

L'effet de la satisfaction envers les services publics prestés par la collectivité territoriale sur le respect des obligations fiscales des contribuables

The effect of satisfaction with the public services provided by the local authority on taxpayers' compliance

Abdelmoumen EL ABDALI, (Doctorant chercheur)

Laboratoire d'Etude et de recherches Economiques et Sociales (LERES)

Faculté des Sciences Juridiques Economiques et Sociales de Meknès

Université Moulay Ismaïl, Maroc

Adresse de correspondance :	Faculté des Sciences Juridiques Economiques et Sociales de Meknès B.P : 3201 Toulal, Mèknes +212 5 35 45 20 92/93 Université Moulay Ismaïl - Meknès Meknès (Maroc)
Déclaration de divulgation :	Les auteurs n'ont pas connaissance de quelconque financement qui pourrait affecter l'objectivité de cette étude et ils sont responsables de tout plagiat dans cet article.
Conflit d'intérêts :	Les auteurs ne signalent aucun conflit d'intérêts.
Citer cet article	EL ABDALI, A. (2024). L'effet de la satisfaction envers les services publics prestés par la collectivité territoriale sur le respect des obligations fiscales des contribuables. <i>International Journal of Accounting, Finance, Auditing, Management and Economics</i> , 5(6), 40-60. https://doi.org/10.5281/zenodo.11425622
Licence	Cet article est publié en open Access sous licence CC BY-NC-ND

Received: April 01, 2024

Accepted: May 31, 2024

International Journal of Accounting, Finance, Auditing, Management and Economics - IJAFAME

ISSN: 2658-8455

Volume 5, Issue 6 (2024)

L'effet de la satisfaction envers les services publics prestés par la collectivité territoriale sur le respect des obligations fiscales des contribuables

Résumé

La prestation des services publics locaux (SPL) de qualité, continus, durables et satisfaisants, est l'un des plus grands défis des communes, car, cela dépend, entre autres, de la quantité et de la qualité des recettes fiscales mobilisées à cet égard, lesquelles dépendent aussi du niveau de conformité des contribuables vis-à-vis de leurs obligations fiscales. La présente recherche vise à tester l'effet de la satisfaction envers les services publics prestés par la collectivité territoriale sur le respect des obligations fiscales des contribuables. La technique de collecte des données utilisée dans cette recherche est la documentation et l'enquête par questionnaire. L'échantillon de l'étude est constitué de 200 contribuables (personnes physiques) soumis au moins à un impôt local. La méthode d'analyse utilisée est la régression linéaire simple avec SPSS. Les résultats de cette recherche montrent que la satisfaction des contribuables locaux vis-à-vis des services communaux offerts par la collectivité territoriale a un impact positif et significatif sur leur conformité fiscale.

Mots clés : services publics, satisfaction, conformité fiscale, collectivité territoriale.

Classification JEL : C12, C21, D91, H26

Type de l'article : Recherche appliquée

Abstract

The provision of quality, continuous, sustainable, and satisfactory local public services (LPS) is one of the greatest challenges for local authorities, as it depends, among other factors, on the quantity and quality of tax revenues mobilized for this purpose, which also depend on the level of taxpayers' compliance with their tax obligations. This research aims to test the effect of satisfaction with public services provided by the local authority on taxpayers' compliance with tax obligations. The data collection technique used in this research is documentation and questionnaire survey. The study sample consists of 200 taxpayers (individuals) subject to at least one local tax. The analysis method used is simple linear regression with SPSS. The results of this research show that the satisfaction of local taxpayers with municipal services provided by the local authority has a positive and significant impact on their tax compliance.

Keywords: public services, satisfaction, tax compliance, local authorities

JEL Classification : C12, C21, D91, H26

Paper type: Empirical research

1. Introduction

La régionalisation avancée adoptée au Maroc constitue un mode de gouvernance territoriale permettant aux communes de prendre, graduellement, la relève d'assurer un développement socioéconomique au niveau local. Ainsi, et en vertu des lois organiques¹ régissant les collectivités territoriales (CT), elles ont bénéficié de larges prérogatives dans l'ensemble des domaines de compétence qui leur sont dévolus, afin de garantir des services publics de proximité répondant aux exigences de qualité, de régularité et de durabilité.

Cependant, cet engagement doit aller à la même allure qu'une habilitation financière (pouvoir financier) permettant auxdites communes de déboursier les ressources nécessaires pour le financement des dépenses locales. Traditionnellement, ces ressources sont composées, du produit de la fiscalité locale (propre et transférée), du produit du patrimoine, des transferts en provenance de l'Etat (Subventions et dotations), du produit des emprunts, et de diverses autres ressources. En outre, la fiscalité locale reste l'instrument de premier rang pour le financement des dépenses publiques locales². En réalité, les communes au Maroc « *souffraient d'un déficit structurel au niveau de leurs recettes et de leurs budgets* » (d'après le ministre de l'Intérieur marocain A. Laftit, 2022), avec un état des restes à recouvrer avoisinant 40 milliards de dirhams (en 2022). C'est un état qui montre que la fiscalité locale au Maroc est en « crise ». Cette situation s'explique par l'insuffisance des moyens humains, techniques, matériels, etc., dont disposent les communes à cet égard, certes, mais aussi par le comportement de « conformité/non-conformité fiscale » des contribuables locaux qui est de grand effet.

Ce sujet de « conformité/non-conformité fiscale » et de ses déterminants a fait l'objet de plusieurs études et recherches dans la psychologie, la sociologie, l'économie, les sciences politiques, l'administration publique, et autres (Kasipillai et al, 2003), et qui visent à comprendre pourquoi les contribuables se conforment ou non au paiement de leurs impôts. Ces travaux ont exposé plusieurs facteurs de nature économique, sociale et institutionnelle ayant un impact sur la discipline fiscale tels que l'âge, le sexe, le niveau éducatif, la religion, la perception de la transparence, la confiance dans les gouvernements, la démocratie participative, la reddition des comptes, etc.

Dans ce sens, l'objet de notre présent article est de mettre la lumière sur un aspect bien précis : celui de l'impact de la « satisfaction » envers les services publics rendus par la commune sur la « conformité fiscale » des contribuables locaux, sous l'hypothèse stipulant que « **la satisfaction des contribuables vis-à-vis des services publics locaux pourrait avoir un impact favorable sur leur conformité fiscale** ».

En fait, la relation entre la « satisfaction » envers un service public et « l'engagement fiscal » du contribuable est similaire au « **paradoxe de l'œuf et de la poule** ». En effet, les impôts sont essentiels pour financer les dépenses des collectivités territoriales. Ce sont des contributions pécuniaires obligatoires dues par les contribuables locaux sans compensation directe, et qui devraient être utilisées pour répondre aux besoins d'intérêt général en vue de la prospérité et du bien-être de la population locale. En revanche, l'amélioration continue et durable des services publics fournis par lesdites collectivités devrait, en principe, accroître la satisfaction des usagers/contribuables, et, sous cette « condition », accroître le sens de l'engagement et du respect des obligations fiscales chez eux.

Autrement dit, et en vertu de la théorie de l'impôt-échange, la relation entre la collectivité territoriale et le contribuable local repose sur l'existence d'un contrat social selon lequel la

¹ Il s'agit des lois organiques 111.14, 112.14 et 113.14, relatives respectivement, aux préfectures et provinces, et aux communes n°, publiées sur le Bulletin Officiel n° 6380 le 23 Juillet 2015.

² D'après la Trésorerie Générale du Royaume : en 2023 les recettes fiscales des collectivités territoriales ont atteint 35 684 millions de dirhams, soit 77,96% des recettes globales des collectivités territoriales qui se sont élevées à 45 768 millions de dirhams.

première est tenue à assurer des services publics locaux, moyennant des impôts payés par le second. Il s'agit, d'une manière ou d'une autre, d'un contrat « synallagmatique » entre les deux parties. C'est-à-dire que la capacité de cette collectivité territoriale à assurer des services publics de qualité, continus et durables, reste tributaire du volume et de la qualité des revenus fiscaux mobilisés.

Ainsi, dans l'objectif d'étudier la relation causale entre « la satisfaction » et « la conformité fiscale », et afin de répondre à notre question principale de recherche qui dit : « **dans quelle mesure la satisfaction des contribuables vis-à-vis des services publics communaux impacte-t-elle leur conformité fiscale ?** », notre travail sera scindé en quatre axes. Le premier présentera un cadre conceptuel des concepts clés mobilisés à savoir : satisfaction, service public local, et conformité fiscale. Le deuxième portera sur les apports théoriques et les études empiriques qui se rapportent aux liens entre la satisfaction et la conformité fiscale. Le troisième axe exposera la démarche méthodologique adoptée pour développer, examiner, évaluer et confirmer notre modèle conceptuel. Et, le quatrième point discutera les résultats obtenus, les limites ainsi que les perspectives de la recherche.

2. Revue de littérature

2.1. La satisfaction des usagers envers les services publics locaux

La prestation des services publics locaux (SPL) est l'un des plus grands défis des collectivités territoriales et des communes en premier lieu. Ces services constituent un facteur essentiel qui influe considérablement sur le bien-être et le niveau de vie des citoyens. De ce fait, et à l'instar des entreprises du secteur privé, l'étude de la satisfaction des usagers³ envers les SPL est devenue une préoccupation majeure que les communes s'efforcent d'atteindre. Ainsi, l'utilisateur décide de son degré de satisfaction en comparant la qualité du service réellement perçue avec celle attendue.

2.1.1. La notion de satisfaction

Avant d'entamer la notion de « satisfaction », il faut signaler dans un premier abord que Giese (2000), a mis le point sur l'absence d'une définition consensuelle pour ce mot (satisfaction), ce qui engendre trois problèmes sérieux pour la recherche relative à la satisfaction des consommateurs/usagers. Il s'agit de la difficulté de choix d'une définition appropriée pour une étude donnée, de son opérationnalisation, et de l'interprétation des résultats empiriques obtenus. Ces trois problèmes affectent la structure de base et les résultats de la recherche en marketing et des tests théoriques. Dans certains cas, selon Giese toujours, « *la satisfaction n'est pas définie du tout* » : même si un chercheur tente de la définir, il n'existe pas de lignes directrices claires pour choisir une définition adéquate à un contexte donné. Et, par conséquent, l'adoption d'une définition bien précise de la satisfaction devient « *idiosyncrasique* » (Giese, 2000).

Généralement, la satisfaction est considérée comme une attitude évaluative à l'égard d'un « objet » ou d'une « expérience ». Elle fait référence aux sentiments de plaisir ou de déception (déplaisir) qu'une personne exprime après avoir comparé les perceptions ou les résultats de l'utilisation d'un bien/service avec ses attentes (Seddon et al, 1996, p.95). Dans le cadre des services, cette satisfaction peut être mesurée à partir de l'écart existant entre les attentes des usagers et leurs perceptions réelles.

Le mot « satisfaction », a fait l'objet de nombreuses définitions proposées par des chercheurs dans des domaines différents. Selon Oliver (1997), la satisfaction est « *un jugement selon lequel une caractéristique d'un produit ou d'un service, ou le produit ou le service lui-même, a procuré*

³ Larroque (1933, p.15), présente l'utilisateur comme « celui dont la satisfaction est l'objet même du service. Bénéficiaire et fin du service, l'utilisateur pourra non seulement exercer un contrôle sur l'organisation générale du service, mais encore en exiger le fonctionnement à son profit : il a un droit au service »

(ou procure) un niveau agréable d'épanouissement lié à la consommation, y compris des niveaux d'épanouissement insuffisants ou excessifs » (cité dans Oliver, 2006, p. 13). De leur côté, Halstead, Hartman, and Schmidt (1994, p.114) disent que la satisfaction est « une réponse affective spécifique à une transaction résultant de la comparaison par le client de la performance du produit à une norme de préachat ». Pour Fornell (1992, p.11), la satisfaction est « une évaluation globale après l'achat ». Quant à Day (1984), la satisfaction est « l'évaluation de l'écart perçu entre les attentes antérieures (ou une certaine norme de performance) et la performance réelle du produit telle qu'elle est perçue après sa consommation » (cité dans Tse and Wilton, 1988, p. 204). Enfin, selon DeLone et Mclean (2003), la satisfaction de l'utilisateur peut également être considérée comme « une fonction de l'utilité perçue, de la qualité du service qui est très importante pour l'acceptation et la réussite de la satisfaction ».

Comme conclusion, Giese (2000), a suggéré un cadre définitionnel pour la satisfaction reposée sur l'agrégation de trois composantes communes dans les définitions proposées par la littérature théorique et empirique. Il s'agit d'« une réponse émotionnelle/cognitive à un thème particulier », se rapportant à un point particulier, et qui se produit à un moment donné.

2.1.2. La notion de service public local

En 1914, Jèze a dit que la notion de services publics fait référence aux « *besoins d'intérêt général que les gouvernants d'un pays donné et à une époque donnée ont décidé de satisfaire par le procédé du service public* ». Puis, en 1995, Troger a défini un service public local comme étant « *toutes les prestations d'intérêt général faisant partie des attributions des collectivités locales* ». Au Maroc, le Ministère de la Réforme de l'Administration et de la Fonction Publique (MRAFP), a présenté le service public comme « *une prestation fournie par l'administration au bénéfice des usagers, ayant pour but ultime de répondre au besoin des usagers que ce soit des personnes physiques ou morales en leur apportant une valeur.*⁴ »

Ainsi, un service public local est une activité exercée par la collectivité territoriale, dans l'objectif de satisfaire un besoin d'intérêt général, tout en respectant les normes de qualité d'accessibilité et de transparence, et tout en veillant au respect d'un certain nombre de principes à savoir : la continuité, l'égalité, la mutabilité, la transparence et la gratuité. Sauf que, le principe de « gratuité » n'est pas applicable à l'ensemble des services publics. C'est-à-dire que pour accéder à un service public qui ne se caractérise pas par sa gratuité, l'utilisateur devrait payer un certain montant⁵. Nous parlons ici de la tarification des services publics. Cette dernière, qu'elle soit à l'échelle locale ou nationale, est une politique publique qui répond à des enjeux d'ordre social, économiques, environnementaux et technologiques. C'est cette « tarification » qui devrait permettre, en principe, à la collectivité territoriale de mobiliser et de déboursier des ressources de financement, afin d'honorer ses responsabilités en matière d'offre des services publics locaux de qualité.

2.1.3. Le lien entre la prestation des services publics et la satisfaction des usagers

Pour DeLone et McLean (1992), la satisfaction de l'utilisateur est l'une des étapes les plus importantes pour déterminer le succès d'une organisation.

La littérature sur la satisfaction des individus à l'égard des biens et services fournis par les entreprises privées est abondante (Parasuraman, Zeithaml et Berry, 1988 ; Johnson, Nader et

⁴ D'après le référentiel des services publics du Ministère de la Réforme de l'Administration et de la Fonction Publique (MRAFP)

⁵ Il est important de bien distinguer entre « impôt », « taxe » et « tarif ». L'impôt est prélevé généralement sur les revenus ou les actifs sans contrepartie directe. La taxe est un montant prélevé soit sur un bien lorsqu'il est consommé, ou pour financer un service public précis même si la personne ne l'utilise pas. Le tarif est un montant payé pour l'utilisation d'un bien ou d'un service public (l'eau et l'électricité par exemple)

Fornell, 1996). Egalement, l'étude de la satisfaction vis-à-vis des biens et services fournis par les institutions publiques (services publics) est devenue un sujet d'intérêt majeur dans les pays qui ont adopté une approche de « démocratie participative ». Ainsi, dans le but d'une meilleure adéquation entre la conception et la mise en œuvre des politiques publiques et la prestation des services publics aux niveaux nationale et locale, d'une part, et les attentes et aspirations des citoyens de l'autre part, la mesure de la satisfaction de ces derniers est devenue au cœur de l'action publique. C'est-à-dire que la gestion des attentes de la population, ainsi que de la mesure de leur satisfaction envers les services publics rendus performance perçue, peuvent être des stratégies efficaces pour les autorités publiques pour améliorer leur performance.

Dans ce contexte, la constitution marocaine de 2011 stipule que « *le régime constitutionnel du Royaume est fondé sur la séparation, l'équilibre et la collaboration des pouvoirs, ainsi que sur la démocratie citoyenne et participative ...*⁶ ». C'est une approche qui favorise la participation active de la population à la prise de décision et à l'élaboration des programmes de développement. L'objectif étant de permettre aux personnes chargées de la prestation des services publics d'être au courant de la réalité de la performance des prestations offertes, et du niveau de satisfaction ou d'insatisfaction des usagers vis-à-vis desdits services, pour pouvoir les « moduler », et corriger les écarts latents.

En effet, répondre aux demandes sociales de plus en plus nombreuses et complexes de la population locale, et la préservation de la cohésion sociale devraient constituer le principal objectif que les collectivités territoriales s'efforcent d'atteindre. Ainsi, pour qu'elle puisse évaluer la qualité des services publics rendus, il est impératif de tenir compte les perceptions des usagers, pour pouvoir adapter, ensuite, son offre en fonctions desdits perceptions. De son côté, l'utilisateur d'un service public local compare le service attendu à celui réellement reçu. Il décide de son degré de satisfaction vis-à-vis de la prestation des services et des résultats, et porte également des jugements sur leur qualité.

Selon Priansa (2017), cinq (5) éléments concernent la satisfaction des individus : les attentes à l'égard d'un bien/service, sa performance réelle, la comparaison de sa performance réelle avec celle attendue, l'expérience et la confirmation/disconfirmation. Ainsi, dans le cadre des SPL, ces cinq éléments peuvent être empruntés dans l'évaluation de la satisfaction des usagers. Tout d'abord, pour se sentir satisfaits, les usagers espèrent que les services publics locaux reçus correspondent à leurs « attentes », à leurs désirs et à leurs croyances. Ensuite, les usagers se sentent satisfaits lorsque la « performance » des SPL est réelle. Puis, les usagers, après « comparaison » des performances attendues avec celles perçues, seront satisfaits lorsque leurs attentes correspondent ou dépassent leurs perceptions de la performance réelle. Encore, leurs attentes sont influencées par leurs expériences de l'utilisation d'un SPL donné. Enfin, ils expriment leur « confirmation/disconfirmation » : la confirmation résulte de la correspondance entre les attentes et la performance réelle. Inversement, la disconfirmation a lieu lorsque les attentes sont supérieures ou inférieures aux performances réelles du produit.

2.2.La conformité fiscale des contribuables

2.2.1. La notion de conformité fiscale

Sans aucun doute, la non-conformité et le non-respect des normes et des lois sont des phénomènes auxquels sont confrontées toutes les administrations fiscales à travers le monde. Le mot conformité signifie le respect des lois et des normes. D'après Roquilly et Collard (2009), c'est « *le fait de se soumettre aux exigences d'une loi, d'un texte réglementaire, ou de toute norme émanant d'un organisme doté d'un pouvoir et dont le non-respect pourrait être sanctionné par un juge ou une autorité de régulation* » (cité dans Machmoum et Nmili, 2021).

⁶ Alinéa 2 de l'Article premier de la Constitution de 2011

Aussi, pour Song et Yarbrough (1978), elle est « la volonté des contribuables de se conformer aux lois fiscales ».

En fiscalité, Andreanto (2016), a précisé que les règles qui s'appliquent sont les règles fiscales, et par conséquent la conformité du contribuable n'est qu'une « obéissance à l'exécution des dispositions fiscales ou des règles qui sont exigées ou doivent être mises en œuvre » (cité dans Chandra, et al, 2023, p.430). De ce fait, un contribuable peut être considéré comme « obéissant » s'il comprend la législation fiscale, s'il remplit correctement les procédures fiscales, s'il détermine le montant de l'impôt à payer de manière correcte, et s'il s'acquitte de ses obligations fiscales dans le respect des délais prévus par la loi.

De leur côté, Roth et al. (1989), présentent la conformité fiscale comme « le fait de remplir toutes les déclarations fiscales requises à la date prévue, avec exactitude et conformément à la législation fiscale applicable. » (Cité dans Natrah 2012).

En résumé, la conformité fiscale est l'expression de la volonté des contribuables de se conformer à leurs obligations fiscales conformément aux réglementations en vigueur, sans nécessiter la mise en œuvre d'inspections régulières ou systématiques, et sans procéder à des enquêtes, à des avertissements ou à l'application de sanctions tant juridiques qu'administratives le cas échéant. Ce qui témoigne de la confiance accordée aux contribuables et peut encourager une relation de coopération mutuelle entre ces derniers et l'administration fiscale.

A l'inverse, et sur la base des définitions présentées ci-dessus, la « non-conformité fiscale » peut être définie comme étant la réticence à agir conformément au règlement fiscal applicable à un moment donné : c'est une violation des obligations déclaratives. Il s'agit, d'après Natrah (2012), d'un ensemble de pratiques défavorables au système fiscal d'un gouvernement.

2.2.2. Les facteurs explicatifs de la conformité/non-conformité fiscale

Théoriquement, la littérature a fourni des éléments suggérant que la conformité fiscale est influencée par de nombreux facteurs économiques et non économiques (Alm, cité dans Bello et Danjuma, 2014). Au fil du temps, des chercheurs comme Jackson et Millron (1986), Fischer (1993), Wenzel (2004), et autres, se sont rendu compte que le comportement de conformité des contribuables est également influencé par des facteurs sociaux et psychologiques et ont par conséquent étendu leurs études pour couvrir lesdits facteurs. Dans la première grande revue complète de la littérature sur la conformité fiscale, Jackson et Millron (1986) ont identifié quatorze (14) facteurs clés influençant la conformité fiscale. De ce fait, la « conformité » et la « non-conformité » aux obligations fiscales sont deux comportements qui résultent de la représentation que les individus ont de l'impôt. De sa part, Kirchler (2007), précise que les facteurs qui influencent le comportement de respect et/ou de non-respect des obligations fiscales diffèrent d'un pays à l'autre et d'un individu à l'autre.

Par exemple les contribuables qui refusent de se conformer aux obligations fiscales prennent l'impôt comme une charge à éviter, voire un instrument de soumission. Par contre, ceux qui se conforment, volontairement, le voient comme un moyen de contribution au développement du territoire, un acte de civisme et un moyen d'expression de la solidarité.

Fischer et al. (1992) ont classé les déterminants de la conformité fiscale en quatre groupes (cité dans Chau & Leung, 2009) à savoir :

- La structure du système fiscal : taux d'imposition, pénalités, probabilité de détection et complexité du système fiscal ;
- L'attitude et la perception : équité, éthique et influence des pairs ;
- La possibilité de non-conformité : niveau de revenu, sources de revenus et profession ;
- Les facteurs démographiques : âge, sexe et éducation ;

Néanmoins, Alm (1999) a jugé qu'aucun modèle unique ne peut rendre compte de tous les facteurs responsables de la décision de conformité fiscale. Ceci dit que d'autres facteurs peuvent également être pertinents pour expliquer le comportement de conformité fiscale. Il a dit qu'il

existe de nombreux facteurs qui influencent les décisions des individus en matière de déclaration fiscale : par exemple, selon Alm (1999), l'*Internal Revenue Service* (1978) a dressé une liste de 64 facteurs susceptibles d'influencer les décisions des contribuables en matière de déclaration fiscale. Toutefois, les modèles théoriques ne peuvent en inclure que quelques-uns. Dans le présent article, nous allons limiter notre recherche sur un aspect particulier : celui de l'impact de la satisfaction des contribuables vis-à-vis des services publics fournis par la commune sur leur conformité en matière d'obligations fiscales (conformité fiscale)

2.3. Le lien entre la satisfaction et la conformité fiscale

La théorie de l'échange fiscal repose sur un principe de contractualisation selon lequel le contribuable considère le paiement de l'impôt comme la contrepartie de bénéficier des services publics collectifs financés par l'Etat ou par les collectivités territoriales. Les impôts sont des contributions obligatoires à l'Etat ou aux collectivités territoriales dues par les individus (personnes physiques ou morales), sans contrepartie directe. Ces contributions sont utilisées pour les besoins de l'Etat et des collectivités territoriales en vue de la plus grande prospérité du peuple.

Le modèle impôt-échange stipule que la présence de dépenses publiques pour la prestation des services publics peut servir de facteur de motivation pour la conformité fiscale des contribuables, en particulier lorsque les contribuables apprécient les biens et services qu'ils perçoivent comme étant reçus de l'Etat.

Pour Jackson et Milliron (1986), l'équité fiscale semble comporter au moins deux dimensions différentes : la première concerne les avantages que l'on reçoit en échange de l'impôt payé et la seconde concerne l'équité perçue. Dans le même sens, Alm et al. (1992, p.113) disent que la conformité est également plus grande lorsque les individus perçoivent certains avantages d'un bien public financé par les paiements d'impôts. Parmi les résultats d'une étude réalisée par Le Centre International de la fiscalité et le Développement (ICTD) (2016)⁷, c'est que le niveau de « satisfaction vis-à-vis des services locaux [...] est importante pour façonner les attitudes envers la conformité ».

Fjeldstad, et al, (2012, p.9), ont dit que le contribuable est prêt à échanger son pouvoir d'achat sur le marché en contrepartie des services publics tout en précisant que cet échange est largement conditionné par la qualité et la performance des services rendus par l'Etat (*quid pro quo*). En revanche, il est possible qu'il réduise sa conformité lorsqu'il sent insatisfait de la fourniture des services par le gouvernement, ou même lorsqu'il n'apprécie pas la façon dont ses impôts sont dépensés.

Davoodi et Grigorian, (2007, p.20) ont démontré l'existence d'un impact de la satisfaction des contribuables envers les services publics sur la conformité fiscale volontaire. Ils ont dit que les incitations des agents à payer des impôts sont notamment influencées par la qualité des services publics. C'est-à-dire, selon, Davoodi toujours, qu'il existe un cercle vicieux dans lequel la réticence des agents à payer des impôts se traduit par l'incapacité du gouvernement à fournir des services publics de qualité, ce qui, en retour, réduit davantage les incitations à payer des impôts.

Chandra et al, (2023), Lukman et al, (2022), et Suyono et al, (2022), ont réalisé des études concluant qu'un « service de qualité augmentera la conformité des contribuables lorsqu'ils seront satisfaits et heureux des services fournis ».

En somme, l'assurance d'un service public local doit respecter les normes de qualité, d'accessibilité et de transparence, tout en veillant au respect d'un certain nombre de principes à savoir : la continuité, l'égalité, la mutabilité, la transparence et la gratuité. Sauf que, le principe de « gratuité » n'est pas applicable à l'ensemble des services publics. C'est-à-dire que l'accès

⁷ Etude réalisée en Sierra Leone sur les attitudes des contribuables envers la conformité fiscale, couvrant 2100 personnes provenant de sept conseils de district et portant sur les impôts locaux.

à certains services publics est à titre onéreux, et l'utilisateur se trouve dans l'exigence de payer un montant⁸. Nous parlons ici de la tarification des services publics. Cette « tarification » est une politique publique qui répond à des enjeux d'ordre social, économique, environnemental et technologique. Elle devrait permettre à l'Etat ou à la collectivité territoriale de mobiliser et de déboursier des ressources de financement, afin d'honorer ses responsabilités en matière d'offre des services publics de qualité.

Ainsi, la prestation d'un service public local est un contrat social « synallagmatique » entre la collectivité territoriale⁹ et la population locale, dans le sens où la première doit assurer des services publics locaux de qualité, accessibles à tous les citoyens sans discrimination aucune, à des coûts maîtrisés, et la deuxième, doit se conformer au paiement de ses obligations fiscales sans évitement aucun. Ces ressources fiscales constituent la principale composante et l'instrument basic pour le financement des dépenses des CT et qui leur permettront d'atteindre le bien-être social de la population locale.

D'après la revue de littérature présentée ci-dessus, notre hypothèse est formulée comme suit : **« H1 : la satisfaction des contribuables vis-à-vis des services publics locaux pourrait avoir un impact favorable sur leur conformité fiscale. »**. Cette hypothèse fera l'objet d'une étude empirique tout en suivant la démarche scientifique et méthodologique en vigueur.

3. Méthodologie de recherche et opérationnalisation des variables

Comme précédemment évoqué, les communes ont plusieurs raisons de rechercher une « bonne mesure » de l'appréciation de la communauté locale à l'égard des services publics communaux et de son impact sur la conformité fiscale.

En réalité, la commune fournit une variété de services dont la satisfaction peut être mesurée de manière « globale ». Dans la présente étude, nous avons opté pour un jugement sommatif de la population locale sur les performances de leur commune. C'est un jugement dans lequel seront combinées les diverses expériences des usagers avec les services fournis par leur collectivité territoriale, qui vont évaluer l'importance relative de chacune d'entre elles et procéder, enfin, à une évaluation globale.

3.1. Méthodologique adoptée

- Démarche méthodologique

La présente étude est confirmatoire, basée sur une approche hypothético-déductive qui consiste à tester une hypothèse dérivée du cadre théorique préalablement présenté, et relative à la relation causale entre les variables conformité fiscale et satisfaction. Ces deux variables sont non manifestes (variables latentes), et seront appréhendées au moyen d'une série d'instruments de mesure tirés de travaux de recherche antérieurs, puis adaptés à notre cadre d'investigation spécifique. Il s'agit de vérifier empiriquement comment la satisfaction vis-à-vis des services publics communaux pourrait impacter la conformité des contribuables envers leurs obligations fiscales.

Afin de confirmer ou de rejeter notre hypothèse, nous allons utiliser des données numériques collectées à l'aide d'un questionnaire (courant 2024) en mode face à face, et qui seront traitées et analysées à l'aide du logiciel SPSS.20. Notre terrain d'investigation est la commune urbaine de Sidi Kacem, et la population (échantillon) étudiée est composée de 200 contribuables locaux

⁸ Il est important de bien distinguer entre « impôt », « taxe » et « tarif ». L'impôt est prélevé généralement sur les revenus ou les actifs sans contrepartie directe. La taxe est un montant prélevé soit sur un bien lorsqu'il est consommé, ou pour financer un service public précis même si la personne ne l'utilise pas. Le tarif est un montant payé pour l'utilisation d'un bien ou d'un service public (l'eau et l'électricité par exemple)

⁹ La collectivité territoriale constitue une personnalité morale de droit public

(personnes physiques), assujetties au moins à un impôt local, et âgées de 18 ans et plus. Les caractéristiques de la population étudiée sont les suivantes :

Tableau 1 : Répartition des enquêtés par genre

Genre	Effectifs	%
Homme	148	74,0
Femme	52	26,0
Total	200	100,0

Figure 1 : Répartition des enquêtés par genre

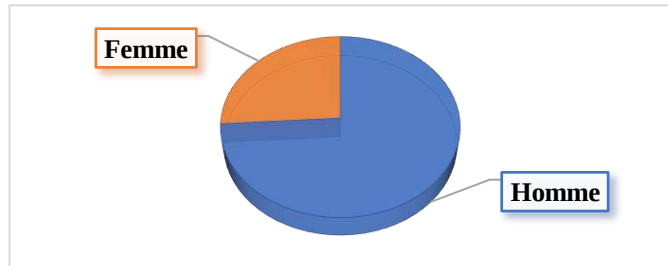


Tableau 2 : Répartition des enquêtés par âge

Âges	Effectifs	%
De 18 à 30	46	23,0
De 30 à 45	60	30,0
De 45 à 60	64	32,0
+ de 60	30	15,0
Total	200	100,0

Figure 2 : Répartition des enquêtés par âge

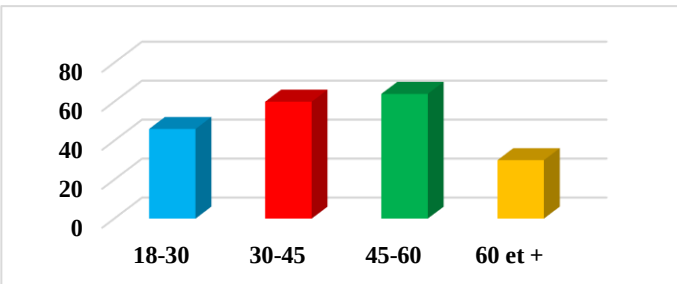


Tableau 3 : Répartition des enquêtés par situation familiale

Situation familiale	Effectifs	%
Célibataire	44	22,0
Marié(e)	138	69,0
Divorcé(e)	8	4,0
Veuf (ve)	10	5,0
Total	200	100,0

Figure 3 : Répartition des enquêtés par situation familiale

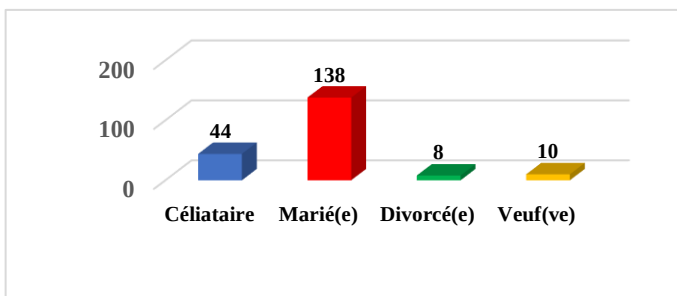
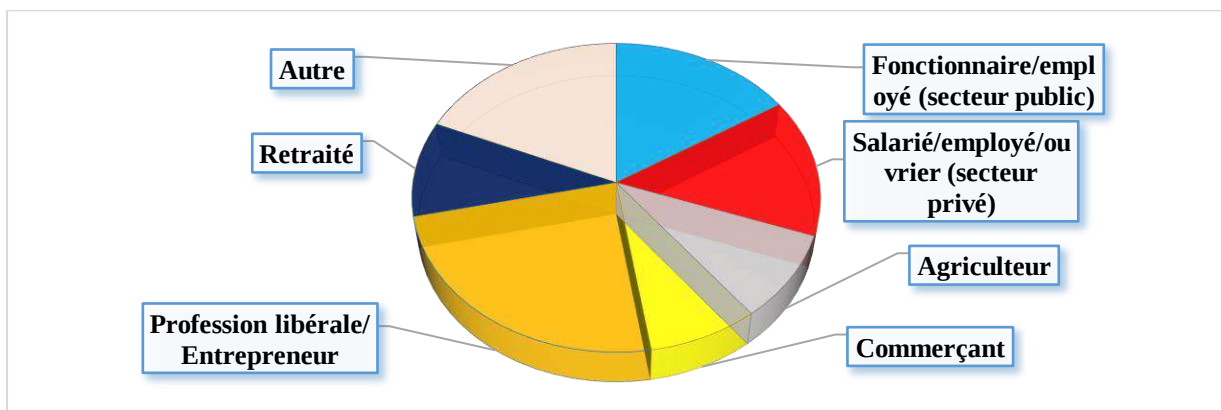


Figure 4 : Répartition des enquêtés par type d'activité (profession)



Source : Auteur

En premier lieu, nous entreprendrons l'opérationnalisation des variables de recherche, "satisfaction" et la "conformité fiscale", ainsi que l'évaluation de la validité et de la fiabilité des instruments de mesure par le biais d'une analyse exploratoire. Ensuite, nous procéderons à la vérification de nos hypothèses de recherche tout en examinant les relations de causalité entre les deux variables.

• Modèle de recherche et traitement de données

L'équation que nous allons tester est la suivante :

$$Y = E * X + \beta$$

Avec :

Y : Conformité

E : taux d'impact de la satisfaction

X : Satisfaction

Nous allons adopter la méthode la régression linéaire, cette méthode est un outil statistique qui nous permettra de tester notre hypothèse stipulant que « la satisfaction des contribuables vis-à-vis des services publics locaux pourrait avoir un impact favorable sur leur conformité fiscale. ». Ainsi, dans le but de confirmer ou de rejeter cette hypothèse, nous nous servirons des critères retenus dans l'évaluation de la qualité d'un modèle de régression. Il s'agit du coefficient de détermination (**R²**) qui mesure la proportion de la variance de la variable dépendante qui est expliquée par le modèle, à l'analyse des coefficients non standardisés (**Bêta**) représente le changement moyen dans la variable dépendante pour un changement d'une unité dans la variable indépendante correspondante, et à l'examen des seuils de signification (**Sig**) utilisés pour déterminer si les coefficients sont significativement différents de zéro, ce qui suggère une relation significative entre les variables.

Selon Chin (1998), les critères d'évaluation du coefficient de détermination (**R²**) sont comme suit :

- R² inférieur à 0,19 : « non-acceptable »
- R² entre 0,19 et 0,33 : « faible »
- R² entre 0,33 et 0,67 : « modéré »
- R² supérieur à 0,67 : « substantiel »

3.2. Opérationnalisation des variables de la recherche

Il est essentiel de disposer d'une bonne mesure des variables de recherche pour pouvoir tirer des conclusions précises. Ainsi, pour rendre opérationnelles nos deux variables de mesure, nous avons utilisé comme référence des échelles de mesure préexistantes dans la littérature, avec adaptation au contexte de notre étude.

3.2.1. Opérationnalisation de la variable Conformité fiscale

Tableau 4 : Opérationnalisation de la variable Conformité fiscale

Codes	Items	Références
CONFOR1	Vous payez vos impôts locaux en conformité avec la loi parce que les services communaux que vous recevez en valent la peine	Modèle Slippery Slope Framework de Kirchler (2007) et Kirchler, Hoelzl, et Wahl (2008)
CONFOR2	Vous payez vos impôts locaux en conformité avec la loi pour contribuer au bien-être de la population locale.	
CONFOR3	Vous payez vos impôts locaux en conformité avec la loi parce que c'est votre devoir comme citoyen	
CONFOR4	Vous payez vos impôts locaux en conformité avec la loi parce que les contrôles fiscaux sont fréquents.	
CONFOR5	Vous payez vos impôts locaux en conformité avec la loi parce que les sanctions pour la l'évitement fiscal sont graves.	
CONFOR6	Vous payez vos impôts locaux en conformité avec la loi parce que vous ne savez pas comment éviter l'impôt sans attirer l'attention sur vous.	

Source : Auteur

Pour opérationnaliser la variable « conformité fiscale », nous nous sommes inspirés du modèle de la pente glissante (*Slippery Slope Framework*¹⁰) développé par Kirchler, Hoelzl, et Wahl (2008), et de l'étude réalisée par Genest-Grégoire, Godbout et Guay (2021) relative à l'analyse de la motivation à l'évasion fiscale. Selon Genest-Grégoire et al, (2021) les individus se conforment à leurs obligations fiscales volontairement ou de façon forcée.

3.2.2. Opérationnalisation de la variable satisfaction

La satisfaction globale des citoyens peut être définie comme le jugement sommatif d'un citoyen sur la performance de son administration locale en ce qui concerne la qualité des services urbains de base (Lyons et al, 1992). Selon la théorie de Hirschman, les gens réagissent à l'insatisfaction des institutions ou des gouvernements de trois manières principales : le déménagement (la sortie), la voix et la loyauté (modèle *EVL* : *Exit, Voice, Loyalty*) : le déménagement fait référence au fait de quitter le territoire de l'administration, la voix fait référence au fait de déposer des pétitions auprès de l'administration, et la loyauté fait référence à la confiance accordée à cette administration.

L'opérationnaliser la variable satisfaction se fait par le recours à l'échelle *EVL* tiré du modèle *EVL* élaboré par Lyons et al, en 1992, ainsi qu'à l'échelle de l'American Customer Satisfaction Index (ACSI) : c'est un indicateur économique qui mesure la satisfaction des consommateurs dans l'ensemble de l'économie américaine.

Tableau 5 : Opérationnalisation de la variable satisfaction

Codes	Items	Références
SAT1	6.1. Dans l'ensemble, vous êtes satisfait des services fournis par votre commune	American Customer Satisfaction Index (échelle ACSI)
SAT2	6.2. Les services actuellement fournis par votre commune sont proche aux services idéaux pour vous et pour votre famille	
SAT3	6.3. Les services fournis par votre commune sont en deçà de vos attentes	
SAT4	6.4. Vous aimeriez déménager dans une autre commune où les services publics sont meilleurs.	Lyons, Lowery, & DeHoog (1992) (échelle EVL)
SAT5	6.5. Vous avez envie de présenter une pétition au sujet des services publics prestés par votre commune.	

Source : Auteur

3.3. Les tests de validité et de fiabilité des instruments de mesure

Dans l'objectif d'identifier une mesure valide et fiable des variables « satisfaction » et « conformité fiscale », nous appliquerons la méthode d'analyse en composantes principales (ACP) et procéderons au calcul de la fiabilité des dimensions obtenues à l'aide du coefficient Alpha de Cronbach qui permettra de s'assurer de la cohérence interne des échelles de mesure retenus.

Pratiquement, nous allons, tout d'abord, analyser l'unidimensionnalité des échelles de mesure de chacune des deux variables. Ensuite, nous allons évaluer leur validité via la mesure de précision de l'échantillonnage de Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) ainsi que le test de sphéricité de Bartlett. Puis, nous allons nous assurer de la fiabilité desdites échelles par le calcul de l'alpha de Cronbach.

¹⁰ Le « *Slippery Slope Framework* » (modèle de la pente glissante) développé par Kirchler (2007) et Kirchler, Hoelzl, et Wahl (2008), et qui ont proposé un concept théorique qui intègre les hypothèses économiques de conformité fiscale ainsi que les déterminants psychologiques et sociologiques

A préciser que l'acceptation des indicateurs de mesure des variables de notre recherche doit répondre à un certain nombre de normes scientifiques (seuils). Il s'agit de :

Tableau 6 : Conditions et seuils d'acceptation des échelles de mesure

Tests	Conditions/seuils
L'unidimensionnalité	Il faut chaque item ne dépend que d'une seule variable (une échelle doit mesurer un concept unique).
La fiabilité	L'alpha de Cronbach doit être supérieur à 0,7 (Peterson, 1995, Spector, 1992 ; Nunnally, 1967)
La validité	Le Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) doit être supérieur à 0,5 (Kaiser, 1974), avec sphéricité de Bartlett inférieur à 5% (Bourque et al, 2006)
La qualité de la représentation	Les coefficients de la qualité de représentation doivent être $\geq$ 0,4 (Carriano, 2009)

Source : Auteur

4. Résultats et discussion

4.1. Résultats des tests de validité et de fiabilité des instruments de mesure

4.1.1. Résultats des tests de validité et de fiabilité de la variable « satisfaction »

La variable « satisfaction » est mesurée par cinq (5) items. Les résultats du test de validité via SPSS (version 20) montrent que l'indice de KMO est égal à 0,831, cette valeur est acceptable (supérieur à 0,5) et indique que les données sont globalement appropriées pour une analyse factorielle. Aussi, le test de de sphéricité de Bartlett est significatif, il est au-dessous du seuil d'acceptabilité de 0,05 ce qui suggère que les variables sont corrélées les unes avec les autres. Quant à la variance totale expliquée, elle indique l'existence d'une seule dimension (unidimensionnelle) pour la variable satisfaction, et montre que 76,40% de la variance totale est expliquée par les composantes identifiées dans notre analyse.

Concernant la fiabilité des indicateurs de mesure retenus, les résultats présentés dans le tableau 7 montrent que le coefficient alpha de Cronbach de 0,918 est très satisfaisant puisqu'il est supérieur au seuil de 0,7. Cela suggère une forte cohérence interne entre les items, et renforce la fiabilité de nos instruments de mesure.

Tableau 7 : Validité et fiabilité de la variable « satisfaction »

Items	Qualité de représentation	Matrice des composantes
SAT1	,697	,835
SAT2	,828	,910
SAT3	,872	,934
SAT4	,654	,809
SAT5	,768	,877
Mesure de précision de KMO	0,831	
Test de sphéricité de Bartlett	Khi-deux approximé	853,941
	Ddl	10
	Signification de Bartlett	,000
Variance totale expliquée	76,40%	
Alpha de Cronbach	,918	
Nombre d'items	5	

Source : Auteur sur la base de SPSS.20

4.1.2. Résultats des tests de validité et de fiabilité de la variable « conformité »

La variable « conformité » est mesurée, dans une première étape, par six (6) items. Les résultats du test de validité avant purification indiquent que l'indice de KMO est égal à 0,726, cette valeur est acceptable (supérieur à 0,5).

Tableau 8 : Les résultats des tests de validité et de fiabilité de la variable « conformité »

Items		Qualité de représentation	Matrice des composantes
CONFOR1		,758	,870
CONFOR2		,803	,896
CONFOR3		,826	,909
CONFOR4		,805	,897
CONFOR5		,155	,394
CONFOR6		,264	,514
Mesure de précision de KMO		0,726	
Test de sphéricité de Bartlett	Khi-deux approximé	1103,219	
	Ddl	15	
	Signification de Bartlett	,000	
Variance totale expliquée		60,18%	
Alpha de Cronbach		,856	
Nombre d'items		6	

Source : Auteur sur la base de SPSS.20

De même, le test de sphéricité de Bartlett est significatif puisqu'il présente une valeur au-dessous du seuil d'acceptabilité de 5%. Pour la variance totale expliquée, elle indique l'existence d'une seule dimension (unidimensionnelle), et montre que 60,18% de la variance totale est expliquée par les composantes retenues dans notre analyse. Quant à la fiabilité des indicateurs de mesure retenus, les résultats présentent un coefficient alpha de Cronbach de 0,856, ce qui est largement supérieur au seuil minimum d'acceptation de 0,7. Cependant, les indicateurs relatifs à la qualité de représentation nous renseignent que les items « CONFOR5 » et « CONFOR6 » sont au-dessous du seuil de représentation (0,5), par conséquent, nous décidons de les éliminer.

4.1.3. Résultats des tests de validité et de fiabilité de la variable « conformité » après purification (élimination des items CONFOR5 et CONFOR6)

Après avoir éliminé les items « CONFOR5 » et « CONFOR6 », nous pouvons constater, d'une part, que l'indice KMO a diminué en passant de 0,726 à 0,693. Mais, d'autre part, les valeurs relatives à la qualité de représentation et à la matrice des composantes sont toutes supérieures à 0,5. Aussi, nous pouvons remarquer une amélioration quant à la variance totale expliquée qui est passée de 60,18% à 82,47%, et de la cohérence interne mesuré par l'alpha de Cronbach qui s'élève à 0,928.

Tableau 9 : Validité et de fiabilité de la variable « conformité » après purification (élimination des items CONFOR5 et CONFOR6)

Items		Qualité de représentation	Matrice des composantes
CONFOR1		,784	,885
CONFOR2		,832	,912
CONFOR3		,846	,920
CONFOR4		,83	,914
Mesure de précision de KMO		0,693	
Test de sphéricité de Bartlett	Khi-deux approximé	1039,909	
	Ddl	6	
	Signification de Bartlett	,000	
Variance totale expliquée		82,466%	
Alpha de Cronbach		,928	
Nombre d'items		4	

Source : Auteur sur la base de SPSS.20

4.2. Test des hypothèses et discussion

Sur un échantillon de 200 contribuables relevant de la commune urbaine de Sidi Kacem, et après s'être assuré de la validité et de la fiabilité des instruments de mesure des variables mobilisées dans notre étude à savoir « la satisfaction » qui représente la variable explicative (indépendante) et « la conformité » qui représente celle à expliquer (dépendante), nous allons procéder à l'étude de la relation entre lesdites variables, par le calcul du coefficient de corrélation de Pearson, ainsi que le coefficient de détermination (R^2).

4.2.1. Résultats de corrélation entre les variables de recherche

Les résultats d'analyse de corrélation entre la « Conformité » et la « Satisfaction » mesurée par la corrélation de Pearson présentent une valeur de 0,470 : c'est une valeur qui indique une corrélation positive modérée entre les deux variables. Cela suggère que les individus ayant un niveau plus élevé de satisfaction ont tendance à avoir également un niveau plus élevé de conformité, et vice versa, mais cette relation n'est pas extrêmement forte. En plus, la valeur de « Sig » est inférieure à 0,001 (représenté comme .000), ce qui indique une signification statistique élevée. Cela signifie que la corrélation observée entre la Conformité et la Satisfaction n'est probablement pas due au hasard.

Tableau 10 : analyse de corrélation entre les variables conformité et satisfaction

		Conformité	Satisfaction
Corrélation de Pearson	Conformité	1,000	,470
	Satisfaction	,470	1,000
Sig. (unilatérale)	Conformité	.	,000
	Satisfaction	,000	.
N	Conformité	200	200
	Satisfaction	200	200

Source : Auteur sur la base de SPSS.20

Le tableau des corrélations de SPSS montre qu'il y a une corrélation positive modérée ($r = 0,470$) entre la satisfaction et la conformité. Cette corrélation est statistiquement significative ($p < 0,01$). Les intervalles de confiance du bootstrap (IC à 95% : [0,356, 0,572]) soutiennent cette estimation, ce qui suggère que la relation observée est robuste. De plus, le faible biais et

les petites erreurs standards des résultats du bootstrap indiquent que les estimations sont précises et fiables. En résumé, les résultats montrent l'existence d'une relation positive et significative entre la satisfaction et la conformité, et les analyses de bootstrap confirment la robustesse de cette relation.

Tableau 11 : Matrice des corrélations

Corrélations						
				Satisfaction	Conformité	
Satisfaction	Corrélation de Pearson				1	,470**
	Sig. (bilatérale)					,000
	N				200	200
	Bootstrap ^b	Biais			0	-,001
		Erreur standard			0	,056
		Intervalle de confiance à 95%	Inférieur		1	,356
			Supérieur		1	,572
Conformité	Corrélation de Pearson				,470**	1
	Sig. (bilatérale)				,000	
	N				200	200
	Bootstrap ^b	Biais			-,001	0
		Erreur standard			,056	0
		Intervalle de confiance à 95%	Inférieur		,356	1
			Supérieur		,572	1
**. La corrélation est significative au niveau 0.01 (bilatéral).						
b. Sauf avis contraire, les résultats du bootstrap sont basés sur 1000 bootstrap samples						

Source : Output SPSS.20

D'après le tableau 14 ci-dessous, des statistiques de colinéarité, la tolérance est de 1,000 : cela indique l'absence de colinéarité. De même, la VIF (*Variance Inflation Factor*) est également présente une valeur de 1,000 : ce qui renforce l'absence de problème de colinéarité.

Tableau 12 : Statistiques de colinéarité

Corrélations			Statistiques de colinéarité	
Corrélation simple	Partielle	Partie	Tolérance	VIF
,470	,470	,470	1,000	1,000

Source : Output SPSS.20

4.2.2. Résultats de régression entre les variables de recherche

D'après les résultats figurant dans le tableau 11, le R-deux est de 0,221 : cette valeur est jugée « faible » selon les critères de Chin (1998). Cela signifie que 22,1% de la variance de la variable « conformité fiscale des contribuables » est expliquée par la variable « satisfaction envers les services publics communaux ». Ceci dit que ce modèle explique une partie significative de la variance de la variable dépendante, bien que ce ne soit pas une explication complète. Cependant, il reste une part importante (77,9%) de la variance de la variable « conformité fiscale » qui peut être expliquée par d'autres variables non incluses dans notre modèle.

Tableau 13 : Régression entre la variable conformité et la variable satisfaction

Modèle	R	R-deux	R-deux ajusté	Erreur standard de l'estimation
1	0,470	0,221	0,217	0,88498752

Source : Auteur sur la base de SPSS.20

Tableau 14 : Tableau des coefficients du modèle

Modèle		Coefficients non standardisés		Coefficients standardisés	T	Sig.
		A	Erreur standard	Bêta		
1	(Constante)	1,344E-016	,063		,000	1,000
	Satisfaction	,470	,063	,470	7,489	,000

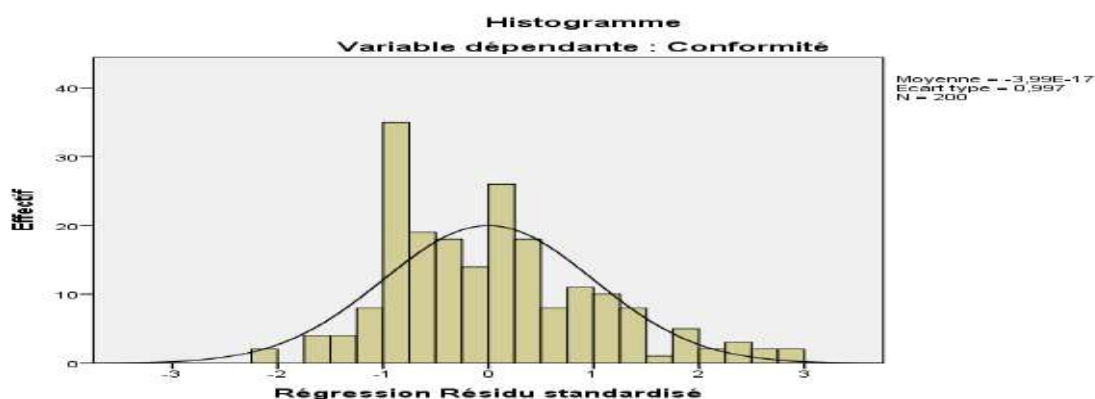
Source : Auteur sur la base de SPSS.20

D'après le tableau 12, l'équation de régression peut être écrite comme :

$$\text{Conformité} = 1,344E-016 + 0,470 \times \text{Satisfaction}$$

La constante est très proche de zéro (1,344E-016), ce qui est pratiquement négligeable dans cette étude. Cela signifie que lorsque la satisfaction est égale à zéro, la conformité est presque nulle. Aussi, le coefficient de satisfaction est égal à 0,470 : cela indique que pour chaque unité d'augmentation de la satisfaction, la conformité augmente de 0,470 unités, et inversement.

Figure 5 : Histogramme de la régression



Source : Auteur sur la base de SPSS.20

En fonction des résultats présentés ci-dessus, nous pouvons confirmer notre hypothèse de recherche et conclure que la satisfaction des contribuables locaux vis-à-vis des services communaux offerts par la collectivité territoriale exerce un impact positif et significatif sur leur conformité fiscale.

4.2.3. Discussion des résultats

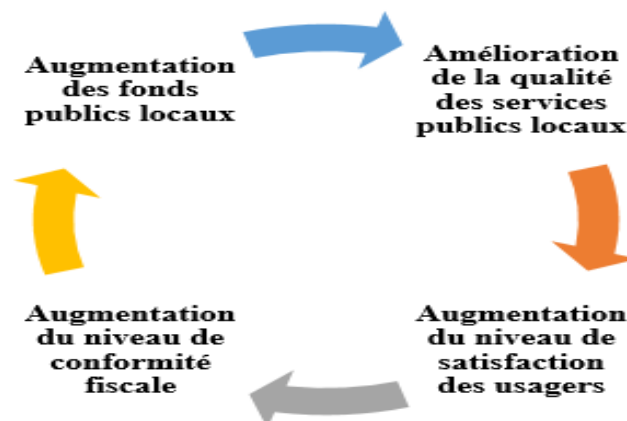
L'objectif du présent travail de recherche est d'étudier l'impact de la satisfaction des contribuables/usagers vis-à-vis des services publics communaux sur le respect des obligations fiscales (conformité fiscale). Pour ce faire, nous avons étudié, tout d'abord, les apports théoriques relatifs à ce sujet, puis, après avoir opérationnalisé, testé la validité et la fiabilité des instruments de mesure, nous avons procédé à l'analyse de la relation d'impact entre les deux variables mobilisées en utilisant la méthode de la régression linéaire simple sous SPSS.20. Les résultats de notre recherche montrent que la satisfaction des contribuables explique 22,1% ($R^2=0,221$) de leur comportement fiscal (le respect des obligations fiscales).

Sur la base des résultats cités ci-dessus, nous avons validé notre hypothèse de recherche et confirmé l'existence d'un impact positif et significatif de la satisfaction envers les services publics communaux sur la conformité fiscale des contribuables locaux ($R=0,47$). Ceci dit que plus les services publics locaux sont satisfaisants, plus le contribuable sera plus obéissant en matière d'accomplissement de ses obligations fiscales. Ce résultat rejoint les propos présentés au niveau de la revue de littérature (Jackson et Milliron, 1986 ; Alm et al., 1992 ; ICTD, 2016 ; Fjeldstad, et al, 2012 ; Davoodi et al, 2007 ; Chandra et al, 2023 ; Lukman et al, 2022 ; et Suyono et al, 2022).

En plus, des études antérieures ont démontré que la qualité des services a une influence positive et significative sur la satisfaction des contribuables. C'est-à-dire que plus la qualité des services publics est élevée, plus la satisfaction du contribuable augmente (Parasuraman et al. 1994 ; Rust et Oliver, 1994 ; Anderson et Sullivan, 1993 ; Chumpitaz & Swaen, 2004 ; Tsapi et Kaissou, 2020). Dans le contexte marocain, Abdelmoumen (2023) a démontré que la qualité des services publics fournis par la collectivité territoriale à la population locale impacte positivement et significativement le niveau de satisfaction des contribuables locaux.

De ce fait, pour améliorer la qualité des services publics, la collectivité territoriale devrait accorder une attention aux facteurs de satisfaction des contribuables. Ces derniers, devenant satisfaits, expriment un certain engagement vis-à-vis de leurs obligations fiscales (OCDE, 2019 ; Babatunde et Danjuma, 2014 ; Feld et Frey, 2007 ; Alley, 2002 ; Scholz et Lubell, 1998). Il s'agit, en quelque sorte, d'un cercle vicieux mettant en relief quatre composantes : les fonds publics (y compris les recettes fiscales), la qualité des services publics, le niveau de satisfaction, et l'engagement fiscal (conformité fiscale) :

Figure 6 : Cercle vicieux : qualité – satisfaction – engagement



Source : Auteur

La figure ci-dessus explicite, sous un certain nombre de conditions¹¹, que les services publics locaux de haute qualité démontrent que la collectivité territoriale utilise efficacement les fonds publics pour répondre aux besoins de la population locale. Cela renforce la confiance des contribuables dans les institutions locales et les incite à être plus enclins à payer leurs impôts de manière régulière et conformément à la loi (OCDE, 2019 ; Babatunde et Danjuma, 2014 ; Feld et Frey, 2007 ; Alley, 2002 ; Scholz et Lubelle, 1998). Autrement dit, plus les individus prospèrent dans un environnement où les services publics sont fiables (infrastructures de qualité, des routes bien entretenues, des espaces verts, bonne qualité de l'eau et de l'électricité, etc.), plus ils seront engagés envers le paiement des impôts, ce qui entraînera une augmentation

¹¹ Il s'agit de deux conditions essentielles : la première est relative aux contribuables qui devraient s'engager réellement et sans aucun détournement de leurs obligations fiscales. La deuxième concerne la bonne gouvernance financière de la collectivité territoriale qui devrait utiliser les fonds de manière correcte, efficace, juste et transparente.

des recettes fiscales nécessaires pour le financement des dépenses de la collectivité territoriale en matière des services publics.

Dans une autre optique, des services publics de qualité contribuent au bien-être général de la population, créant ainsi des conditions propices à la croissance économique et au développement social. C'est à dire qu'une population en meilleure santé, mieux éduquée, etc., serait plus productive et plus prospère, ce qui peut se traduire par une augmentation des revenus et des capacités contributives, et donc une conformité fiscale accrue, et ainsi de suite.

5. Conclusion

Satisfaire les usagers des services publics locaux s'avère une mission lourde et complexe, voire une « fin non réalisable ». Cette complexité provient de l'incapacité de cerner tous les aspects et toutes les dimensions de la « satisfaction », elle est « idiosyncrasique ». En plus, être satisfait ou non, reste un jugement « relatif » et « spécifique », basé sur un mix de : perception, comparaison, émotion, attentes, évaluation, plaisir/déplaisir, expérience, épanouissement, qualité, performance, etc.

Un service public local fait référence aux différentes prestations d'intérêt général faisant partie des attributions de la collectivité territoriale, en respectant les normes de qualité d'accessibilité et de transparence. La fourniture desdites prestations nécessite des ressources de financement dont les recettes fiscales constituent la principale composante et l'instrument basic pour le financement des dépenses des collectivités territoriales et qui leur permettront d'atteindre le bien-être social de la population locale.

Ainsi, afin de prêter un service public adapté aux exigences et des attentes des usagers, la collectivité territoriale devrait adopter une démarche centrée sur l'utilisateur (*customer-centric*), qui consiste à l'écoute active de leurs demandes, de prendre en compte leur avis et suggestions, et de solliciter leur feedback. En effet, l'utilisateur joue un triple rôle dans ce processus :

- Il est le « client/usager » de ces services publics
- Il est « un juge » qui évalue la qualité des services prestés, et exprime son degré de satisfaction/insatisfaction.
- Il est le « contribuable/financeur » des services publics locaux à travers le paiement des impôts

Afin d'appréhender l'impact de la satisfaction envers les services publics locaux sur la conformité fiscale des contribuables, nous avons élaboré, dans un premier abord, une revue de littérature relative à ce sujet. Il s'agit de la théorie de l'échange fiscale, du modèle de l'impôt-échange, et des études élaborées par divers auteurs tels que : Jackson et Milliron, 1986 ; Alm et al, 1992 ; Davoodi et Grigorian, 2007 ; Fjeldstad, et al, 2012 ; ICTD, 2016 ; Lukman et al, 2022 ; Suyono et al, 2022 ; Chandra et al, 2023 et autres. Cette revue de littérature nous a permis de conclure que le contribuable se conforme au paiement de ses obligations fiscales sans évitement aucun, s'il bénéficie, en contrepartie, d'un service public de qualité, accessibles sans discrimination aucune, et à des coûts maîtrisés. Ensuite, nous avons élaboré une étude empirique sur un échantillon de 200 individus (contribuables locaux) relevant de la commune urbaine de Sidi Kacem, et dont les résultats ont montré que la satisfaction des contribuables impacte positivement et significativement leur comportement fiscal. Ce qui rejoint les propos théoriques et empiriques présentés au niveau de la revue de littérature.

Néanmoins, et comme tout travail de recherche, la présente étude peut présenter des limites au niveau de la sélection des variables explicatives (choix d'une seule variable explicative), de la représentativité de la taille de l'échantillon (200 individus), ainsi que la pertinence des instruments de mesure choisis.

Tout d'abord, nous rappelons que la conformité fiscale est influencée par d'autres variables, non mobilisées dans la présente étude, et dont l'incorporation pourrait contribuer à la réalisation

d'une recherche plus approfondie et plus enrichie, et donner, par conséquent, des résultats plus détaillés et plus explicatifs. Ensuite, un échantillon de petite taille peut, d'un côté, manquer de puissance statistique, ce qui signifie qu'il est moins susceptible de détecter des effets réels dans la population-mère, cela peut entraîner des conclusions erronées ou non représentatives. D'un autre côté, le travail sur un petit échantillon peut ne pas capturer la diversité de la population, ce qui peut limiter la capacité à généraliser les résultats obtenus à une population dont l'échantillon est extrait. Puis, évaluer l'exactitude et la précision des réponses des enquêtés est « ardu », car ces derniers peuvent fournir des réponses « socialement » acceptables, comme ils peuvent biaiser leurs réponses afin de manifester une attitude plus positive ou négative qu'ils ne le sont réellement. Enfin, le test d'un modèle de recherche et des hypothèses devrait être réalisé avec diverses méthodes, dans différents contextes et auprès des populations plus hétérogènes. De même, il convient de signaler que les instruments de mesure utilisés pour évaluer la « satisfaction » et « la conformité fiscale » peuvent inclure des limites quant à leur validité et fiabilité.

Références :

- (1). Abdelmoumen, E. A. (2023). L'impact de la qualité perçue des services publics communaux sur la satisfaction des usagers : une étude empirique. *African Scientific Journal*, 3(20), 350. <https://doi.org/10.5281/zenodo.10040907>
- (2). Alm, J. (1999). Tax compliance and administration. *Public Administration and Public Policy*, 72, 741-768.
- (3). Alm, J., Jackson, B. R., & McKee, M. (1992). Estimating the determinants of taxpayer compliance with experimental data. *National tax journal*, 45(1), 107-114.
- (4). Babatunde Bello, K., & Danjuma, I. (2014). Review of Models/Theories Explaining Tax Compliance Behavior [Examen des modèles/théories expliquant le comportement de conformité fiscale]. *Sains Humanika*, 35–38.
- (5). Chandra, T., Wijaya, E., Suryadiningrat, A., Chandra, S., & Chandra, J. (2023, May). Corporate Taxpayer Satisfaction and Compliance Analysis at Pratama Dumai Tax Office: Review of the Service System. In *International Conference on Business Management and Accounting* (Vol. 1, No. 2, pp. 429-442).
- (6). Chau, G., & Leung, P. (2009). A critical review of Fischer tax compliance model: A research synthesis. *Journal of accounting and taxation*, 1(2), 34.
- (7). Davoodi, H. R., & Grigorian, D. (2007). Tax potential vs. tax effort: a cross-country analysis of Armenia's stubbornly low tax collection.
- (8). DeLone, W. H., & McLean, E. R. (1992). Information systems success: The quest for the dependent variable. *Information systems research*, 3(1), 60-95.
- (9). DeLone, W. H., & McLean, E. R. (2003). The DeLone and McLean model of information systems success: a ten-year update. *Journal of management information systems*, 19(4), 9-30.
- (10). Fjeldstad, O. H., Schulz-Herzenberg, C., & Hoem Sjursen, I. (2012). People's views of taxation in Africa: a review of research on determinants of tax compliance. *Available at SSRN 2411424*.
- (11). Fornell, C. (1992). A national customer satisfaction barometer: The Swedish experience. *Journal of marketing*, 56(1), 6-21.
- (12). Genest-grégoire, A., Godbout, I., & Guay, J. H. (2021). Analyse de la motivation à l'évasion fiscale : de nouvelles données pour le modèle de la pente glissante. *Cahier de recherche*, 14.
- (13). Giese, J. L., & Cote, J. A. (2000). Defining consumer satisfaction. *Academy of marketing science review*, 1(1), 1-22.

- (14). Halstead, D., Hartman, D., & Schmidt, S. L. (1994). Multisource effects on the satisfaction formation process. *Journal of the Academy of marketing science*, 22(2), 114-129.
- (15). Jackson, B. R., & Milliron, V. C. (1986). Tax compliance research: Findings, problems, and prospects. *Journal of accounting literature*, 5(1), 125-165.
- (16). Jèze, G. (1926). Le service public. *Revista de drept public*, 93-103. Sur <https://univdroit.fr/docs/recherche/rhfd/revues/part/41649/12-1991-p093-103.pdf>
- (17). Johnson, M. D., Nader, G., & Fornell, C. (1996). Expectations, perceived performance, and customer satisfaction for a complex service: The case of bank loans. *Journal of Economic Psychology*, 17(2), 163-182.
- (18). Kirchler, E. (2007). *The economic psychology of tax behaviour*. Cambridge University Press.
- (19). Kirchler, E., E. Hoelzl & I. Wahl (2008), Enforced versus voluntary tax compliance: The “slippery slope” framework. *Journal of Economic Psychology*, 29(2), 210-225. <https://doi.org/10.1016/j.joep.2007.05.004>
- (20). Lukman, T. A., Hafni, L., Panjaitan, H. P., Chandra, T., & Sahid, S. (2022, November). The Influence of Service Quality on Taxpayer Satisfaction and Taxpayer Compliance at BAPENDA Riau Province. In *International Conference on Business Management and Accounting* (Vol. 1, No. 1, pp. 40-59).
- (21). Lyons, W. E., Lowery, D., & DeHoog, R. H. (1992). The politics of dissatisfaction: Citizens, services, and urban institutions. In <https://doi.org/10.4324/9781315288734>
- (22). Machmoum, S., & Nmili, M. (2021). Perception de l'équité fiscale et conformité du contribuable : Enquête exploratoire dans le contexte marocain. *Revue AME*, 3(4), 433-454. <https://revues.imist.ma/index.php/AME/article/view/28919/15029>
- (23). Natrah, S. 2012, « Tax Non-Compliance Behaviour: Taxpayers View » [Comportement de nonconformité fiscale : Le point de vue des contribuables], *Procedia - Social and Behavioral Sciences* 65, p344-351
- (24). Oliver, R. L. (2006). Customer satisfaction research. *The handbook of marketing research: Uses, misuses, and future advances*, 1, 569-587.
- (25). Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988). SERVQUAL instrument. *Journal of retailing*.
- (26). Priansa, D. J. (2017). Manajemen kinerja kepegawaian dalam pengelolaan SDM perusahaan
- (27). Seddon, P., & Kiew, M. Y. (1996). A partial test and development of DeLone and McLean's model of IS success. *Australasian Journal of Information Systems*, 4(1).
- (28). Song, Y.-d., & Yarbrough, T. E. (1978). Tax ethics and taxpayer attitudes: A survey. *Public administration review*, 442-452.
- (29). Suyono, S., Firnando, F., Yuliendi, R. R., Sudarno, S., & Putri, N. Y. (2022, November). THE EFFECT OF QUALITY SERVICE ON CLIENT SATISFACTION AND LOYALTY IN TAX AND MANAGEMENT CONSULTANT OFFICE. In *International Conference on Business Management and Accounting* (Vol. 1, No. 1, pp. 213-228).
- (30). Troger, F. (1995). Services publics: faire ou déléguer? (No Title).
- (31). Tse, D. K., & Wilton, P. C. (1988). Models of consumer satisfaction formation: An extension. *Journal of marketing research*, 25(2), 204-212.
- (32). Wenzel, M. (2004). An analysis of norm processes in tax compliance. *Journal of economic psychology*, 25(2), 213-228.