



L'USAGE DE L'INTERNET DANS LES CABINETS D'EXPERTISE COMPTABLE : UN ESSAI D'OBSERVATION ET D'EXPLICATION

Thouraya TRIGUI

Docteur en Sciences de Gestion
CREGOR-Université Montpellier II
Place Eugène Bataillon-34095 Montpellier Cedex 5
thouraya.trigui@laposte.net

Philippe CHAPPELLIER

Maître de Conférences
CREGOR-Université Montpellier II
Place Eugène Bataillon-34095 Montpellier Cedex 5
Philippe.Chapellier@univ-montp2.fr

Résumé

Cet article a pour objectif d'étudier le comportement d'usage de l'Internet par les experts-comptables, dirigeants de petits et moyens cabinets d'expertise comptable (PMCEC), dans le cadre de leur environnement professionnel afin de confirmer ou d'infirmer l'hypothèse d'un possible « déterminisme technologique ». L'étude de terrain réalisée par questionnaire auprès de 283 experts-comptables révèle tout d'abord que les experts-comptables s'approprient Internet de manière différenciée. L'analyse typologique fait émerger trois profils d'experts-comptables : les « spécialistes », les « pragmatiques » et les « suiveurs ». Elle révèle ensuite que les facteurs organisationnels retenus n'influencent pas de manière similaire les types d'usages identifiés.

Mots clés : Internet - Petits et moyens cabinets d'expertise comptable (PMCEC) – Usage – Typologies - Facteurs organisationnels.

Abstract

The aim of this paper is to study the Internet usage by Chartered Accountant, managers of small and medium sized accounting firms (SMAFs) in their professional environment, in order to reject or to confirm the assumption of possible "technological determination". The empirical survey conducted by questionnaire into 283 Chartered Accountants reveals firstly that Chartered Accountants appropriate Internet differently. A cluster analysis has been applied and three profiles of Chartered Accountants have emerged based on their Internet use: "the specialists", "the pragmatics" and "the followers". It then reveals that the organizational which have been selected do not influence similarly the identified type of use.

Key-words : Internet - Small and medium Sized Accounting Firms (SMAFs) - Use - Cluster analysis - Organizational factors.

INTRODUCTION

Les cabinets d'expertise comptable français se trouvent actuellement confrontés à une augmentation de l'incertitude. Une concurrence accrue (recouvrement des marchés-produits-clients pour les missions annexes avec d'autres professions), l'apparition de progiciels comptables plus simples permettant aux entreprises clientes de faire elles-mêmes certaines tâches comptables, et une clientèle plus exigeante (plus attentive à la relation de service en termes de disponibilité, de réactivité, d'écoute), amène la profession comptable à réfléchir à une réorientation de ses pratiques (Vézina et al, 1998 ; Vézina et Fortin, 2002).

Plusieurs travaux réalisés sur le thème des technologies de l'information confirment que celles-ci offrent aux organisations de nombreuses opportunités d'innovation, de création de valeur et d'amélioration de la performance (Gadille et Urbarne, 2000 ; Benghozi et al, 2000 ; Bia et Kalika, 2003). Les opportunités liées à l'Internet plus particulièrement semblent être nombreuses et son usage dans les petits et moyens cabinets d'expertise comptables (PMCEC) pourrait en ce sens être porteur d'une nouvelle logique de fonctionnement susceptible de les aider à conserver leur place sur le marché (Chapellier, 2003).

Dans quelle mesure et pour réaliser quels types de tâches Internet est-il actuellement utilisé dans les cabinets d'expertise comptable ? La littérature n'apporte pas de réponses claires et convergentes sur la question. Si les apports potentiels de l'outil d'une part, et les pressions externes (du Conseil Supérieur de l'Ordre et de l'administration fiscale notamment) d'autre part, suggèrent que les experts-comptables devraient intensément utiliser Internet dans leur métier, les modifications organisationnelles qui en découlent (saisie en temps réel, modalités de contact avec le client...), pourraient profondément limiter son usage.

Les objectifs de cet article se résument à deux propositions :

- Repérer et décrire les pratiques d'usage de l'Internet dans les PMCEC : Usage homogène ou différencié ? Usage basique ou évolué ? Usage neutre ou innovant ?
- Chercher les éléments explicatifs des pratiques ainsi observées.

En essayant de répondre à ces questions, nous souhaitons aboutir à une meilleure compréhension de l'usage de l'Internet dans les PMCEC. Plusieurs chercheurs avancent qu'il existe une logique d'intégration des TIC propre à chaque secteur (Genthon et Arcangeli, 1997 ; Folacci et Lemoncini, 2003). Alors que les entreprises industrielles intègrent les technologies dans leur système de production sans que l'utilisateur ne soit directement concerné, il en va tout autrement pour la firme de services en raison de la place du client dans le processus de production du service : le client constitue un co-producteur à part entière (Chase, 1981 ; Eiglier et Langeard, 1975 ; Lovelock et Young, 1979). Cette spécificité organisationnelle contraint l'entreprise de services à prendre en compte les niveaux et degrés d'acceptation des clients (Munos, 2004).

La première partie de l'article décrit l'usage que font au quotidien les experts-comptables de l'outil Internet. Dans un second temps, nous identifions les facteurs susceptibles d'influencer cet usage. La littérature fait apparaître à ce sujet deux types de facteurs : les facteurs individuels issus des théories comportementales (Ajsen et Fishbein, 1980 ; Davis, 1986 ; Triandis, 1980) d'une part et les facteurs organisationnels d'autre part. Nous nous limitons dans cet article aux déterminants organisationnels.

Pour atteindre ces objectifs, une enquête a été réalisée en partenariat avec le Conseil Supérieur de l'Ordre des Experts-Comptables (CSOEC). L'objet de l'étude étant d'observer l'usage de l'Internet dans un grand nombre de cabinets, d'en dégager une typologie des pratiques et d'identifier les facteurs explicatifs déterminants, la méthode de recueil de données choisie a été l'enquête par questionnaire. Celui-ci a été administré par voie électronique à partir du site du CSOEC et retourné, par les experts, par courrier ou par fax. Nous avons reçu 283 réponses exploitables de PMCEC. Nous entendons par PMCEC, tout cabinet comptable établi en France, inscrit à l'Ordre des Experts-Comptables et disposant d'un effectif ne dépassant pas 50 salariés. Sont donc exclus de notre champ de recherche les cabinets de plus de 50 salariés (notamment les « big four ») dont les pratiques sont rendues spécifiques de par leur taille et leur culture.

1- L'USAGE DE L'INTERNET DANS LES PMCEC : UN USAGE HETEROGENE MAIS SIGNIFICATIF

Deux composantes sont généralement prises en compte par les chercheurs en système d'information pour évaluer l'utilisation des TIC : le degré d'utilisation et la diversité d'utilisation.

Le degré d'utilisation des technologies est mesuré à l'aide de divers indicateurs. Thompson et al (1991) l'ont évalué en mesurant la durée des sessions de travail et la fréquence d'utilisation de l'ordinateur. Schewe (1976) s'est concentré sur le nombre de rapports d'information générés par le système. Vézina (1995) a retenu la variété, la diffusion et l'intensité de l'utilisation.

La diversité d'utilisation est, quant à elle, le plus souvent évaluée par le nombre de fonctionnalités exploitées de la TIC et par les tâches pour lesquelles celles-ci sont utilisées. Des chercheurs (Thompson et al 1991 ; Igbaria ; 1990 ; 1993 ; Igbaria et al ; 1995 ; Igbaria et al, 1997) apprécient ainsi la diversité de l'utilisation des ordinateurs personnels, par le nombre de logiciels utilisés et par le nombre de tâches effectuées à l'aide des ordinateurs (prise de décision, planification, budgétisation, etc...). D'autres évaluent la diversité d'utilisation de la messagerie électronique par la variété des actions pour lesquelles elle est employée : envoi de messages personnels, utilisation des listes de distribution, utilisation de l'agenda... (Straub et al, 1995 ; Barillot ; 1996).

Dans notre recherche, l'utilisation est appréciée par la diversité. Celle-ci est évaluée à l'aide d'une échelle de 20 items comprenant cinq choix de réponses. Chacun des 20 items correspond à une situation d'utilisation potentielle d'Internet.

1-1 Une hiérarchie des usages avec une banalisation des pôles communicationnel et informationnel

Les résultats montrent tout d'abord qu'aucun expert-comptable ne se dispense de tout usage de l'Internet. Un usage basique de l'outil est au minimum présent dans chacun des 283 cabinets étudiés.

Ce constat s'accompagne toutefois d'une forte hétérogénéité dans les degrés d'usage observés. Les experts-comptables ne se cantonnent pas à une application spécifique mais sont investis dans un usage diversifié de l'Internet. Une analyse en composante principale des

différentes situations d'usage nous a permis de classer les pratiques d'usages en quatre groupes (Trigui, 2008) :

- **Les usages incontournables** : communiquer avec les collaborateurs, clients, confrères, transmettre des documents de gestion, transmettre des bulletins de paie, transférer des fichiers de toutes formes ;

- **Les usages courants** : rechercher des informations, mettre à jour la documentation fiscale, comptable et juridique, mettre à jour les logiciels, traiter les formulaires administratifs ;

- **Les usages demandant une démarche plus élaborée** : télétransmettre les déclarations fiscales, récupérer à distance les extraits bancaires des clients, télédéclarer en ligne avec un certificat de TVA, obtenir des pièces comptables scannées puis envoyées par les clients ;

- **Les usages encore marginaux** : gérer l'organisation interne du cabinet, réaliser des adressages multiples, créer un agenda des obligations fiscales et sociales, accéder à des bases de données partagées, mettre la comptabilité en ligne, travailler à distance.

L'analyse approfondie des différentes dimensions d'utilisation de l'Internet montre que l'usage d'Internet par les experts-comptables est banalisé autour de deux pôles : la communication et la veille informationnelle. La majorité des experts-comptables utilise intensément ou très intensément Internet pour communiquer avec les clients, transférer des fichiers, rechercher des informations, mettre à jour la documentation fiscale, comptable et juridique, mettre à jour les logiciels, ou traiter des formulaires. Une grande partie des experts-comptables interrogés utilise également Internet à des fins administratives (télétransmettre les déclarations fiscales, sociales, récupérer à distance les extraits bancaires des clients) pour améliorer leur processus d'échanges avec l'administration fiscale et les banques. En revanche, une faible minorité de cabinets utilise Internet pour accéder à des bases de données partagées ou pour permettre à ses clients de visualiser leur comptabilité en ligne. Un accès immédiat et à toute heure aux informations comptables pourrait pourtant réduire l'intensité des critiques formulées par les dirigeants quant à la fréquence et aux délais d'accès aux données. Cela pourrait donner une valeur supplémentaire à l'information comptable. Mais seule une minorité d'experts-comptables offre aujourd'hui ce service à ses clients (Chapellier et Trigui, 2007).

Au final, l'usage d'Internet par les experts-comptables relève plus de comportements d'amélioration des routines (améliorer les processus d'échange du cabinet avec les clients et l'administration, réaliser de la veille informationnelle, mettre à jour des logiciels...) que de comportements d'innovation plus radicaux (Chapellier et Trigui, 2007). Ce résultat renvoie au dilemme exploitation/exploration mis en avant par March (1991) : « L'essence de l'exploitation est le perfectionnement et l'extension des compétences, technologies et paradigmes existants. Ces effets sont positifs, rapides et prévisibles. L'essence de l'exploration est l'expérimentation de nouvelles alternatives. Ces effets sont incertains, à long terme et souvent négatifs ». La plupart des experts privilégie l'exploitation à l'exploration. Des services quasi-généralisés dans des branches d'activités finalement assez proches (banques, assurances, bourses, etc.) ne sont que faiblement diffusés dans les cabinets d'expertise comptable. Il apparaît au total que si l'innovation technologique que constitue Internet semble maintenant le plus souvent absorbée, les innovations organisationnelles qui en

découlent dans le cadre de certaines applications avancées (comme la comptabilité en ligne ou la mise en place de bases de données partagées) n'ont, le plus souvent, pas encore été réalisées.

1-2 Une typologie des experts-comptables selon leur usage de l'Internet

L'étude révèle ensuite que, loin d'être un groupe homogène, les experts-comptables s'approprient Internet de manière variée. Une classification ascendante hiérarchique (classification Two-Step)¹, réalisée sur la base des coordonnées des individus identifiés par l'ACP, a fait ressortir trois profils d'experts-comptables en fonction de l'usage qu'ils font de l'Internet (Trigui, 2008) : « les spécialistes », « les pragmatiques » et « les suiveurs ». Alors que les suiveurs se limitent à un usage très réduit de l'Internet, les pragmatiques s'inscrivent pleinement dans une logique d'usages de type utilitaire et fonctionnel : ils s'orientent plutôt vers les usages courants et ceux demandant une démarche plus élaborée. Les spécialistes s'adonnent quant à eux à un ensemble de pratiques diversifiées. Ils utilisent Internet dans toutes les situations et de manière intensive.

Cependant, il est intéressant de noter que les spécialistes ne représentent que 15% de l'échantillon. Bon nombre d'experts-comptables de notre échantillon sont de type « pragmatique » (43,2%) ou « suiveur » (41%). Les raisons sont diverses : soit ils se désintéressent de l'univers de l'Internet, soit ils ne se sentent pas assez « pointus » pour s'engager dans des usages diversifiés de l'Internet, soit les transformations organisationnelles qui en découlent dans le cadre de certaines applications avancées (comptabilité en ligne, agenda partagé...), n'ont pas encore été réalisées.

Au total, l'hétérogénéité des pratiques ainsi observées rejette l'hypothèse d'un possible « déterminisme technologique » et confirme que les experts-comptables, supposés former un groupe homogène, puisqu'ils ont suivi la même formation, sont soumis aux mêmes règles déontologiques et aux mêmes normes professionnelles et sont réunis au sein d'une même institution qui régit leurs missions, ne le sont pas. Ils ne sont pas identiques face à Internet. Il convient maintenant d'essayer d'expliquer les différences d'usage ainsi observées.

2- LES DETERMINANTS ORGANISATIONNELS DE L'USAGE DE L'INTERNET DANS LES PMCEC

L'objectif de cette deuxième partie consiste à identifier les facteurs organisationnels susceptibles de faire varier l'usage de l'Internet tel qu'il est décrit dans la première partie.

La littérature fait apparaître à ce sujet deux catégories de facteurs à savoir les déterminants individuels qui sont liés aux caractéristiques propres de l'utilisateur et les déterminants organisationnels qui sont liés aux caractéristiques du contexte organisationnel dans lequel la firme opère.

¹ La procédure d'analyse Two-Step est un outil d'exploration conçu pour révéler des groupements naturels (classes) au sein des fichiers de données.

L'observation de la littérature permet de constater que si une majorité de chercheurs en système d'information s'est focalisée sur des déterminants individuels en empruntant des modèles issus des théories psychologiques, d'autres ont montré que l'effet des caractéristiques organisationnelles est tout aussi déterminant dans le processus d'adoption d'une technologie (Skhiri, 2000). Nous avons décidé de nous intéresser dans cet article uniquement aux variables organisationnelles en analysant leur impact sur l'usage de l'Internet dans les PMCEC.

Plusieurs recherches empiriques menées auprès des PME ont mis en évidence un certain nombre de dimensions organisationnelles qui peuvent influencer l'adoption des technologies de l'information (Julien et Raymond, 1994 ; Kirby et Turner, 1993 ; Iacovou et al, 1995 ; Thong et Yap, 1995 ; Harrison et al, 1997 ; Van Akkeren et Cavaye, 1999). En nous inspirant de cette littérature, nous avons dégagé les facteurs que nous jugeons importants pour notre étude. Le cadre conceptuel illustré dans la figure 1 résume les différentes variables retenues et nous servira de base fondamentale dans la réalisation de notre étude empirique.

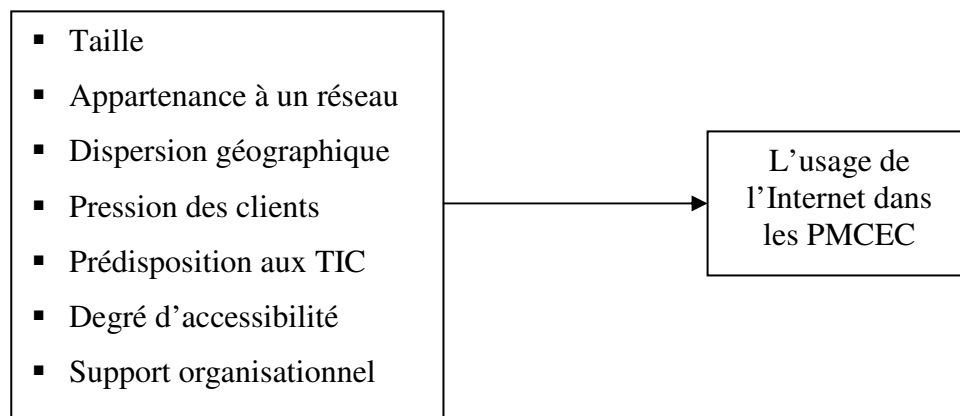


Figure 1 : Modèle conceptuel de la recherche

2-1 Les hypothèses de la recherche

La taille du cabinet : De nombreux auteurs relèvent l'existence d'une relation positive entre la taille de l'entreprise et l'adoption des technologies de l'information (Thong et Yap, 1995 ; Julien et Raymond, 1994 ; Harrison et al, 1997). Teo et Tan (1998) identifient les grandes entreprises comme étant mieux prédisposées à les adopter. Nous pensons donc que les cabinets de taille moyenne sont susceptibles d'utiliser Internet dans une plus grande mesure que les petits. Notre hypothèse en lien avec cette vision est donc :

H1 : Il existe une relation significative entre la taille du cabinet et l'usage de l'Internet dans les PMCEC.

L'appartenance à un réseau : Ce facteur s'apparente à ce que Triandis (1980) nomme les facteurs sociaux. Plusieurs études réalisées sur l'utilisation des TIC ont démontré que les facteurs sociaux ont une influence sur le comportement de l'individu envers une technologie (Thompson et al, 1991 ; Campeau et Higgins, 1991 ; Bergeron et al, 1992 ; Hartwick et Barki, 1994 ; Taylor et Todd, 1995 ; Limayem et Chabchoub, 1999 ; Cheung et al, 2000).

L'appartenance à un réseau est un indicateur de l'influence sociale. Dussuc (2000) définit le réseau comme « un ensemble d'organisations ou d'individus engagés réciproquement dans des transactions récurrentes régulées selon un mode de coordination ». Il ajoute que le réseau se présente comme la création d'un espace d'interactions, de confrontations, d'échanges et d'enrichissement des différents types de savoir et de compétences disponibles. Le travail en réseau est simplifié par les progrès réalisés dans les TIC. Les TIC facilitent l'échange des données et l'accès aux informations, indépendamment de l'emplacement géographique des individus.

Nous pensons que les experts-comptables travaillant dans des cabinets appartenant à un réseau sont amenés à utiliser Internet pour des besoins d'échange, de coordination, de travail collaboratif afin d'obéir au mode de coopération exigé par l'approche réseau. Nous formulons l'hypothèse suivante :

H2 : Il existe une relation significative entre l'appartenance à un réseau et l'usage de l'Internet par les PMCEC.

Dispersion géographique : Plusieurs chercheurs ont montré que le caractère multi-établissements d'une entreprise est à la source d'une utilisation intensive des TIC afin de faciliter la coordination des différentes unités (Galliano et al, 2001, Galliano et Roux, 2006). De même, Conrath (1973), Steinfield et Fulk (1986) et Trevino et al (1987) ont montré que l'utilisation de la messagerie électronique est liée à la dispersion géographique des individus. Ceci nous permet de formuler l'hypothèse selon laquelle :

H3 : Il existe une relation significative entre le nombre de sites physiques et l'usage de l'Internet par les PMCEC.

Pression des clients : Plusieurs chercheurs affirment que le dirigeant d'une petite entreprise serait plus disposé à adopter une technologie innovante s'il en perçoit la demande spécifique de la part de ses fournisseurs et/ou de ses clients actuels ou potentiels. Si cette pression externe n'est pas présente, le dirigeant pourrait recevoir la technologie comme un gaspillage de ressources et de temps (Thong et Yap, 1995 ; Iacovou et al, 1995). Le dirigeant d'une petite entreprise pourrait en outre refuser d'adopter une nouvelle technologie s'il perçoit que le niveau socio-économique de sa clientèle pourrait l'empêcher de bénéficier des avantages de cette technologie (Kirby et Turner, 1993).

Dans les cabinets d'expertise comptable, le client occupe une place importante dans le processus de production du service (le client constitue un co-producteur à part entière) et par conséquent l'usage de l'Internet dans ces cabinets est fortement lié aux degrés d'acceptation des clients à utiliser les technologies mises à leur disposition. D'où l'hypothèse suivante :

H4 : Il existe une relation significative entre la proportion des clients avec qui les PMCEC utilisent Internet et l'usage de l'Internet dans les PMCEC.

Prédisposition aux TIC : Ce facteur se réfère au niveau des technologies déjà introduites dans l'entreprise. Plusieurs chercheurs avancent que plus la firme possède de technologies innovantes, plus la probabilité d'adoption d'autres innovations est grande car l'entreprise est déjà habituée à introduire des technologies (Iacovou et al, 1995). En revanche, s'il y a peu de technologies déjà incorporées dans l'entreprise ou si les technologies dont dispose actuellement l'entreprise sont périmées ou sous-utilisées, l'entreprise est moins préparée à introduire et à utiliser d'autres technologies. Nous pensons donc que l'avancement

technologique du cabinet influence positivement son comportement face aux nouvelles technologies. D'où l'hypothèse suivante :

H5 : Il existe une relation significative entre le degré de diffusion des TIC au sein du cabinet et l'usage de l'Internet par les PMCEC.

Le degré d'accessibilité : L'accessibilité fait partie des attributs du système lui-même (Mathieson et al, 2001). Dans cette recherche l'accessibilité fait référence à la facilité et la rapidité de la connexion. L'incapacité d'accéder à Internet pour cause de difficultés techniques ou de lenteur de connexion ou de navigation peut empêcher l'individu d'utiliser Internet même s'il développe une attitude favorable envers lui (Cheung et al, 2000 ; Zaoui et El Akremi, 2003). Ainsi nous retiendrons l'hypothèse suivante :

H6 : Il existe une relation significative entre l'accessibilité à Internet et l'usage de l'Internet par les PMCEC.

Support organisationnel : De nombreux chercheurs suggèrent que le soutien organisationnel est un facteur favorisant l'usage des TIC (Igbaria, 1990 ; Limayem et Loukili, 1994 ; Bergeron et al, 1995 ; Thompson et al, 1991 ; Igbaria et al, 1997 ; Limayem et Chabchoub, 1999). Le soutien organisationnel désigne à la fois le soutien fourni par les dirigeants et le soutien fourni par le centre informatique. Il prend généralement la forme d'un encouragement des supérieurs hiérarchiques et d'une assistance technique par des spécialistes (Igbaria, 1990, 1993 ; Bergeron et al, 1995 ; Campeau et Higgins, 1991 ; Chau 1996 ; Igbaria et al ; 1997 ; Limayem et Chabchoub, 1999 ; Cheung et al, 2000 ; Chang et Cheung, 2001). Dans notre étude, le soutien organisationnel est désigné par l'existence d'un informaticien à temps plein ou à temps partiel en interne pour assister l'expert-comptable en cas de difficultés ou de problèmes.

H7 : Il existe une relation significative entre le support organisationnel et l'usage de l'Internet dans les PMCEC.

2-2 Les résultats

Les hypothèses ont été testées à l'aide du modèle linéaire général (MLG) : MANCOVA. Ce modèle est adapté à l'étude des relations entre une variable à expliquer quantitative et un ensemble de variables explicatives « mixtes » (quantitatives et qualitatives). Les facteurs organisationnels de notre recherche étant de nature mixte, cette méthode s'avèrait la plus adaptée.

Comme nous l'avons déjà mentionné, l'usage de l'Internet dans notre étude est apprécié par la diversité. Lors de l'analyse factorielle de l'échelle « diversité », nous avons retenu quatre dimensions qui composaient le construit diversité de l'usage de l'Internet à savoir : usages courants, usages incontournables, usages demandant une démarche plus élaborée et usages encore marginaux. La structure factorielle de cette échelle a rendu nécessaire l'étude de la relation entre les facteurs organisationnels retenus et les quatre dimensions qui sous tendent la diversité et a permis d'identifier les facteurs qui affectent chaque type d'usages.

Tableau 1 : Les résultats du modèle linéaire général

Type d'usages Variables organisationnelles	Usages incontournables de l'Internet		Usages courants de l'Internet		Usages demandant une démarche plus élaborée		Usages encore marginaux	
	F	Sig	F	Sig	F	Sig	F	Sig
Taille du cabinet (H1)	4,472	0,035**	2,399	0,123	1,288	0,257	0,104	0,748
Appartenance à un réseau (H2)	0,088	0,767	1,349	0,247	0,049	0,824	4,233	0,068*
Dispersion géographique (H3)	2,556	0,080*	2,912	0,056*	1,991	0,139	0,673	0,511
Pression des clients (H4)	13,509	0,000***	5,990	0,001**	1,991	0,139	2,912	0,072*
Prédisposition aux TIC (H5)	0,813	0,944	0,005	0,944	19,491	0,000***	2,753	0,086*
Degré d'accessibilité (H6)	5,845	0,016**	0,743	0,390	3,757	0,086*	4,278	0,040**
Soutien organisationnel (H7)	0,721	0,579	1,109	0,353	6,502	0,078*	2,232	0,066*

* $p \leq 0,1$ ** $p \leq 0,05$ *** $p \leq 0,01$

La lecture des résultats amène à un premier constat : les quatre types d'usages représentant la diversité ne sont pas influencés de manière similaire par les différentes variables organisationnelles retenues. La distinction entre usages courants, usages incontournables, usages demandant une démarche plus élaborée et usages encore marginaux apparaît donc pertinente car elle met en évidence un certain nombre de résultats qui peuvent ne pas paraître dans un indicateur global mesurant la diversité. Certaines variables qui sont significatives pour un type d'usages, ne le sont pas pour d'autres.

La variable « taille du cabinet » n'est discriminante que pour les usages incontournables qui répondent à un besoin de coordination avec les clients et les collaborateurs. Les résultats montrent que les cabinets de plus grande taille utilisent plus intensément Internet pour répondre à ces besoins que ceux de taille plus modeste.

L'appartenance à un réseau n'affecte que les usages encore marginaux. Le fait d'appartenir à un réseau incite le cabinet à s'engager dans des usages poussés de l'Internet, indépendamment des autres facteurs, afin d'obéir aux exigences de l'approche réseau. En revanche, ce facteur ne semble pas impacter les autres types d'usages.

La dispersion géographique mesurée par le nombre de sites physiques influence à la fois les usages courants et les usages incontournables. La complexité de la structure de l'organisation (cabinet multi-établissements) engendrant des besoins de recherche d'informations, de communication et de coordination spécifiques, favorise ainsi l'usage de l'Internet (Galliano et Roux, 2006 ; Forman et al, 2005, Galliano et al, 2005).

La pression des clients influence significativement les usages courants, les usages incontournables et les usages encore marginaux. Plus le nombre de clients avec qui l'expert-comptable utilise Internet est grand, plus l'usage de l'Internet est important.

L'état technologique qui caractérise le cabinet et le soutien organisationnel semblent quant à eux impacter à la fois les usages demandant une démarche plus élaborée et les usages encore marginaux. En effet, les experts-comptables qui sont déjà habitués à utiliser d'autres technologies d'une part et qui disposent d'une personne disponible à temps plein ou à temps

partiel pour les assister en cas de problème d'autre part, s'engageront plus facilement dans des usages plus poussés de l'Internet.

Enfin, l'étude révèle qu'un accès rapide et facile à Internet favorise les usages incontournables, ceux demandant une démarche plus élaborée et ceux encore marginaux. En revanche, l'accessibilité n'a pas d'effet sur les usages courants de l'Internet.

La confirmation ou l'infirmité de nos hypothèses est présentée dans le tableau ci-après. Il convient de rappeler que nos hypothèses de départ ont subi des modifications pour tenir compte de la structure factorielle de l'échelle « diversité d'usage ». Chaque hypothèse de départ a ainsi été remplacée par quatre hypothèses sous-jacentes.

Tableau 2 : Récapitulatif de la relation entre les facteurs organisationnels et les types d'usages de l'Internet par les experts-comptables dans les PMCEC

Variables organisationnelles	Types d'usages	Usages incontournables de l'Internet	Usages courants de l'Internet	Usage demandant une démarche plus élaborée	Usages encore marginaux
Taille du cabinet (H1)		Vérfiée (+)	Non vérifiée	Non vérifiée	Non vérifiée
Appartenance à un réseau (H2)		Non vérifiée	Non vérifiée	Non vérifiée	Vérfiée
Dispersion géographique (H3)		Vérfiée	Vérfiée	Non vérifiée	Non vérifiée
Pression des clients (H4)		Vérfiée (+)	Vérfiée (+)	Non vérifiée	Vérfiée
Prédisposition aux TIC (H5)		Non vérifiée	Non vérifiée	Vérfiée (+)	Vérfiée
Degré d'accessibilité (H6)		Vérfiée (+)	Non vérifiée	Vérfiée	Vérfiée (+)
Soutien organisationnel (H7)		Non vérifiée	Non vérifiée	Vérfiée	Vérfiée

CONCLUSION

L'objectif de cet article est de mieux comprendre le comportement d'usage de l'Internet par les experts-comptables dans les PMCEC français. Dans une première partie, nous avons tenté de décrire les pratiques d'usage de l'Internet dans les PMCEC et de repérer des similitudes dans les cas observés pour proposer une typologie des usages et une typologie des experts-comptables. Dans un second temps, nous avons essayé d'identifier les facteurs organisationnels susceptibles d'influencer les pratiques ainsi observées.

L'étude de terrain réalisée auprès de 283 PMCEC révèle que :

- Les experts-comptables ne se cantonnent pas à une application spécifique mais sont investis dans un usage diversifié de l'Internet. Une analyse en composante principale des différentes situations d'usage a permis de classer les pratiques d'usage de l'Internet dans les PMCEC en quatre groupes : usages courants, usages incontournables, usages demandant une démarche plus élaborée et usages encore marginaux.
- Les experts-comptables s'approprient Internet de manière différenciée. L'analyse typologique a fait émerger trois profils d'experts-comptables aux usages bien distincts de l'Internet : les « spécialistes », les « pragmatiques » et les « suiveurs ».
- Les quatre types d'usages identifiés ne sont pas influencés de manière similaire par l'ensemble des facteurs organisationnels retenus. L'appartenance à un réseau n'affecte par exemple que les usages encore marginaux alors que la dispersion géographique influence les usages courants et incontournables et que le degré d'accessibilité de l'outil impacte à la fois les usages incontournables, ceux demandant une démarche plus élaborée et ceux encore marginaux.

La question qui reste posée est celle de l'impact des pratiques d'usage de l'Internet sur la performance de l'expert-comptable et de son cabinet. La réponse à cette question est certainement très contingente. Ce constat souligne la nécessité de multiplier les contextes d'études. Un projet sur le thème pour 2009 est en cours de mise en place avec le Conseil Supérieur de l'Ordre des Experts-Comptables.

RÉFÉRENCES BIBLIOGRAPHIQUES

Ajzen, I., Fishbein, M (1980), *Understanding Attitudes and Predicting Social Behavior*, Englewood Cliffs, New Jersey: Prentice Hall.

Barillot, P (1996), *Les facteurs déterminants du succès d'un système de messagerie électronique textuelle : sélection, satisfaction et influence du média dans le contexte des organisations municipales*, Thèse de Doctorat nouveau régime en Sciences de Gestion, Université de Poitiers, Institut d'Administration des Entreprises.

Benghozi, P.J., et Vaast, E (2000), "Intranets et entreprises: technologie, apprentissages et organisation de la cohérence," 5ème colloque AIM, Montpellier

Bergeron, F., Raymond, L., Rivard, S et Gara, M.F (1992), « Understanding EIS use: An empirical test of a behavioural model », *Hawaii International Conference on System Sciences*, Hawaii, January 7-10, p157-165.

Bia, M., Kalika, M (2003), « Les chartes d'utilisation des TIC : facteurs organisationnels de contingence d'une pratique émergente en Des », *European & Mediterranean Conference on Information System*, July.

Breageard, E (2000), *Nouvelles technologies et choix d'une servuction par les clients : une application au domaine des services bancaires*, Thèse de Doctorat de Gestion, Université d'Aix Marseille.

Campeau, D. R., Higgins, C. A (1991), "A social cognitive theory perspective on individual reactions to computing technology", *Proceedings of the International Conference of Information Systems*, New York, pp187-198.

Chang, M.K., Cheung, W (2001), "Determinants of the intention to use Internet/WWW at work: a confirmatory study", *Information & Management*, Volume 39, p1-14.

Chapellier P. (2003) « Les apports potentiels d'Internet à la mission de l'expert-comptable dans les PE », *Revue Comptabilité, Contrôle, Audit*, Tome 9, Volume 2.

Chapellier, P, Trigui, T, (2007), « Internet et la relation entre l'expert-comptable et le dirigeant d'entreprise », *Revue Française de Comptabilité*, N°395, Janvier, p42-48.

Chase, R.B (1981), « The consumer contact approach to services: theoretical bases and practical extensions » *Operation Research*, Volume 29, N° 4.

Cheung, W., Chang, M.K., Lai, V.S (2000), "Prediction of Internet and Wold Wide Web usage at work: a test of an extended Triandis model", *Decision Support Systems*, Volume 30, pp83-100;

Conrath, D (1973), "Communication environment and its relationship to organizational structure", *Management Science*, Volume 20, pp. 586-603.

Davis, F.D (1986), "A technology acceptance Model for empirically testing new end user information systems: theory and results", *Doctoral Dissertation*, MIT Sloan School of Management, Cambridge, MA.

Dussuc, B (2000), « Une vision processuelle des réseaux d'entreprises », *Actes du colloque de l'AIMS*, Montpellier

Eiglier, P., Langeard, E (1975), "Une approche nouvelle du marketing des services", *Revue Française de Gestion*, Volume 2.

Folacci, E., Lemoncini, S (2003), " La diffusion et les usages des TIC par les petites et les moyennes entreprises : une analyse comparative par taille et par secteur d'activité », *Economie et Société*, N° 13, mai.

Gadille, M., Iribarne, A (2000), « La diffusion d'Internet dans les PME : motifs d'adoption dans les réseaux et ressources mobilisées », In *Réseaux*, volume 104, N° 18, "Internet et entreprise", p. 60-92.

Galliano, D., Roux, P (2006), "Les inégalités spatiales dans l'adoption des TIC : le cas des firmes industrielles françaises", *Revue Economique*, volume 57, N°6, novembre.

Galliano, D., Roux, P. et Soulie, N (2005), " La diffusion des TIC au sein des espaces ruraux : Analyse nationale et éclairage régional ", communication au colloque " Territoire et enjeux du développement régional " de l'INRA, Lyon, 9-11 mars.

Galliano, D., Roux, P et Filippi, M (2001), "Organisational and spatial determinants of ICT adoption : the case of French industrial firms", *Environment and Planning* , Volume 33.

Genthon, C., Arcangeli, F (1997), « Diffusion des nouveaux outils de communication : une comparaison France Italie », *Systèmes d'Information et de Management*, N°3.

Harrison.D.A, Mykytyn.P.P, Rienenschneider.C.K (1997), "Executive decisions about IT adoption in small business: Theory and empirical tests", *Information Systems Research*, Volume 8, N° 2, June.

Hartwick, J et Barki, H (1994), « Explaining the role of user participation in information system use », *Management Science*, Volume 40, N° 3-4.

Iacouvou, C.L., Benbasat, I., Dexter, A.A (1995), "Electronic data interchange and small organisation: adoption and impact of technology" *MIS Quarterly*, Volume 19, N° 5, December.

Igbaria, M (1990), « End-User computing effectiveness: A Structural Equation Model », *Omega*, volume18, N°.6, pp. 637-652.

Igbaria, M (1993), *User Acceptance of Microcomputer Technology: an Empirical Test. OMEGA. International Journal of Management Science*, Volume 2, N°1, pp73-90.

Igbaria, M., Guimaraes, T., Davis, G (1995), « Testing the determinants of microcomputer usage via a structural equation model", *Journal of Management Information Systems*, Volume 11, Iss 4, march.

Igbaria, M., Zinatelli, N., Cragg, P. and Cavaye, A. L (1997), "Personal computing acceptance factors in small firms: A structural equation model". *MIS Quarterly*, Volume 21, N°3, pp279-300.

Julien, P.A., Raymond, L (1994), "Factors of new adoption in the retail section", *Entrepreneurship: Theory and Practise*, Summer, Volume 18, N° 5.

Kirby.D., Turner.M (1993), "It and the small retail business", *International Journal of Retail and Distribution Management*, Volume 21, N° 7.

Limayem, M., Chabchoub, N (1999), « Les facteurs influençant l'utilisation d'Internet dans les organisations canadiennes », *Systèmes d'Information et Management*, Volume 4, N° 1.

Limayem, M., Loukili, A (1994) « Outils GLAO : facteurs influençant l'utilisation », Documents de travail 94-47, faculté des Sciences Administratives, Université Laval.

Lovelock C.H., Young R.F. (1979), Look to Consumers to Increase Productivity, *Havard Business Review*, May-June, p. 168-178.

March, J.G (1991), «Exploration and Exploitation in Organizational Learning », *Organization Science*, volume 2, Iss. 1, pp. 71-87

Munos, A (2003), *L'interface client dans la distribution multi-canal : implications pour le management des services*, Thèse de Doctorat en Sciences, Université Méditerranée.

Munos, A (2004), "L'utilisation des canaux à distance : le point de vue des dirigeants", XIV Conférence RESER : TIC et relations de services dans une économie globalisée, 23-24, septembre, Castres.

Schewe, C.D (1976), "The Management Information System User: An Exploratory Behavioral Analysis," *Academy of Management Journal*, Volume 19, pp. 577-589

Skhiri M, (2000), « Adoption des innovations en technologie de l'information par les entreprises internationales », Mémoire de maîtrise, Montréal

Steinfeld, C.W., Fulk, J (1986), "Task demands and managers use of communication media: an information processing view" Paper presented at the 1986 Meeting of the Academy of Management Organisational Communication Division, Chicago, IL.

Straub, D.W., Limayem, M., et Karahanna-Evaristo, E (1995), "Measuring System Usage: Implications for Information System Theory Testing," *Management Science*, Volume 41, N°8, pp. 1328-1342.

Taylor, S., Todd, P (1995), "Assessing IT usage: the role of prior experience", *MIS quarterly*, Volume 19, N°4, p551-570.

Teo, T.S.H, Tan, M (1998), "An empirical study of adopters and non adopters of the Internet in Singapore", *Information and Management*, volume 34, pp 339-345.

Thompson, R.L., Higgins, C.A., Howell, J.M (1991), "Personal Computing: toward a conceptual model of utilization", *MIS Quarterly*, Volume15, N°1, march, pp125-143.

Thong, J., Yap, C.S (1995), "CEO characteristics, organisational characteristics, and information technology adoption in small business" *OMEGA: The International Journal of Management Science*, Volume 23, N° 4.

Trevino, L.K., Lenge, R.H., Daft, R.L (1987), "Media symbolism, Media Richness and Media Choice in Organisations: A symbolic Interactionist Perspective", *Communication Research*, Volume 14, N° 5.

Triandis, H.C (1980), "Values, attitudes and interpersonal behaviour", *Nebraska Symposium on Motivation: Beliefs, Attitudes and Values*, University of Nebraska Press, Lincoln

Trigui.T (2008), *Le comportement des petits et moyens cabinets d'expertise comptable envers les TIC : essai d'observation et d'interprétation*, Thèse de Doctorat en Sciences de Gestion, Université Montpellier II.

Van Akkeren, J.K, Cavaye, A.L.M, (1999, "Factors affectin entry-level Internet technology adoption by small business in Australia- evidence from three cases", *Jounal of Systems and Information Technology*, decembre, volume 3, N°2.

VeZina, M (1995), *L'impact des technologies de l'information sur la performance : le cas des professionnels de la comptabilité*, Thèse de Doctorat, Université de Montpellier II, Sciences et Techniques de Languedoc, Institut d'administration des entreprises, Montpellier, Juin.

VeZina, M., Fortin, J (2002), « Les facteurs de succès de la mise en place d'une communauté virtuelle dans les PME de services : le cas des petits et moyens cabinets d'experts-comptables ». *Revue Internationale PME*, volume 15, N° 3-4.

Vezina, M., Fortin, J., Talbot, J et Beauregard, S (1998), « Revue de littérature et analyse des besoins en technologies de l'information des petits et moyens cabinets comptables », Réunions de Transfert du CEFRIO, Trois Rivières, novembre.

Zaoui, I., El Akremi, A (2003), « L'intention d'achat du consommateur tunisien sur Internet : Déterminants et rôle modérateur de la confiance », Actes de l'AIM, Grenoble, 21-23 Mai.