

DE L'INFORMATION COMPTABLE A LA CONNAISSANCE FINANCIERE : des années 1670 à nos jours

Rahma CHEKKAR
ATER
rahma.chekkar@univ-orleans.fr

Pierre LABARDIN
Allocataire moniteur
pierre.labardin@univ-orleans.fr

IAE d'Orléans – LOG
Faculté de DEG
Rue de Blois – BP 6739
45067 Orléans Cedex 02
Téléphone : 02.38.49.47.32. ou 02.38.41.70.28.
Télécopie : 02.38.49.48.16.

Résumé

Après avoir fait rapidement le point sur l'utilisation des termes information et connaissance, nous montrerons que la communication financière consiste en une diffusion de connaissances financières. Notre approche historique permet de comprendre comment l'information comptable a, au fil du temps, permis le développement de la connaissance financière.

Mots-clés

Information comptable - Information financière – Connaissance financière – Communication financière – Histoire.

Abstract

First of all, we will precise the use of information and knowledge. Then, we will prove that financial reporting is a way of diffusing financial knowledge. Our historic approach tries to understand how accounting information has permitted the development of financial knowledge.

Keywords

Accounting information – Financial information – Financial knowledge – Financial reporting - History

Introduction

S'il est courant de parler de communication financière en France depuis le milieu des années quatre-vingt (nombreux sont les auteurs qui ont en effet adopté cette terminologie), l'adoption de cette terminologie ne constitue pas à notre avis un simple phénomène de mode. En se substituant à la terminologie plus générale d'information comptable et financière que l'on rapproche souvent de l'idée d'obligation légale, la communication financière défend une logique différente. Ainsi, si la communication financière est souvent appréhendée comme l'ensemble des informations comptables et plus largement financières diffusées à l'initiative des sociétés, en particulier cotées [Depoers, 2000, Figure p.8], nous avons voulu soulever un questionnement sur son statut. S'agit-t-il d'un outil d'information ou d'un outil de connaissance?

Le changement de terminologie, évoqué précédemment (de la l'information comptable et financière à la communication financière) traduit, à notre avis, un changement d'intention qui s'apparente à une véritable tentative de création de connaissances, et pas uniquement d'informations, pour les partenaires de l'entreprise (et en particulier les actionnaires : actionnaires individuels et investisseurs institutionnels). Il semble que l'entreprise, afin d'influencer la représentation que se font ses partenaires de l'entreprise, a progressivement développé un outil de gestion orienté vers les relations avec ses partenaires.

Ainsi, pour répondre à la question du statut de la communication financière, nous avons adopté une démarche historique en tentant de remonter à la pratique initiale de cet outil de gestion, de façon à voir comment l'outil s'est adapté aux différents contextes de l'histoire qui le voient naître et se développer pour devenir l'outil de gestion tel que nous le connaissons aujourd'hui. Moisdon [1997] définit l'outil de gestion comme "une formalisation de l'action organisée". Une définition similaire est donnée par David [1996] pour qui l'outil de gestion est considéré comme un "dispositif formalisé permettant l'action organisée". La notion de "formalisation" est donc primordiale pour caractériser un outil de gestion.

L'outil de gestion étudié (qu'est la communication financière, même si il est un anachronisme de parler de communication financière sur toute la période étudiée) trouve alors ses racines depuis les années 1670, période à partir de laquelle se construit et commence à se formaliser le support comptable qui sert historiquement de base principale à la communication financière.

Afin de rendre compte de l'évolution du statut de la communication financière, nous avons choisi d'axer notre recherche sur la transformation des différentes composantes de l'outil de gestion initial. Ainsi, nous avons retenu une définition plus précise de l'outil de gestion. Gilbert [1998] définit un outil de gestion comme "tout moyen conceptuel ou matériel doté de propriété structurante par lequel un gestionnaire poursuivant certains buts organisationnels dans un contexte donné met en œuvre une technique de gestion". Un outil de gestion est ainsi caractérisé, à notre avis, par un **acteur** (celui qui gère l'outil), un **but**, un **support** (technique de gestion) et ceci dans un environnement donné. Il s'agira donc sur l'évolution de ces différents éléments de l'outil de gestion d'insister au cours de la période étudiée.

Le passage de l'information comptable à la communication financière apparaît alors comme la résultante de l'évolution des acteurs, des buts et des supports. Cette évolution est telle que nous observons qu'aujourd'hui il serait plus correcte de parler de connaissance financière plutôt que d'information financière. L'approche historique développée dans cet article permet alors de comprendre comment l'information comptable a, au fil du temps, permis le développement de la connaissance financière. Nous distinguerons trois grandes phases dans cette évolution : d'abord une première phase de construction de l'information comptable, ensuite celle de l'information financière, et enfin celle de la connaissance financière.

La première section apportera des précisions sur les différences conceptuelles qu'il existe entre les termes suivants : données, informations et connaissance (1). Dans une seconde section, nous rappellerons comment l'information comptable s'est construite (2). La troisième section s'intéressera à la phase suivante, autrement dit celle de la naissance et du développement de l'information financière (3) pour laisser place à la quatrième section dans laquelle il s'agira de comprendre les récentes transformations qui légitimeraient l'utilisation de l'expression connaissance financière pour se substituer à celle d'information financière (4).

1. Communication financière : Diffusion d'informations ou de connaissances ?

La distinction entre les termes d'information et connaissance nous a semblé indispensable pour comprendre la connotation différente qui s'en dégage. Il s'agira dans un premier temps de rappeler la position d'Hayek sur les notions d'information et de connaissance (1.1). Dans notre recherche sur le passage de l'information comptable à la connaissance financière, il convient d'opérer une distinction entre les trois termes suivants : la donnée, l'information ou la connaissance. (1.2). A partir de cette distinction, il s'agira de préciser si la communication financière est un processus qui survient quand un individu désire faire circuler des informations financières et/ou des connaissances financières (1.3).

1.1. Information et connaissance dans la pensée de Hayek.

Les travaux de Hayek [1937 et 1945] mettent déjà en évidence l'ambiguïté qu'il peut exister entre l'utilisation des termes d'information et de connaissance. Hayek utilise le mot "knowledge" pour traduire à la fois les deux termes que sont information et connaissance, ce qui n'est pas sans poser problème¹. En fait, le terme "knowledge" recouvre deux réalités : d'une part, un flux qui circule entre les individus, autrement dit l'information. La deuxième acception du terme "knowledge" est celle de connaissance². Elle renvoie à une théorie de la perception qui fait que chaque individu ne peut avoir qu'une perception parcellaire de son environnement : le réel n'existe pas selon Hayek, il existe simplement un certain nombre d'individus ayant une perception différente d'un même événement.

Une autre dimension des travaux de Hayek mérite notre attention : il s'agit du concept de division de la connaissance : chaque individu a une perception propre ; ainsi personne n'est en mesure d'accéder à la connaissance d'autrui. La connaissance est divisée entre les individus et aucun individu n'est à même de coordonner les connaissances individuelles. Il faut donc trouver une autre forme de coordination de ces connaissances. Hayek note à ce propos : "clairement, nous avons ici un problème de division de la connaissance qui est relativement analogue et au moins aussi important que le problème de la division du travail" [Hayek, 1937].

La distinction entre information et connaissance, et l'idée de division de la connaissance trouvent à notre avis une application directe au regard de l'histoire de la comptabilité et plus largement de la communication financière.

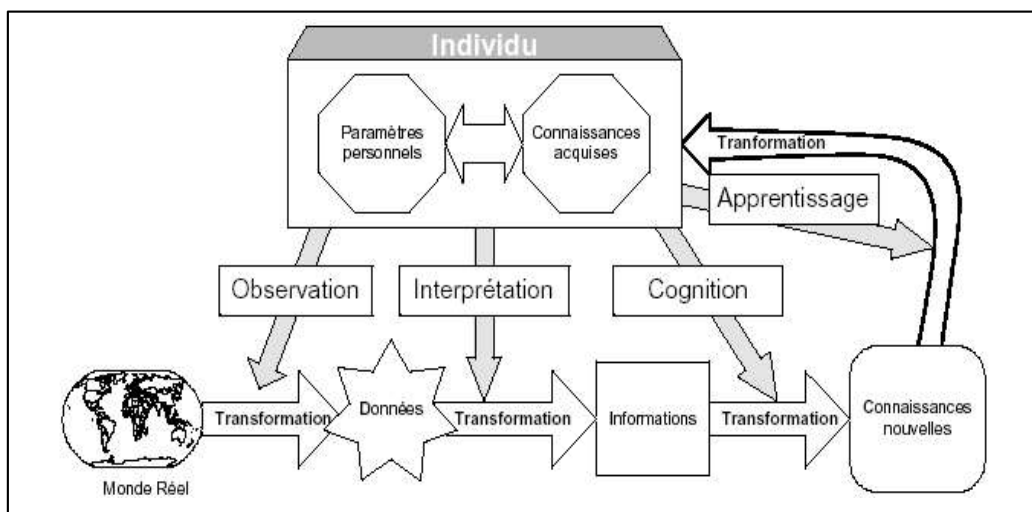
¹ L'article de 1945 est traduit en 1986 par Véronique de Mareuil qui donne la note de traduction suivante en fin de texte: « La traduction du mot anglais "knowledge" pose ici un problème délicat. Bien qu'au sens strict, ce mot signifie « connaissance », F. A. Hayek l'utilise le plus souvent comme synonyme d' "information" "(p.135).

² La traduction de certains passages de l'article de 1945 illustre cette ambiguïté sémantique. Ainsi, Hayek écrit en 1945 : " to put it briefly, it is a problem of the utilization of knowledge not given to anyone in its totality" (p.520). Véronique de Mareuil traduit : "pour résumer ceci, il s'agit d'un problème d'utilisation de la connaissance, laquelle n'est donnée à personne dans sa totalité" (p.118-119). Il nous semble que la traduction est ambiguë : en effet, ce qui est utilisé, c'est l'information, mais le terme repris par "laquelle" renvoie au sens de connaissance. Aussi, il nous semble qu'une traduction plus fidèle au texte original serait : "pour résumer ceci, il s'agit d'un problème d'utilisation des informations qui, regroupées forment la connaissance, laquelle n'est donnée à personne dans sa totalité".

1.2. Donnée, Information, Connaissance

Les termes de donnée, information, et connaissance sont, à notre avis, étroitement liés. D'ailleurs, selon Lebraty [2001, p.2], "le fait de prendre en compte les concepts de donnée et de connaissance quand on étudie celui d'information semble communément admis". A partir des travaux de Mèlèse [1995] qui "met en lumière le fait que l'on doit prendre en compte l'information au travers de ses relations complexes avec l'individu, l'organisation et son environnement", Lebraty [2001, p.3] tente de modéliser le processus informationnel, autrement dit "les différentes étapes de transformation de ce bien immatériel qu'est l'information" [p.2]. Il propose alors le modèle suivant :

Figure 1 – Le processus informationnel
Lebraty [2001, p. 3]



Le processus informationnel part, selon Lebraty, de l'individu "utilisateur³ de l'information" acteur central du système. Lebraty considère que cet individu est un décideur appartenant à une organisation, et que de ce fait "il va devoir prendre en compte les intérêts de son organisation, intérêts définis par les dirigeants". En prenant sa source dans le "monde réel", le processus informationnel aboutit ainsi à la création de connaissances : après une phase d'*observation*, le monde réel se transforme en **données**, ces dernières après *interprétation* deviennent des **informations**, qui, à leur tour, suite à un mécanisme de *cognition* deviennent des **connaissances nouvelles**. Le tableau 1 fournit les éléments de définition des termes retenue par l'auteur.

Tableau 1 - Donnée, Information, Connaissance : Définitions
D'après Lebraty [2001, p. 4-6]

Donnée	"Une constatation du réel effectuée à l'aide de symboles susceptibles d'être compris par l'être humain" [p.4].
Information	"L'information a pour origine la donnée. Le passage de l'une à l'autre résulte d'un mécanisme d' interprétation des données par une personne ou un groupe qui va conduire à ajouter du sens à une donnée".
Connaissance	"Le passage de l'information à celle de connaissance s'opère au travers d'un mécanisme de cognition des informations".

³ Il convient de préciser que selon l'auteur, il ne peut y avoir d'information sans utilisateur.

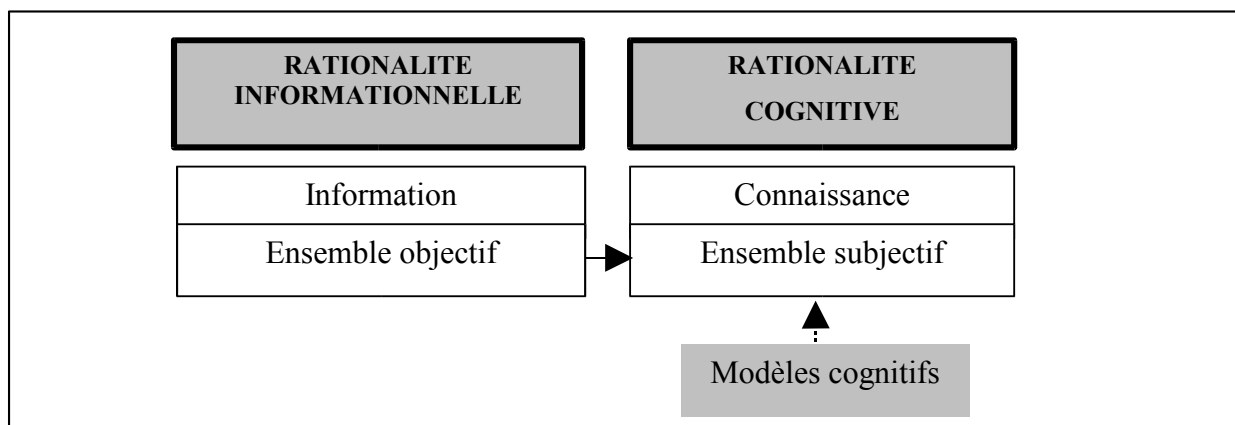
D'après Lebraty, c'est au niveau de la phase de la **circulation de l'information** "que des mécanismes de communication surviennent". En effet, d'après Lebraty [2001, p. 5], "faire circuler du **sens** implique que les participants s'élèvent à un niveau de compréhension mutuel qui ne peut naître qu'au travers d'un processus de co-construction". De même, un processus de communication s'accomplit au niveau de la **circulation de connaissances**. Ainsi, un des points mis en avant dans le processus informationnel décrit par Lebraty est que "la communication est un processus qui survient quand un individu désire faire circuler des informations ou des connaissances".

1.3. La communication financière comme diffusion de connaissances

Les propos précédents conduisent à penser que la communication intervient lorsque l'individu, acteur central du système, désire faire circuler des informations financières ou des connaissances financières. Selon Roth [2004, p.6], "on observe un glissement de la notion d'information à celle de connaissance". Le changement des modèles de rationalité (d'un modèle de rationalité informationnelle à un modèle de rationalité cognitive) qui en découle trouve ainsi son application dans le changement de nature de la communication financière [p.10].

Ainsi, "au-delà d'un contenu informatif, la communication a désormais pour objectif de restaurer la confiance des partenaires de l'entreprise". Selon Roth, "une valeur ajoutée de la communication financière consiste à prendre cette information, de lui donner une autre dimension pour atténuer, modifier, amplifier la perception que sa réception peut entraîner ". Il semble alors que l'entreprise cherche aujourd'hui à influencer la représentation que se font ses partenaires de l'information qui leur est communiquée en développant une part de subjectivité. Pour Fransman [1994], si l'information est un ensemble objectif, la connaissance est un ensemble subjectif.

Figure 2 – D'une rationalité informationnelle à une rationalité cognitive
D'après Roth [2004, p.6]



Guimard [1998, p. 36] reprend cette idée en signalant que "si l'information financière regroupe les données objectives, avec le passage à la communication financière, on entre dans le domaine des données subjectives". Ainsi, la communication financière dépasse "les seules

données objectives en choisissant de mettre en avant certains thèmes plutôt que d'autres". Par sa subjectivité, il en ressort que la communication financière ne peut survenir qu'au niveau de la circulation de connaissances, et non au moment de la circulation d'informations. Il semblerait alors plus juste de parler de connaissance financière plutôt que d'information financière lorsqu'il s'agit de communication financière. Ce qui reviendrait à redéfinir la communication financière comme un ensemble de connaissances financières (ou pourquoi pas de connaissances corporate, autrement dit plus généralement de connaissances sur l'entreprise) diffusées à l'initiative des sociétés.

2. Des années 1670 aux années 1880 : Construction de l'information comptable

Dans cette section, nous montrerons comment le support technique d'un outil de gestion s'est constitué avec des objectifs non orientés vers l'information des tiers. Trois caractéristiques nous intéressent ici pour que le support comptable puisse servir de base à l'information financière : l'existence d'une comptabilité tenue à périodicité constante, selon des méthodes comparables (c'est-à-dire de façon régulière) et suffisamment généralisées. Essayons de comprendre comment entre les années 1670 et les années 1880, la comptabilité a acquis ces trois caractéristiques.

Les années 1670 marque à notre avis le début de la transition vers une information comptable. Le passage de simples données suppose en effet une structuration des éléments comptables existants. Au 17^{ème} siècle, la comptabilité n'est ni régulière, ni généralisée. Par régulière, nous entendons deux choses : la tenue des comptes ne suivait pas de règle et était tenue avec une périodicité variable. Toutes les "entreprises"⁴ ne tiennent pas des livres, ce qui ne signifie pas qu'aucune n'en tient⁵. Il nous semble que l'ordonnance de 1673 est un premier pas vers l'information comptable. Elle agit de deux façons : tout d'abord, elle rend obligatoire la tenue des livres, cette dernière constituant un moyen de preuve en cas de litiges devant les tribunaux. La sanction est la peine de mort, mais pour autant, les effets seront limités. L'autre conséquence est la parution d'ouvrages traitant de la tenue des comptes et publiés par des auteurs qui ont participé à la rédaction de l'ordonnance de 1673 : ainsi, en est-il de Savary [1675] ou Irson [1678] (Degos [1998], p.79-81, Lemarchand [2001]).

A l'inverse, les années 1880 marque à notre avis une forme d'aboutissement : la comptabilité si elle n'est pas encore généralisée⁶ s'est répandue à beaucoup d'entreprises. De plus, la comptabilité est alors tenue régulièrement, c'est-à-dire avec une périodicité constante. Par ailleurs, cette date marque à notre avis la fin d'une série d'évènements qui attestent de l'émergence de la comptabilité comme fonction : d'abord la loi de 1867, obligeant les entreprises voulant être cotées en Bourse à divulguer une information comptable. Puis, la comptabilité prend une dimension nouvelle avec l'introduction de celle-ci au programme

⁴ Le mot n'existe pas encore dans son acception actuelle.

⁵ Il est délicat de prouver que des entreprises ne tiennent pas de livres. En effet, l'absence d'archives peut aussi tenir à la disparition. Daumard [1996] indique toutefois que, dans la bourgeoisie parisienne entre 1815 et 1848, plusieurs acteurs comme des représentants de la Chambre de Commerce constatent une tenue des livres très rudimentaire voire inexistante. Si cela se vérifie au début du 19^{ème} siècle, on peut se faire une idée de la faible pratique comptable au 17^{ème} siècle.

⁶ Nous pensons notamment aux exploitations agricoles familiales.

scolaire en 1886. Enfin, l'ouvrage de Léautey et Guilbault [1889] sera reconnu jusqu'à la Première Guerre Mondiale comme étant l'ouvrage de référence de la discipline. Entre ces deux dates, deux éléments se sont mis en place : d'une part, la comptabilité a été tenue avec une périodicité plus fréquente et d'autre part, la comptabilité a commencé à suivre des modèles, c'est-à-dire qu'elle est devenue comparable. Le support a existé avant 1673. Aussi, nous nous intéresserons à la façon dont l'apparition de l'acteur (le teneur de livres) a modifié le support (2.1), puis à la façon dont le but a fait évoluer le support vers sa normalisation (2.2).

2.1. Un nouveau personnage : Le teneur de livres

Le personnage qui nous intéresse est le teneur de livres car il caractérise ce que Barrême [1721] et Lemarchand [1993] appellent le modèle commercial de la tenue des livres (par opposition au modèle financier qui caractérise l'administration royale). Le teneur de livres apparaît donc d'abord.

Avec le début du 18^{ème} siècle et l'augmentation du nombre de grandes entreprises, le besoin de rendre compte augmente. Apparaît une nouvelle fonction, celle de commis, de teneur de livres ou de teneur de comptes. La fonction est beaucoup moins prestigieuse que celle de comptable dans l'Administration Royale. Le teneur de livres est un subordonné. Mais tout l'enjeu du 18^{ème} siècle est la transformation du teneur de livres d'une fonction en une profession. Pour preuve de l'émergence de ces teneurs de livres, reprenons les tableaux synthétiques de Lemarchand dans les grandes sociétés : quand Lemarchand [1993, p.145, p.148, p.151, p.156 et p.158] trouve 14 traces de tenues des livres en 17^{ème} siècle, il en trouve 58 au 18^{ème} siècle, avec une nette accélération dans la deuxième moitié du 18^{ème} siècle.

Pour que le teneur de livres devienne profession à part entière, il faut que son activité occupe au moins une personne. En cela, la tenue à périodicité constante des livres est un élément central. Si chaque année, est effectué un inventaire, comme la pratique se répand au 18^{ème} siècle, le teneur de livres va devenir une profession à part entière. Carrière [1973] donne de nombreux exemples d'organisation des comptoirs chez les négociants marseillais ; le travail comptable est soit effectué par les associés, soit dans les plus grandes organisations par des commis de confiance. Mais le teneur de livres "spécialiste" de comptabilité (et embauché pour cette raison) n'existe que dans peu d'organisations. De plus, quand il existe un teneur de livres, ses fonctions ne recouvrent pas, loin s'en faut, tout le travail comptable⁷. Ainsi, il faut attendre 1775⁸ pour que la Compagnie de Saint-Gobain crée un poste de teneur de livres, cette décision n'allant pas susciter des débats.

Dans les commerces de taille limitée, l'activité comptable est tenue par le patron qui surveille implicitement les relations avec l'extérieur [Carrière, 1973]. A l'inverse, là où il existe un teneur de livres, la connaissance s'est éparpillée. Nous pouvons faire le lien avec les travaux de Hayek sur la division de la connaissance. La taille des entreprises et donc l'ampleur du travail comptable à effectuer⁹ est l'élément qui force les associés à se séparer d'une partie de

⁷ Cf. Archives de Saint-Gobain, Série C42.

⁸ Cf. Archives de Saint-Gobain, Pièce 1L1 Bis.

⁹ On retrouve là le débat qui se passe autour de 1770 à Saint-Gobain entre Sellon et Perrinet des Franches. Voir Lemarchand [1993] p.649-659 où ces deux rapports sont reproduits.

leurs prérogatives de direction. Il leur revient alors d'inventer la solution qui leur permet à la fois de conserver un contrôle tout en déléguant la tâche de tenue des livres. Un savoir se crée avec une fonction dans un premier temps. C'est le préalable à une régularisation de l'activité comptable.

Vers 1815, se dégage donc une première caractéristique de l'information comptable : la périodicité constante qui va de pair avec l'institutionnalisation de la fonction de teneur de livres. Il manque la seconde caractéristique qui va se développer au 19^{ème} siècle : la tenue des comptes suivant des règles comparables selon les sociétés¹⁰. En effet, jusqu'en 1815, nous avons un acteur et un support mais pas encore de but commun à une majorité d'organisations : il suffit de voir la multiplicité des buts de la tenue des comptes (distribution des dividendes chez Saint-Gobain jusqu'à la fin du 18^{ème} siècle pour Nikitin [1992] ou surveillance du personnel chez Plantin au 16^{ème} siècle pour Bouquin [2003] par exemple, sans évoquer les obligations légales qui découle de l'ordonnance de 1673).

2.2. L'unification des supports et des buts

Après 1815, un changement s'opère : de nombreux traités sont publiés¹¹, cette augmentation s'expliquant partiellement par le développement de l'édition au 19^{ème} siècle. Il semble que l'idée d'une comptabilité s'impose dans de nombreux secteurs, pas seulement dans de grandes structures, mais également dans de plus petites, comme en témoigne à partir des années 1840 la multiplication des traités de comptabilité agricole.

Dans un premier temps, il s'agit de diffuser la comptabilité à tous les secteurs, et donc l'appliquer à tous les secteurs de l'économie : agriculture, commerce, industrie, banque, assurance etc. La comptabilité semble s'imposer alors nettement comme un système complexe régulièrement tenu. Ainsi en est-il de Saint-Gobain dont les archives témoignent d'une comptabilité régulière et complexe à partir des années 1840. La comptabilité a alors un but : rendre compte à autrui (les associés) ou à soi-même pour mieux contrôler ou surveiller.

La décennie 1860 nous paraît marquer une rupture dans cette expansion du champ comptable. Les ouvrages comptables s'appliquant à tous les secteurs deviennent plus nombreux : si de 1815 à 1860, les ouvrages traitant de plusieurs comptabilités sont rares (seuls Payen [1817] et Mezières [1842] paraissent s'inscrire dans cette lignée). A partir de 1860, de nouveaux écrits s'inscrivent dans cette logique d'ouvrages généraux : ainsi en est-il de Barlet [1861], Heudicourt [1862] ou encore Beauchery [1864]. Ce dernier opuscule, vigoureuse critique des méthodes simplifiées de comptabilité en cours jusque là, annonce le changement net qui s'opère à partir des années 1860. Le deuxième élément qui nous paraît pousser vers une régularisation des comptabilités est la loi de 1867 qui, en imposant une information financière oblige les comptabilités à une convergence des présentations des comptes.

Les années 1860 ne marquent que le début d'un tel mouvement. Ainsi, dans des entreprises plus jeunes que Saint-Gobain, comme le Crédit Lyonnais, la comptabilité apparaît avec des

¹⁰ Précisons ici que les différences dont on parle ne concerne pas l'enregistrement. Elles visent d'abord dans la présentation des comptes, quand ils le sont.

¹¹ Cf. Vlaemminck [1956, p.149] pour une analyse plus fine de cette augmentation de la publication comptable au 19^{ème} siècle. Voir aussi Reymondin [1909] pour le détail des ouvrages.

présentations fluctuantes selon les années. De 1878 (première occurrence d'un compte de résultat dans les archives du crédit Lyonnais) à 1903, les comptes de pertes et profit évoluent régulièrement pour se stabiliser ensuite. D'autres éléments paraissent accompagner ou expliquer ce changement : par exemple, l'introduction de la comptabilité dans les programmes d'enseignement¹².

Ainsi, à la fin du 19^{ème} siècle, l'outil comptable a acquis trois caractéristiques essentielles qui nous paraissent pouvoir permettre un usage extra-comptable : la régularité au sens de périodicité, et la régularité au sens de rapprochement des états financiers, sans oublier la diffusion du modèle comptable. Le support s'est par conséquent structuré avec l'invention d'un acteur puis d'un but unique.

Il devient alors intéressant de voir le mouvement sur presque deux siècles : la comptabilité est devenue un véritable outil de gestion avec un acteur et un but affirmé. Le mouvement de division de la connaissance qui amène à déléguer est contrebalancé par l'affirmation d'un but, rendre compte. Cet objectif finit par amener un retour sur le support comptable. Cette question de la division de la connaissance nous paraît donc au centre de la création d'une information comptable.

3. Des années 1860 aux années 1960 : Construction de l'information financière

Un changement majeur s'opère à notre avis en 1867 au regard du processus informationnel. C'est à cette date que la publicité financière, que nous définissons comme l'ensemble des informations financières réglementées, est née. La naissance de la publicité financière marque un tournant dans la mesure où de nouveaux acteurs entrent en scène (conseil d'administration et commissaires) (3.1), où un nouveau support apparaît (rapport annuel, dit rapport sur les comptes) (3.2), et où un nouvel objectif se développe (celui de réduire les asymétries d'information dans un souci de protection de l'épargne) (3.3). Ceci traduit une transformation de l'outil de gestion évoquée dans la section précédente.

3.1. De nouveaux acteurs entrent en scène

Selon de Teyssier [1998, p.53], "la loi du 24 juillet 1867 sur les sociétés par actions marque une date fondamentale dans l'histoire de l'entreprise capitaliste". Il ajoute que "promulguée à une époque d'essor économique où l'épargne est à l'honneur, cette loi a pour objet évident de drainer cette épargne vers les affaires, mais sans que les épargnants y engagent leur responsabilité personnelle". Ainsi, la séparation entre la propriété et la gestion, qui marque cette deuxième moitié du 19^{ème} siècle, fait que "les véritables propriétaires de la société que sont les actionnaires ne participent pratiquement pas à sa gestion, ils se sont effacés d'eux-mêmes et sont tout juste consultés périodiquement pour donner leur approbation aux décisions importantes. Ce sont leurs mandataires, conseil d'administration, président directeur général, qui exercent des pouvoirs de gestion de façon stable"[de Teyssier, 1998, p.54]. Ces mandataires détenteurs du pouvoir sont également les seuls à détenir toute l'information sur la marche de la société. Ainsi, Heurteux [1961, p. 181] rappelle qu'aux termes de l'article 34 de

¹² Cf. Barillot [1887] pour le détail du programme.

la loi de 1867, le conseil d'administration établit "un rapport aux actionnaires sur la marche de la société pendant l'exercice écoulé". Ce même article prévoit que les sociétés diffusent ledit rapport à l'issue de leur conseil d'administration [de Teyssier, 1998, p. 53].

Le législateur a émis par ailleurs le souhait d'un contrôle des administrateurs, exercé par des commissaires aux comptes. C'est alors que "l'article 32, alinéa premier, de la loi de 1867 confie par ailleurs aux commissaires aux comptes la mission de contrôler la comptabilité sociale et les informations financières communiquées par les conseils d'administration aux actionnaires" [Heurteux, 1961, p.302]. Il faut toutefois attendre les décrets-lois du 8 août 1935 et du 31 août 1937, pour que "le législateur prenne les premières dispositions destinées à assurer l'efficacité pratique" du contrôle exercé par les commissaires aux comptes, dans le but d'assurer leur indépendance.

3.2. Le rapport annuel

Le rapport annuel est pour cette époque un élément de base de l'information financière, même si les journaux financiers constituent un moyen essentiel d'information. Toutefois, si ce support se généralise auprès des entreprises, l'information financière qui y est diffusée est encore très descriptive, et on ne peut plus statique. Ainsi les entreprises se contentent toujours de se décrire à un moment donné sans évoquer leur développement, leur perspective ou encore leur stratégie. A titre d'exemple, chez Saint-Gobain¹³, le rapport annuel s'apparente jusqu'en 1953 à un rapport sur les comptes comprenant uniquement le rapport du conseil d'administration, le rapport des commissaires aux comptes, le bilan, le comptes des profits et pertes et le texte des résolutions adoptées par l'assemblée générale.

De plus, l'information financière est peu différenciée. Le rapport annuel s'adresse à la fois aux actionnaires individuels, aux investisseurs institutionnels ou encore à la presse financière très présente à cette époque (A la fin du dix-neuvième siècle, près de 200 titres financiers sont publiés à Paris)¹⁴. Ce n'est que dans la deuxième moitié du vingtième siècle que les supports d'information s'adaptent aux diverses cibles.

Nous pouvons également remarquer que l'information est diffusée de manière passive. Si le rapport annuel est mis à disposition auprès des actionnaires au moment de l'assemblée générale, le reste du temps l'information financière n'est disponible qu'aux personnes désireuses de la collecter. Les entreprises n'ont pas, en effet, encore pris l'initiative d'aller à la rencontre des investisseurs.

Vécue certes comme une contrainte par les entreprises (cette publication comporte en effet un coût pour les sociétés), cette obligation constitue un grand pas dans la construction de la communication financière telle que nous la connaissons aujourd'hui.

3.3. La volonté de réduire les asymétries informationnelles

Il convient à présent de s'interroger sur le but poursuivi par ces acteurs. Il semble qu'il émane de l'Etat. En effet, si le législateur a rendu obligatoire l'intervention de ces deux groupes

¹³ Cf. Archives de Saint-Gobain, Rapports annuels (1907-1953).

¹⁴ Cf. Annuaire de la Publicité et de la Presse. BNF.

d'acteurs (conseil d'administration et commissaires aux comptes), c'est dans le but de protéger les actionnaires, et d'assurer à tous un processus de décision identique. Partant du principe que les niveaux d'information détenue par chaque partie sont différents du fait des positions occupées par chacun (asymétrie d'informations entre actionnaires et dirigeants), Roth [2004] fait référence à la théorie de l'agence pour rappeler l'existence des coûts engendrés par l'asymétrie d'information (coûts de surveillance, de dédouanement, d'opportunité) qu'il s'agit de réduire [Roth, 2004, p.14]. Le législateur intervient alors à maintes reprises pour assurer cette réduction de coûts notamment en se prononçant sur l'efficacité du contrôle effectué par les commissaires aux comptes, qui occupe d'ailleurs encore dans les préoccupations actuelles.

Cet objectif est également poursuivi avec la création de la Commission des Opérations de Bourse (COB) en 1967¹⁵. En effet, la COB est chargée de veiller au bon fonctionnement des marchés financiers et en particulier à la bonne information des actionnaires. D'après les termes de l'article premier de l'ordonnance de 1967, "la Commission des Opérations de Bourse, autorité administrative indépendante, veille à la protection de l'épargne investie dans les instruments financiers et tous les autres placements donnant lieu à appel public à l'épargne, à l'information des investisseurs et au bon fonctionnement des marchés d'instruments financiers".

Parallèlement aux efforts continus du législateur (nous ne pouvons pas tous les citer dans cet article dans un souci de synthèse), certaines sociétés ont déjà compris l'importance d'une bonne information des actionnaires et décident d'aller au-delà des obligations légales. Elles développent alors un nouvel outil de gestion : la communication financière.

4. Des années 1950 à nos jours : Construction de la connaissance financière

Le mécanisme de cognition entre dans le "processus informationnel", à notre avis, en 1949, date à laquelle les entreprises commencent à prendre conscience de l'importance d'entretenir des relations avec le public. Elles mettent en œuvre des moyens de plus en plus importants pour développer ces relations, en faisant à nouveau évoluer l'outil de gestion précédent : cette évolution passe par une sophistication des supports (4.1), la spécialisation des acteurs (4.2), et un changement d'objectif (4.3).

4.1. La sophistication des supports

Le rapport annuel reste toujours "le premier moyen de communication financière" [Guimard, 1998, p.57]. Mais ce rapport, à la différence de la fin du 19^{ème} siècle, est plus élaboré et ne se contente plus de répondre aux obligations légales en diffusant des informations volontaires. Toutefois, il convient de constater que ce comportement de diffusion d'informations volontaires existait déjà il y a quatre décennies. Ainsi, en 1961, Heurteux [1961, pp. 182-183] note l'existence de trois grandes catégories de rapports annuels. Le tableau 3 récapitule cette typologie qui distingue ce que nous appelons rapport discret, rapport embelli et rapport élaboré.

Tableau 2 – Le contenu des rapports annuels

¹⁵ Par l'ordonnance Numéro 67-833 du 28 septembre 1967.

D'après Heurteux [1961, pp. 182-185]

Catégorie	Contenu
Rapport discret	Cette première catégorie comprend les rapports contenant uniquement "les pièces comptables, les rapports des commissaires, le texte des résolutions adoptés par l'assemblée, un rapport aussi synthétique que discret du conseil d 'administration".
Rapport embelli	Cette catégorie de rapports annuels se distingue de la précédente "par une présentation plus attrayante" des rapports. "De nombreuses photographies, reproduisent, sur plusieurs pages, la gamme des différents produits fabriqués par l'entreprise".
Rapport élaboré	Cette dernière catégorie comprend "les quelques rapports annuels qui donnent, sous une forme extrêmement claire, des informations exhaustives sur la marche des affaires sociales". "Allant bien au-delà des exigences légales, certaines sociétés, en effet, s'efforcent de renseigner leurs actionnaires aussi complètement que possible".

La troisième catégorie de rapport nous intéresse particulièrement car nous apprenons que, déjà à cette date, certaines sociétés vont au-delà des obligations légales. Même si ce comportement d'offre volontaire d'informations, analysé par Depoers [2000], caractérise surtout les deux dernières décennies, la communication financière commence à se développer, à notre avis, à l'époque où les entreprises tentent de prendre en compte les besoins d'informations du public, et en particulier des actionnaires.

Par ailleurs, d'autres supports se développent depuis le début des années 1950. Les sociétés vont à la rencontre de leurs diverses cibles via des réunions d'informations (à Paris et en Province), d'autres supports écrits tels que les lettres aux actionnaires, les guides de l'actionnaire, les supports électroniques [Guimard, 1998, pp.57-75]. Par cette démarche de diffusion d'informations volontaires, les entreprises diffusent non plus de l'information financière mais de la connaissance financière.

4.2. La spécialisation des acteurs

Selon Heurteux [1961, p.183], les rapports annuels les plus élaborés, autrement dit la dernière catégorie qui figure dans le tableau 2, sont établis "soit par les propres services de relations publiques de ces sociétés, soit par des organismes spécialisés, soit encore par les dirigeants eux-mêmes". Les lignes qui suivent s'intéresseront à la naissance et au développement des relations publiques et des organismes spécialisés.

Les relations publiques se développent en France en 1949. L'intérêt pour le public s'installe cependant avec du retard car les entreprises américaines ont déjà mis en place les relations publiques dans leurs entreprises. Les Etats-Unis semblent en effet pionniers en la matière [Lougovoy et Huisman, 1981]. Ce n'est qu'après la fin de la deuxième guerre mondiale que Prost [1967] date la naissance des Relations Publiques en France. Selon Prost, les premières entreprises à adopter les techniques de Relations Publiques sont "tout naturellement, les

grandes entreprises américaines ayant des filiales en France et plus particulièrement les grandes compagnies pétrolières".

Il faut attendre 1949 pour assister à la "véritable naissance des Relations Publiques en France"¹⁶. Chez Saint-Gobain, le service des relations publiques est créé en 1953. Dans des notes de service, nous apprenons, en effet, que ce service se charge d'établir les lettres aux actionnaires (notes d'informations aux actionnaires), d'organiser les réunions d'informations destinées à la presse, en particulier financière, et aux actionnaires. Par ailleurs, des prix sont décernés pour le meilleur rapport par le journal "la Vie française" depuis 1954 [Heurteux, 1961, p. 185]. C'est dire l'intérêt pour les entreprises de soigner l'établissement du rapport annuel.

Les organismes spécialisés sont vraisemblablement des agences de communication financière. Ainsi, des articles parus dans les revues *Médias* et *Stratégies* recensent les principales agences spécialisées (tableau 3) dans ce domaine [Pailley, 1987; X, 1986]. A part l'AGP "presque centenaire" dont l'objet est pendant très longtemps de publier les annonces légales, la première agence spécialisée est vraisemblablement Entep créée en 1956. Nous pouvons alors penser que les sociétés ont déjà recours à des agences spécialisées à cette époque, où les relations publiques se développent en France. Aujourd'hui plus d'une cinquantaine d'agences de communication financière siègent à Paris.

Tableau 3 – Les agences de communication financière en 1987
D'après Pailley [1987, p.47] complété par X [1986, p. 19]

Agences ¹⁷	Date de création	Agences	Date de création
AGP	1880	CPM	1980
Entep	1956	Eurofi	1984
Omnium	1972	Media-finance	1984
Sygneloy	1972	Finactis	1985
Olympe	1977	Income International	1985
Delrieu Duprat	1978	FRI	1986
Média Gestion	1978	Omnium Cachemire	1986

L'informateur financier devient un métier à part entière se détachant à notre avis progressivement de la profession plus générale de responsable des relations publiques. Parallèlement, est créée la SFAF (Société Française des Analystes Financiers) en 1961 [de Waël, 1986]. De Waël [p. 7] constate que l'information et notamment celle destinée aux analystes financiers s'est développée et améliorée. Très vite de nouveaux supports de communication financière voient le jour. Ils se diversifient en fonction des cibles.

¹⁶ A cette date, les pionniers français en Relations Publiques se réunissent à Paris et fondent le "Club de la Maison de Verre". En 1952, est fondée l'"Association Professionnelle des Relations Publiques". En 1954, cette association met au point un "Code Professionnel des Relations Publiques". Un "Syndicat National des Conseils en Relations Publiques" est créé en 1957. La profession de "Conseiller en Relations Publiques" est reconnu en 1964 par le ministre français de l'information.

¹⁷ "Plus de la moitié d'entre elles sont affiliée à des groupes nationaux, comme Eurocom, Pulicis, Ogilvy & Mather ou BDDP. Une exception : la société AGP, presque centenaire. Au départ (parution d'annonces légales), la publicité financière tend à se sophistiquer et il n'est plus original de parler aujourd'hui de communication corporate ou institutionnelle, c'est à dire d'une communication visant à vendre la personnalité de l'entreprise avant ses produits" [X, 1986, p.19].

Karyotis [1997, p.57] note également la création de la première agence de notation financière en 1986 : il s'agit de l'ADEF (Agence d'évaluation financière) qui est reprise, précise l'auteur, "quelques années plus tard par Standard and Poor's, principale agence de notation américaine avec Moody's".

4.3. La volonté de réduire les dissonances cognitives

A présent, l'objectif de l'outil de gestion ainsi développée n'émane plus de l'Etat mais des entreprises. La diffusion d'informations financières s'inscrit désormais dans une démarche volontaire de la part des entreprises. Elles se mettent à communiquer pour mettre en confiance leurs partenaires. Pour ce faire, en effet, selon Guimard [1998, p. 104], "la société procède à des choix dans ce qu'elle veut dire, mettre en avant ou, au contraire, reléguer à l'arrière plan, même si elle donne pourtant l'information".

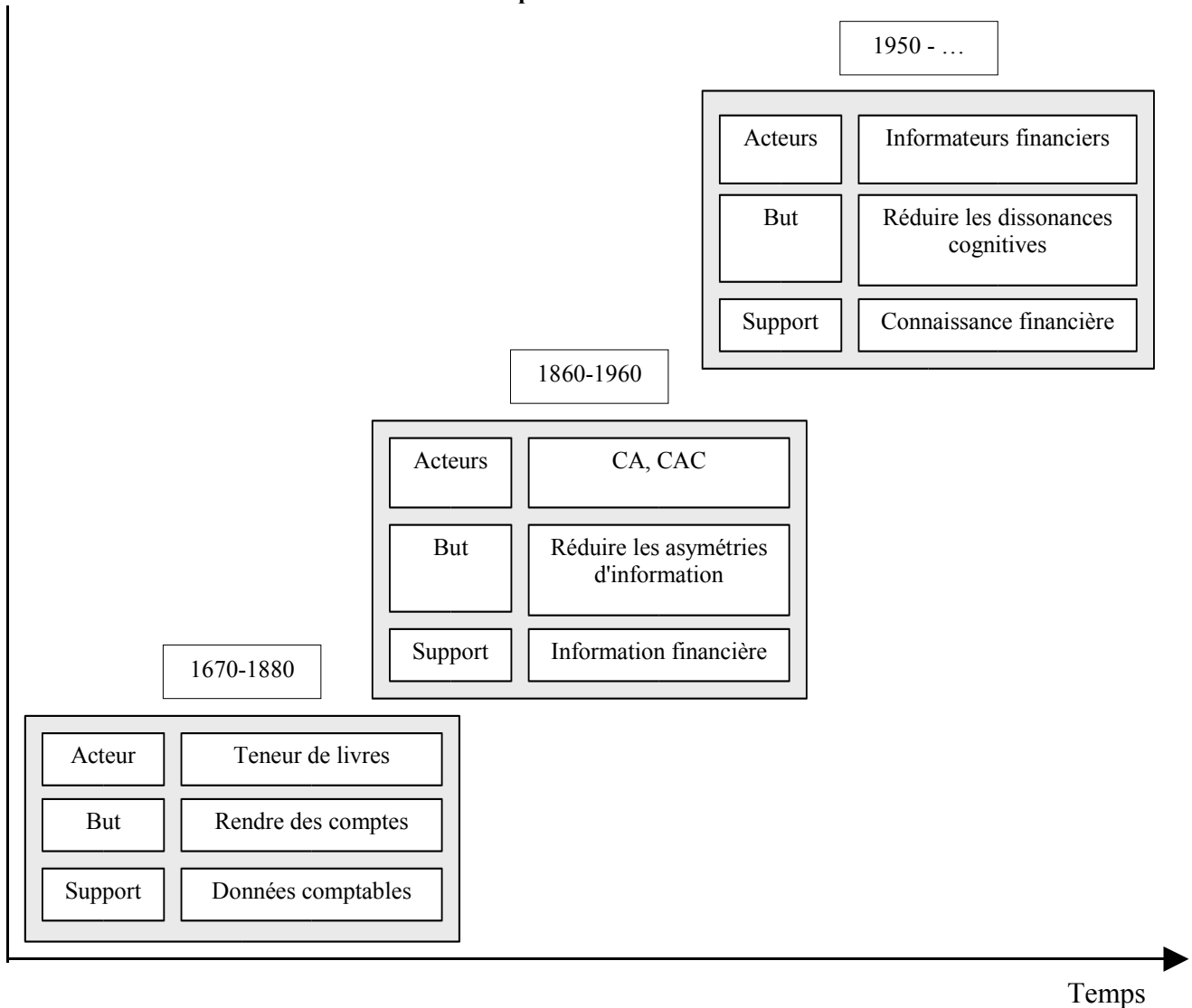
En considérant que "la communication financière se différencie de l'information parce qu'elle est justement conçue comme un levier d'opinions", Roth [2004, p.14] met en évidence l'aspect cognitif de la communication financière. L'auteur précise que "pour doser précisément cet ajout supplémentaire qui constitue le levier d'opinion, il faut toutefois au préalable procéder au repérage des cibles". Ainsi, l'aspect cognitif est d'autant plus marquée que l'information diffusée est diversifiée. L'adaptation du support aux différentes cibles, qui était absente au début du siècle, est mise en œuvre progressivement par les entreprises. Selon Guimard [1998], "cette adaptation du produit en fonction du client de manifeste en amont dès l'élaboration du discours, fait sur mesure pour l'auditoire visé". C'est pourquoi, selon Guimard [1998, p.79] "être à l'écoute constante de ses interlocuteurs est l'un des tout premiers rôles de l'informateur financier". Il s'agit alors de prendre en compte via cette écoute le système de valeurs des partenaires afin d'adapter l'information qui leur est diffusée. Ainsi selon Roth [2004, p.14], "la prise en compte du système de valeurs des partenaires, c'est à dire sa dimension cognitive, conduit de fait à l'acte de communication". Aussi, l'objectif n'est plus seulement de réduire l'asymétrie d'information, il est de réduire la dissonance cognitive, pour créer la confiance et créer une complémentarité dans l'action, et diminuer l'incertitude.

Conclusion

Cette étude permet de montrer comment et pourquoi les entreprises sont passées d'une production d'informations comptables à une production d'informations financières et enfin à une production de connaissances financières (Cf. figure 3). Elle permet également de montrer comment les différents supports ont successivement intégré les supports précédents en faisant évoluer l'outil de gestion de départ (la comptabilité). Et ce pour répondre aux besoins d'information des partenaires de l'entreprise.

Ce qui nous amène à reconsidérer les pressions extérieures actuelles : responsabilité sociale de l'entreprise, éthique... Ces dernières sont à même d'amener les entreprises à utiliser les supports existants (information comptable, information financière, connaissance financière) pour bâtir un nouvel outil de gestion qui prendrait en considération la construction d'une comptabilité sociétale.

Figure 3
De l'information comptable à la connaissance financière



Références bibliographiques

- Barillot A. (1887), *Cours de comptabilité*, Paris, Charles Delagrave.
- Barlet C. H. (1861), *Tenue des livres appliquée à la comptabilité des mines de houille, des hauts-fourneaux et des usines à fer*, Paris, Librairies Lethielleux et Lacroix.
- Barrême F.(1721), *Traité des parties doubles ou méthode aisée pour apprendre à tenir en Parties Doubles Les Livres du Commerce & des Finances*, Paris, Nyon.
- Beauchery A. (1864), *Comptabilité de l'Avenir*, Paris, Desloges, Côte BNF V31666.
- Bouquin H. (2003), *La comptabilité de gestion*, Paris, PUF, Que sais-je ?.
- Carrière C. (1973), *Négociants marseillais au XVIIIème siècle*, Tome 2, Marseille, Institut historique de Provence.
- Daumard A. (1996), *La bourgeoisie parisienne entre 1815 et 1848*, Albin Michel, Paris.
- David, A. (1996), "L'aide à la décision entre outil et organisation", *Entreprises et Histoire*, n°13, p.9-26.
- Degos J.-G. (1998), *Histoire de la comptabilité*, Paris, PUF, Que sais-je ?
- Depoers F. (2000), "L'offre volontaire d'information des sociétés cotées : concept et mesure", *Comptabilité – Contrôle – Audit*, Tome 6, Volume 2, Septembre 2000, pp. 115-131.
- Fransman, Martin. 1994. "Information, Knowledge, Vision and Theories of the Firm", *Industrial and Corporate Change*, Volume 3, Issue 3, pp.1-45.
- Gilbert P., *L'Instrumentation de Gestion*, Paris, Economica, 1998.
- Guimard A., *La communication financière*, 2^{ème} édition, Economica, 1998.
- Hayek F. (1937), "Economics and knowledge", *Economica*, vol.4, p.33-54.
- Hayek F. (1945), "The use of knowledge in society", in *American Economic Review*, vol. 35, n°4, p.519-530. Traduction de Véronique de Mareuil in *Revue Economique* (1986), p.117-135.
- Heudicourt F.-S. (1862), *Etudes sur la comptabilité industrielle*, Paris, Imprimerie De Cosse et J. Dumaine.
- Heurteux C. (1961), *L'information des actionnaires et des épargnants en droit français et comparé*, Thèse pour le doctorat en droit, Université de Grenoble, Editions Sirey, 463 p.
- Irson C. (1678), *Méthode pour bien dresser toutes sortes de comptes à partie doubles, par débit et crédit, et par recette, dépense et reprise*, Paris, Librairie Cusson.
- Karyotis (1997), "la notation financière : quand une information devient un instrument de décision", *Revue d'Economie Financière*, n°41, volume 3, pp.57-68.
- Lebraty (2001), "Comprendre le concept d'information pour mieux appréhender les Technologies de l'information et de la communication", *Colloque du CRIC, La communication d'entreprise - Regards croisés Sciences de Gestion Sciences de l'Information et de la Communication*, Nice, 6-7 décembre 2001.
- Lemarchand Y. (1993), *Du déperissement à l'amortissement, enquête sur l'histoire d'un concept et sa traduction comptable*, Nantes, Ouest Editions.
- Lemarchand Y. (2001), « A la conquête de la science des comptes, variations autour de quelques manuels français de tenue des livres », in HOOCK J. et JEANNIN P. (2001), *Ars Mercatoria*, Paderborn, Munich.
- Lougovoy C. et Huisman D. (1981), *Traité de relations publiques*, Presses universitaires de France, 646 p.
- Mélèse J. (1995), *Approches systématiques des organisations : vers l'entreprise à complexité humaine*, 3^{ème} décision, Editions d'Organisations.
- Mézières L. (1842), *Comptabilité commerciale, industrielle et manufacturière*, Paris, Librairie Mathias, Côte BNF V-46762.
- Moison J.-C. (1997), *Du mode d'existence des outils de gestion*, Paris, Seli Arslam, 286p.
- Nikitin M. (1992), *La naissance de la comptabilité industrielle en France*, Thèse de doctorat en sciences de gestion, Université Paris-Dauphine.

- Pailley J. (1987), "Enquête – La communication financière a la cote", *Stratégies*, n°573, 14/9/1987, pp.45-48.
- Payen A. (1817), *Essai sur la tenue des livres d'un manufacturier*, Paris.
- Prost E. (1967), *Le temps des relations publiques 1. L'idée et les techniques*, Celse, Paris, 231 p.
- Reymondin (1909), *Bibliographie méthodique des ouvrages en langue française parus de 1543 à 1908 sur la science des comptes*, Giard et Brière, Paris, 330 p.
- Roth F. (2004), "Des mécanismes de gouvernance informationnels aux mécanismes de gouvernance cognitifs : une grille de lecture et quelques conséquences pour la communication financière des entreprises", *Congrès Gouvernance et juriscomptabilité*, HEC Montréal , Juin 2004, 19 p.
- Savary J. (1675), *Le parfait négociant ou instruction générale pour ce qui regarde le commerce*, Jacques Lyons.
- De Teyssier F. (1998), *Milieus financiers et communication*, PUF, Que sais-je?, 127 p.
- Vlaemminck J. (1956), *Histoire et doctrines de la comptabilité*, Dunod, Paris
- De Waël J.-G. (1986), "Le rôle de la SFAF dans le développement de l'information financière", *Analyse financière*, 3^{ème} trimestre, pp. 7-11.
- X (1986), "Treize agences financières bien cotées", *Dossier Communication financière, Médias*, n°151, p.19.