

*L'objet de la recherche est d'analyser le contenu du nouveau code de déontologie en utilisant la théorie des conventions. La recherche met en évidence la tension fractale entre le code de déontologie qui interdit l'existence de liens personnels ou financiers entre auditeurs et audités et l'existence de réseaux sociaux au sein du monde des affaires dont ils en sont des parties prenantes. L'analyse menée tend à démontrer que la réussite du code de déontologie repose sur la capacité des auditeurs et commissaires aux comptes à se l'approprier et à le transformer en une institution incontournable, révélatrice d'une autonomie conquise.*