère</sup> édition, pp.254, 727, 725

---

<sup>48</sup> BELOT Laurence, Patrons, syndicalistes, politiques, experts explorent d'innombrables pistes de réflexion, *Le Monde*, samedi 21 septembre 2002, p. 18

- NOBES Christofer, (1995), *The essential of accounting explained from A to Z*, The Economist Book, London pp. 108, 139 et 140
- PETARD J.P. et alli, *Psychologie sociale*, Bréal, juin 1999, p. 329
- PERETTI-Watel Patrick, (2001), *La société du risque*, Repères, La découverte, pp. 43-60
- REY A. et alii (2000), *Dictionnaire Historique de la langue française*, LE ROBERT, 2Tomes, 3<sup>ème</sup> édition, p.384
- RIahi-BELKAoui Ahmed, (200), *Accounting Theory*, 4<sup>th</sup> édition, Thomson Learning, pp. 297- 329
- SEARLE John R. (1996), *Les actes de langage, Essai de Philosophie du langage*, 1<sup>er</sup> édition 1972, pp. 95-114
- TCHAKHOTINE Serge, (ed 1998) *Le viol de foules par la propagande politique*, Tel Gallimard, 1<sup>ère</sup> édition 1939, p. 203
- WALTON P. (1996), *La comptabilité anglo-saxonne*, Repères La Découverte, 1<sup>ère</sup> édition, p.14
- WESTEN D. (2000), *Psychologie, Pensée, Cerveau et Culture*, De BOECK Université, Ouvertures Psychologiques, 1<sup>ère</sup> édition, Bruxelles, pp. 920-978
- WILLIAMSON O. (1994), *Les institutions de l'économie*, InterEditions, 1<sup>ère</sup> édition en français, p.350
- WITTGENSTEIN L. (1999), *Tractatus logico-philosophicus*, TEL gallimard, 1<sup>ère</sup> édition 1961, p.63

Référence à un article :

- BARROUX David, LAMM Patrick, BEYTOUT Nicholas, (1998) *LES ECHOS*, 21 septembre
- BELOT Laurence, Patrons, syndicalistes, politiques, experts explorent d'innombrables pistes de réflexion, *Le Monde*, samedi 21 septembre 2002, p. 18
- BOSTNAVARON François, (2001) En 2000, le trafic et les résultats de la S.N.C.F. ont atteint un niveau historique, *Le Monde*, mercredi 10 janvier, p. 16
- EWALD François, KESSLER Denis, PADIOLEAU Jean-Gustave, (2000), Risque et démocratie, *Le Débat*, Gallimard, n°109, mars-avril, pp. 39 -72
- JACQUIN Jean-Baptiste, (1998) les marchés règlent leur compte avec ALCATEL, *L'Expansion*, n°581, du 24 septembre au 7 octobre, p. 46
- JACQUIN Jean-Baptiste, SAGET Estelle, (1999) ALCATEL et Serge TCHURUK jouent leur va-tout, *L'Expansion*, n°590, du 4 au 17 février, pp. 62-66
- ORANGE Martine, ( 2002) Vivendi Universal paie la facture de son expansion, *Entreprises Résultats, Le Monde*, jeudi 7 mars, p. 22
- ROCHE François, (1998) Les leçons de l'affaire ALCATEL, *L'Expansion*, n°581, du 24 septembre au 7 octobre, p. 5
- STIEL Nicholas, (2001) *Challenges*, n°162, 20 septembre, pp. 84-88

**Site Internet :**

<http://fme.multimania.com/alcatel.htm>