

AVIS DE SOUTENANCE DE THÈSE

DOCTORAT (Arrêté du 25 mai 2016)

Monsieur Benjamin BOURNEL

candidat au diplôme de Doctorat de l'Université d'Angers, est autorisé à soutenir publiquement sa thèse

le 18/12/2018 à 14h00

Faculté de droit, d'économie et de gestion

Salle du Conseil

13, allée François Mitterrand

BP 13633

49036 ANGERS Cedex 01

sur le sujet suivant :

De la machine à l'expert(e) libéré(e) : l'idéal du professionnel comptable moderne selon la publicité. Une étude des représentations du professionnel comptable par l'analyse des publicités parues dans la Revue Française de Comptabilité de 1955 à 2017.

Directeur de thèse : **Monsieur Sébastien ROCHER**

Composition du jury :

Monsieur Lionel ESCAFFRE, Professeur des Universités Université d'Angers, Examineur

Madame Evelyne LANDE, Professeur des Universités Université de Poitiers, Rapporteur

Monsieur Nicolas PRAQUIN, Professeur des Universités Université Paris Sud, Rapporteur

Monsieur Sébastien ROCHER, Professeur des Universités Université de Lorraine, Directeur de thèse

Madame Nicole CALVINHAC, Expert-Comptable Conseil Supérieur de l'ordre des Experts Comptables, Membre Invité

Résumé de la thèse

Le but de cette recherche doctorale est d'analyser les transformations successives de l'image perçue de ce qu'est un professionnel comptable dans les publicités qui leur sont adressées. À partir de l'étude des publicités parues dans la revue française de comptabilité de 1955, soit sa date de création par l'Ordre des Experts-Comptables, à 2017, l'évolution des éléments centraux et périphériques de ces représentations a été analysée en accord avec la théorie du noyau central élaborée par Abric (1984). Pour ce faire, une étude sémiologique a été privilégiée, fondée sur l'analyse conjointe des messages dénotés et connotés de ces publicités. Les résultats de cette recherche montrent qu'en soixante ans, l'idéal du professionnel comptable est passé d'un individu inféodé à la machine à un expert des relations sociales, orienté aujourd'hui vers une quête de son plaisir au travail et dans sa vie privée, une transformation apparue au rythme des mutations technologiques qui ont émaillé l'histoire de la profession comptable. Sur le plan managérial, l'enjeu de cette recherche est de permettre à la profession comptable de mieux comprendre son image perçue pour mieux la maîtriser. Ce faisant, elle questionne les effets des publicités à l'attention des professionnels comptables sur la définition de leur identité professionnelle.