

Les manipulations comptables dans la comptabilité créative : Revue de la littérature

JADID Chady

Laboratoire d'Études et de Recherches en Sciences économiques et de Management
L'École Nationale de Commerce et de Gestion El Jadida
Université Chouaib Doukkali – El Jadida- Maroc

Prof. BENARBI Houda

Laboratoire d'Études et de Recherches en Sciences économiques et de Management
L'École Nationale de Commerce et de Gestion El Jadida
Université Chouaib Doukkali – El Jadida- Maroc

Résumé : Cette recherche présente une structuration détaillée du concept de comptabilité créative, en définissant explicitement les principaux paramètres de notre sujet de recherche. En analysant profondément les études présentes et l'évolution du concept, tout en présentant soigneusement leurs résultats et conclusions dans une perspective critique pour identifier les points d'ambiguïtés dans ces travaux. Du fait, cette revue de littérature permettra de combler les principales perplexités et d'établir un précédent aux recherches marocaines futures à ce propos.

Mots-clés : Comptabilité créative ; Manipulation ; Optimisation fiscale ; Intention ; Information financière ; Parties prenantes ; Situation ; Image fidèle.

Digital Object Identifier (DOI): <https://doi.org/10.5281/zenodo.13947579>



1. Introduction

La comptabilité est un outil essentiel pour la prise de décision au sein d'une firme, puisqu'elle permet de recueillir, structurer et analyser l'information financière, elle reflète une image claire et évidente de l'état financier de l'entreprise à un moment donné. Il s'ensuit que toute comptabilité est jugée probante dans la mesure où elle reflète la situation réelle d'une entreprise et de ses événements économiques, non seulement pour l'administration fiscale mais aussi pour ses parties prenantes, en vue de leur transmettre l'image la plus plausible possible de la situation financière. Du fait, la valeur probante d'une comptabilité est liée à la sincérité de l'information financière communiquée dans ses états de synthèses et toute manipulation subjective des comptes peut causer son rejet.

Basé sur un principe de déclaration, le système fiscal marocain oblige tout contribuable à présenter sa comptabilité, ses déclarations fiscales et lui affère le droit de calculer ses propres résultats, selon les dispositions de la loi en vigueur. À noter que cette comptabilité est jugée correcte et toute erreur est considérée involontaire, sauf preuve contraire. La preuve est afférée à l'administration fiscale par le biais du contrôle fiscal par ses différentes formes. Toutefois, la sincérité d'une comptabilité reste relative et peut manquer d'objectivité de manière à embellir ses comptes, chercher une optimisation fiscale ou à cause d'une mauvaise interprétation des textes de loi. Or les moyens mis en œuvre pour atteindre l'une des finalités précitées peuvent être légales et conformes aux codes, comme elles peuvent être prohibées par la législation marocaine.

Nul ne peut nier que le principe fondamental de la comptabilité selon le code général de normalisation comptable est « L'image fidèle ». Du fait, le but ultime de la comptabilité est la communication d'une information financière réelle aux tiers. Or certaines entreprises ont tendance à pratiquer une gestion créative de ses résultats pour déguiser leur performance financière en présentant une image avantageuse et non pas fidèle de leur situation financière. Les pratiques de cette comptabilité imaginative peuvent viser l'amélioration des comptes pour augmenter le résultat et dégager une meilleure valeur de l'action, comme elles peuvent viser à minimiser le résultat dans le but d'une optimisation fiscale et payer moins d'impôts, et ce à travers diverses manipulations. Dans le cadre de la littérature comptable, surgit une question primordiale : **Quelles sont les manipulations comptables susceptibles d'être considérées en tant que pratiques comptables créatives ?**

Pour bien comprendre ce concept de « comptabilité créative » et pour traiter notre problématique, il faut s'appuyer sur une reprise critique des recherches existantes et sur les théories déployées. Dans le même ordre d'idées, notre revue de littérature permettra de présenter une vue détaillée sur les définitions actuelles, en analysant profondément les conceptions présentées par les auteurs, en liant ce principe aux différents termes usuels à savoir les options comptables, les fraudes fiscales, l'optimisation fiscale, la subjectivité des dirigeants, ... et finalement en listant les principales théories liées à ce concept, tout en les classifiant selon la finalité souhaitée.

À la lumière de ces considérations, notre recherche vise à présenter une structuration détaillée du concept, en définissant explicitement les principaux paramètres de notre sujet de recherche. Nous analyserons profondément les études présentes et l'évolution du concept, tout en analysant soigneusement leurs résultats et conclusions dans une perspective critique pour identifier les points d'ambiguïtés dans ces travaux. Du fait, cette revue de littérature permettra de combler les principales perplexités et établir un précédent aux recherches marocaines futures en ce propos.

Vue que le sujet n'a pas été largement abordé dans la littérature, Notre recherche a porté sur différentes interpellations relatives au même concept de « comptabilité créative », à savoir l'habillage des comptes, la comptabilité d'intention, la manipulation des chiffres comptables, la comptabilité imaginative, le truquage des comptes... etc., en plus du vocabulaire utilisé dans ce même sens à savoir

les choix d'optimisation fiscale, la fraude, le window-dressing, ...etc. Pour préparer cette revue de littérature, nous sommes basés sur une sélection des articles pertinents, cette sélection nous permettra de définir le concept selon différentes perceptions pour décrire ces pratiques, et les relier au vocabulaire comptable usuel. Notre article présentera les différentes définitions de la comptabilité créative, les manipulations usuelles et quelques théories y afférentes.

2. Définitions de la comptabilité créative

Le concept de la comptabilité créative est apparu dans la littérature anglo-saxonne dans les années 1970, comme il a été largement abordé par la presse du monde entier pour toucher plus de public (Stolowy, 1994). La littérature et la presse économique du monde entier utilisent généralement le concept de « Comptabilité créative » avec des conceptions quelquefois discordantes et objectives, ce terme est défini selon les objectifs visés et les moyens employés pour manipuler la comptabilité.

2.1 Comptabilité créative : une illusion ou une réalité

Avant de les traiter, il est impératif de s'interroger sur l'existence effective d'une comptabilité créative, certains estiment qu'il s'agit d'une tendance créée par les médias pour toucher un public plus large (Stolowy, 1994), tandis que d'autres assument que la comptabilité créative a existé et s'est répandue largement dans les années 1980 malgré les divers procédés réglementant ces pratiques (Hussey et Ong, 1996). Stowly a étayé son argument en présumant que la manipulation comptable légale se rapporte généralement aux choix comptables qui existaient depuis toujours et n'ont rien de créatif. Il a, tout de même, lié la comptabilité créative soit à la convergence des techniques comptables soit à l'apparition d'une créativité financière.

2.2 La comptabilité créative : La présentation d'une image avantageuse

En passant aux définitions les plus pertinentes du concept de comptabilité créative, et amorçant par l'étude de Ali Shah, Butt et Bin Tariq qui visaient à présenter une vision détaillée sur notre sujet de recherche. La comptabilité a été définie comme étant un ensemble de techniques visant à présenter une image avantageuse aux tiers, et ce en passant de l'image réelle de la situation d'une entreprise à une image souhaitée. Ces manipulations dans l'information comptable vise soit à atteindre les objectifs internes, répondre aux attentes externes, assurer le lissage des revenus, s'introduction en bourse, pour contracter un prêt, changer la direction ou pour des raisons purement fiscales. Les pratiques en question se distinguent des fraudes dans la mesure où elles sont cohérentes avec les normes éthiques et juridiques. L'étude a conclu qu'il est impossible de restreindre complètement les pratiques de la comptabilité créative, ainsi qu'il ne faut pas juger toutes les pratiques créatives comme étant inappropriées. C'est l'intention des dirigeants qui détermine sa véritable nature et son intention (Ali Shah et al, 2011).

Nous pouvons néanmoins présumer que la comptabilité imaginative est l'ensemble de techniques visant à ajuster l'image fidèle de manière à présenter une situation attirante pour les investisseurs, autrement dit, une modification de l'information comptable pour des finalités purement personnelles (JOUALI et FARACHA, 2021). Il s'agit d'un ensemble de techniques visant à favoriser l'image présentée aux parties prenantes pour répondre à leurs propres attentes, malgré les risques probables liés au non-respect de la loi et au risque de faillite (Dagorn et al, 2013).

2.3 Vocabulaire de la littérature

Les études en ce propos avaient généralement des points de vue divergentes, c'est-à-dire que chacun avait sa propre perception au concept de « Comptabilité créative », certains la considère comme habillage de bilan (Pierre AGEDE dans son ouvrage « Habiller ses comptes »), d'autres la qualifient

comme étant un art (Jean-Jérôme BERTOLUS dans son ouvrage « L'art de truquer un bilan ») tandis que d'autres préfèrent la notion de nettoyage du bilan (SILBERT dans son ouvrage « Club méditerranée – le nettoyage des comptes »).

3. Les différentes manipulations comptables

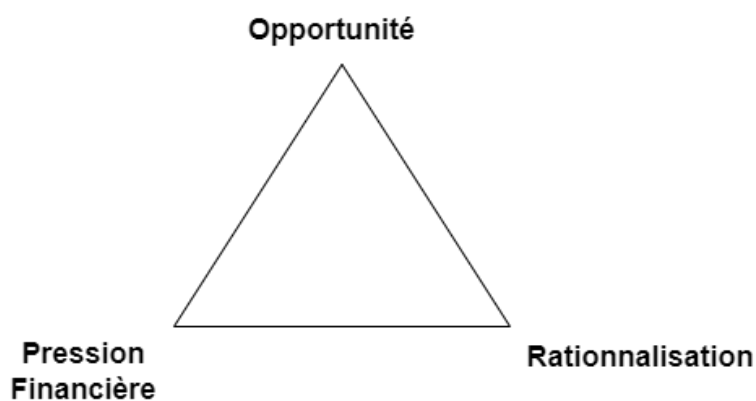
Il a toujours été conçu que la comptabilité est le moyen de communiquer la situation financière des entreprises à travers les états financiers, lorsqu'ils fournissent une image claire de la performance de l'entreprises dans un moment donné. En plus de son rôle externe, la comptabilité est considérée comme un moyen essentiel et fiable pour toute prise de décision au sein d'une firme. De même, une information comptable régulière joue un rôle primordial pour tout apport de preuve en justice, et ce lorsqu'elle garantira la transparence des transactions.

Cette comptabilité peut, en contrepartie, transmettre une image avantageuse, plus ou moins, incorrecte de l'état financier de la firme, en manipulant les chiffres comptables. Ces pratiques extracomptables, de redressement et d'habillage des états financiers visent à traduire la vision des dirigeants, et varie selon les objectifs de l'entreprise, comme ils peuvent dépendre des nombreux moyens mis en place. Toutefois, les moyens déployés peuvent être légales et conformes aux lois, comme ils peuvent être prohibés par la législation en vigueur.

3.1 La fraude fiscale

La comptabilité a toujours été un lieu de conflits entre les différentes pratiques, divers sont les motifs poussant à le faire. Parmi lesquels on peut énumérer celles visant à altérer la réalité financière de la firme pour le propre intérêt de certaines parties prenantes. Pour mener à bien ça, on peut procéder soit par des pratiques légitimes et conformes aux lois en vigueur, soit par des actes trompeuses conduisant à des violations évidentes de l'éthique financière et de la transparence de l'information financière. Cette distinction qui semble évidente peut quelquefois être perçue avec perplexité lorsqu'on parle de la liaison entre la comptabilité créative et la fraude, un rapport qui paraît intrigant et parfois délicat à traiter.

Ce concept a été largement associé aux actes criminels dans les sociétés (Sutherland, 2017), ainsi que de nombreuses études ont été menés sur la criminologie et les escrocs telle que la recherche de Cressey en 1950 qui a conclu trois critères définissant l'intention de certains individus à pratiquer ces actions frauduleuses :



Source : Cressey (1950)

Figure 1 : Triangle de la fraude

L'intention derrière les pratiques frauduleuses est généralement malveillante et intentionnelle dans un but ultime de tromper et communiquer une situation déformée et incorrecte de la société. En contrepartie, la raison suscitant les pratiques créatives est conduite par la volonté de présenter conformément des états de synthèses avantageuses comme elle peut provenir d'une aspiration quelquefois trompeuse. Cette démarcation qui paraît délicate ne signifie en aucun cas que les deux conceptions sont reliées, dès lors, il ne faut guère confondre entre les pratiques de falsification (La fraude), l'habillage des comptes et la comptabilité créative (ABOUCAHALA, 2009).

3.2 L'optimisation des choix comptables

À l'instar de la comptabilité créative, l'optimisation fiscale est déployée avec des conceptions quelquefois discordantes et objectives. Nonobstant, ce terme peut être défini selon les objectifs visés et les moyens employés. Nous nous apprêtons à fournir une définition centrale et classique des choix d'optimisation fiscale, à savoir les techniques légales de réduction de la charge fiscale. Lorsqu'on parle d'une optimisation fiscale qui change complètement la réalité économique de la firme, ces techniques ne persistent plus à être légales et suscitent un débat éthique et légal. L'optimisation des choix comptables procède soit à choisir une modalité comptable et un modèle de valorisation approprié par la législation en vigueur, soit à contourner volontairement les normes comptables (Casta et Ramond, 2009).

La comptabilité créative a toujours été liée à l'optimisation des choix comptables, or certains écrivains présument que lesdits choix ont toujours existé et font partie de la comptabilité, du fait elles ne sont en aucun cas créatives ou imaginatives (Stolowy, 1994). Donc la comptabilité cesse d'être créative lorsqu'elle ne présente aucune technique imaginée. Dans un autre sens, lorsque le caractère créatif se réfère à la présentation d'une situation autre que la situation réelle, les choix comptables d'optimisation représentent des moyens pour atteindre cet objectif.

3.3 L'exploitation de la flexibilité de certaines réglementations

La flexibilité de certains textes de loi permet aux firmes de choisir la méthode comptable ou l'option la plus adéquate à leur situation pour garantir une situation opportune, comme certains dirigeants peuvent recourir à des pratiques manquant d'objectivité. D'après Colasse, la comptabilité créative, comme moyen de communiquer une image déformée de la situation d'une firme, a de nombreuses restrictions (Colasse, 1992). Ces pratiques d'intention peuvent, dans une première optique, être perçues comme étant des techniques d'habillage et de tromperie de l'information financière. À titre de contrepartie, les pratiques en question peuvent se rapporter à une simple exploitation anodine de certains textes de lois, offrant aux sociétés l'opportunité de manœuvrer et de sélectionner parmi les options valables, en stricte conformité à la législation en vigueur.

3.4 Window-dressing

Janim Audas dans son article « le Window-dressing ou l'habillage des bilans » a évoqué la technique du Window-dressing, consistant à manipuler sa comptabilité en toute légalité pour adapter la situation comptable aux visions des dirigeants (Audas, 1993). Il s'agit d'une présentation erronée du bilan d'une société afin de garantir une meilleure image financière communiquée aux parties prenantes.

3.5 Le prix de transfert

Le prix de transfert est l'une des méthodes d'optimisation fiscale les plus utilisées, il s'agit des transactions financières intragroupes. Vu qu'il est rare de trouver des transactions comparables dans le marché, la valorisation de ce prix n'est pas délicate, malgré les efforts. Cette technique d'optimisation permet de diviser le bénéfice fiscal des entreprises d'un même groupe pour minimiser la charge fiscale et pour bénéficier de régime fiscal favorable dans certains pays. Pour lutter contre ces pratiques et

préserver les bases d'imposition, on cherche toujours à mettre en place une approche coordonnée mondialement (Saint-Amans, 2014).

4. Raisons pour lesquelles la comptabilité créative existe

4.1 La politique de distribution de dividendes

Pour présenter le lien entre la comptabilité créative et la politique de distribution de dividende, Youssef JOUALI (JOUALI, Y. (2019). Politique de Distribution de Dividende et pratiques de la Comptabilité Créative. Revue d'Études en Management et Finance d'Organisation) a commencé son étude par traité le principe de comptabilité créative comme un ensemble de techniques visant à ajuster l'image fidèle de manière à présenter une situation avantageuse et attirante pour les investisseurs, c'est à dire une modification de l'information comptable pour des finalités purement personnelles, tout en présentant des indicateurs de mesure de cette comptabilité, dites "accruals discrétionnaires".

L'article a, de même, évoquer les techniques de distribution de dividendes et leur degré de pertinence sur le cours de l'action et donc sur les décisions des investisseurs, pour prouver le lien de corrélation entre la comptabilité créative et la politique déployer pour distribuer les dividendes (JOUALI, 2019). En somme, l'écrivain a conclu que les tests utilisés ont été conformes à la littérature, qui présument l'existence d'une relation de causalité entre la politique de distribution de dividendes et le cours de l'action, donc avec la comptabilité créative. Or cela n'implique pas qu'il n'existe pas d'autres approches justifiant le déploiement de telles techniques créatives.

4.2 Traduction de la vision des dirigeants

La comptabilité créative, dite comptabilité d'intention, présente une image manipulée de l'information financière pour répondre aux attentes des dirigeants, et ce en présentant une image avantageuse aux partie prenantes. À noter que les états comptables communiqués par les entreprises non cotées représentent généralement la seule source d'information financière (Dagorn et al, 2013).

4.3 La théorie de l'agence

Cette théorie a été principalement développée par Michael C. Jensen et William H. Meckling dans leur article "Theory of the Firm: Managerial Behavior, Agency Costs, and Ownership Structure" publié en 1976. Elle traite principalement la relation entre le principal (Actionnaire) et l'agent (dirigeant) au sein d'une entreprise. Cette théorie permettra d'étudier comment les dirigeants parviennent à tromper l'information financière communiquée aux actionnaires en utilisant les pratiques comptables « créatives », dans le but de déguiser la réelle santé de la firme, pour atteindre leurs propres objectifs ou pour masquer des erreurs commises.

4.4 La théorie de la signalisation

A travers son article "The Market for 'Lemons': Quality Uncertainty and the Market Mechanism", George A. Akerlof a participé à l'élaboration de cette conception. Cette théorie traite l'information communiquée aux tiers, qui influence généralement leur impression envers la santé financière de l'entreprise. Dans le même contexte, la comptabilité créative est un moyen pour manipuler la réelle santé financière communiquée aux parties prenantes. C'est le fait de transmettre des signaux illusoire sur la situation d'une entreprise à ses parties prenantes.

4.5 La théorie de l'opportunisme

L'objet de cette théorie est d'analyser les manières dont certains individus au sein d'une entreprise, parviennent à tirer profit des opportunités au préjudice des autres parties prenantes. Donc, on peut dire

que dans certains cas les incitations personnelles et la divergence d'intérêts peuvent affecter les pratiques comptables. En d'autres termes, les individus peuvent pratiquer la comptabilité créative pour maximiser leurs propres intérêts. Oliver E. Williamson était l'un des chercheurs les plus importants à contribuer sur cette théorie.

4.6 La théorie de la comptabilité normative

La théorie de comptabilité normative a été traitée et développée par plusieurs théoriciens de la comptabilité, dont on peut citer Robert K. Mautz dans son livre "The Philosophy of Auditing" publié en 1961. Cette conception cherche à expliquer comment la comptabilité est influencée par les normes et les conventions en vigueur. L'idée est de lier la manipulation des normes comptables aux pratiques de la comptabilité créative.

4.7 Adapter la comptabilité à la créativité financière

La création dans la comptabilité provient d'après quelques écrivains de la créativité dans les instruments financiers et les montages nouvellement créés pour adapter sa comptabilité aux nouveaux instruments financiers, il s'agit donc d'une traduction de la créativité financière, pour ajuster les méthodes comptables avec l'imagination de ceux qui fondent de nouveaux instruments financiers, ou en fonction des montages financiers nouvellement créés (Stolowy, 1994).

5. Modèle théorique combiné : Fusion des différentes approches dans l'étude de la comptabilité créative

La saisie du concept de comptabilité créative reste complexe et implique une analyse des différentes théories précitées. Pour le faire, nous proposerons un cadre théorique unifié combinant ces diverses perspectives.

Les pratiques de comptabilité créative visent à manipuler les chiffres comptables et donc impacter les résultats financiers qui représentent des bases de calcul du bénéfice distribuable par les actionnaires, en maintenant un certain niveau stable de dividendes à distribuer permettra de présenter une stabilité financière illusoire aux parties prenantes. De ce fait, les dividendes représentent des moyens pour signaler une certaine santé financière truquée, permettant ainsi d'attirer l'attention des investisseurs ou bien de motiver les actionnaires. Les objectifs néanmoins des gestionnaires sont souvent contradictoires à ceux des actionnaires, d'où la théorie d'agence, qui explore ces conflits d'intérêts, qui engendrent la pratique de la comptabilité créative. Par ailleurs, des objectifs opposés des deux parties auront un impact direct sur la politique de distribution de dividendes, que ce soit pour traduire le bon management ou bien pour masquer les erreurs, c'est-à-dire que les gestionnaires cherchent à maximiser leur propre intérêt aux dépens des autres parties prenantes. Or, les différentes manipulations comptables impliquent une certaine violation des principes comptables puisqu'on influence directement la transparence des états comptables. En somme, les théories précitées interagissent dans le même cadre de comptabilité créative et représentent leurs principales finalités.

6. Conclusion

La comptabilité, comme moyen de traduction de la santé financière de l'entreprise, a toujours subi des manipulations pour répondre aux propres intérêts de certains individus en dépit d'autres. Certaines pratiques ne peuvent pas être jugées légales comme ils ne peuvent pas non plus être considérées inappropriées par la législation en vigueur. La divergence des techniques créatives de manipulation et la flexibilité des lois rendent la comptabilité une science inexacte. Cependant, Il est impossible de limiter les pratiques de la comptabilité créative, ainsi qu'il ne faut pas juger toutes les pratiques

créatives comme étant inappropriées. C'est l'intention des dirigeants qui détermine sa véritable nature et son intention.

Selon notre revue de littérature, il est manifeste d'affirmer que le concept de comptabilité créative ne possède pas de définition centrale, chaque individu le décrivant selon sa propre perspective. La divergence des procédés ne donne pas la possibilité de juger la légalité de telles pratiques. Ainsi, qu'il est difficile de juger les manipulations comptables usuelles comme étant des pratiques créatives. En revanche, la littérature et la presse économique du monde entier utilisent généralement ce sujet avec des conceptions quelquefois discordantes et objectives, ce qui a limité notre étude sur les recherches le plus pertinente et subjectives. De plus, notre sujet de recherche est un élément passionnant et important dans le domaine de la gestion des entreprises, toutefois, il s'agit d'un nouveau concept pour les financiers marocains, ainsi qu'il est connu avec des nominations différentes, autres que « Comptabilité créative »

En somme, la comptabilité créative avec ses différentes définitions a toujours été une manipulation des chiffres comptables, que ce soit conformément aux dispositions légales ou bien en exploitant la flexibilité des certaines réglementations, donc une modification évidente de l'image présentée par les comptes d'une société, ce qui touche au principe fondamental de la comptabilité à savoir l'image fidèle. La question qui se pose est si la comptabilité d'intention, comme étant un embellissement de l'information financière, d'où une violation des principes de la comptabilité, peut être légale et conforme aux dispositions réglementaires en vigueur.

REFERENCES / BIBLIOGRAPHIE

- [1] ADEGE Pierre : Habiller ses comptes. L'Entreprise n° 106, juillet-août 1994, pp. 82-85
- [2] Akerlof, G. A. (1978). The market for "lemons": Quality uncertainty and the market mechanism. In *Uncertainty in economics* (pp. 235-251). Academic Press.
- [3] Ali Shah, S. Z., Butt, S. A., & Bin Tariq, D. Y. (2011). Use or abuse of creative accounting techniques. *International Journal of Trade, Economics and Finance*, 2(6).
- [4] Alzakra, M. F., & Mehaouat, L. (2018). L'impact de l'application des méthodes comptables créatives sur les états financiers
- [5] AUDAS Janin : Le window-dressing ou l'habillage des bilans. *Option finance* n° 242, 18 janvier 1993, p. 29.
- [6] BERTOLUS Jean-Jérôme : L'art de truquer un bilan. *Science & vie économie* n° 40, juin 1988, pp. 17-23.
- [7] Casta, J. F., & Ramond, O. J. (2009). Politique comptable des entreprises.
- [8] Colasse, B. (1992). Lorsque la comptabilité créative se met à dérapier. *Libération*, 15.
- [9] Dagorn, N., Biot-Paquerot, G., & Didierjean, A. (2013). Peut-on faire mentir les chiffres? L'embellissement des informations financières par la comptabilité d'intention. *Revue française de gestion*, (2), 87-101.
- [10] Hussey, R., & Ong, A. (1996). Creative Accounting. *Credit Control*, 17, 16-20.
- [11] Jensen, M. C., & Meckling, W. H. (2019). Theory of the firm: Managerial behavior, agency costs and ownership structure. In *Corporate governance* (pp. 77-132). Gower.
- [12] Jotrau, B. (2018). Le point de vue de l'expert-comptable. *Gestion et finances publiques*, (3), 112-114.
- [13] JOUALI, Y. (2019). Politique de Distribution de Dividende et pratiques de la Comptabilité Créative. *Revue d'Etudes en Management et Finance d'Organisation*, 4(2).
- [14] JOUALI, Y., & FARACHA, A. (2021). Pratiques de La Comptabilité Créative au Maroc : Gouvernance des entreprises et indicateurs de Détection Et De Prévention. *Revue Internationale des Sciences de Gestion*, 4(1).
- [15] Le Maux, J., Smaili, N., & Ben Amar, W. (2013). De la fraude en gestion à la gestion de la fraude: une revue de la littérature. *Revue française de gestion*, (2), 73-85.
- [16] Lefrancq, S. (2009). La comptabilité, la communication financière et la fraude: quelques éléments d'analyse du cas de la Société Générale. *Comptabilité-Contrôle-Audit*, 15(2), 37-59.

- [17] Mautz, R. K. (1972). Toward a philosophy of auditing.
- [18] Noël*, C. (2005). La comptabilité est-elle morale?. *L'Expansion Management Review*, (3), 79-86.
- [19] Saint-Amans, P. (2014). La fiscalité des entreprises: un combat contre l'optimisation fiscale. *Après-demain*, (1), 33-34.
- [20] Schuessler, K. F., & Cressey, D. R. (1950). Personality characteristics of criminals. *American journal of Sociology*, 55(5), 476-484.
- [21] Shabou, R., & Boulila Taktak, N. (2002). Les déterminants de la comptabilité créative: étude empirique dans le contexte des entreprises tunisiennes. *Comptabilité-Contrôle-Audit*, 8(1), 5-24.
- [22] SILBERT Nathalie : Club Méditerranée - Le nettoyage des comptes. *La vie française*, 1er au 7 <février 1994, p. 12
- [23] Stolowy, H. (1994). Existe-t-il vraiment une comptabilité créative?. *Revue de droit comptable*, 94(4), 79-107.
- [24] Sutherland, E. H. (2017). White-collar criminality. In *White-Collar Criminal* (pp. 3-19). Routledge.
- [25] Vangah, Y. C. A. (2017, May). Les raisons de la comptabilité créative dans les entreprises ivoiriennes à travers une démarche par les entretiens. In *Accountability, Responsabilités et Comptabilités* (pp. cd-rom).
- [26] Williamson, O. E. (Ed.). (1995). *Organization theory: from Chester Barnard to the present and beyond*. Oxford University Press.