



HAL
open science

Le rôle des liens sociaux et de la confiance sur le financement bancaire des PME : une étude exploratoire

Mazen Gharsalli

► **To cite this version:**

Mazen Gharsalli. Le rôle des liens sociaux et de la confiance sur le financement bancaire des PME : une étude exploratoire. Gestion et management. Université de Bretagne occidentale - Brest, 2013. Français. NNT : 2013BRES0039 . tel-00975357

HAL Id: tel-00975357

<https://theses.hal.science/tel-00975357>

Submitted on 8 Apr 2014

HAL is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.

THÈSE / UNIVERSITÉ DE BRETAGNE OCCIDENTALE

sous le sceau de l'Université européenne de Bretagne

pour obtenir le titre de

DOCTEUR DE L'UNIVERSITÉ DE BRETAGNE OCCIDENTALE

Mention : Sciences de Gestion

**École Doctorale Sciences de l'homme, des Organisations et
de la Société (ED N°505)**

Présentée par

Mazen GHARSALLI

Préparée au Laboratoire ICI (Information,
Coordination, Incitations) EA 2652

**Le rôle des liens sociaux
et de la confiance sur le
financement bancaire des
PME : une étude
exploratoire**

**Thèse soutenue le jeudi 26 septembre
2013 à 9 h devant le jury composé de :**

M Robert PATUREL

Professeur des Universités, Université
de Bretagne Occidentale (**Directeur de
recherche**)

M Ahmed SILEM

Professeur des Universités, Université
de Lyon 3 (**Rapporteur**)

M Ramzi BEN KRAIEM

Professeur, AUDENCIA (**Rapporteur**)

M Christian CADIOU

Professeur des Universités, Université
de Bretagne Occidentale

M Hadj NEKKA

MCF HDR, Université d'Angers

Remerciements

Je tiens à remercier mon directeur de thèse le professeur Robert PATUREL pour son soutien inestimable, son aide et sa patience, tout au long de ma recherche doctorale.

J'exprime également toute ma reconnaissance aux professeurs Ahmed SILEM, Ramzi BEN KRAIEM, Christian CADIOU et Hadj NEKKA pour avoir accepté de participer à ce jury, pour le temps qu'ils ont consacré à mon travail, pour les réflexions qu'ils susciteront et qui guideront mes prochaines démarches, et pour leurs écrits qui m'ont été fort utiles.

Je remercie également le personnel administratif de l'Université de Bretagne Occidentale toujours accueillant et chaleureux. Je pense tout spécialement à Véronique ZIEGLER et Cécile MORINIERE.

Un certain nombre de personnes ont participé à la relecture de tout ou partie de ce document. Un grand merci, donc, à Emilia RODIER et Hélène PAILLOT.

Merci enfin à ma famille qui a toujours été très présente. Un immense merci à ma mère pour son soutien affectif constant.

Sommaire

Introduction Générale.....	p.4
Partie 1. Le financement bancaire des PME dans la littérature.....	p.15
Chapitre 1. La relation banque PME : un état des lieux.....	p.18
Chapitre 2. Les PME, la structure sociale et la confiance.....	p.75
Partie 2. L’approche exploratoire du financement bancaire des PME.....	p.168
Chapitre 3. La confiance et les liens sociaux dans la relation d’emprunt	p.170
Chapitre 4. La stratégie de recherche et la collecte des données	p.204
Chapitre5. Les résultats obtenus et la modélisation élaborée.....	p.249
Conclusion Générale	p.307
Bibliographie.....	p.316
Annexes.....	p.344

Introduction Générale

Au cours des dernières décades, l'unanimité s'est faite autour de l'importance du rôle des petites et moyennes entreprises (PME)¹ dans le développement des économies, la création d'emploi et la stabilité sociale². En France, les PME représentent : 99,8% du nombre total des entreprises ; 65% des salariés et génèrent 57% de la valeur ajoutée du pays. Les PME sont de ce fait considérées comme les principaux acteurs de l'économie. Toutefois, malgré leur importance, ces petites structures souffrent souvent d'un accès au financement limité qui contraint leur émergence et leur croissance (OCDE, 2007).

Plusieurs études ont mis en avant la faiblesse de la croissance des PME françaises, qui constituerait une faiblesse structurelle de l'économie. En effet, il apparaît que les PME en France ne souffrent pas de difficultés de démarrage, mais rencontrent en revanche des problèmes de développement. Comparés aux PME américaines³, nous constatons que les PME françaises ont tendance à croître moins rapidement. De plus, la France enregistre une part plus importante de très petites entreprises (employant moins de quatre salariés) qu'aux Etats-Unis, mais au détriment d'un faible nombre d'entreprises de taille moyenne (employant entre 20 et 500 salariés). Les PME françaises rencontrent donc plus de problèmes de développement que de création. L'existence des difficultés de financement est l'une des principales raisons de l'insuffisante croissance des PME.

Si on note aussi l'importance croissante des sources de financement à celle de l'endettement, les banques jouent un rôle malgré tout incontournable dans le financement et le développement des PME (observatoire européen des PME, 2003 ; OCDE, 2007). Contrairement aux grandes entreprises qui peuvent jouer de leur taille pour diversifier leurs sources de financement et accéder plus facilement aux financements de marché, les PME restent très dépendantes du crédit bancaire. Le poids des dettes bancaires

¹ L'appellation PME recouvre les PME au sens de la définition européenne (Commission Européenne, JOL 107 du 30.04.1996) : entreprise employant moins de 250 personnes et dont le CA n'excède pas 50 M€ ou dont le total de bilan est inférieur à 43 M€ et dont le capital, le cas échéant n'est pas détenu à plus de 25% par une entreprise répondant aux mêmes critères.

² Reprenons une analyse de l'Observatoire des PME européennes qui indique bien cette importance : « En 2003, l'Espace économique européen (EEE) et la Suisse comptent environ 19,5 millions d'entreprises employant près de 140 millions de personnes. 92 % de ces entreprises sont des micro-entreprises (0 à 9 salariés), 7 % sont des petites entreprises (10 à 49 salariés), moins de 1 % sont des entreprises de taille moyenne (50 à 249 salariés), et seulement 0,2 % sont de grandes entreprises (plus de 250 salariés). 18,7 millions de ces entreprises sont établies dans l'Union européenne. Les PME fournissent plus de deux tiers des emplois et les grandes entreprises près d'un tiers. Au sein des PME, ce sont les micro-entreprises, c'est-à-dire les entreprises de moins de 10 salariés, qui offrent la majorité des emplois (56 %)».

³ Plus de détails, cf. Passet et du Tertre, 2005.

atteint ainsi près des deux tiers de l'endettement financier des PME en général et plus des trois quarts pour les PMI en 2007⁴.

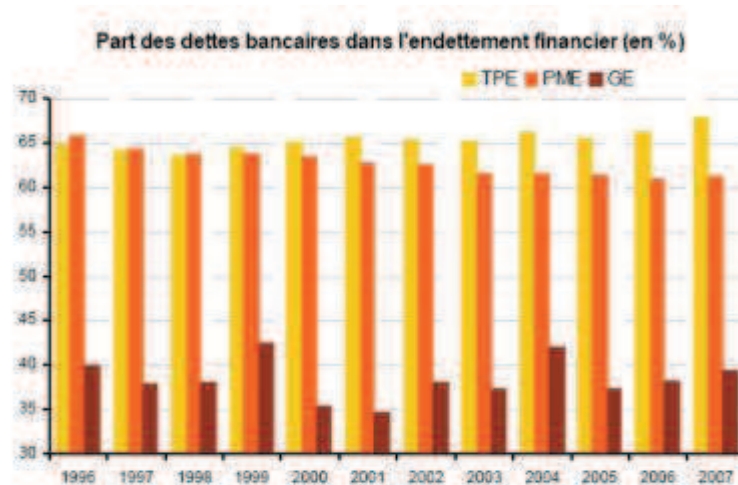


Figure 1: Poids des dettes bancaires dans le financement des PME/PMI

Cette dépendance est accentuée par la prépondérance des relations monobancaires qui limitent le champ des possibles, notamment pour les petites entreprises : 86% des TPE n'ont qu'une seule banque, contre 43% des PME indépendantes et seulement 21% des grandes entreprises. Elle s'explique également par un accès limité des petites et moyennes entreprises à des sources de financement en fonds propres ou quasi-fonds propres comme le capital-risque, le capital-développement ou le marché de la dette (obligations, titres de créances négociables...). Enfin, le souci d'indépendance du dirigeant qu'il soit d'ordre managérial ou d'origine patrimoniale, peut aussi être un obstacle à l'ouverture du capital à des investisseurs extérieurs.

Le financement bancaire présente quelques caractéristiques en relation avec la spécificité des PME, jugées très opaques. Une entreprise de petite taille et, a fortiori, une entreprise en création, ne dispose pas, dans l'immense majorité des cas, d'une notoriété suffisante pour faire appel au marché. Elle doit donc recourir à une banque qui non seulement assurera son financement, mais contribuera à créer de l'information, notamment sur sa capacité à rembourser ses emprunts (Nakamura, 1999). Selon une étude publiée par l'INSEE en 2011,

⁴ Source : Banque de France, base FIBEN. Entreprises hors holdings.

les résultats trouvés montrent l'accroissement de la rigidité de l'octroi des crédits aux PME : « *Le taux d'échec partiel ou complet dans la recherche d'un prêt bancaire est en très forte hausse entre 2007 et 2010 : il est passé d'un peu plus de 5 % à près de 17 % (avec un échec complet dans 7 % des cas) et atteint 23 % en 2010 pour les entreprises à forte croissance* »⁵. De plus, en période de crise (ce qui caractérise cette étude), les PME doivent faire face à une frilosité grandissante des banques liée aux problèmes d'asymétrie d'information et à l'adoption des scores. En effet, « *Les principales raisons avancées par les banques pour refuser un prêt ou imposer des conditions jugées insatisfaisantes par les entreprises sont une mauvaise cotation (rating) globale de l'entreprise ou une insuffisance de capitaux, bien davantage qu'un manque de garanties ou qu'un potentiel insuffisant ou trop risqué de l'entreprise ou de ses projets* »⁶.

Le sujet central de notre travail porte sur les difficultés de financement bancaire des PME avec accent mis sur les difficultés à suffisamment discriminer les « bons » des « mauvais » risques, et impossibilité d'équilibrer le marché par le canal du taux d'intérêt, le risque de « rationnement » du crédit au détriment de certaines catégories d'emprunteurs (Cieply et Paraque, 1997 ; Berger et Udell, 1998 et 2002), qui s'expliquent dans une large partie par l'asymétrie d'information⁷. A ce principe d'information incomplète d'une partie, s'ajoute l'incertitude communément partagée, qui apparaît à la base de la relation de financement, comme le soulignent déjà Rivaud-Danset et Salais (1996) : « *l'incertitude est au centre de la relation de financement. Elle porte non seulement sur les états du monde futur, mais aussi sur le comportement de l'autre dans le futur. Le crédit est en effet gagé sur une activité de l'entreprise qui n'a pas encore eu lieu : il n'y a pas de produit objectif sur lequel évaluer la transaction. Si une entreprise est a priori dans une situation moins risquée (elle reçoit l'argent), elle doit cependant, pour renouveler son crédit, démontrer aux yeux de la communauté de prêteurs sa capacité à rembourser et mériter la confiance qu'on lui porte* ». Il peut résulter donc que les banques refusent de financer certaines PME qui ne présentent pas les garanties suffisantes ou encore celles qui ont des activités risquées. Le manque d'information de la banque sur l'entreprise peut également l'amener à restreindre son offre de crédit.

⁵ Enquête sur l'accès au financement des PME employant au moins 10 personnes, Insee Résultats N° 53, Economie - août 2011.

⁶ Idem.

⁷ L'asymétrie d'information suppose que dans un contexte d'omniscience des acteurs économiques, une des parties contractantes dispose d'une information complète, mais ne peut ou ne veut pas la fournir intégralement à l'autre. Ce dernier est dans l'incapacité de définir la qualité du premier.

En outre, les mouvements de concentration du secteur bancaire européen, appelés à se multiplier dans l'optique de la création d'une « véritable » zone d'intermédiation continentale (Pastré, 2004), ainsi que les nouvelles réglementations prudentielles (lois de sauvegarde des entreprises, normes Bâle II, Bâle III et ratio McDonough) et comptables (normes IAS et IFRS⁸) sont susceptibles, elles aussi, d'influer significativement sur les conditions d'accès aux ressources financières des PME.

Face à une telle méfiance de la banque à financer les PME arguant des contraintes informationnelles, malgré les enseignements de la théorie de l'agence, la théorie des signaux et la théorie relative aux mécanismes incitatifs, la question fondamentale est de savoir proposer un cadre susceptible de guider de nouvelles relations avec ce type d'entreprise. Celles-ci passent par un renforcement de la qualité de l'information, base indispensable à la constitution d'un réseau de confiance entre une PME et sa banque. L'objectif de notre recherche est de proposer ce cadre théorique ainsi que d'explorer son efficacité empirique.

Si l'objectif semble clair, encore faut-il trouver le moyen le plus efficace de combler le déficit informationnel des créanciers des PME. Une des solutions avancée dans la littérature permettant de réduire le déficit informationnel des PME, est celle d'établir une relation étroite et de long terme avec une banque qui devrait permettre aux PME de bénéficier de contrats de crédit plus favorables (Berger et Udell, 2002).

Pour définir les relations de long terme, Boot (2000) suggère l'existence de trois conditions spécifiques. D'abord, il est nécessaire que l'intermédiaire financier collecte les informations autres que celles disponibles pour le public. De plus, recueillir une information privée doit s'inscrire dans le temps et au travers de multiples interactions avec l'emprunteur, notamment par la fourniture de services financiers diversifiés. Enfin, il est important que cette information reste confidentielle pour en garantir l'exclusivité à la banque. Sans collecte d'informations privées, le financement des PME serait encore plus fortement contraint du fait de leur opacité. Elle permet à la banque d'écrire des contrats adaptés au risque spécifique de son client, améliorant de fait les conditions de financement de celui-ci. Les banques seraient

⁸ **IAS/IFRS (International Accounting Standards/International Financial Reporting Standards)** est un ensemble de règles **internationales** uniques auxquelles les entreprises cotées en bourse, ou filiales de grands groupes internationaux cotés sont tenues de répondre à compter de **2005** pour présenter leurs comptes consolidés. L'objectif de cette nouvelle réglementation est d'accéder à une plus grande transparence dans l'analyse d'une situation financière et économique de l'entreprise vis-à-vis des tiers.

donc plus enclines à accorder des crédits, capables d'ajuster les taux d'intérêt à la qualité réelle de la firme et demanderaient moins de garanties dans le cadre du financement relationnel que dans celui d'un financement transactionnel. Si d'un point de vue purement empirique, il est difficile de conclure sur l'impact des relations de clientèle sur les niveaux des taux d'intérêt appliqués et des garanties exigés, l'effet sur la disponibilité du crédit semble incontestablement positif ou, le cas échéant, non significatif (Djedidi, 2010).

Ces avantages liés à l'instauration d'une relation de long terme entre une entreprise et sa banque ne pourraient exister, si une certaine confidentialité n'était pas garantie. Ainsi, Berger et Udell (2006) considèrent que l'emprunteur révèle à sa banque certaines informations d'ordre privé. En contrepartie, le prêteur lui assure la confidentialité de l'échange dans la mesure où celle-ci lui permet d'avoir un avantage informationnel sur ses concurrents. Le bénéfice de cette confidentialité réside dans sa capacité à réduire les problèmes de sélection adverse et à limiter efficacement les autres offres de financement possibles.

Si elles permettent l'émergence d'un nombre considérable d'avantages pour l'entreprise, les relations de clientèle sont également la source d'inconvénients majeurs. Au sujet des caractéristiques des relations de clientèle ou partenariale telles que leur durée et leur intensité ou leur étendue, la réalité économique est tout aussi complexe à appréhender et à définir. Pour précisément limiter les inconvénients de cette relation de clientèle et aller au-delà de la définition marchande souvent retenue pour la mesurer, il est nécessaire d'introduire les interactions sociales pour rendre compte de la confiance et de la transparence qu'elles peuvent générer. Ainsi, la perception cognitive et les interactions sociales entre le chargé de clientèle et le chef d'entreprise sont assurément déterminantes pour son développement. Il s'agit de la mise en évidence des aspects informels de la relation de clientèle et, notamment, de facteurs prépondérants tels que le capital social et la confiance (Ziane, 2004).

Dans cette perspective, la notion de relation bancaire approfondie est au cœur de la réflexion comme en témoigne le nombre important de contributions théoriques récentes (Gardes et Machat, 2011). Néanmoins, l'ensemble de ces travaux s'est consacré à l'analyse du rôle des liens institutionnels dans la décision d'emprunt. Notre contribution consiste à considérer que la relation d'emprunt ne se limite pas à une simple transaction, comme cela était toujours le cas de la relation de clientèle, mais dépend aussi des interactions sociales et de la confiance susceptibles d'affecter les conditions d'octroi de crédit.

La question de recherche et la problématique

Notre idée de se focaliser sur les interactions sociales et la confiance dans la relation de financement est confirmée par la faiblesse de la littérature les concernant. Nous cherchons à appréhender comment la mise en place d'un financement bancaire conjuguant interactions sociales et confiance entre banquier et chef d'entreprise, peut permettre aux PME de surmonter leurs difficultés d'obtention de ressources financières. Plus précisément, nous cherchons à évaluer l'impact d'une telle configuration contractuelle sur les conditions de financement de ces structures particulièrement soumises aux difficultés associées aux asymétries d'information.

Nous abordons dans notre démarche un double thème concernant l'impact de la structure sociale et de la confiance sur le financement bancaire des PME, d'une part, dans une approche conceptuelle, puis leur financement, d'autre part, dans une approche exploratoire. Dans un cas comme dans l'autre, les écrits sont plutôt rares même s'ils tendent à se développer depuis cinq ans, ce qui place notre recherche dans une problématique relativement naissante. Cette faiblesse académique nous incite à aborder, dans un premier temps, le rôle de la structure sociale et de la confiance dans la gestion des PME. Nous devons donc spécifier leur impact sur la performance de cette catégorie d'entreprises pour pouvoir ensuite travailler sur les conditions de leur financement. Ainsi, le problème du financement des PME nous amène à formuler l'interrogation à laquelle la thèse vise à répondre :

Quel est l'impact de la structure sociale et de la confiance sur les conditions de financement des PME ?

L'étude de la littérature met en évidence, d'une façon qui peut surprendre de prime abord, l'importance que revêt aux yeux des banquiers (et à ceux des dirigeants) l'aspect informel, et les facteurs interpersonnels qui peuvent le favoriser, tels que la confiance et les liens sociaux. Si le concept de facteurs interpersonnels dans le cadre de la relation de financement est appréhendé sans difficulté, il n'existe pas de définition formelle et synthétique de ce dernier. Il est nécessaire de se référer à plusieurs approches récentes pour fournir une vision globale du système, chacune d'elles apportant un éclairage particulier. Les principales études empiriques relatives à l'inscription sociale des relations bancaires ont été réalisées sur

quelques économies à l'image des Etats-Unis et de l'Italie pour ne citer que les pays ayant un système bancaire développé. Les investigations portant sur la France sont encore rares. L'état des lieux de ces études empiriques montre, d'une part, l'existence de ces interactions sociales entre le banquier et le chef d'entreprise et que c'est une pratique de plus en plus répandue. D'autre part, ce travail nous permet de constater des contradictions quant à l'impact de la structure sociale et de la confiance sur les conditions de financement bancaire des PME, à savoir le coût du crédit, la disponibilité du crédit et les garanties demandées.

Pour répondre à notre question de recherche, nous proposons donc une étude empirique exploratoire destinée à analyser l'impact de la structure sociale et de la confiance sur les conditions d'emprunts auprès d'un échantillon de banquiers et de chefs d'entreprises.

Les développements menés doivent conduire à la formulation d'un corps d'hypothèses testables sur cette question principale. Dans ce qui suit, nous essayons d'apporter notre contribution au travers **les cinq chapitres** qui composent cette thèse.

Organisation de la thèse et contribution

Pour répondre à la question de recherche formulée, ce travail s'articule autour de deux grandes parties. La première partie est dédiée au cadre théorique et est divisée en deux chapitres.

Le chapitre 1 est consacré à un état des lieux sur la relation banque -PME. Dans une première section, nous expliquons les difficultés des PME en matière d'accès au crédit par les imperfections informationnelles ainsi que le rationnement du crédit qui en résulte. En rapport avec ces difficultés, nous présentons, ensuite, les conséquences des règles prudentielles sur le financement de cette catégorie d'entreprises. La troisième section est consacrée à la présentation des deux approches qui, bien que différentes, se complètent et permettent de mieux expliquer la nature des relations que peuvent entretenir un prêteur et un emprunteur : l'approche transactionnelle (standardisée) et l'approche relationnelle (relation de long terme). Nous concluons ce chapitre en mettant en évidence les effets des restructurations bancaires sur le financement des PME, en particulier le financement relationnel. Ces développements,

comme ceux qui ont précédé, ont pour but de décrypter et d'analyser les difficultés de financement bancaire pour les PME.

Le deuxième chapitre est consacré, d'une part, à la PME comme objet de recherche ainsi qu'à définir ses différentes caractéristiques, d'autre part, à la notion de structure sociale et de confiance comme éléments importants dans la gestion de cette catégorie d'entreprise. Nous consacrons la première section pour présenter les différents courants de pensée qui ont tentés de construire des typologies de PME. Nous insisterons ensuite sur le fait que, la PME est spécifique dans sa taille, mais qu'elle tient surtout sa spécificité de la prédominance de son dirigeant. Nous cherchons par la suite (section 2) à savoir comment un principe comme la proximité peut apporter de nombreux et nouveaux éclairages sur les pratiques de gestion des PME, notamment matière de financement.

Nous mobilisons, dans la section 3, l'approche de l'encastrement de Granovetter (1985) qui suppose que les actions économiques sont encadrées dans des réseaux sociaux qu'il convient de cerner à partir des relations personnelles et des structures de celles-ci. Il développe la conception d'un encastrement de nature réticulaire, intégrant un encastrement relationnel mettant l'accent sur les relations personnelles, ainsi qu'un encastrement structural insistant sur l'ensemble d'un réseau de relations. Dans la dernière section, afin d'approcher les relations interpersonnelles à la base du processus de financement, nous allons enrichir notre cadre conceptuel par la théorie de la confiance (avec ses dimensions et son rôle sur la performance financière de l'entreprise).

La seconde partie s'inscrit dans la continuité de l'orientation développée dans la première partie, relative à la nécessaire prise en compte des interactions sociales et de la confiance dans la gestion d'une PME. Elle se donne pour objectif de vérifier l'existence de ces deux variables dans la relation de financement entre le banquier et le chef d'entreprise et sur leurs effets dans l'élaboration des conditions d'emprunts.

Le chapitre 1 de cette seconde partie sera consacré à une revue de la littérature concernant la pertinence du concept de l'encastrement social et de la confiance dans une perspective spécifique de relations banque-PME. L'objet de cette revue de la littérature est de mettre en évidence le caractère encadré de la relation de financement. Présentée sous certains aspects par de nombreux auteurs sur lesquels nous nous sommes appuyés, la relation de financement

sera appréhendée sur le terrain de manière empirique. Elle ne se limite pas à une transaction financière, mais dépend d'interactions sociales affectant les protagonistes de la relation de financement. Entretenir des relations socialement encadrées permet à la banque une meilleure appréhension des perspectives de l'entreprise, sa capacité de remboursement, ses opportunités d'investissement et sa position financière. Bref, ce type de relation est bénéfique autant pour la firme, grâce à de meilleurs termes et conditions de financement, que pour la banque, via les flux informationnels qui présentent un avantage concurrentiel par rapport à ses rivaux. A la fin de ce chapitre, nous présentons les propositions que nous allons tester.

Le chapitre 2 de la deuxième partie a pour but de développer la posture épistémologique et la méthode de recherche qui ont été retenues pour répondre à notre question. Le peu de tests réalisés sur le rôle de la confiance et des liens sociaux sur les conditions d'emprunts ont conduit à souligner la variété des impacts possibles, la complexité des influences et de leurs interactions. Les études portant sur l'utilisation de ces concepts soulèvent également des questionnements sur l'écart entre la définition théorique et sa mise en œuvre pratique. Il semblait donc intéressant de « donner la parole » aux conseillers financiers et aux chefs d'entreprises en adoptant une démarche de compréhension, caractéristique d'une approche interprétative, afin de faire éventuellement émerger une autre vision du phénomène étudié. En ce qui concerne notre choix méthodologique, nous avons opté pour une démarche qualitative exploratoire. Le caractère exploratoire de notre étude est justifié par le faible nombre de travaux portant sur notre question de recherche.

Après avoir présenté le choix du contexte épistémologique et méthodologique global dans lequel se positionne la présente recherche, nous avons consacré la deuxième section à la définition des objectifs et à la présentation de la méthodologie de l'étude exploratoire qualitative. Pour mener à bien cette phase, nous avons réalisé plusieurs séries d'entretiens individuels semi-directifs auprès des banquiers (25 entretiens) et des chefs d'entreprises (11 entretiens). Les entretiens ont été réalisés à l'aide de guides d'entretiens préalablement définis. Ces guides d'entretiens abordent les mêmes thèmes pour chaque catégorie d'acteurs. Les informations recueillies sont traitées par la méthode de l'analyse de contenu thématique.

Le chapitre 3 de la deuxième partie a pour vocation de valoriser le contexte qui a influencé la constitution des liens personnels et les différents types de réseaux employés. Nous mettons en évidence l'importance des liens personnels entre le banquier et le chef d'entreprise dans

leurs différents aspects (interactions, durée et connaissance personnelle). Nous nous intéressons également à l'existence des réseaux et à leurs différentes formes. Le discours des interviewés montre bien que ces banquiers utilisent trois types de réseaux : le réseau social, le réseau professionnel et le réseau institutionnel. Ils considèrent que le réseau en termes de prospection et de collecte d'informations quantitatives et qualitatives est très important pour eux. Nous présentons, par la suite, la notion de confiance comme elle a été définie par les différents interviewés ainsi que son importance pour la relation d'emprunt. Les résultats de notre étude seront ensuite exposés et discutés.

***Partie 1. Le financement bancaire des
PME dans la littérature***

Introduction de la partie 1

Cette première partie a pour objectif de définir la relation de financement bancaire des PME comme objet de recherche (chapitre 1) et de présenter ensuite les cadres théoriques mobilisés pour guider notre réflexion (chapitre 2).

Dans notre introduction générale, nous avons illustré le fait que les PME connaissent des difficultés à obtenir des financements auprès des banques et que les conditions qui leur sont proposées sont moins favorables que celles offertes aux grandes entreprises. Avant de pouvoir exposer notre cadre théorique pour le financement bancaire d'une PME, nous devons nous interroger sur la pertinence des différentes approches qui ont essayé d'expliquer la nature des relations que peuvent entretenir un prêteur et un emprunteur.

Le chapitre 1 est consacré à un état des lieux sur la relation banque PME. Dans une première section, nous expliquons les difficultés des PME en matière d'accès au crédit par les imperfections informationnelles ainsi que le rationnement du crédit qui en résulte. En rapport avec ces difficultés, nous présentons, ensuite, les conséquences des règles prudentielles sur le financement de cette catégorie d'entreprise. La troisième section est consacrée à la présentation des deux approches, qui bien que différentes, se complètent et permettent de mieux expliquer la nature des relations que peut entretenir un prêteur et un emprunteur : l'approche transactionnelle (standardisée) et l'approche relationnelle (relation de long terme). Nous concluons ce chapitre en mettant en évidence les effets des restructurations bancaires sur le financement des PME, en particulier le financement relationnel. Ces développements, comme ceux qui ont précédé, ont pour but de décrypter et d'analyser les difficultés de financement bancaire pour les PME.

Le deuxième chapitre est consacré d'une part à la PME comme objet de recherche ainsi qu'à définir ses différentes caractéristiques, d'autre part à la notion de la structure sociale et de la confiance comme éléments importants dans la gestion de cette catégorie d'entreprise. Nous consacrons la première section pour présenter les différents courants de pensée qui ont tentés de construire des typologies de PME. Nous insisterons ensuite sur le fait que, certes la PME

est spécifique dans sa taille mais qu'elle tient surtout sa spécificité de la prédominance de son dirigeant.

Nous cherchons par la suite (section 2) à savoir comment un principe comme la proximité puisse apporter de nombreux et nouveaux éclairages sur les pratiques de gestion des PME, notamment son mode de financement.

Nous mobilisons, dans la section 3, l'approche d'encastrement de Granovetter (1985) qui suppose que les actions économiques sont encadrées dans des réseaux sociaux qu'il convient de cerner à partir des relations personnelles et des structures de celles-ci. Il développe la conception d'un encastrement de nature réticulaire, intégrant un encastrement relationnel mettant l'accent sur les relations personnelles, ainsi qu'un encastrement structural mettant l'accent sur l'ensemble d'un réseau de relations.

Dans la dernière section, afin d'approcher les relations interpersonnelles à la base du processus de financement, nous allons enrichir notre cadre conceptuel par la théorie de la confiance (ses dimensions et son rôle sur la performance financière de l'entreprise).

***Chapitre 1. La relation banque PME :
un état des lieux***

Introduction

Malgré leur rôle central comme composante essentielle dans nos systèmes économiques modernes, les PME demeurent financièrement contraintes. Leur dépendance vis-à-vis des banques reste très marquée et cela ne semble pas devoir changer dans un futur proche. En effet, les banques sont la principale source de financement des PME, elles représentent 80% des modes de financement utilisés par ces entreprises dans l'UE.⁹ Pour Gabrielli (2007), cette situation tient au fait que la majorité d'entre elles n'ont pas la possibilité d'accéder à un financement direct sur les marchés de capitaux et qu'elles subissent des primes de risque supérieures à celles des grandes entreprises.

Plus généralement, le déficit de financement bancaire des PME s'explique par le fait que ces entreprises présentent un risque de défaillance statistiquement élevé, et qu'elles sont contraintes par les imperfections informationnelles du marché du crédit.

Dans une perspective d'étude du financement bancaire des PME, ce chapitre propose un examen théorique de la relation bancaire dans un contexte français caractérisé par une culture bancaire développée et des évolutions récentes très marquées qui ne peuvent être sans conséquence sur le comportement financier des entreprises. Pour ce faire, l'attention est portée sur un élément central, à savoir le flux d'informations existant entre la petite entreprise et sa banque. Ce flux d'informations, condition nécessaire à l'évaluation de la qualité des projets d'investissement et, donc, au financement de l'activité, se matérialise par l'existence d'un financement relationnel fondée sur une relation de long terme (Ziane, 2004).

Dans une première section, nous expliquons les difficultés des PME en matière d'accès au crédit par les imperfections informationnelles ainsi que le rationnement du crédit qui en résulte. En rapport avec ces difficultés, nous présentons, ensuite, les conséquences des règles prudentielles sur le financement de cette catégorie d'entreprises. La troisième section est consacrée à exposer les deux approches qui, bien que différentes, se complètent et permettent de mieux expliquer la nature des relations que peut entretenir un prêteur et un emprunteur : l'approche transactionnelle (standardisée) et l'approche relationnelle (relation de long terme).

⁹ Source : EOS Gallup Europe (2005).

Nous concluons ce chapitre en mettant en évidence les effets des restructurations bancaires sur le financement des PME, en particulier le financement relationnel. Ces développements, comme ceux qui ont précédé, ont pour but de décrypter et d'analyser les difficultés de financement bancaire pour les PME.

Section1. La relation banque –PME : une relation problématique

Malgré l'intérêt affiché par la plupart des auteurs, le financement bancaire des PME demeure un problème chronique. A l'origine de ce constat, l'imperfection du marché du crédit caractérisée par une asymétrie informationnelle entre ses agents, c'est-à-dire l'incapacité à produire, traiter et délivrer une information pertinente (Levratto, 2002), amplifiant ainsi la difficulté d'évaluation des risques individuels et collectifs de ces entreprises (Cosh et Hugues, 1994 ; Ziane, 2004).

1. La banque et le risque de crédit PME

Les PME sont considérées comme des actifs risqués, plus imprévisibles et moins bien garantis que d'autres entreprises. Pour les banques, le risque de crédit ou risque de défaut constitue le risque majeur dans leurs relations avec les PME. L'évaluation de ce risque conditionne la décision d'octroi de crédit et le niveau de rémunération exigé par ces établissements. Cette forme de risque a, en premier, mobilisé l'attention du comité de Bâle qui a récemment insisté sur la spécificité du risque de crédit des PME et sur la nécessité de réserver à cette catégorie d'entreprises un traitement spécial lors de son deuxième accord intitulé Bâle II.

1.1 La définition du risque de crédit

Considéré comme la forme la plus ancienne du risque sur les marchés de capitaux, le risque de crédit se définit comme le risque de défaut de remboursement de l'emprunteur. Le niveau de ce risque est fonction de l'estimation du risque de défaut. Certains l'analysent comme la distance au défaut. Le risque de crédit prend aussi diverses formes ou appellations : risque de contrepartie (dans les transactions sur les marchés financiers et interbancaires), risque de faillite ou risque de crédit au sens propre (dans les transactions sur les marchés de crédits). Sur les marchés financiers où les instruments de crédits font l'objet de cotations régulières, le risque de défaut de remboursement est évalué par des primes de risque (spreads) qui traduisent en termes monétaires la vraisemblance de la réalisation du risque de non-remboursement. Cependant, la rémunération de la banque se fait en fonction du risque qu'elle accepte d'assumer. Plus la probabilité de l'emprunteur de faire défaut est élevée, plus la rémunération exigée de celui-ci est importante.

On distingue le risque de crédit des deux autres grands types de risque auxquels sont exposées les institutions financières, à savoir le risque de marché et le risque opérationnel. Le risque de marché, qualifié aussi de risque de position, est le risque de perte suite à une évolution défavorable des paramètres de marché impactant négativement les positions de la banque. Le risque peut porter sur le cours des actions, les taux d'intérêts, les taux de change, etc. De son côté, le risque opérationnel est, selon le Comité de Bâle (2001), « *le risque de pertes directes ou indirectes résultant d'une inadéquation ou d'une défaillance attribuable à des procédures, des agents, des systèmes internes ou à des événements extérieurs* ». Il renvoie donc à des inefficiences de l'organisation et du management de l'institution.

Signalons que chaque banque présente un profil de risque différent qui dépend de ses activités et de la nature de ses engagements. Ainsi, une banque de détail ne sera pas exposée au même risque de contrepartie qu'une banque d'investissement. Il en va de même pour une banque à activité internationale et celle à vocation nationale. Cette différence de profil de risque est fonction également de la nature des engagements de chaque banque :

- selon la nature de crédit accordé : la mobilisation de créance est jugée moins risquée que les crédits de trésorerie ;
- selon la durée des crédits : un crédit à long terme est considéré comme étant plus risqué qu'un crédit à court terme car la probabilité de défaut est susceptible d'augmenter avec la durée du prêt ;
- selon la qualité des garanties : un emprunt cautionné par une garantie sûre présente moins de risque qu'un emprunt couvert par des faibles garanties.

On distingue trois types de risque de crédit: le risque de défaut ou de défaillance, le risque de dégradation de la qualité du crédit et le risque de recouvrement.

➤ ***Le risque de défaut ou de défaillance***

Il correspond au refus ou à l'incapacité du débiteur de remplir ou d'assurer à temps les obligations financières contractuelles envers ses créanciers au titre des intérêts ou du principal de la dette contractée. Remarquons néanmoins que la définition de la défaillance est complexe et des aspects différents peuvent être privilégiés selon qu'il s'agit d'une agence de notation ou d'un organisme prêteur. Le comité de Bâle (Article 414 du nouvel accord de Bâle, Avril

2003¹⁰) considère un débiteur en défaut lorsque l'un ou plusieurs des événements ci-dessous est constaté :

- la banque estime improbable que le débiteur rembourse en totalité ses dettes (principal, intérêts et commissions) au groupe bancaire sans qu'elle ait besoin de prendre des mesures appropriées telles que la réalisation d'une garantie ;
- l'emprunteur est en défaut de paiement depuis quatre-vingt dix (90) jours sur l'un de ses crédits ;
- l'emprunteur est en faillite juridique.

➤ *Le risque de dégradation de la qualité du crédit*

Le risque de dégradation de la qualité du crédit se traduit par la dégradation de la situation financière d'un emprunteur, ce qui accroît la probabilité de défaut, même si le défaut proprement dit ne survient pas nécessairement. Cette forme de risque est, en partie, corrélé au risque de marché si l'instrument de crédit fait l'objet d'une cotation régulière. En effet, une dégradation de la qualité de l'emprunteur est traduite par une hausse de cette prime (le spread de crédit). Ce risque peut être mesuré d'une façon séparée pour chaque contrepartie ou globalement sur tout le portefeuille de crédit.

➤ *Le risque de recouvrement*

Le taux de recouvrement se définit comme la perte enregistrée après survenance du défaut. Le recouvrement portera sur le principal et les intérêts après déduction du montant des garanties préalablement recueillies. Le taux de recouvrement constitue une source d'incertitude pour la banque dans la mesure où il est déterminé à travers l'analyse de plusieurs facteurs :

- la durée des procédures judiciaires qui varient d'un pays à un autre ;
- la valeur réelle des garanties ;
- le rang de la banque dans la liste des créanciers.

¹⁰ BCBS, (2003), « Nouvel Accord de Bâle sur les Fonds Propres », Comité de Bâle sur le Contrôle Bancaire, Document soumis à consultation, avril.

1.2 Le risque de défaut comme principal risque des PME

Le risque de défaut est aujourd'hui considéré comme le plus important des risques auxquels sont confrontées les PME et les banques. En effet, l'offre de crédit bancaire aux PME est, assez logiquement, déterminée selon le risque de l'entreprise. Les banques souhaiteront accorder d'autant moins de crédit que la probabilité d'être remboursé est faible. Le risque de défaut est le risque que la banque doit anticiper et contre lequel elle doit se protéger. En ce qui concerne les PME, elles sont plus souvent concernées par les défaillances que les grandes entreprises. Elles ont une espérance de vie beaucoup plus faible que celle affichée chez leurs consœurs de grande taille. Ainsi, la probabilité qu'une entreprise fasse défaut est inversement liée à la taille de son chiffre d'affaires.

Quant aux facteurs qui peuvent expliquer le niveau élevé des taux de défaillances constatées dans cette population d'entreprises, nous pouvons en recenser plusieurs que nous reprenons ci dessous:

- les PME sont soumises fortement aux variations de la conjoncture. En effet, leur existence est justifiée par leur capacité de réponse technologique, organisationnelle et stratégique aux variations non anticipées par les grandes entreprises de la demande ;
- ces entreprises présentent un risque de dépendance lié à leur positionnement stratégique dans leur méso-environnement¹¹. En effet, elles occupent un faible poids au sein de leur espace concurrentiel avec des activités et des clients faiblement diversifiés. Elles sont donc exposées au risque de standardisation des procédés, des biens et des produits de la filière et au risque de substitution des donneurs d'ordres ;
- les PME sont confrontées à d'importants problèmes de successions. L'évaluation de la petite entreprise est calculée en fonction du paiement anticipé des droits liés à la transmission de la firme. La prise en compte des problèmes successoraux des PME augmente leur probabilité de faillite dans la mesure où le paiement des droits de succession peut provoquer un état de cessation de paiement de l'entreprise (Ang, 1991) ;

¹¹ Le mésoenvironnement est le « système intégré d'acteurs dans lequel se trouve intégré la petite entreprise ». (Julien, Marchesnay, 1987, p.256).

- la gestion d'une PME est, en général, organisée autour de la personnalité du dirigeant propriétaire. Ce mode de gestion est risqué dans le sens où l'entrepreneur se comporte souvent avec un excès d'optimisme. D'une part, il a tendance à s'investir beaucoup plus dans les fonctions qu'il maîtrise que dans celles les qui lui sont étrangères. D'autre part, le dirigeant d'une petite entreprise peut présenter, surtout lorsqu'il est le créateur de l'affaire, une propension à prendre des risques plus forts que ne le ferait le dirigeant d'une grande entreprise. En fait, il est plein d'enthousiasme pour le produit ou le service dans lequel il croit (Cieply, 1997) ;
- ces entreprises ont généralement tendance à privilégier le court terme et les gains spéculatifs et non la prolifération de l'activité et le développement à long terme. Les banques sont donc plus méfiantes envers ce genre de comportement des entrepreneurs qu'elles jugent risqués.
- Enfin, les caractéristiques de certains systèmes financiers sont susceptibles d'accélérer la faillite des PME. Dans une étude menée par Bertrand et al. (2007) qui concerne les effets de la déréglementation bancaire des années quatre-vingt en France sur les entreprises, les auteurs ont montré que la concurrence bancaire accrue s'est traduite par une augmentation du coût du capital pour les firmes rencontrant des problèmes de rentabilité. Ainsi, cet effet a accéléré les restructurations et a accentué le processus de faillite. Selon ces auteurs, il s'agit du processus schumpetérien de destruction créatrice. Ce sont, généralement, ces facteurs qui expliquent le niveau élevé du taux de défaillance affiché dans les PME par rapport aux grandes entreprises.

Ceci explique que les PME soient désavantagées dans leur recherche de financement et que les banquiers, averses au risque, les considèrent comme étant plus fragiles, ne pouvant satisfaire leurs exigences en matière de sûretés et de cautions et disposant de plus faibles capacités de remboursement. Ils leur appliquent donc un taux d'intérêt plus élevé que pour les grandes entreprises. Par conséquent, ces firmes se voient confrontées à une éviction partielle ou totale du marché de crédit, ce qui altère leurs chances de progresser et de diversifier leurs activités.

2. L'endettement des PME et les problèmes informationnels

Une des principales difficultés que rencontrent les PME consiste à communiquer une information, quelle que soit sa forme quantitative ou qualitative, fiable et précise au marché. Même lorsque les dirigeants sont en mesure de le faire, ils hésitent à fournir des informations sur leur entreprise, que ce soit pour des raisons fiscales, concurrentielles ou liées aux coûts qu'engendrent leur production (Observatoire européen des PME, 1995). Cette distorsion entre l'information dont dispose le dirigeant et celle qu'il met à la disposition de son banquier, a des conséquences sur la décision de financer et l'appréciation du niveau de risque (Hyytinen et Vaananen, 2006).

Comme tout contrat sujet à un conflit d'intérêt entre les parties prenantes, le contrat de crédit reliant une banque à une PME ne fait pas exception. L'emprunteur est toujours intéressé par la rentabilité des fonds empruntés, alors que le prêteur est plutôt concerné par la solvabilité du premier. Suite à cette situation, l'emprunteur peut, en effet, prendre des décisions cohérentes au regard de ses intérêts, mais éventuellement antagonistes avec ceux de la banque. Ainsi, le marché du crédit est caractérisé par une asymétrie d'information entre ces agents dans l'évaluation des demandes de prêt comme dans la gestion du risque inhérent à ces conflits d'intérêt. Dans cette relation spécifique de crédit, l'asymétrie d'informations est de deux ordres. Le premier type d'asymétrie est lié à l'incertitude qui existe avant la signature d'un contrat et qui conduira à la sélection adverse. Le second type d'asymétrie est liée à l'incertitude qui existe après la signature du contrat et qui conduira au hasard moral et, donc, au risque de non exécution partielle ou totale des engagements liés au contrat de crédit.

2.1 L'aléa moral dans la relation de financement

A l'inverse des phénomènes d'« anti-sélection » où l'asymétrie d'information est considérée comme ex-ante car elle conditionne la conclusion d'un contrat, l'asymétrie d'information ex-post est relative au suivi du comportement de l'acheteur après avoir acheté, comportement difficile à anticiper. On parlera alors de «comportement caché», «d'aléa moral» ou de «hasard moral». Généralement, on distingue deux types de situations.

Dans le premier cas, l'individu non informé (le principal) ne connaît pas le comportement de son « partenaire » (l'agent). Ce dernier en profite d'abord pour agir dans son propre intérêt et

justifier par la suite auprès du principal les mauvais résultats par le fait qu'ils sont liés à des événements indépendants de sa volonté. Par exemple, l'effort des travailleurs est généralement imparfaitement observable et ceux-ci peuvent avoir intérêt à profiter de cet état de fait pour «tirer au flanc» et déclarer que les mauvaises performances ne sont pas la conséquence d'un relâchement de leur effort.

Dans le second cas, le principal peut observer le comportement de l'agent, sans avoir la possibilité de vérifier son caractère opportuniste, car il ne peut apprécier les circonstances dans lesquelles le diagnostic doit être établi et la décision d'agir effectivement prise. D'une manière générale, l'individu non informé (le principal) est confronté à un problème de risque moral lorsqu'il observe imparfaitement l'action entreprise (action cachée) par son partenaire (l'agent) ou lorsqu'il ne connaît pas l'action qu'aurait dû entreprendre l'agent afin d'agir dans l'intérêt du principal (information cachée).

Dans une relation de financement, le risque moral est défini comme le risque de non-respect par les agents des engagements stipulés au contrat. Il peut venir du désir de l'entrepreneur à utiliser les fonds obtenus d'une manière différente de celle prévue initialement et sur la base de laquelle il avait obtenu le prêt. En effet, l'entrepreneur peut utiliser ces fonds pour les allouer à des projets plus risqués en espérant avoir un rendement plus élevé ou à de nouveaux projets ou à des actions plus impératives (St-Pierre, 1999), ou pour satisfaire ses besoins personnels. Ceci aurait pu augmenter le risque de crédit et donc motiver un refus de financement si la banque avait pu disposer de ces informations. En choisissant des projets plus risqués que ceux présentés à l'appui de sa demande, l'emprunteur peut accroître son espérance de gain, mais augmenter également le risque de faillite et donc les pertes potentielles du prêteur. Ce dernier peut être aussi soumis à d'autres risques de comportement opportuniste de l'emprunteur. Par exemple, ce dernier peut être incité, pour minimiser ses remboursements, à déclarer un résultat inférieur à celui réalisé effectivement. Williamson (1986) justifie cette situation par l'incapacité du prêteur à évaluer avec exactitude le taux de rendement du projet réalisé par l'emprunteur.

Pour réduire les possibilités d'hasard moral et limiter le risque de casse en cas de difficulté de l'entreprise, les banques n'ont guère d'autres choix que de renforcer leurs mécanismes de contrôle (collecte d'information détaillée, analyse financière, surveillance régulière, etc.).

Néanmoins, ces efforts de contrôle ou de monitoring sont parfois coûteux et ne permettent pas toujours de réduire efficacement ce phénomène. Dès lors, il existe un seuil à partir duquel les coûts afférents au contrôle deviennent plus importants que les gains attendus de cette opération. En présence de cette situation et comme il a été indiqué par Williamson (1987), le prêteur peut opter pour une réduction de son offre de crédit, les projets présentant plus de risque seraient écartés du marché de crédit.

2.2 La sélection adverse dans la relation de financement

La sélection adverse ou l'antisélection résulte de l'asymétrie d'information qui se déclare au moment de la signature du contrat. On peut la qualifier d'asymétrie ex ante. Lorsque les acheteurs observent imparfaitement la qualité de biens qu'ils désirent acquérir, les vendeurs ont intérêt à surestimer la qualité de leurs produits afin de les vendre au prix le plus élevé possible. En présence d'une information imparfaite, les acheteurs se méfient donc des déclarations des vendeurs estimant ainsi qu'un prix élevé ne signifie pas forcément une bonne qualité. Dans un tel cadre, les vendeurs proposant des biens de bonne qualité qui valent effectivement un prix élevé, peuvent être dans l'impossibilité de vendre leur produit à leur véritable prix dans la mesure où les acheteurs doutent de leur qualité.

Dans son célèbre article « *The market for lemons : Quality uncertainty and the market mechanisms* », Akerlof (1970) était le premier à illustrer le phénomène de sélection adverse en utilisant l'image du marché de voitures d'occasion¹². Il explique que la difficulté d'identifier la qualité de produits différents, résultants de l'inobservabilité d'une caractéristique inaltérable du produit échangé par l'un des partenaires, posent un problème informationnel. En effet, si les acheteurs ne savent pas s'ils sont en face de bonnes ou de mauvaises voitures, l'asymétrie d'information est totale. Que se passe-t-il alors dans ce cas ?

Pour répondre à cette question, Akerlof (1970) montre que les acheteurs cherchant à minimiser leurs risques choisissent les voitures présentant un prix intermédiaire entre les plus chers et les moins chers. En effet, le prix moyen est la résultante de la moyenne des prix des bonnes et mauvaises occasions. A ce prix, les propriétaires des modèles de bonne qualité se retirent du marché, le prix moyen du marché étant trop faible. L'asymétrie de l'information

¹² Une cinquantaine sont des modèles de mauvaise qualité (« lemons ») et cinquante sont des modèles de bonne qualité.

exclut donc du marché les produits de bonne qualité au profit des produits de moindre qualité. C'est ce qu'on appelle l'anti sélection ou sélection adverse.

Sur le marché bancaire, l'information asymétrique entre le banquier et le chef d'entreprise à propos de la qualité des projets d'investissement pose le problème de sélection adverse. Mal informés, les prêteurs n'arrivent pas à discriminer de manière efficiente entre les différentes demandes de financement. Dans ce contexte, ils peuvent avoir une évaluation inexacte quant aux caractéristiques réelles et au risque des projets. Ils augmentent alors le taux d'intérêt de leurs prêts pour faire face à la prise de risque supposée d'une partie de leur clientèle et pour identifier et attirer les « bons emprunteurs ». Ce comportement, censé maximiser le résultat de la banque, encourage les emprunteurs risqués et décourage les emprunteurs de qualité. Alors que les « bons emprunteurs » considérant le coût de crédit trop cher préfèrent changer d'attitude ou se retirer du marché du financement bancaire, les emprunteurs aux projets les moins viables et pour qui l'important étant l'obtention du financement, resteront. Cette structure implique une augmentation du risque de crédit ainsi que des coûts d'emprunt des PME, ce qui contribue à réduire l'offre de financement aux PME, alors que lorsque les prêts sont consentis, les conditions de crédit exigées sont jugées sévères. Cette situation caractérise la sélection adverse.

Sur un marché bancaire où l'information est imparfaite, l'ajustement par le prix n'est donc pas une solution efficiente. Le phénomène de sélection adverse contraint les banques à procéder à des ajustements sur les quantités. Les établissements bancaires rationnent le crédit des entreprises dont le degré d'information est jugé insuffisant (Stiglitz et Weiss, 1981).

3. Le rationnement du crédit sur le marché des PME

Le rationnement de crédit est le phénomène par lequel la demande de fonds excède l'offre de fonds de telle sorte qu'une catégorie de candidats au prêt se voit refuser l'accès à un financement (Eber, 1996). Autrement dit, le taux d'intérêt qu'un emprunteur est prêt à payer apparaît comme un dispositif de sélection des candidats et permet d'attirer les emprunteurs à faible risque. Cette hypothèse est confirmée dans le modèle de Stiglitz et Weiss (1981).

A la suite des analyses décrites précédemment sur les asymétries informationnelles ex ante, Stiglitz et Weiss (1981) ont proposé un modèle fondé sur les comportements des emprunteurs

ex post. Leur principal apport est de montrer l'influence du taux d'intérêt sur la probabilité de défaut de remboursement des prêts même en présence de gap informationnel. Le rationnement du crédit qui en découle est caractérisé par le refus du secteur bancaire de prêter à des individus ou à des entreprises, même si ceux-ci sont prêts à supporter des charges d'intérêts élevées pour couvrir les frais supportés par la banque. Ces frais comprennent le coût de refinancement sur le marché monétaire, les frais de gestion, la marge bancaire, mais également la «prime de risque» nécessaire pour compenser les pertes subies lors du défaut d'un emprunteur.

Selon Stiglitz et Weiss (1981), le phénomène de rationnement s'explique par des problèmes d'asymétries d'information entre des prêteurs et des emprunteurs. À la différence de l'explication traditionnelle de l'établissement de l'équilibre sur le marché du crédit par le taux d'intérêt, ces auteurs introduisent le concept d'imperfection informationnelle qui vient fausser l'efficacité du mécanisme de prix. Ces imperfections font en sorte qu'il devient difficile pour le banquier d'évaluer correctement le succès du projet de l'entreprise alors qu'à travers le mécanisme de régulation de la demande par les taux d'intérêt, l'issue serait inverse. En effet, dans une situation d'asymétrie d'information, l'augmentation du taux d'intérêt aurait tendance à attirer des projets plus risqués en raison du fait que la probabilité du succès du projet de l'emprunteur diminuerait avec la hausse du coût de crédit : « *Les taux d'intérêts élevés conduisent les firmes à entreprendre des projets dont les probabilités de succès sont réduites mais qui sont susceptibles de générer des rendements élevés en cas de succès* » (Stiglitz et Weiss, 1981, p. 393).

D'un autre côté, le niveau du taux d'intérêt affecte, également, le comportement des emprunteurs. A un certain niveau de taux d'intérêt, les emprunteurs peuvent choisir d'entreprendre des projets plus risqués et à rentabilités espérées élevées. Or, dans le cas d'une mauvaise conjoncture considérée comme défavorable à la survie de tels projets, la rentabilité moyenne de la banque se réduit à cause des créances irrécouvrables qu'elle accumulera suite au défaut de remboursement des prêts. Ainsi, dans la mesure où le risque n'est pas indépendant du taux d'intérêt, ce mécanisme de taux d'intérêt s'avère inefficace pour réduire la demande de crédit. La banque est incapable alors d'évaluer correctement le degré de risque de ses emprunteurs, elle fixe alors un niveau d'intérêt moyen et rationne les emprunteurs qui semblent être les plus risqués.

Dans ce sens, Akerlof (1970) montre que les banques, offrant un tarif moyen indifférencié à une catégorie d'emprunteurs, n'attirent que ceux dont le risque est supérieur à la moyenne. Rehausser le tarif alimente ce cercle vicieux. Cette sélection adverse peut conduire les banques à se retirer de ce marché. On parle alors de *credit crunch* (Stiglitz et Weiss, 1981). Selon Foliard (2008), cette situation théorique peut tout de même être partiellement observée pour le financement de TPE exerçant ou souhaitant exercer certaines activités. Les banques sont, par exemple, aujourd'hui extrêmement réticentes pour financer les bars. Le nombre d'échecs est très important, ce qui conduit les banques à augmenter leurs exigences en termes financiers et au niveau des garanties. Les meilleurs professionnels trouvent d'autres solutions de financement (crédit vendeur, intervention des brasseurs). Les banques confrontées aux plus mauvais dossiers préfèrent se retirer du marché du financement des bars.

Selon la spécification retenue de l'asymétrie d'information existant sur le marché des crédits, on peut distinguer deux formes de rationnement :

- un rationnement du crédit par les quantités que les banques mettent en application quand elles connaissent parfaitement le rendement moyen des projets sans pouvoir identifier le risque du projet et le comportement de l'emprunteur. Ce type de rationnement a été défini par Keeton (1979) : dans un même groupe d'emprunteurs, certains reçoivent un prêt et d'autres non, même s'ils offrent de payer un taux d'intérêt supérieur ;
- un deuxième type de rationnement qualifié de « redlining » dans la littérature anglo-saxonne peut survenir. Il consiste à identifier des groupes de demandeurs selon leur degré de risque. Ceux qui sont considérées comme trop risquées seront discriminées et exclues du marché du crédit, quel que soit le taux d'intérêt proposé. Ces emprunteurs sont face à un refus catégorique des banques de prêter, même si elles disposent de suffisamment de liquidités.

Dans le même contexte et en présence d'une asymétrie d'information cette fois-ci ex-post, Williamson (1986, 1987) confirme l'existence d'un rationnement du crédit. Cependant, dans son analyse Williamson ne se permet pas de spécifier la nature des entreprises affectées par ce rationnement. En effet, il estime que le prêteur est confronté à un comportement opportuniste

qui apparaît une fois que le projet a été financé et réalisé. Dans ce cas, le prêteur contrôle l'entreprise (*le monitoring*) pour limiter ce comportement et pour récupérer, le cas échéant, le montant requis ou engager une procédure de mise en liquidation. Toutefois, ces actions menées ne permettent pas toujours de limiter ce phénomène. Dès lors, lorsque les coûts de contrôle excèdent les bénéfices attendus de cette action, le prêteur peut préférer limiter son offre de financement aux entreprises. On dit alors que le marché du crédit est rationné puisqu'il existe une demande excédentaire non satisfaite. Le modèle de Williamson ne permet pas cependant, d'analyser ce rationnement par une étude comparative de la situation des entreprises selon leur taille.

Récemment, un nouveau concept connu sous le nom d'«auto-rationnement» commence à être développé dans la littérature traitant la relation banque-PME (Kon et Storey, 2003 ; Han et al., 2008). Parmi les premiers à avoir étudié ce concept, figurent Levenson et Willard (2000). Ces auteurs considèrent le cas des PME qui se voient refuser un financement bancaire (partiellement ou totalement) dans un contexte d'asymétrie d'information. Ils analysent la durée de cette situation en introduisant un nouveau type de rationnement du crédit appelé «emprunteurs découragés». Kon et Storey (2003) définissent les emprunteurs découragés comme des bonnes entreprises nécessitant un financement, mais choisissent de ne pas faire appel à la banque, car ils estiment que leur demande sera rejetée.

Cherchant à justifier l'existence de ce rationnement, Levenson et Willard (2000) expliquent que si une entreprise a déjà bénéficié d'un emprunt bancaire après avoir attendu une période de durée T et si cette période est courte, alors l'entreprise a été rationnée pour seulement une courte durée. On parle alors d'un rationnement du crédit à effets négligeables. Par contre, si cette période est considérée comme longue, elle pourrait affecter la capacité de l'entreprise à se développer et même à survivre. Certaines entreprises qui anticipent une longue durée T qui correspond à l'examen de leur dossier, peuvent être dissuadées à demander un crédit bancaire. Dans ce cas et dans un contexte d'asymétrie d'information, les PME évitent de se financer par emprunt bancaire, même si elles ont des besoins financiers considérables, car elles anticipent le refus de leur banque après une période assez longue, bref elles «s'auto-rationnent».

3.1 Le rationnement des PME dans le modèle *Stiglitz et Weiss (1981)*

Bien que la théorie du rationnement du crédit n'ait pas été développée dans le cadre de la problématique des PME, nous nous intéressons à cette catégorie d'entreprises particulièrement touchées par ce phénomène¹³. En effet, l'asymétrie d'information étant plus importante entre banques et PME., et la dépendance de ces dernières vis-à-vis des premières étant plus grande, les PME doivent être surexposées au phénomène de rationnement du crédit.

Après avoir démontré l'existence possible d'un rationnement du crédit sous l'hypothèse de la non observabilité des emprunteurs, Stiglitz et Weiss (1981) proposent une nouvelle hypothèse où ils supposent l'existence de n groupe d'emprunteurs observables par la banque en fonction de critères connus, comme la taille. Ils montrent que cette segmentation peut exclure totalement certaines classes de firmes du marché de crédit.

La banque va appliquer un taux d'intérêt r_i à chacun de ses groupes i afin d'optimiser la solvabilité de ses clients après prise en compte des risques d'anti sélection et d'aléa de moralité précédemment décrits. La fonction de profit f_i de la banque correspondante à chaque catégorie d'emprunteurs i est représentée en relation avec le taux d'intérêt r_i sur la figure 2¹⁴. Stiglitz et Weiss (1981) considèrent les trois catégories d'entreprises emprunteurs : 1, 2 et 3. Elles sont ordonnées en fonction de l'espérance de profit anticipée pour chacune d'elles par la banque : si $i > j$ alors $\max f_i(r_i) > f_j(r_j)$.

¹³ Etude AFTE (Association Française des Trésoriers d'Entreprise), 2009. En France, l'accès au crédit est plus difficile pour les PME que pour les grandes entreprises. *La tribune*.

¹⁴ Source : Stiglitz et Weiss, 1981.

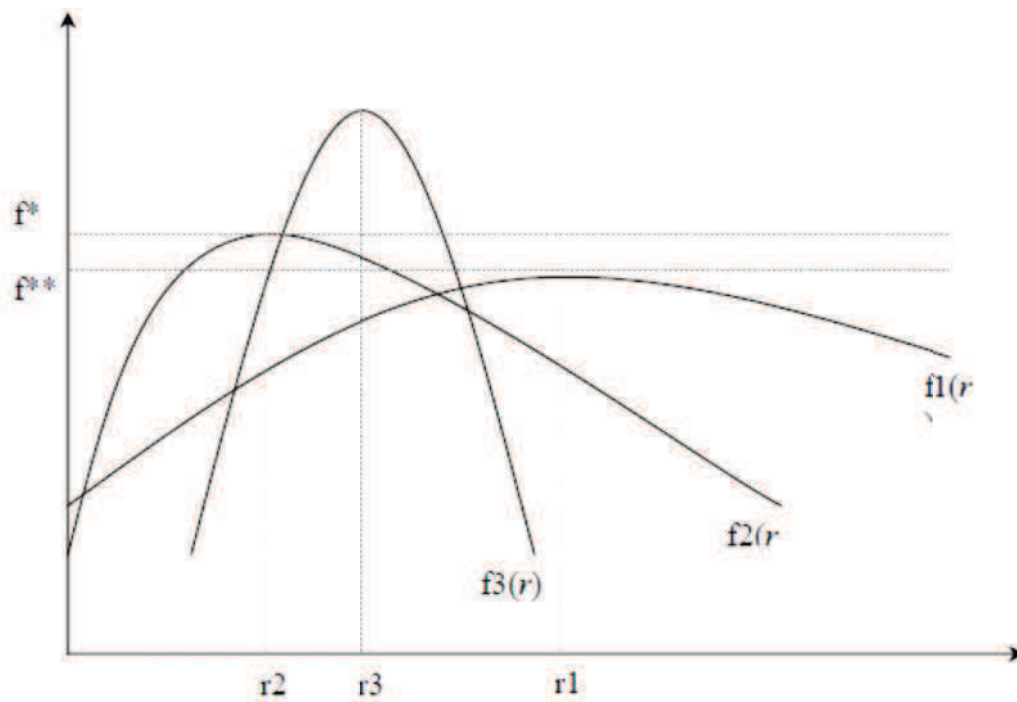


Figure 2 : le redlining sur le marché de crédit

Les auteurs démontrent que, si $i > j$, c'est-à-dire l'espérance de la solvabilité de la catégorie i est meilleure que celle de la catégorie j , alors les entreprises appartenant à j ne recevront de crédits que si les emprunteurs de la catégorie i ont été totalement servis. Si le taux de refinancement de la banque est f^{**} , on constate que toutes les entreprises de la catégorie 3, souhaitant s'endetter au taux r_3^* , reçoivent les crédits qu'elles demandent ($f_3(r_3^*) > f^{**}$). Les entreprises de la catégorie 2 souhaitant s'endetter au taux r_2^* seront servis seulement après la catégorie 3, ($f_3(r_3^*) > f_2(r_2^*) > f^{**}$). Enfin, aucune entreprise de la catégorie 1 ne reçoit de crédit quel que soit le taux d'intérêt qu'elle accepte de payer ($f_1(r_1^*) < f^{**}$), elles sont donc exclues du marché du crédit. Ces entreprises sont dites « redlined » (Stiglitz et Weiss, 1981, p.407). Cette catégorie d'entreprises, a subi une discrimination financière sur le marché du crédit.

En application de cette théorie, Psillaki (1995) considère que les PME sont particulièrement sujettes au phénomène de *redlining* pour la seule raison que ces entreprises sont plus risquées que les grandes entreprises. En admettant que ces entreprises font partie de la catégorie 1 au sens de Stiglitz et Weiss (1981), les banques ont du mal à identifier leurs risques pour justifier leur exclusion du marché du crédit. Cette inaptitude est liée à l'opacité des PME. Une opacité

qui ne permet pas à la banque de trancher sur le risque inhérent au projet prédisposant ainsi les PME à subir à la fois le redlining et le rationnement de crédit.

3.2 La réalité empirique du rationnement du crédit des PME

Bien qu'on ne puisse pas qualifier une entreprise selon la taille, plusieurs études empiriques ont montré l'existence d'une corrélation entre le rationnement du crédit et la taille de celle-ci. Les entreprises les plus petites sont souvent les plus fragiles sur le plan financier avec un risque de défaillance élevé. Ceci peut conduire au non remboursement des emprunts contractés, d'où le coût d'endettement élevé dans cette catégorie d'entreprises. Plusieurs travaux ont cherché à expliquer ce phénomène ainsi que la surexposition des PME au rationnement du crédit.

Dans ce sens, Cieply et al. (1998) ont montré l'existence d'un effet taille sur la demande de financement d'un échantillon d'entreprises françaises. Ces auteurs ont mis en évidence un rationnement supérieur pour les PME, en particulier, quand il s'agit d'un endettement à long terme. Dans le même contexte, Cieply et Dejardin (2009) considèrent que la surexposition des PME au rationnement du crédit ne peut être justifiée que par le risque d'insolvabilité lié à cette catégorie d'entreprises. Ils distinguent trois types de rationnement : « un rationnement faible » qui caractérise les entreprises qui n'obtiennent qu'une partie des emprunts demandés et « un rationnement fort » largement étudié par la littérature (Stiglitz et Weiss, 1981 ; De Meza et Webb, 1987) qui concerne les entreprises totalement exclues du marché de crédit. Les auteurs qualifient le dernier type de rationnement par « l'auto-restriction » ou « l'auto-rationnement », qui est directement inspirée de la récente théorie « des emprunteurs découragés » (Kon et Storey, 2003). Cieply et Dejardin (2009) montrent que la majorité des jeunes entreprises de leur échantillon n'avaient pas un problème d'accès au crédit bancaire. Sur l'ensemble des entreprises rationnées, les auteurs constatent, d'une part, que le rationnement, selon Stiglitz et Weiss (1981), est une réalité incontestable pour ces jeunes entreprises. D'autre part, l'auto-rationnement semble être la contrainte la plus importante pour cette catégorie d'entreprises. Ce constat leur permet de conclure que la nouvelle théorie du rationnement du crédit basée sur le découragement des entrepreneurs paraît très réaliste et prometteuse.

Steijvers (2008), dans une étude portant sur le marché bancaire belge, propose de confronter l'offre de crédit à la demande pour en déduire la proportion de demande rationnée. L'originalité de cette étude consiste à distinguer les emprunts rationnés à court terme et ceux à long terme tout en préservant son échantillon d'entreprises homogène ; Steijvers (2008) n'a pas procédé à une classification ex ante en groupe d'entreprises susceptibles d'être rationnées et d'autres non. Ce qui rend sa distinction pertinente, c'est le fait que la durée d'un prêt bancaire est considérée comme une des caractéristiques du contrat d'emprunt permettant de résoudre les problèmes d'information des PME. Elle peut également renforcer le contrôle de la banque sur ces entreprises. En effet, les prêts à long terme exigent un jugement à long terme du créancier sur la solvabilité de l'emprunteur. Mais, une entreprise qui est financièrement solide et solvable au moment de l'acquisition de crédit ne peut garantir qu'elle restera solvable dans le futur, d'autant plus que le risque lié à la conjoncture économique (survenue d'un événement indésirable) est corrélé positivement avec la durée de l'emprunt (Mann, 1997).

De même, le problème de la substitution d'actifs est particulièrement présent lors d'un octroi de crédit à long terme (Jackson et Kronman, 1979). Une longue durée permet en fait à l'emprunteur de modifier son projet de manière subtile ou même de le remplacer carrément par un autre plus risqué (Berger et Udell, 1998). Tous ces éléments qui paraissent irréalisables sur une courte durée, font que la banque peut forcer les PME à négocier des emprunts à court terme tout en les rationnant pour les emprunts à long terme. Ce constat a été confirmé par l'auteur dans le sens où les petites entreprises voient leur demande d'emprunt à long terme rationnée. Pour conclure, Steijvers (2008) considère que les petites entreprises ayant de faibles ressources internes et peu d'actifs pour garantir le remboursement de leur dette, sont plus susceptibles de souffrir d'un rationnement du crédit.

Section 2. Le financement bancaire des PME après Bâle II : quelles conséquences ?

La mise en œuvre de la réglementation prudentielle « Bâle II », imposée aux banques et aux établissements financiers, fait l'objet de nombreuses inquiétudes, surtout au sujet de ses conséquences éventuelles sur les PME qui craignent de se voir pénaliser, tant du point de vue du coût que de la disponibilité de crédits. Ces craintes font encore du financement des PME un sujet d'actualité.

Afin d'approcher les effets du dispositif de Bâle II sur le financement des PME qui restent significativement dépendantes des concours bancaires, nous jugeons important de commencer par explorer les insuffisances de l'approche standard dans le premier accord de Bâle.

1. Les accords de Bâle et le ratio Cooke

Dans le but d'améliorer le contrôle de l'activité bancaire internationale et de fixer des normes prudentielles minimales, les autorités des pays membres du G10 ont créé en 1974 le Comité de Bâle. Cette instance n'a pas de pouvoir législatif mais se présente en tant que standard international en matière de la réglementation bancaire. En 1988, ce Comité a instauré une réglementation prudentielle (Bâle I) destinée à assurer la solvabilité et la pérennité de la banque face à ses principaux risques que sont le risque de crédit et le risque de marché. Ce premier accord est traduit par la mise en place du « ratio Cooke ». Ce ratio impose aux banques de disposer d'un montant minimal de fonds propres proportionnel à leur risque. Il exige que le ratio des fonds propres réglementaires d'un établissement de crédit rapporté à l'ensemble de ses engagements de crédit ne soit pas inférieur à 8%¹⁵.

L'adoption de cette réglementation a permis de renforcer la prise de conscience du risque de contrepartie et a poussé les banques à renforcer leur structure financière. Mais, elle demeure imprécise et présente des limites. En effet, cette norme est restrictive et ne prend en compte que quatre classes de risques et les degrés de pondération du risque de crédit ne sont pas

¹⁵ Par exemple, si un établissement bancaire accordait 10 000 € de crédits à une entreprise, il devait alors immobiliser 800 € de fonds propres. Ce ratio prudentiel et empirique ne tenait pas compte de la solvabilité de l'emprunteur et ne faisait aucune différence entre les risques : le ratio de 8 % de fonds propres s'appliquait aussi bien à une entreprise cotée 3++ (côte d'excellence) qu'à une entreprise de cotation médiocre.

suffisamment adaptés pour déterminer et différencier de façon adéquate les emprunteurs. Ce ratio ne pouvait permettre qu'une estimation forfaitaire du risque de crédit. Le taux de 8 % appliqué ne prend pas en compte le fait que dans une même classe de risque, certains emprunteurs sont plus risqués que d'autres. En conséquence, la quantité des fonds propres que Bâle I exige pour un prêt à un client peut ne pas correspondre à son risque réel. C'est le cas notamment de la pondération attribuée aux crédits destinés aux entreprises privées. En effet, un crédit à une PME risquée bénéficie du même coefficient de pondération qu'une grande entreprise ou une firme multinationale. L'approche ne propose alors qu'une seule méthode quantitative et n'a pas de mesure de risque de taux sur le portefeuille bancaire.

Comme indiqué, le dispositif du ratio Cooke a montré ses limites liées principalement à l'absence de relation entre les exigences de fonds propres et la qualité de l'emprunteur et, donc, le risque de crédit qu'il présente. Vu ces insuffisances, la refonte de la réglementation vers une appréciation plus réaliste des risques et des fonds propres exigés par l'activité bancaire apparaît comme une évidence.

2. Les accords de Bâle II et le ratio Mc Donough

Le Comité de Bâle II a décidé cette refonte en 2004 en proposant une panoplie de réglementations nouvelles, au terme de laquelle sera définie une mesure plus pertinente du risque de crédit avec, en particulier, la prise en compte de la qualité de l'emprunteur, y compris par l'intermédiaire d'un système de notation interne propre à chaque établissement (dénommé IRB, Internal Rating Based). Ce point avait été négligé dans les accords de Bâle I (et, par conséquent, dans le ratio Cooke) au niveau des engagements de crédit (la principale variable prise en compte étant le montant du crédit distribué).

Le nouveau ratio de solvabilité est le ratio Mc Donough, du nom du Président du Comité de Bâle à ce moment-là, William J. Mc Donough. Applicable en France depuis le 1er janvier 2007, cette réforme s'appuie sur trois piliers.

✓ *Pilier 1 : exigence minimale de fonds propres*

Le premier pilier définit les méthodes de calcul des exigences minimales de fonds propres et les méthodes de mesure du risque. Le nouveau ratio de solvabilité, communément appelé ratio

Mc Donough, conserve l'exigence minimale de 8% déjà établie par le ratio Cooke, affirmant ainsi que la capitalisation est nécessaire pour couvrir les risques. En ce sens, la nouvelle réforme est conçue pour permettre une analyse plus qualitative et pertinente des risques bancaires. En effet, les fonds propres de la banque doivent couvrir non seulement le risque de crédit, mais encore le risque de marché et le risque opérationnel. On passe alors d'un ratio Cooke où les fonds propres de la banque sont supérieurs à 8% des risques de crédit à un ratio McDonough où les fonds propres de la banque sont supérieurs à 8% des risques de crédits (75%) + de marché¹⁶ (5%) + opérationnels¹⁷ (20%).

En plus, contrairement à la méthode globale Cooke, l'appréciation de ces divers risques doit être la plus fine possible et appropriée à chaque cas de figure permettant ainsi aux banques de placer leurs capitaux en fonction de la réputation et de la solvabilité de l'emprunteur. Trois approches sont proposées pour mesurer les risques de l'entreprise (risque de crédit, risque de marché et risque opérationnel). L'approche standard est fondée sur une classification des risques obtenue à partir de notations externes (Banque de France, agences de notations, etc.). Cette approche est adoptée généralement par les petites et les moyennes banques. A cette approche standard s'ajoute l'approche par les notations internes qui se décompose en deux méthodes : la méthode par les notations internes fondation (FIRB) et la méthode par les notations internes avancées (AIRB). Elles reposent sur la mesure par les banques elles-mêmes de leur exposition au risque de crédit à partir de quatre paramètres prudentiels : la probabilité de défaut de l'emprunteur, la perte en cas de défaut, l'exposition en cas de défaut et la durée résiduelle du prêt. Dans la méthode FIRB, l'établissement estime seulement la probabilité de défaut, les autres paramètres étant fixés par le Comité de Bâle, tandis que, dans la méthode AIRB, les quatre paramètres sont évalués par la banque elle-même.

✓ *Pilier 2 : processus de surveillance prudentielle*

Ce deuxième pilier vise à compléter et renforcer le premier en établissant une surveillance prudentielle accrue où les autorités de contrôle examineront qualitativement les procédures internes de mise en adéquation des fonds propres aux risques encourus. Il recommande aussi aux banques d'analyser leurs risques non couverts par le premier pilier et de calculer leurs

¹⁶ Le risque opérationnel correspond aux défaillances du fonctionnement interne de la banque ou à des événements externes.

¹⁷ Le risque de marché est lié aux variations de prix (ou insuffisances de couvertures) des instruments acquis sur les marchés de taux, de change ou de capitaux dans une intention de négociation.

besoins de fonds propres au titre du capital économique. Les autorités de contrôle peuvent hausser les exigences de capital là où elles le jugeront nécessaire. En définitive, ce nouvel accord entend inciter aussi bien les banques que les superviseurs à utiliser les meilleures pratiques de gestion des risques.

✓ *Pilier 3 : recours à la discipline de marché*

Le Comité de Bâle entend promouvoir la discipline de marché en développant une série d'exigences en matière de communication financière afin de permettre aux acteurs du marché « d'apprécier des éléments d'information essentiels sur le champ d'application, les fonds propres, les expositions au risque, les procédures d'évaluation des risques et, par conséquent, l'adéquation des fonds propres » des banques (Comité de Bâle sur le contrôle bancaire, 2006). L'objectif est de favoriser des pratiques bancaires saines et sûres par l'intermédiaire d'une communication financière fiable et efficace.

✓ *Exemple :*

Une entreprise qui empruntait selon les Accords de Bâle I un montant de 100.000 € imposait à sa banque de réserver 8.000 € en capital réglementaire (c'est-à-dire 8% de 100.000 €).

Sous les Accords de Bâle II, l'exposition au risque doit être pondérée en fonction de la qualité de l'emprunteur. Si l'emprunteur est de bonne qualité, que le risque de marché est bon et le risque opérationnel très faible, le crédit qu'il demande pourrait éventuellement se voir attribuer une cotation de 50%. Dans cette optique, la banque ne devrait réserver que 4.000 € de fonds propres réglementaires (c'est-à-dire 8% de 50% de 100.000 €). Par contre, si l'emprunteur est de mauvaise qualité, le risque de marché moyen et le risque opérationnel élevé, alors le crédit sera plus lourdement pondéré avec un risque de 150%. Dans ce cas, la banque devra réserver 12.000 € de fonds propres réglementaires (c'est-à-dire 8% de 150% de 100.000 €).

A l'image de Bâle I, il demeure un certain nombre de risques bancaires qui sont appréhendés de manière imparfaite dans le dispositif de Bâle II. Dès lors et à la suite de la crise financière et les turbulences qui se sont déroulées sur le marché de crédit, le Comité de Bâle a annoncé en avril 2008 qu'il annoncera prochainement une série de mesures pour améliorer le dispositif

de Bâle II. Ces mesures comprendront notamment des exigences plus élevées de fonds propres pour certains produits structurés complexes (premier pilier) et des communications plus détaillées sur les risques liés à certains actifs de titrisation complexes (troisième pilier). Le Comité de Bâle devrait également publier des directives concernant le deuxième pilier afin d'aider à renforcer la gestion des risques et les pratiques de contrôle bancaire.

3. Les PME risquent-elles d'être pénalisées par Bâle II ?

Le nouveau dispositif de réglementation Bâle II suscite des inquiétudes parmi les entreprises, notamment les petites et moyennes entreprises (PME) qui craignent de se voir pénalisées tant du point de vue du coût que de la disponibilité du crédit.

A risque équivalent, les formules de Bâle II prévoient un capital réglementaire plus faible pour les créances PME. En effet, elles reconnaissent les caractéristiques spécifiques de cette catégorie d'entreprises et procèdent à une segmentation plus fine des crédits alloués. Précisément, Bâle II définit deux catégories de créances sur les PME : celles inférieures à 1 M€ qui relèvent de l'activité de banque de détail et les créances sur des entreprises supérieures à 1 M€ qui relèvent du portefeuille « entreprises ». À probabilité de défaut et taux de perte équivalents, les créances des établissements prêteurs sur des PME entraînent une moindre exigence de capital réglementaire relativement aux grandes entreprises. La banque peut diversifier le risque PME, étant essentiellement spécifique (sectoriels, humains, etc.) en mutualisant un grand nombre de créances PME dans son portefeuille de prêts. Le capital réglementaire associé aux créances PME baisserait ainsi d'environ 30% relativement à Bâle I.

En revanche, le capital réglementaire varie considérablement en fonction du risque de crédit, ce qui devrait induire une tarification bancaire appropriée au risque de l'entreprise. En fait, s'appuyant sur les méthodes de notation interne, le nouvel accord, en liant davantage les exigences aux risques effectifs, permettra une détermination plus affinée du coût du crédit. Cette différenciation dans les tarifications du crédit devrait toucher les emprunteurs les plus risqués, mais elle aura sans doute moins d'impact sur les PME les moins risquées. En incitant à une plus forte différenciation des tarifs en fonction du risque, Bâle II pourrait rapprocher la tarification bancaire des coûts et, in fine, améliorer l'offre de crédit aux PME.

Cependant, là encore, des difficultés apparaissent quant aux effets potentiels de cette nouvelle réglementation. Il apparaît, selon certains travaux empiriques (Berger et Udell, 2002), que la standardisation de l'information imposée pour le calcul du ratio de fonds propres nuit à la collecte d'information qualitative (*soft information*) sur les emprunteurs et, donc, devrait réduire la quantité de financement relationnel bancaire offert. Les études pratiquées sur le « *credit crunch* » du début des années 90 le laissent penser. Berger et Udell (1995) relèvent ainsi, aux Etats-Unis, sur la période 1989-1992, une chute de 38% des crédits au PME contre une chute de 23% pour l'ensemble de l'économie.

Les effets du dispositif de Bâle II ne devraient pas influencer de manière significative le coût et la disponibilité du crédit pour les petits emprunteurs, mais contribuer à la poursuite de l'amélioration des pratiques dans les relations entre les banques et les entreprises. La qualité et l'objectivité de l'évaluation des emprunteurs supposent, en effet, que soit renforcée la transparence de l'information entre les entreprises et les établissements de crédit. C'est l'intérêt de l'entreprise que soient mis en évidence ses points forts, mais également ses vulnérabilités, à un moment où des actions peuvent être engagées, avec l'appui éventuel des bailleurs de fonds, pour y remédier (Dietsch et Tisseyre, 2005). Un tel résultat ne pourrait être atteint sans une expertise humaine de ces derniers. Les décisions en matière de tarification ne seront pas automatisées et le rôle du banquier reste essentiel. Dans certains cas particuliers, Bâle II impose aux banques de prendre en considération des critères qui ne figurent pas dans le calcul de la notation interne.

Section 3. La relation banque-entreprise : d'une approche transactionnelle à une approche relationnelle et d'une relation standardisée à une relation partenariale

Après avoir exposé les problèmes de l'asymétrie d'information et des nouvelles réglementations prudentielles auxquelles sont confrontées les banques dans leur relation de crédit avec les PME, et la surexposition éventuelle de ces dernières au rationnement du crédit, nous allons présenter les approches qui se sont intéressées aux mécanismes susceptibles de surmonter l'insuffisance et l'imperfection de l'information dans la relation d'emprunt.

La littérature, très abondante sur la relation banque-entreprise, distingue deux types d'approche qui, bien que différentes, se complètent et permettent de mieux expliquer la nature des relations que peut entretenir un prêteur et un emprunteur, il s'agit de l'approche transactionnelle et de l'approche relationnelle (Stein, 2002 ; Cole, Goldberg, et Blanc, 2004; Scott, 2004; Berger et al. 2005). Selon ces auteurs, l'approche relationnelle est basée sur l'information « *Soft* » et elle est mieux adaptée pour les entreprises les plus opaques, alors que les relations transactionnelles sont plus en harmonie avec les entreprises les plus transparentes. Un article édité par Berger et Udell (2006) suggère qu'il y a différents types de technologies d'emprunts transactionnels qui dépendent en grande partie de l'information « *Hard* ». Ces technologies à base de relations transactionnelles apparaissent comme des relations d'emprunts utilisant des documents financiers et comptables, le factoring, le leasing, la demande de garanties¹⁸.

Quelle est alors la meilleure méthode d'emprunt ? Berger et Udell (2006) considère que chaque méthode a ses avantages et ses inconvénients. Le choix dépendra des caractéristiques de l'entreprise. Par exemple, si une entreprise est considérée comme opaque et que ses comptes financiers ne sont pas audités ou ses capitaux sont insuffisants pour les mettre en gage en tant que garanties, les relations de long terme peuvent être considérés comme la meilleure relation. D'autre part, si l'entreprise a des comptes audités avec un profil risqué, la demande de garanties peut être la meilleure méthode, etc.

¹⁸ Pour une revue de la littérature des différentes méthodes d'emprunt, voir Berger et Udell (2006) et Taketa et Udell (2007).

1. L'approche transactionnelle ou standardisée

Différents courants de pensée se sont rattachés à l'approche transactionnelle. L'approche classique considère une transaction comme étant une opération purement marchande gérée par le seul facteur « prix » qui donne toutes les informations sur la qualité des biens échangés. Les approches néoclassiques prolongent cette analyse en prenant en compte les achats répétés.

Le contrat classique présente ainsi l'échange comme une transaction ponctuelle, de court terme et séparée de toute relation passée ou future. Les conflits qui pourraient survenir sont gérés par des règles juridiques et l'échange se termine avec la réalisation de la transaction. Plus relationnel par nature, le contrat néoclassique appréhende l'échange comme une succession de transactions (MacNeil, 1978) dont les termes sont spécifiquement planifiés. Il est difficile de parler dans le cadre de ce contrat des interactions des parties en jeu considérées comme une externalité. Les relations d'échanges sont analysées selon une perspective micro économique et utilitariste où les parties s'accordent sur la forme d'échange la plus efficiente.

Le premier courant à s'être imposé comme véritable paradigme de l'approche transactionnelle est celui de l'économie des coûts de transaction. En introduisant certaines hypothèses sur le comportement des agents économiques (rationalité limitée et opportunisme), sur le hasard lié à la nature des transactions (spécificités des actifs, incertitude et difficulté de mesure de la performance), O.E Williamson, considéré comme le chef de file de l'analyse économique transactionnelle, tente de déterminer la forme d'organisation efficace, c'est-à-dire celle qui minimise les coûts de transaction. Selon cette logique et dans le cadre de la relation bancaire, la tâche du banquier est de mettre au point un arrangement avec un minimum de coûts, de manière à assurer l'octroi du crédit ou service aux prix et qualité requis par l'emprunteur.

On parle de la spécificité des actifs quand la relation exige des investissements spécifiques à caractère relationnels, humains ou physiques. L'émergence de ces actifs spécifiques affecte la nature de l'échange. On ne parle plus des contrats classiques dans lesquels l'identité des partenaires est inconnue, mais des contrats néoclassiques dans lesquels l'identité des partenaires est centrale (Williamson, 1991). Si la banque décide de mettre fin à cette relation, elle risque de perdre la valeur des investissements spécifiques. C'est pourquoi les banquiers, pour préserver cette relation et l'inscrire dans la durée, font recours aux contrats formels y

mentionnant les actions à mettre en œuvre en cas de non respect des engagements pris ainsi qu'une structure pour résoudre les conflits.

Le calcul de la rentabilité futur des projets représente aussi une source de hasard. En ce sens, les contractants peuvent ne pas respecter leurs engagements en limitant leurs efforts. Pour minimiser ce type de comportements et optimiser les moyens de contrôle, les banquiers mettent en place des contrats très complexes. A titre d'exemple, la banque peut exiger certains documents attestant de la qualité du projet du débiteur.

L'incertitude apparaît à la base de la relation de financement, comme le soulignent Rivaud-Danset et Salais (1993) : *« l'incertitude est au centre de la relation de financement. Elle porte non seulement sur les états du monde futur, mais aussi sur le comportement de l'autre dans le futur. Le crédit est en effet gagé sur une activité de l'entreprise qui n'a pas encore eu lieu : il n'y a pas de produit objectif sur lequel évaluer la transaction. Si une entreprise est a priori dans une situation moins risquée (elle reçoit l'argent), elle doit cependant, pour renouveler son crédit, démontrer aux yeux de la communauté de prêteurs sa capacité à rembourser et mériter la confiance qu'on lui porte »*.

En somme, les problèmes d'incertitude conjugués à la difficulté de mesurer la performance des projets et à la spécificité des actifs, rendent les contrats plus aléatoires (Williamson, 1985). En absence de mécanismes de contrôle appropriés, l'incertitude peut affecter négativement les investissements spécifiques de la banque ainsi que sa capacité à évaluer la performance des projets qui lui ont été proposés.

Dans la pratique, ce modèle est qualifié de « banque à l'acte » et illustre une relation purement transactionnelle limitée dans le temps (Lamarque, 2002).

1.1 La relation à l'acte : une gestion purement transactionnelle

La relation à l'acte¹⁹ exclut toute compréhension personnalisée au profit d'une information standardisée sur le client. Elle repose sur des instruments et des procédures qui, ayant une validité générale, peuvent être imposés à tous les demandeurs de fonds. Ce modèle d'activité

¹⁹ M.Castel et Y. Ulimo (1990) sont à l'origine de l'expression « à l'acte ». Pour caractériser les relations entre les banques et les entreprises aux Etats-Unis, le qualificatif usuel est celui de *arm's length*, susceptible d'être traduit par à distance.

bancaire s'appuie sur la théorie économique pour justifier le comportement opportuniste de l'entreprise c'est-à-dire que cette dernière est considérée comme un acteur qui cherche des occasions favorables pour maximiser son profit.

Dans ce contexte marqué par la défiance, stabiliser la relation entre prêteur et emprunteur requiert un dispositif de coordination spécifique, le contrat. La gestion de cette relation se fait donc grâce à des clauses contractuelles très contraignantes pour inciter l'emprunteur à respecter ses engagements. Autrement dit, ce type de contrat doit permettre à la banque de se prémunir contre le comportement opportuniste de l'entreprise et les actions cachées qui peuvent lui porter préjudice.

La « banque à l'acte » est fondée sur la règle, la relation impersonnelle et la défiance. L'ensemble de ces caractéristiques offre à la banque une grande flexibilité dans le sens où elle peut quitter son partenaire en cas de difficultés. Apoteker (1996) stipule que le succès de la banque dépendra de la qualité de ses outils de mesure du risque, de la taille et de la diversification de son portefeuille et de la faiblesse des coûts opératoires. Le système américain illustre parfaitement ce type de relation sans engagement sur la durée.

Dans un cadre conceptuel, il est fort probable d'associer les grandes banques aux emprunts à caractère transactionnel. Mais l'idée que ces établissements ne financent pas les PME est totalement erronée (Berger et Udell, 2006). Selon ces auteurs, les grands établissements bancaires fournissent des emprunts à des PME opaques en utilisant les technologies d'emprunt transactionnel qui gèrent spécifiquement les problèmes d'opacité informationnelle en s'appuyant sur l'information *hard* ou standardisée²⁰. En ce qui concerne la technique de scoring, les grands établissements emploient l'information *hard* collectée sur la PME et/ou sur son dirigeant pour évaluer la pertinence d'un nouvel accord d'emprunt. Pour le prêt basé sur les garanties, ces établissements utilisent des évaluations des capitaux mis en gage. S'agissant du factoring, ils s'intéressent à la qualité des comptes à recevoir. Pour les prêts basés sur des capitaux fixes et le crédit-bail, les banques évaluent les actifs immobilisés qui sont mis en gage comme garantie ou possédés directement par l'établissement (crédit-bail). Ainsi, quand les états financiers ne sont pas disponibles, les établissements peuvent souvent employer d'autres types d'information *hard* pour évaluer les perspectives de remboursement. Ce type de

²⁰ Des informations financières vérifiables et quantitatives.

procédures peut mener parfois à des décisions potentiellement fausses puisque basées sur une conjoncture courante marquée par les structures financières du pays et les politiques qui les affectent.

Comme cela a été déjà montré par Berger et Udell (2006), De la Torre et al. (2010) constatent que l'approche relationnelle n'est plus le seul aspect de financement proposé par les banques aux PME. En fait, les banques appliquent de plus en plus diverses technologies transactionnelles aux demandes d'emprunts des PME. Ces technologies facilitent les relations à l'acte comme le scoring, les outils d'estimation de risque, le factoring, le crédit-bail, etc. Par exemple, l'information quantitative *hard* collectée sur la PME ou sur son propriétaire et obtenue à partir des agences d'analyses de crédit, permet aux banques d'analyser les futures demandes d'emprunts et d'utiliser la méthode appropriée, à savoir le scoring pour traiter et approuver des prêts à court terme et à des coûts suffisamment compétitifs.

Accepter de mettre en gage (en tant que garantie) des capitaux qui ne perdent pas beaucoup de valeur avec le temps et qui sont relativement faciles à liquider (par exemple, équipement et biens immobiliers) fournit une plus grande assurance de remboursement, même lorsque les processus d'application de contrat sont relativement imparfaits. En outre, recevoir des bilans fiables soutient le factoring, alors que louer des capitaux réels et commerciaux via le crédit-bail peut aider à surmonter les processus coûteux d'application de contrats comprenant des droits commerciaux ambigus et des procédures inefficaces de faillite. Ainsi, si la bonne information financière n'est pas disponible pour mesurer la solvabilité, les banques peuvent employer d'autres types d'information *hard* et de mécanismes d'incitation compatibles pour augmenter la probabilité du remboursement. De cette façon, les banques peuvent compenser les lacunes dans l'environnement institutionnel. D'ailleurs, ces mécanismes permettent aux banques de limiter leur besoin de faire appel aux subventions du gouvernement pour prêter aux PME.

Généralement, les banques appliquent les méthodes de scoring aux PME qui cherchent à emprunter à court terme, et pour lesquelles l'information sur le propriétaire et sur l'entreprise est liée (De la Torre et al, 2010). Les banques emploient les analyses et les tests statistiques pour mesurer l'efficacité du scoring et pour déterminer le seuil de la taille au-delà de laquelle la banque pourrait perdre le contrôle. Les banques cherchent souvent à améliorer la technique de scoring pour pouvoir l'appliquer à des montants de prêts plus élevés et à des entreprises

plus grandes. Les banques utilisent des outils d'évaluation (rating) améliorés et sensiblement normalisés pour examiner les demandes d'emprunts des PME les plus grandes, pour lesquelles elles considèrent que le scoring n'est plus efficace. Certains outils incorporent des informations d'ordre quantitatif et qualitatif et les banques les développent typiquement en adaptant (en les simplifiant, les améliorant et les normalisant) aux PME les méthodes de rating appliquées aux grandes entreprises. Les méthodes de rating utilisées pour les PME n'impliquent pas automatiquement l'accord des prêts, mais elles fournissent plutôt la base pour l'analyste du risque pour évaluer ces prêts et pour décider de leur approbation. Après que les prêts soient approuvés, les banques surveillent leur utilisation par les PME (en particulier, les plus grandes parmi elles), le but étant d'avoir un système de détection précoce afin de prévoir et détecter des éventuels problèmes.

Selon De la Torre et al (2010) et en raison de leur réseau d'agences substantiel, les grandes banques internationales sont mieux placées pour développer des approches peu coûteuses pour les PME en leur offrant un service étroit et personnalisé, sans passer par les relations de long terme considérées comme coûteuses. Les centres d'affaires constatent des coûts décroissants dans certaines activités (y compris la gestion des risques et les fonctions administratives), combinées avec la gestion du compte du dirigeant de la PME pour bien personnaliser le service. En outre, les grandes banques internationales ont des clients de tailles plus grandes et sont bien positionnées pour obtenir des informations sur les PME avec lesquelles les grandes entreprises travaillent déjà. Ceci aide ces banques à surmonter les problèmes d'asymétrie d'information que les relations de long terme cherchent à résoudre.

En termes de gestion des risques, les grandes banques internationales sont mieux placées pour gérer des petits emprunts basés sur les modèles de scoring automatisés (puisqu'elles ont le savoir-faire et les modèles nécessaires) et les systèmes de rating pour des montants plus grands (basés sur des versions profilées et normalisées de rating). En outre, elles ont généralement des systèmes de gestion des risques plus avancés. En raison de leur taille et de leur présence sur plusieurs marchés, les grandes banques internationales, peuvent mieux diversifier les risques idiosyncratiques des prêts des PME. En outre, elles ont des méthodes plus avancées pour évaluer la valeur de la garantie, de meilleurs moyens pour exiger le remboursement et pour exécuter la garantie.

1.2 Les limites de l'approche transactionnelle

L'approche transactionnelle a été longuement critiquée. En effet, l'apport de la théorie des coûts de transaction était peu significatif dans la compréhension des relations interentreprises. S'appuyant sur les contrats comme moyens susceptibles de résoudre les problèmes de contrôle des relations, le paradigme transactionnel demeure insuffisant pour comprendre le déroulement et, surtout, les facteurs entraînant la stabilité de la relation prêteur-emprunteur.

Plusieurs critiques de l'approche transactionnelle ont été énumérées à travers la littérature.

- L'approche transactionnelle constitue un cadre réducteur pour l'étude de la gestion des relations interentreprises. Elle considère que la gestion se fait uniquement sur la base de règles préalables qui résoudraient d'emblée tous les problèmes de coordination. Or, compte tenu d'un contexte incertain et d'une rationalité limitée des agents, les contrats ne suffisent pas pour gérer les échanges. D'ailleurs, Williamson (1985) reconnaît lui-même que le principe de complétude des contrats est difficile à réaliser.
- Il est clair que la gestion des relations interentreprises ne peut se faire uniquement sur la base d'arrangements contractuels. Elle dépend également des structures informelles qui jouent un rôle important dans la coordination des interactions interentreprises. Dans le cadre d'un échange, les parties peuvent adopter un comportement coopératif afin de réaliser des objectifs communs (Brousseau et al., 1997).
- L'incomplétude des contrats liée aux conditions d'incertitude implique des comportements opportunistes préjudiciables pour l'une des parties dans la relation. En ce sens, la gestion d'une relation nécessite d'autres mécanismes qu'un simple arrangement contractuel, rigide et générateur de méfiance réciproque. Charreaux (1990) considère que l'établissement de relations de confiance reste la seule solution possible dans ces conditions.
- Les relations interentreprises et, plus particulièrement, la relation banque-entreprise sont souvent marquées par des comportements opportunistes. Ce constat représente l'une des hypothèses centrales de la théorie des coûts de transaction dans laquelle Williamson suppose que les entreprises adoptent systématiquement des

comportements opportunistes. Or, l'importance accordée dans la littérature aux relations de long terme et la confiance qui en découle, remettent en cause cette hypothèse.

- Plusieurs auteurs ont montré les imperfections liées à la mise en place d'un contrat formel. Macaulay (1963) considère que « non seulement les contrats formels ne sont pas indispensables dans plusieurs situations mais leur utilisation peut avoir aussi des conséquences indésirables ». L'utilisation d'un contrat formel est considérée par certaines entreprises comme un manque de confiance, ce qui peut produire un effet contre productif, c'est-à-dire les décourager. De son côté, Bernheim et al. (1998), s'appuyant sur un modèle formel, trouve un lien significatif entre comportement opportuniste et contrat à caractère explicite. L'ensemble de ces études s'interroge sur le principe de coexistence du contrat formel et de la gouvernance relationnelle. Il paraît clair qu'une gouvernance relationnelle élimine le besoin d'un contrat formel et vice versa.

L'incomplétude des contrats s'explique en grande partie par l'incertitude, l'opportunisme et la rationalité limitée des acteurs. Ces derniers se trouvent incapables de prévoir les aléas futurs ainsi que toutes les situations à venir possibles. Il en résulte que tout événement imprévu peut être source de conflit et remettre en cause l'arrangement initial. Même le risque post contractuel ne peut être réduit et la possibilité d'un comportement opportuniste reste omniprésente. Pour se prémunir, la banque peut refuser de contracter comme elle peut aussi se baser sur la réputation de l'emprunteur.

1.3 Les limites des mécanismes contractuels

Pour faire face à l'incertitude et inciter les emprunteurs à respecter leurs engagements, les créanciers utilisent un certain nombre de mécanismes contractuels pour se prémunir du risque de non remboursement de leurs débiteurs.

➤ **Les garanties**

Dans le contrat de la dette, les banques peuvent disposer d'un certain nombre de mécanismes pour pallier les problèmes d'asymétrie informationnelle liés à la décision de prêt. En ce sens, la prise de garanties constitue un moyen indispensable dans la gestion des risques. Les

banques peuvent utiliser des garanties « internes » (portant sur les actifs de l'entreprise), mais aussi et surtout des garanties « externes » (relatives aux actifs patrimoniaux du propriétaire-dirigeant). Les garanties les plus utilisées sur le marché bancaire français sont les actifs de l'entreprise, à savoir le nantissement de matériel, les fonds de commerce et les hypothèques. Viennent s'ajouter les fonds de garantie de type OSEO en France.

L'usage de la garantie dans les contrats de prêt bancaires a été justifié par deux raisons dans la littérature. D'abord, en augmentant les pertes de l'entreprise en cas de défaut, elle incite les dirigeants à s'engager dans les projets les moins risqués, la banque pouvant ainsi limiter le risque moral et le montant de ses pertes potentielles. Aussi, les garanties permettent de résoudre le problème d'anti-sélection qui découle de la meilleure information détenue par l'emprunteur par rapport à la banque avant la décision de prêt. Cette asymétrie d'information peut engendrer un rationnement du crédit en raison de l'incapacité de la banque à tarifier le prêt selon la qualité de l'emprunteur (Stiglitz et Weiss, 1981). En effet, la garantie constitue un signal qui apporte de l'information à la banque. Elle aide la banque à obtenir l'information privée détenue par l'emprunteur, car les emprunteurs de bonne qualité sont plus incités à accepter de fournir une garantie en échange d'un taux d'intérêt faible sur le prêt que les emprunteurs de mauvaise qualité. Une banque peut ainsi discriminer les emprunteurs en leur offrant le choix entre un prêt sécurisé avec un taux d'intérêt faible et un prêt non sécurisé avec un taux d'intérêt élevé. Un emprunteur de bonne qualité est alors incité à choisir le prêt sécurisé, car son risque plus faible de défaut signifie une probabilité plus faible de perte de la garantie et une probabilité plus grande de remboursement des intérêts et du capital (Blazy et Weill, 2006).

Cherchant à explorer les motifs de l'utilisation de garanties dans les contrats de prêt par les banques françaises, Blazy et Weill (2006) ont testé la pertinence des motifs de réduction de perte sur prêt en cas de défaut de l'emprunteur et de résolution des problèmes d'anti-sélection. Leurs conclusions sont opposées pour les deux arguments. La première raison avancée à l'utilisation de garanties, la réduction de la perte sur prêt en cas de défaut de l'emprunteur, a été clairement validée. La seconde raison, la résolution des problèmes d'anti-sélection, a été contredite. En effet, ils ont observé une relation positive entre la présence d'une garantie et la prime de risque, en contradiction avec l'idée que la garantie servirait d'instrument de signal. Ce résultat est en revanche en accord avec l'hypothèse du risque observé selon laquelle les banques seraient capables de discriminer entre les emprunteurs en fonction de l'information

dont elles disposent sur leur qualité. Les emprunteurs plus risqués paieraient ainsi des taux plus élevés et seraient plus souvent contraints de fournir une garantie.

Selon l'importance du risque, la banque exigera de l'entreprise des sûretés réelles ou personnelles, des cautions personnelles ou mutuelles (Rivaud et Danset, 1991). Ces problèmes sont moins évidents dans le cas des grandes entreprises, car elles sont en mesure de faire jouer la concurrence entre les banques et le marché financier. Toutefois, comme les autres mécanismes contractuels, les garanties présentent aussi certaines limites. Selon Guigou et Villanova (1999), deux problèmes se posent aux banques. D'une part, il est difficile d'évaluer l'importance de l'hypothèque dont la valeur fluctue dans le temps. Même si la garantie prise initialement couvre entièrement la valeur du crédit octroyé, la protection exposée peut s'avérer insuffisante, du fait de la décote importante subie lors de la réalisation. D'autre part, la prise de garanties n'assure pas un contrôle intégral du risque de l'emprunteur. Les emprunteurs offrant le plus de garanties sont aussi ceux ayant l'aversion au risque la plus faible (Stiglitz, Weiss 1986).

➤ **Les covenants**

Les garanties ne peuvent constituer pour la banque une couverture de sécurité parfaite contre les risques. La banque peut subir ainsi des pertes même si elle obtient toutes les garanties qu'elle souhaite. Certaines clauses sont alors introduites dans le contrat de prêt. Elles sont assez communément utilisées par les banques françaises et connues sous le terme anglais de *covenant*. Plus que des clauses incitatives, les covenants jouent un rôle primordial dans le contrôle et le suivi actif des crédits. Ils visent surtout à limiter les choix des entreprises en matière de production et d'investissement pour réduire ainsi les comportements à risque des chefs d'entreprises. En cas de non respect de ces covenants, la banque peut rompre le contrat et l'entreprise risque de payer les indemnités liées à ce désengagement brutal. D'autres types de covenants peuvent être inscrits par la banque pour minimiser le risque de non remboursement de la dette. Il s'agit, à titre d'exemple, d'interdire à l'entreprise de contracter un nouvel emprunt afin qu'elle ne soit pas exposée à un risque de défaillance supérieur à celui qui résultait de l'analyse a priori de son dossier ou, dans d'autres cas, de limiter la distribution des dividendes aux actionnaires afin de s'assurer que l'entreprise dispose des ressources internes nécessaires à son développement d'une manière équilibrée.

Toutefois, si l'entreprise ne respecte pas ses engagements cela entraîne, en principe, l'exigibilité immédiate du crédit. Cette décision paraît difficile à prendre par le banquier dont l'intérêt n'est pas de mettre l'entreprise en difficulté.

2. L'approche relationnelle

Selon MacNeil (1978), l'approche transactionnelle est insuffisante pour expliquer la gouvernance des échanges dans nos sociétés complexes et sophistiquées parce qu'elle ne permet pas de prendre en compte la composante relationnelle plus ou moins présente dans tous les échanges.

L'approche relationnelle présente l'intérêt de permettre simultanément l'analyse des transactions et des relations. Elle place les interactions entre individus au cœur du processus d'échange. En effet, le contrat relationnel a l'avantage de prendre en compte, d'une part, l'aspect temporel où les échanges passés ont une influence sur les échanges en cours ainsi que sur les échanges futurs et, d'autre part, l'aspect personnel et humain des interactions que les personnes physiques entretiennent. L'intégration de ces aspects aboutit généralement à l'établissement de contrats personnalisés au sein desquels les notions de réciprocité et de confiance sont déterminantes.

Dans le cadre de la relation bancaire, le contrat relationnel est un accord tacite qui permet à la banque de gouverner ses relations avec ses clients en se fondant sur les valeurs et processus convenus, trouvés dans les rapports sociaux (Bikourane et al, 2008). Ce modèle dit « à l'engagement » suppose une relation de confiance personnalisée et durable. Il implique un processus mutuel de compréhension et favorise le partage d'informations privées, ainsi que la réduction des asymétries d'information entre les parties. Fukuyama (1995) met en avant le rôle de la confiance dans toute relation. Il la représente comme les attentes qui se constituent entre les acteurs grâce à un comportement régulier, honnête et coopératif, fondé sur des normes habituellement partagées. De ce fait, elle est indispensable à l'émergence d'une approche relationnelle entre les banques et leurs PME (Morgan et Hunt, 1994).

2.1 Les relations de long terme banque-entreprise

Les développements précédents ont permis de souligner l'importance de l'asymétrie d'information et de l'incertitude qui pèsent sur les PME. Pour réduire cette opacité informationnelle, les banques établissent des relations de clientèle de long terme. Si ce concept est appréhendé sans difficulté, il n'existe pas de définition formelle et synthétique de ce dernier. Il est nécessaire de se référer à plusieurs approches récentes pour fournir une vision globale du phénomène.

Berger et Udell (2006) reviennent plus précisément sur le financement relationnel pour le situer au sein de l'offre des banques. Ils le définissent alors comme une technologie de crédit dans laquelle le chargé d'affaires produit de l'information qualitative « *soft* » au travers des interactions multiples établies avec l'entreprise elle-même, ses propriétaires, ses fournisseurs, ses clients et la communauté en général. Cela permet ainsi au chargé d'affaires d'obtenir des éléments importants qui vont permettre à la banque d'évaluer les perspectives de son client et de mieux valoriser les actifs incorporels de ce dernier.

Toujours dans la même contribution, Boot (2000) définit la relation de long terme comme la fourniture de services financiers par un intermédiaire financier qui, d'une part, investit dans l'obtention d'informations spécifiques sur son client et, d'autre part, évalue la rentabilité de ses investissements au moyen d'interactions multiples étalées dans le temps avec ce dernier et par le biais de plusieurs produits. Ainsi définie, la relation bancaire s'articule autour de deux dimensions critiques : l'information privée et les interactions multiples. Pour bien distinguer la relation de long terme du financement à l'acte, Boot (2000) suggère l'existence de trois conditions spécifiques. D'abord, il est nécessaire que l'intermédiaire financier collecte les informations autres que celles disponibles pour le public. De plus, recueillir une information privée doit s'inscrire dans le temps et au travers de multiples interactions avec l'emprunteur, notamment par la fourniture de services financiers diversifiés. Enfin, il est important que cette information reste confidentielle pour en garantir l'exclusivité à la banque. Sans collecte d'informations privées, le financement des PME serait encore plus fortement contraint du fait de leur opacité. Ce type d'informations permet à la banque d'écrire des contrats adaptés au risque spécifique de son client améliorant de fait les conditions de financement de celui-ci. Pour ce faire, l'information qualitative joue un rôle particulièrement important dans la mesure

où les petites structures ne sont pas toujours en situation de produire à un coût raisonnable l'information quantitative nécessaire à la décision de crédit de son prêteur (Vingeron, 2008).

Selon Ongena et Smith (2000), la relation de long terme est appréhendée comme une connexion entre une banque et un client qui va au-delà de la simple exécution de transactions financières simples et anonymes. Deux dimensions sont retenues pour définir cette relation. La première est temporelle et se matérialise par l'ancienneté des contacts existants entre les deux parties. La seconde se réfère à l'amplitude ou l'étendue de la relation et se caractérise par l'importance des contacts et le nombre de services financiers que la banque assure pour le compte de son client. Dans sa définition de la relation de long terme, Eber (1999) s'intéresse plus particulièrement à l'aspect temporel au travers de la notion essentielle de « répétition dans le temps » qui caractérise la dynamique temporelle et fonde la relation de long terme : il propose une définition plus précise en considérant « une relation de crédit de long terme entre une banque et une firme comme une répétition dans le temps d'offres et de demandes de crédit émanant respectivement de la banque et de la firme pour le financement des projets d'investissement successifs de cette dernière » (Eber, 1999).

L'existence de relations de long terme d'emprunt ne dépend ni de la durée ni de la présence d'autres prêteurs finançant l'entreprise, mais plutôt de la participation de la banque au financement de celle-ci, de sa capacité de produire de l'information et de son engagement à accompagner l'entreprise quand elle éprouve des difficultés financières (Elsas et Krahn, 1998). Les intermédiaires financiers qui remplissent ces conditions sont reconnus comme des banques principales et sont considérés comme le prêteur essentiel de l'entreprise, ayant la capacité à produire plus d'informations et d'une meilleure qualité que les autres intermédiaires financiers²¹.

Une large partie de la littérature se concentre sur la valeur de la relation de clientèle à long terme du point de vue du financement de l'entreprise et en particulier de la PME. Il ressort des études empiriques pratiquées dans le cadre de ce courant, un effet globalement positif de la relation long terme pour l'entreprise.

²¹ Machauer et Weber (1998) et Lehmann et Neuberger (2001) constatent que les banques principales participent davantage au financement de l'entreprise, et surtout quand cette dernière est confrontée à des difficultés financières.

2.2 Les avantages du financement bancaire relationnel

Plusieurs avantages théoriques sont associés à l'existence d'une relation de financement stable et durable entre l'entreprise et sa banque. En effet, les relations de long terme permettent à la banque de produire une information spécifique à chaque composante de leur clientèle (Diamant, 1984). Cet échange d'informations privées instaure un climat de confiance et améliore la transparence encourageant, d'une part, l'entrepreneur à transmettre plus d'informations (Yosha, 1995; Bhattacharya et Chiesa, 1995 ; Rheinbaben et Ruckes, 2004) et d'autre part, la banque à réduire ses coûts de surveillance (Cole, 1998). Cette information donne à la banque un avantage comparatif vis-à-vis des autres prêteurs (Sharpe, 1990) dans le sens où elle lui permet de mieux connaître les caractéristiques de l'entreprise et la qualité de ses projets, réduisant ainsi son coût de risque. Pour l'emprunteur, ceci devrait se traduire par une plus grande facilité d'accès au crédit, à un coût plus faible (Petersen et Rajan, 1994 ; Berger et al, 2001).

De son côté, Boot (2000) considère que les relations de long terme permettent de faciliter l'échange d'informations et d'améliorer les conditions d'emprunts à travers les dispositifs contractuels spéciaux qu'elles utilisent.

En ce qui concerne l'échange d'informations, un emprunteur peut transférer de l'information privée à sa banque, information qui n'aurait jamais été révélée sur un marché financier (Bhattacharya et Chiesa, 1995). Par exemple, une entreprise ne peut pas révéler de l'information sur un marché financier qui servirait à ses concurrents. Ceci peut impliquer des problèmes de sélection adverse. Cependant, quand la banque est l'apporteur de fonds, l'emprunteur peut lui fournir l'information sans s'inquiéter que celle-ci soit divulguée aux concurrents. Les banques sont ainsi indispensables pour surmonter les problèmes d'information asymétrique. Une banque peut également avoir de meilleures incitations à investir dans la production d'informations sur l'emprunteur en raison de son rôle en tant que prêteur principal et unique. Malgré qu'une telle production d'informations soit coûteuse, elle peut être collectée au cours des différentes opérations de financement de l'entreprise et /ou de la réutilisation de l'information qui se produit avec les relations de long terme établis avec l'emprunteur. Ceci peut améliorer l'échange d'informations entre la banque et l'emprunteur, renforçant ainsi les avantages des relations de long terme.

En ce qui concerne les avantages liés aux aspects contractuels des relations d'emprunts à long terme, Boot (2000) met en évidence la flexibilité que ces relations offrent aux deux contractants. Le financement bancaire est, en général, moins rigide qu'un financement via le marché financier, dans le sens où la renégociation des conditions du contrat est plus facile. Cette plus grande flexibilité liée au financement bancaire améliore les conditions d'emprunts parce que la discrétion génère de la valeur (Boot et al., 1993). La relation banque-entreprise est souvent un engagement mutuel basé sur la confiance et le respect. Ceci peut permettre aux entreprises de contracter des emprunts à long terme et d'une façon consentie dans un contexte marqué par les asymétries de l'information, ce qui empêcherait l'accès à long terme aux autres sources de financement comme celle proposée par le marché financier. Par conséquent, la banque et l'entreprise devraient se rendre compte que leur relation offre certains avantages de part et d'autre, qui sont inaccessibles par d'autres moyens de financement, d'où la nécessité de l'entretenir.

Selon Eber (2001), la mise en place d'un financement relationnel offre sept types de bénéfices aux entreprises que nous reprenons ci-dessous.

- Les relations de long terme représentent un facteur de réduction de l'exposition des entreprises au rationnement du crédit auquel sont confrontées les plus petites d'entre elles (Eber, 1999 ; Ziane, 2004).
- Elles permettent d'optimiser l'efficacité de l'intermédiation financière en minimisant les coûts d'information nécessaires à la constitution d'un capital informationnel pour la banque.
- Elles développent la réputation de solvabilité des entreprises clientes et améliorent ainsi leur rapport avec les autres investisseurs.
- L'établissement d'un financement relationnel garantit un meilleur soutien de la part de la banque en cas de difficultés financières de l'entreprise.
- L'engagement de la banque dans une relation de long terme implique un partage du risque plus efficace entre les contractants.

- Les relations de long terme émettent un signal positif aux marchés financiers, facilitant ainsi l'accès de l'entreprise au financement direct (James, 1987 ; Diamond, 1991).
- Un financement relationnel construit sur la durée et fondée sur une compréhension mutuelle et une confiance réciproque, constitue une convention efficace de financement entre la banque et l'entreprise.

De son côté, Elyasiani et Goldberg (2004) considèrent que les relations bancaires de long terme sont à la base de plusieurs avantages pour l'entreprise en lien étroit avec un intermédiaire financier.

- D'abord, les relations de long terme permettent au banquier de recueillir des informations spécifiques sur les perspectives et la solvabilité de l'emprunteur sur une période considérable. Ainsi, la quantité d'informations détenue par la banque est largement supérieure à celle détenue par les marchés financiers.
- De plus, la capacité de la banque à créer des informations privées sur la durée, à propos de l'entreprise, élimine significativement les asymétries d'informations. Les relations de long terme facilitent ainsi l'accès au financement et augmente sa disponibilité pour la petite entreprise (Cole, 1998).
- Finalement, les relations de long terme permettent à l'entreprise d'obtenir de meilleures conditions d'emprunts. Les banques qui développent un financement relationnel offrent des taux d'intérêts faibles et exigent moins de garanties (Berger et Udell, 1995).

Behr et al. (2011) suggèrent que des relations bancaires plus intenses²² améliorent l'accès au crédit et réduisent la période d'étude du dossier. Dans les deux cas, les deux effets sont associés les uns aux autres. Les auteurs montrent ainsi que les problèmes liés aux asymétries

²² De la même façon que Bodenhorn (2003), les auteurs utilisent le nombre de prêts accordés par client pour mesurer l'intensité de la relation bancaire. Ceci leur permet d'étudier les changements du taux d'intérêt d'un prêt à un autre, surtout quand les échéances sont courtes. Ils emploient par la suite la durée de la relation mesurée en années comme variable de contrôle (comme suggéré par Petersen et Rajan (1994) ou Berger et Udell (1995)). Cette variable mesure le temps de la date de la première application de prêt jusqu'à la date de la dernière application de prêt et elle est calculée séparément pour chaque emprunteur et chaque prêt.

d'information sont réduits après le premier contact avec l'emprunteur. En outre, leurs résultats suggèrent que les micro-prêteurs transmettent leurs gains informationnels aux emprunteurs par l'intermédiaire des demandes de garanties inférieures pour des prêts successifs. D'autre part, le taux d'intérêt demeure relativement stable avec des relations d'emprunts de plus en plus intenses. Les résultats trouvés sont plus prononcés pour les emprunteurs qui sont les plus opaques, c'est-à-dire profitant le plus des relations les plus intenses avec les micro-prêteurs.

Ces avantages liés à l'instauration d'une relation de long terme entre une entreprise et sa banque ne pourraient exister, si une certaine confidentialité n'était pas garantie. Ainsi, Berger et Udell (2006) considèrent que l'emprunteur révèle à sa banque certaines informations d'ordre privé. En contrepartie, le prêteur lui assure la confidentialité de l'échange dans la mesure où celle-ci lui permet d'avoir un avantage informationnel sur ses concurrents. Le bénéfice de cette confidentialité réside dans sa capacité à réduire les problèmes de sélection adverse et à limiter efficacement les autres offres de financement.

D'après cette analyse et contrairement à l'information *hard* de nature quantitative que la banque peut collecter d'une façon exhaustive et explicite, la relation de clientèle s'avère comme un générateur d'informations *soft*²³ ou spécifiques notamment pour les PME considérées comme les plus opaques (Berger et Udell, 2006). La production de l'information *soft* est assurée par le chargé d'affaires qui joue un rôle essentiel dans l'analyse de la fiabilité de ces données facilement manipulables par l'entreprise.

Dans le même contexte, Agarwal et Hauswald (2008) considèrent que la différence primaire entre une relation d'emprunt à l'acte et une relation à l'engagement provient du contenu de l'information de chaque type de prêt, contenu qui va déterminer la disponibilité et les conditions d'emprunt. En utilisant un échantillon d'emprunts accordés en ligne et en agence à des PME, Agarwal et Hauswald (2008) cherchent à étudier les déterminants de ces deux types d'emprunts, à l'acte et à l'engagement, en se basant sur le contenu de l'information de chaque type d'emprunt. Ils constatent que l'endettement relationnel est basé sur l'information *soft* tandis que l'information *hard* caractérise l'endettement à l'acte. La prise en compte de l'information *hard* ou de l'information *soft* dans le processus d'emprunt est déterminante. En

²³ Spécifiques et qualitatives.

effet, l'information *hard* est utilisée dans les décisions d'emprunts basées sur une approche transactionnelle tandis que l'information *soft* collectée du fait de l'interaction entre le conseiller financier et le chef d'entreprise permet de fixer les conditions d'emprunt (Broecker 1990, Rajan 1992, Hauswald et Marquez, 2006). Conformément à la théorie économique, les auteurs confirment que l'approche relationnelle mène à la capture informationnelle et à des taux d'intérêts élevés, mais elle permet un accès au crédit plus facilement par rapport à l'approche transactionnelle.

En raison des liens personnalisés liés aux relations de long terme, il paraît difficile pour les grandes banques de s'engager dans ce type de prêt. D'ailleurs, elles sont relativement moins capables de traiter et de mesurer l'information *soft* ainsi que de la transmettre par les voies formelles aux sièges sociaux, généralement éloignés (Stein, 2002 ; Mian, 2006). Les grandes banques peuvent avoir, au contraire un avantage dans l'approche transactionnelle, parce qu'elles peuvent réaliser des économies d'échelle dans le traitement de l'information *hard*. En conséquence, les petites banques paraissent plus efficaces du fait de leur proximité. Elles peuvent avoir un avantage comparatif en recueillant et en vérifiant l'information *soft*, parce qu'elles sont plus près de leurs clients sur les marchés locaux (Agarwal et Hauswald, 2006). Bien que le constat ne puisse pas être généralisé, une grande partie de la littérature confirme que les petites banques de proximité s'engagent souvent avec les PME en utilisant de l'information *soft*. En Allemagne par exemple, la majeure partie des PME sont financées par les caisses d'épargne publique et par les banques mutuelles, qui sont de petites banques régionales spécialisées dans les emprunts de long terme pour les PME avec des taux fixes (Neuberger et Rathke, 2009). Cependant, les grandes banques prêtent moins à cette catégorie d'entreprises (Cole et al., 2004 ; Scott, 2004 ; Cull et al., 2006 ; Mian, 2006 ; Craig et Hardee 2000, et Jimenez et al., 2009).

2.3 Les inconvénients du financement bancaire relationnel

Si elles permettent l'émergence d'un nombre considérable d'avantages pour l'entreprise, les relations de clientèle sont également la source d'inconvénients majeurs. La relation de longue durée est en mesure de créer un pouvoir de monopole pour la banque sur ses anciens clients favorisant ainsi l'apparition d'un problème de « hold-up » matérialisé par l'extraction d'un rente d'information de la part de la banque au détriment des éléments les plus fidèles et les plus rentables de sa clientèle. En effet, l'établissement de relations de financements répétées

sur le long terme permet à la banque d'acquérir une information spécifique sur chaque emprunteur lui facilitant de discriminer entre les bons et les mauvais clients et, ainsi, d'extraire une rente de monopole informationnel sur les clients présentant un risque de défaut faible (Sharpe, 1990 ; Rajan, 1992 ; Von Thadden, 1998). Cette rente informationnelle est captée par la banque principale qui, contrairement à ses concurrents, identifie les entreprises faiblement risqués et se trouve en mesure d'imposer des taux débiteurs supérieurs à ceux déterminés par une tarification réelle du risque de défaut de ces entreprises. Ceci peut expliquer, en quelque sorte, l'application des taux débiteurs élevés pour les PME.

L'existence d'une information asymétrique entre la banque principale de l'entreprise et les autres banques réduit la concurrence a posteriori (Sharpe, 1990), augmentant ainsi les coûts d'emprunt pour l'entreprise si elle cherche à refinancer ses projets auprès d'une autre banque (Howorth et al., 2003). Ceci réduit la possibilité de l'entreprise à quitter sa banque et permet donc à cette dernière d'avoir un pouvoir de monopole. On peut distinguer trois effets principaux pour l'entreprise. D'abord, Sharpe (1990) montre que ce pouvoir monopolistique de la banque se traduit généralement par des conditions d'emprunts peu compétitifs, ce qui lui permet d'obtenir les rentes de son monopole. En deuxième lieu, le fait que la possibilité qu'a l'entreprise de changer de banque soit réduite encourage cette dernière à augmenter son contrôle (Chan et al., 1986 ; Bhattacharya et Thakor, 1993). Enfin, en absence de concurrence, la banque profite de sa relation de long terme pour avoir des rentes pour pallier ses pertes initiales surgissant en accordant des prêts à des PME qui avaient des problèmes financiers (Mayer, 1988 ; Petersen et Rajan, 1995 ; Berlin, 1996). Par conséquent, la disponibilité de la dette est susceptible de s'améliorer, mais, en échange l'entreprise devrait accepter des conditions plus dures pour ses futurs crédits.

Selon Hernandez-Canovas et Martinez-Solano (2010), les PME disposant de relations bancaires de long terme ont un meilleur accès aux prêts, mais à des coûts plus élevés. Ils ont montré également que les PME ayant deux relations avec deux banques différentes, avaient obtenu les taux les moins élevés. Ce constat est considéré comme une limite au degré de concentration de la relation bancaire. En effet, ces résultats confirment que les relations bancaires de long terme ou les relations concentrées ne peuvent pas être toujours bénéfiques pour les PME opérant dans un système bancaire européen orienté réseau.

En plus du problème du hold-up informationnel, Boot (2000) considère que la relation de long terme présente un deuxième inconvénient qui est le problème du comportement opportuniste de l'entreprise (*The soft budgeting constraint problem*). Selon l'auteur, la question principale est de savoir si une banque peut refuser d'accorder un emprunt supplémentaire quand l'entreprise est en difficulté. Autrement dit, un emprunteur au bord de déposer le bilan peut demander à sa banque de lui accorder un crédit pour éviter la faillite. Un nouveau prêteur ne prêterait pas à cet emprunteur alors qu'une banque qui lui a déjà prêté de l'argent peut décider de lui accorder davantage de crédit, dans l'espoir de récupérer son premier emprunt. Le problème qui se pose est que les emprunteurs qui se rendent compte qu'ils peuvent renégocier leurs contrats a posteriori, sont de mauvaises incitations antérieures (Bolton et Scharfstein, 1996 ; Dewatripont et Maskin, 1995). En d'autres termes, certaines entreprises peuvent être tentées d'adopter des critères de sélection de projets moins rigoureux. En effet, si elles connaissent une difficulté susceptible de les amener à faire défaut, elles pourraient toujours se rapprocher de leur banque relationnelle afin d'obtenir un crédit de secours.

Ainsi, la faiblesse de la contrainte budgétaire pesant sur leurs épaules est susceptible de les engager dans des politiques d'investissement sous-optimales. La question est de savoir si, dans ces conditions, la banque relationnelle est réellement à même de jouer son rôle en matière de discipline. Peut-elle, de manière crédible, refuser d'accorder tout crédit supplémentaire à un client s'engageant sur la mauvaise voie ? Par exemple, la banque pourrait menacer l'entreprise de récupérer le prêt, mais l'emprunteur, prévoyant des conséquences défavorables non seulement pour lui mais également pour la valeur de la réclamation de la banque, se rend compte que la banque peut ne pas vouloir mettre une telle menace à exécution. Ceci peut être expliquée par le fait que mettre la menace à exécution compromet la valeur de remboursement de l'emprunt. Cependant, quand la banque est plus ancienne, sa réclamation du remboursement peut lui éviter ces mauvaises conséquences, parce que la valeur de cette réclamation est moins sensible à la valeur totale de l'entreprise et, par conséquent, à l'action de la banque. Elle pourrait être plus crédible en menaçant de demander le remboursement de prêt, et cette menace peut l'aider à imposer ses préférences à l'emprunteur. Cet argument prouve qu'une relation de long terme facilite parfois l'intervention de la banque.

Peu de tests empiriques directs ont été réalisés quant aux conclusions de ce problème, la majorité des travaux ayant centré leur attention sur le problème de la rente monopolistique

présentée précédemment (*hold-up*). Aussi est-il, à ce stade, difficile de trancher si tel ou tel effet prévaut de fait pour la structuration du pool bancaire des entreprises.

Pour conclure, il apparaît clairement que les études précédentes mettent l'accent sur l'importance de la relation partenariale ou de clientèle et sur ses vertus en matière de réduction des problèmes d'opacité informationnelle qui caractérisent les PME. En ce sens, elle favorise largement l'accès au financement bancaire et limite les aspects négatifs du rationnement par le biais de la création d'un capital d'informations spécifiques à l'entreprise. L'établissement de ce type de relations est le point fort des petites banques. Or, l'accroissement de la taille de la banque, dû aux opérations de croissance externe, peut freiner ou mettre en péril le développement de relations partenariales.

Section 4. Les restructurations du secteur bancaire et la relation Banque-PME

Les opérations de croissance externe bancaire ont des conséquences sur l'économie, en général, et sur l'avenir des PME, en particulier. Par nature, ces opérations conduisent à réduire le nombre de banques sur les marchés locaux tout en augmentant la taille de celles qui subsistent²⁴. Ceci pose une question majeure quant à l'approvisionnement en fonds des PME. En effet, ces opérations de restructurations modifient en profondeur les structures de fonctionnement des banques. Ces changements ont des conséquences sur la capacité de ces banques consolidées dans le traitement, le transfert et la collecte des informations spécifiques (*soft*) et ont, donc, un impact sur le volume des crédits accordés aux PME. Les études antérieures trouvent des effets très divergents quant à l'impact de ces opérations sur le volume et les conditions des crédits accordés aux PME (Bousslama et Nekhili, 2007 ; Berger et al., 2005 ; Degryse et al., 2004 ; Berger et Udell, 2002 ; Ongena et Smith, 2000). Selon Bousslama et Nekhili (2007), la majorité des recherches gravite autour de l'impact de ces opérations sur la quantité des crédits accordés par les banques consolidées et rarement sur la qualité de ces crédits (garanties, taux d'intérêts, etc.).

La nature de la relation banque-PME dépend de la spécificité de l'information collectée pour la décision d'accord de crédits aux PME. L'évaluation de ces entreprises, souvent opaques, s'appuie sur une information *soft* (qualitative) qui est, contrairement à une information *hard* (financière), de nature tacite et subjective (Petersen, 2004). La capacité des établissements bancaires à traiter et à collecter ces informations varie en fonction de la taille, de la complexité organisationnelle et de la structure de propriété (Stein, 2002). Or, la réduction du nombre d'intermédiaires aptes à traiter l'information spécifique aux PME, de même que les déperditions de cette dernière du fait de la restructuration mise en œuvre de manière à réaliser les économies d'échelle et d'autres gains de synergie, pourrait avoir pour effet d'augmenter le rationnement du crédit pour les entreprises opaques.

²⁴ Par exemple, Peek et Rosengren (1998) notent qu'aux USA, entre 1985 et 1995, le nombre de banques commerciales a diminué de 30%.

Une série d'études s'est penchée sur la question. Elles touchent, à notre connaissance, principalement les marchés bancaires des Etats-Unis et de l'Europe et parviennent à des conclusions divergentes.

Ainsi, Panetta et al. (2009) ont analysé les effets informationnels des opérations bancaires de croissance externe sur le financement des entreprises italiennes. En s'intéressant plus spécifiquement aux situations de défauts des débiteurs, les auteurs mettent en évidence l'amélioration de l'évaluation de ce risque dû à l'amélioration des flux d'informations échangés. Les croissances externes ont impliqué une meilleure convenance entre le taux appliqué et le risque de défaut. En effet, Panetta et al. (2009) ont constaté qu'après une de croissance externe, les entreprises considérées comme risquées, ont vu leur taux d'intérêt augmenter alors que les entreprises moins risquées ont obtenu des taux moins élevés. L'origine de ces avantages informationnels se trouve dans les améliorations du traitement de l'information résultant de la croissance externe. Cette amélioration a impliqué un meilleur contrôle des banques pour les entreprises les plus risquées. Les auteurs suggèrent que cette amélioration provient de l'utilisation intensive de l'information *hard*. Ainsi, ils soutiennent les résultats trouvés par Steiner (2002) qui consistent à dire que les banques consolidées utilisent plus d'informations *hard* que d'informations *soft* dans leur tarification.

Selon Vera et Onji (2008), les croissances externes et la diminution du nombre de petites banques n'ont pas affecté les emprunts aux petites entreprises. En outre, les grandes banques semblent être impliquées plus activement dans le financement de cette catégorie d'entreprises. Vera et Onji (2008) proposent deux explications potentielles à leurs résultats. D'une part, les grandes banques utilisent de plus en plus les nouvelles technologies et ont un meilleur accès aux informations *hard* ce qui leur permet de mieux contrôler les petites entreprises. D'autre part, malgré les croissances externes bancaires, les banques locales qui font partie des grands réseaux bancaires peuvent employer l'information *soft* précédemment collectée pour évaluer cette catégorie d'entreprises, c'est-à-dire même après une croissance externe bancaire, une banque locale peut garder une relation de long terme avec ces entreprises. Le financement des petites entreprises par les grandes banques commerciales permet d'atténuer le risque lié à la volatilité de rendement. On suppose que les grandes banques avec des domaines d'activités bien diversifiées, seraient capables de fournir une source de financement plus stable pour les petites entreprises en comparaison avec les petites banques qui pourraient être plus affectées par les chocs économiques (Morgan et al., 2004).

Dans le même sens, Rauch et Hendrickson (2004) montrent que la consolidation a impliqué une grande différence entre les taux d'intérêts proposés par les petites et les grandes banques aux petites entreprises. En effet, les petites entreprises qui empruntent auprès des petites banques sur la base d'une approche relationnelle, payent des taux élevés alors que ceux qui empruntent auprès des grandes banques sur la base d'une approche transactionnelle payent des taux faibles. De plus, les emprunteurs se basant sur une approche relationnelle voient le nombre des petites banques diminuer, tandis que ceux qui se basent sur une approche transactionnelle assistent à une augmentation de nombre des grandes banques pratiquant cette approche.

De leur côté, Di Patti et Gobbi (2001) ont analysé les effets de la croissance externe bancaire sur les petites entreprises. Bien qu'ils trouvent une réduction à court terme dans le volume des emprunts à ces entreprises, ils n'ont pas réussi à prouver que cette réduction est permanente. Au contraire, ils constatent que les consolidations bancaires en Italie n'ont pas affecté négativement l'accès au crédit pour les petites entreprises.

Par ailleurs et dans une thèse moins favorable aux croissances externes, Takats (2004) étudie l'impact de la consolidation bancaire sur l'activité d'accord de crédits aux PME opaques en tenant compte du cadre organisationnel. Le modèle proposé par Takats oppose des dirigeants et des chargés d'affaires qui disposent des informations spécifiques. L'auteur souligne que le problème d'asymétrie d'information interne peut être résolu en adoptant une organisation bancaire décentralisée et en renforçant le contrôle. En revanche, une structure centralisée s'avère plus rentable mais pénalisante pour le financement des PME opaques. Une activité d'accord de crédits aux PME efficaces et rentables dépend donc de la nature de la délégation accordée aux chargés d'affaires PME. De même, Berger, Rosen, et Udell (2001) trouvent que la structure du marché bancaire affecte la tarification des emprunts pour les petites entreprises par les grandes banques. Ils montrent que les grandes banques sont moins compétitives sur les marchés dominés par les petites banques et qu'elles proposent des taux plus élevés, mais elles soulignent que la structure locale du marché a peu d'effet sur les taux d'intérêts proposés par les petites banques.

Zardkoohi et Kolar (2001) propose une étude allant dans ce sens. Ils comparent, pour le cas des Etats-Unis, les conséquences des fusions et des acquisitions (des croissances externes) dans le traitement des informations spécifiques. Les auteurs trouvent que les critères

quantitatifs deviennent plus importants dans le cas des fusions alors que les critères qualitatifs perdent leur importance. Les changements des critères d'évaluation sont moins significatifs dans le cas des acquisitions. Les fusions ont donc un impact négatif et plus élevé sur les crédits accordés aux PME car elles affectent en profondeur l'organisation de la banque et réduisent la nécessité de recourir à des informations spécifiques pour décider de l'attribution ou non des crédits aux PME.

En résumé, les restructurations (les opérations de croissance externe) des établissements bancaires et la modification de leur structure organisationnelle après une opération de F&A ne sont pas sans conséquence sur la relation banque-PME. On peut craindre, comme cela été montré précédemment, que l'émergence de très grandes entités soit génératrice d'une situation préjudiciable aux entreprises. En d'autres termes, la valeur créée pour les actionnaires n'émane pas nécessairement d'une meilleure efficacité économique des établissements consolidés, mais peut-être davantage des conditions moins favorables imposées aux entreprises et particulièrement aux PME. Les études menées témoignent que ce genre d'opérations crée des situations de monopole préjudiciables pour les PME, en particulier, en termes de crédit et de conditions contractuelles.

1. Les opérations de croissance externe et le rôle du chargé de clientèle dans la décision d'accord de crédit

Accorder des crédits aux PME suppose une relation partenariale qui s'appuie sur la collecte d'informations spécifiques par le chargé de clientèle. Le transfert et le contrôle de ces informations dépendent du nombre d'intervenants dans le processus d'accord de crédit et du rôle joué par le chargé de crédit. En effet, le transfert de ces informations est marqué par les interprétations variables des chargés de clientèle en fonction de leurs modèles cognitifs et de leurs motivations. Or, l'accroissement de la taille de la banque à l'issue d'une croissance externe supposerait l'ajout de niveaux hiérarchiques supplémentaires, avec plusieurs succursales ou filiales situées encore plus loin du siège et un large réseau d'agences, ce qui est aussi de nature à compromettre le traitement d'information et à rendre les superviseurs de l'organisation incapables de prendre des décisions efficaces.

La solution à ce problème est d'accroître le contrôle en séparant la fonction d'allocation de capital et celle de collecte d'informations. Une telle séparation affecte les motivations du

chargé de crédit. Ce dernier ne sera plus motivé par la collecte d'informations spécifiques puisqu'il n'a plus la possibilité de les justifier auprès de ses supérieurs (Stein, 2002).

Selon Jensen et Meckling (1992), le coût de transfert de la connaissance spécifique augmente avec la taille et la complexité organisationnelle de l'entreprise. Le faible nombre de niveaux hiérarchiques et le cumul des deux fonctions de directeur et de chargé de clientèle font que les coûts de contrôle et d'agence sont moins importants.

Dans le même sens, Liberti (2003) analyse l'effet d'un changement de la structure hiérarchique sur les motivations des chargés d'affaires d'une grande banque internationale implantée en Argentine, à collecter et à traiter les connaissances spécifiques. Les hypothèses testées par Liberti portent sur l'impact de la délégation de l'autorité et de la diminution du contrôle sur les incitations et l'effort des agents. Liberti (2003) compare la décentralisation des droits décisionnels à un contrôle classique centralisé. Il trouve que le changement hiérarchique dans le département étudié s'accompagne de l'accord d'une plus large autorité aux subordonnés et d'un affaiblissement du contrôle par les niveaux hiérarchiques supérieurs. Les agents ayant reçu une plus grande autonomie utilisent plus efficacement l'information *soft*.

Toujours dans la même contribution, Bouslama et Nekhili (2006) reviennent plus précisément sur les mécanismes organisationnels qui cadrent la décision d'accord de crédits aux PME sur le marché français. Ils offrent un nouveau cadre théorique permettant de mettre en exergue les conséquences potentielles des opérations bancaires de croissance externe sur la politique d'accord de crédits aux PME. Ils ont analysé l'évolution de la décentralisation des droits décisionnels vers les chargés d'affaires PME dans un contexte de consolidation bancaire²⁵. En effet, Bouslama et Nekhili (2006) montrent que la taille et la complexité organisationnelle des unités opérationnelles présentent un effet négatif sur la décentralisation des droits d'initiative. De ce fait, les droits d'initiative sont décentralisés verticalement vers les unités opérationnelles des banques consolidées. En revanche, l'origine des crédits accordés et la nature de la clientèle PME gérée par les chargés PME sont fixées en équipe ou dictées par la hiérarchie. Par ailleurs, leurs résultats ne leur permettent pas de conclure à un effet significatif des opérations de consolidation bancaire sur le « degré d'autonomie accordé aux

²⁵ Le rapprochement du Crédit Lyonnais et du Crédit Agricole et celui du Groupe Caisses d'Épargne avec la Banque Palatine remplissent ces conditions.

chargés d'affaires PME », aussi bien au niveau du montant et de la quantité des crédits accordés aux PME qu'au niveau de la fixation tarifaire. De même, ils montrent que le droit de ratification des caractéristiques des crédits PME n'est pas délégué aux chargés d'affaires PME. Les auteurs ont également trouvé que la taille des unités opérationnelles dans les banques consolidées affecte le droit de ratifier le coût du crédit. Ainsi, plus la taille de l'unité est faible, plus le niveau de centralisation du droit de ratification du coût du crédit est élevé.

En résumé, la taille et la complexité organisationnelle des unités opérationnelles d'une banque, ainsi que leur évolution post-consolidation bancaire, peuvent avoir des implications sur les motivations des chargés d'affaires à collecter, à traiter et à transférer les informations spécifiques nécessaires à l'évaluation du risque de crédit. Dans ce sens, maintenir une politique d'offre de crédits aux PME opaques, nécessite de la part des banques consolidées une plus grande délégation des droits décisionnels vers les chargés d'affaires PME dans les unités opérationnelles (agences bancaires ou centre d'affaires) (Bousslama, 2006).

2. Les croissances externes bancaires : quel effet sur la mise en place d'un financement relationnel ?

Les recherches menées par Berger et al. (2002) et Berger et al. (2005) montrent l'existence d'un lien entre la forme organisationnelle de la banque et sa capacité à entretenir une relation partenariale avec ses clients, susceptible de réduire le problème d'opacité informationnelle qui les caractérise. Ce type de relation facilite la collecte d'informations spécifiques sur l'entreprise et son propriétaire, nécessaires pour la prise de décision bancaire.

En ce sens, Petersen (2004) et Berger et al. (2002) considèrent que l'entretien d'une relation partenariale axée sur des critères moins transactionnels est à l'avantage des petites banques. Ces dernières ont un avantage informationnel par rapport aux grandes banques. En effet, elles disposent d'une structure organisationnelle plus souple et plus adaptée à la collecte et à la circulation des informations spécifiques. Les petites banques profitent de leur proximité locale pour avoir une meilleure connaissance des PME en collectant des informations spécifiques sur ces entreprises, sur son propriétaire ainsi que sur le secteur d'activité dans lequel elle opère. Ainsi, une connaissance locale de la PME offre aux banques de proximité un avantage décisif sur le plan informationnel. Selon Ongena et Smith (2001), la nature spécifique et subjective

de l'information sur la PME nécessite d'entretenir en permanence un contact direct avec les acteurs de la PME.

Dans le même contexte, une littérature déjà ancienne indique que les banques de petite taille apparaissent consacrer une plus grande partie de leur activité au crédit à destination des PME (Nakamura, 1994 ; Berger et Udell, 1996 ; Strahan et Weston, 1998). Cela peut à la fois s'expliquer par une meilleure efficacité de ces banques de proximité dans le traitement de cette catégorie d'entreprise et par la nécessité de diversifier leur portefeuille afin de limiter le risque de s'engager de manière trop importante avec une entreprise de grande taille. Plus récemment, les travaux portant sur les marchés locaux du crédit montrent que les banques décentralisées occupent une part de marché plus importante dans les zones rurales (Brickley, Linck et Smith, 2003) et que cette présence améliore significativement l'accès au financement des PME (Berger, Rosen et Udell, 2007).

Toutefois, la diversification géographique des banques dues aux opérations de croissance externe et l'accroissement de la distance informationnelle avec les PME peuvent avoir une répercussion sur les méthodes d'évaluation que ces établissements bancaires utilisent pour l'appréciation des PME. Avec l'augmentation de la distance informationnelle, il deviendrait très coûteux de maintenir ce genre d'échange. En effet, lorsque les banques sont implantées loin des PME, les coûts de communication s'ajoutent aux coûts d'information ainsi qu'aux coûts éventuels liés au déplacement des parties de l'échange (Nekhili et Bouslama, 2007).

C'est le cas des grandes banques qui sont plus complexes sur le plan organisationnel par la multiplication de leurs différents niveaux hiérarchiques et qui prennent souvent leurs décisions de crédit à des milliers de kilomètres de la petite entreprise dans un service du crédit centralisé. Selon Nakamura (1999), cette standardisation de la relation banque-PME provoque plusieurs réticences du côté des dirigeants. Outre le raccourcissement de l'espérance de vie des relations commerciales entre une entreprise et son banquier, les chefs d'entreprise regrettent fréquemment la dépersonnalisation de la relation de crédit qu'entraîneraient l'automatisation des procédures d'attribution, la centralisation des décisions, ainsi que la rotation trop rapide des chargés de clientèle. En ce qui concerne ce dernier point portant sur la rotation, il n'est pas sans incidence sur les relations banques-PME. En effet, la fusion de deux établissements entraîne souvent le départ de certains dirigeants et une forte rotation des chargés de clientèle. Ceci est dû, généralement, aux nouveaux choix stratégiques de la banque

acquéreuse, à la performance de la banque cible ou encore à la volonté de réduction des effectifs. Ainsi, un chargé de clientèle ou un dirigeant peut détenir des informations spécifiques sur les PME et une connaissance idiosyncrasique difficilement transférable. Son départ pourrait alors affecter la relation que les PME ont avec la banque (Zraoula et Bikourane, 2009).

Pour illustrer ces propos, Zardkoohi et Kolari (2001) considèrent que les banques consolidées ont souvent tendance à remplacer des critères d'évaluation intangibles par des critères tangibles, ce qui ne va pas dans le sens d'une relation partenariale (Cole et al., 1999). Dans le même sens, Nekhili et Bouslama (2007) remarquent que, pour un meilleur contrôle, les banques regroupées mettent en place des techniques standards d'évaluation des PME qui n'intègrent aucune connaissance tacite détenue par les chargés de clientèle.

Ogura et Uchida (2008) vont plus loin et proposent d'étudier l'impact des croissances externes bancaires sur la collecte de l'information *soft* ou qualitative. Leur étude est constituée à partir d'une enquête conduite sur la région japonaise de Kansai. Ils mettent alors en évidence que les croissances externes bancaires ont clairement un impact négatif sur l'acquisition de ce type d'informations par rapport aux banques de petite taille, tandis qu'elles n'entraînent aucun impact sur les grandes banques. Les restructurations opérées après une opération de croissance externe conduisent généralement à une augmentation de la complexité organisationnelle, ce qui est de nature à augmenter la distance informationnelle, réduisant ainsi l'accumulation de l'information spécifique. Les réductions de coûts de traitement obtenues au travers d'économies d'échelle n'affectent en rien cette accumulation.

A partir de cet état de l'art, l'établissement d'un financement relationnel entre une entreprise et sa banque, fondamentalement lié à la capacité de cette dernière d'investir dans la production d'informations privées, est négativement affecté par la concentration du secteur bancaire. En effet, la mise en place d'un financement relationnel, basée sur l'accumulation d'informations spécifiques, apparaît, d'une part, plus facile pour des banques à la structure organisationnelle décentralisée, par définition plus petites, et, d'autre part, difficilement transmise aux différents niveaux hiérarchiques de l'établissement issu de la croissance externe. Ainsi, dans la mesure où l'accès aux informations spécifiques sur la PME devient plus coûteux pour la banque, celle-ci serait incitée à instaurer des mécanismes de standardisation des techniques d'évaluation privilégiant les connaissances tangibles et

codifiables, ce qui la ferait pencher vers une tendance moins relationnelle (Zraoula et Bikourane, 2009).

Conclusion

Les analyses et les discussions menées dans ce chapitre ont souligné les difficultés qui caractérisent les relations de financement nouées entre le secteur bancaire et le monde des PME. Une des principales difficultés que rencontrent les PME consiste à communiquer une information, quelle que soit sa forme quantitative ou qualitative, fiable et précise au marché. Cette distorsion entre l'information dont dispose le dirigeant et celle qu'il met à la disposition de son banquier, a des conséquences sur la décision de financer et l'appréciation du niveau de risque (Hyytinen et Vaananen, 2006). Cette inaptitude des banques à identifier le risque de ces entreprises explique en partie leur rationnement du crédit envers elles. Dans cette perspective, les mouvements de concentration du secteur bancaire, ainsi que les nouvelles réglementations prudentielles (normes de Bâle II et ratio McDonough) ne pourront être sans conséquence sur l'offre de financement des banques et l'évolution des contraintes financières qui pèsent sur les firmes de petite taille.

Dans ce cadre, les approches qui se sont intéressées aux mécanismes susceptibles de surmonter l'insuffisance et l'imperfection de l'information dans la relation d'emprunt ont été présentées. La littérature, très abondante sur la relation banque-entreprise, distingue deux types d'approche qui, bien que différentes, se complètent et permettent de mieux expliquer la nature des relations que peuvent entretenir un prêteur et un emprunteur : l'approche transactionnelle et l'approche relationnelle. Dans la pratique, le premier modèle est qualifié de relation à l'acte, une relation qui exclut toute compréhension personnalisée au profit d'une information standardisée sur le client. Elle repose sur des instruments et des procédures qui, ayant une validité générale, peuvent être imposés à tous les demandeurs de fonds. Si les développements théoriques ont clairement établi les avantages associés à ce type de contrat pour les grandes entreprises, notamment pour se prémunir contre le comportement opportuniste de l'entreprise et les actions cachées qui peuvent lui porter préjudice, l'opacité des petites entreprises ont mis en évidence plusieurs de ses inconvénients. En ce qui concerne la deuxième approche, elle est qualifiée de relation « à l'engagement ». Elle suppose une relation de confiance personnalisée et durable. Elle implique un processus mutuel de compréhension et favorise le partage d'informations privées, favorisant ainsi la réduction des asymétries d'information entre les parties. Si elles permettent l'émergence d'un nombre

considérable d'avantages pour l'entreprise, le financement relationnel est également la source d'inconvénients majeurs.

Au sujet des caractéristiques des relations de clientèle ou partenariale, la réalité est tout aussi complexe à appréhender et à définir. En effet, au-delà du caractère stratégique et confidentiel des informations échangées entre la banque et son client, il est nécessaire de considérer les interactions sociales pour rendre compte en détail du contenu réel de la relation de clientèle. Ainsi, la perception cognitive et les interactions sociales entre le chargé de clientèle et le chef d'entreprise sont assurément déterminantes pour le développement de cette relation. Il s'agit de la mise en évidence des aspects informels de la relation de clientèle et, notamment, de facteurs prépondérants tels que le capital social et la confiance (Ziane, 2004).

Chapitre 2. Les PME, la structure sociale et la confiance

Introduction

Avant de traiter le problème du financement bancaire des PME, nous devons cerner d'abord le champ de notre recherche en précisant ce que nous entendons par PME. Il existe en effet plusieurs définitions pour cette catégorie d'entreprises. C'est pourquoi nous consacrons la première section aux différents courants de pensée qui ont tenté de construire des typologies de PME. Nous insisterons ensuite sur le fait que la PME est spécifique dans sa taille, mais qu'elle tient surtout sa spécificité de la prédominance de son dirigeant.

En ce sens, la place prépondérante accordée au dirigeant demeure certainement la caractéristique la plus importante de la gestion d'une PME. Pour mieux comprendre ce rôle, on a essayé, dans un second temps, de le définir et de le caractériser. Différentes approches ont cherché à identifier et à comprendre les éléments caractéristiques des dirigeants. On s'est intéressé plus particulièrement à la conception de Mintzberg (1989) qui met l'accent sur les interactions du dirigeant avec son environnement.

La loi proxémique de Moles et Rohmer (1972), conjuguée à la proxémie aigue de Torres (2003), nous aidera, dans la deuxième section, à conceptualiser le rôle du dirigeant dans le fonctionnement de la PME. Selon ce dernier, la mise en évidence de principe hiérarchique de proximité comme mode organisateur et explicatif de la gestion des PE et TPE, pourrait constituer le fondement d'un véritable programme de recherche dans tous les domaines de gestion. Nous cherchons par la suite à savoir comment un tel principe apporte de nombreux et nouveaux éclairages sur les pratiques de gestion des PME, notamment sur son mode de financement.

La relation de crédit est soumise à un certain nombre d'incertitudes irréductibles qui portent sur les états futurs du monde, mais surtout sur la qualité de l'emprunteur et sur son comportement dans le futur (Rivaud-Danset et Salais, 1995). En présence de telles imperfections, les modèles d'asymétrie d'information ont montré l'inefficacité de la coordination des transactions financières entre prêteur et emprunteur par les mécanismes marchands. Comment, dès lors, trouver les voies d'un accord entre ces deux parties ? En évoquant la finance de la PME, Petersen et Rajan (1994), Berger et Udell (1995) décrivent

l'interaction entre prêteur et emprunteur comme une relation d'emprunt et non pas comme une simple transaction. Cette distinction est importante, car elle permet d'abord de mettre en évidence le caractère personnel de l'échange dans le marché du crédit, ce qui affecte par la suite la façon avec laquelle l'information est transmise et le degré de son importance. De plus, le terme relation suggère une certaine affiliation entre les différents partenaires (que le terme transaction ne peut pas exprimer) qui va affecter les conditions d'octroi de crédit. Dans cette perspective, la relation d'emprunt se doit d'être accompagnée d'une appréciation de l'importance des structures d'interactions sociales entre le chef d'entreprise et son banquier, longtemps ignorée par la théorie financière. C'est pourquoi nous mobilisons, dans la section 3, l'approche d'encastrement de Granovetter (1985) qui suppose que les actions économiques sont encadrées dans des réseaux sociaux qu'il convient de cerner à partir des relations personnelles et des structures de celles-ci. Il développe la conception d'un encastrement de nature réticulaire, intégrant un encastrement relationnel mettant l'accent sur les relations personnelles, ainsi qu'un encastrement structural insistant sur l'ensemble d'un réseau de relations.

Dans la dernière section, afin d'approcher les relations interpersonnelles à la base du processus de financement, nous allons enrichir notre cadre conceptuel par la théorie de la confiance. Pour mieux cerner cette notion de confiance, nous avons adopté une approche transdisciplinaire en analysant les origines du concept ainsi que les contributions de disciplines telles que l'économie, la sociologie et les sciences de gestion. Après avoir présenté les deux dimensions de la confiance, nous proposons une revue de la littérature de principaux auteurs qui ont abordé le rôle de ce concept sur la performance financière des entreprises.

Section 1. Les caractéristiques des PME

1. La PME : un objet de recherche à définir

La définition des PME ne fait pas l'objet d'un consensus universel. Selon les spécialistes, l'une des plus grandes difficultés de l'étude de cette catégorie d'entreprises est l'extrême hétérogénéité qui existe chez elle (Julien ; 1994). Cette hétérogénéité serait une des raisons qui expliquent le retard des chercheurs à se pencher sur les PME et la difficulté d'en tirer des théories et des concepts adéquats différents de ceux appliqués à la grande entreprise.

Pourtant, la démarche scientifique consiste en la recherche de généralisation et de regroupements. C'est pourquoi un grand nombre de chercheurs ont tenté de construire des typologies des PME. Malgré la multitude des définitions, nous pouvons les classer selon leur appartenance à deux courants de pensée, le courant de la spécificité et le courant de la diversité. Dans les travaux récents, deux autres courants intermédiaires ont vu le jour. Le courant de la synthèse et le courant de la dénaturation.

La recherche en PME est marquée par une opposition classique entre les partisans de l'approche universelle qui prônent une démarche de généralisation théorique et les adeptes de la contingence qui, dans un souci de réalisme et de validation empirique, multiplient le nombre de facteurs influents.

Cette opposition entre universalisme et contingence a eu une influence sur la recherche en PME. En effet, à partir des années 70, deux courants distincts se sont développés. D'une part, le courant de la spécificité qui a pour objet de mettre en évidence les traits caractéristiques des entreprises de petite taille et de proposer une théorie spécifique de l'organisation PME. La PME est alors considérée comme un objet de recherche. D'autre part, le courant de la diversité cherche à établir les typologies dans le but d'ordonner et de classer l'hétérogénéité du monde des PME. Dans ce cas, la PME est considérée comme un champ de recherche.

1.1 Le courant de la spécificité

En rupture avec l'approche traditionnelle, une petite entreprise est une grande en devenir ; les partisans du courant de la spécificité soutiennent l'importance de la taille comme un critère discriminant de l'ensemble des entreprises, d'où toute une tendance, au milieu des années 70, de recherche d'une théorie propre aux PME qui sont considérées comme un « nouveau monde » scientifique constituant un objet d'analyse avec des caractéristiques communes. La preuve de la spécificité des petites entreprises ne peut se faire qu'à partir d'études comparatives entre les petites, moyennes et grandes entreprises : « lorsque l'on regarde plus précisément cette entité, on remarque tout d'abord qu'elle n'est appréhendée qu'en termes d'écart avec les grandes entreprises...La PME-PMI ne prend toujours corps que comparativement avec la grande entreprise » (Leclerc, 1990).

Dans ce contexte, la spécificité de la PME est un postulat ; c'est une déduction faite de la comparaison avec la grande entreprise : la PME n'est donc qu'un objet de recherche relatif. Toutefois, si on considère le critère de la taille comme déterminant dans les changements de nature, on peut conclure que l'entreprise de petite taille est spécifique.

Si le critère taille est utilisé à des fins statistiques, il reste incapable à définir des catégories homogènes d'entreprises. Cela explique l'apparition de nouvelles tendances dans la recherche sur les PME : « de passer d'une phase de vision du phénomène de la petite entreprise, perçue comme institution spécifique d'un capitalisme à une phase de découpage et d'abstraction, où la réalité est conçue autour de type idéal de firme représentative » (Marchesnay, 1982-a). Cette étape constitue la phase de conceptualisation de la PME considérée comme un objet de recherche (Torrès, 1997). Conscient de ce problème, Hertz (1982) plaide pour une définition unique et universelle : « *L'argumentation à l'encontre d'une définition unitaire et universelle de la petite entreprise tient principalement aux variations quantitatives de la signification de « petite » dans différents pays. Cet argument serait valide s'il était établi que la petite entreprise ne puisse se définir autrement qu'à l'aide de critères quantitatifs de la taille. Mais si l'on accepte que la petite entreprise est un concept et pas simplement une entreprise miniature, alors il devient possible d'en donner une définition uniforme. Un concept doit être défini de façon universelle. Sans définition uniforme de l'objet-PME, aucune comparaison ne peut être faite* ».

Malgré l'hétérogénéité du monde des PME, ce courant de recherche a permis une modélisation, voire une conceptualisation théorique de l'objet PME, en mettant en évidence toutes les uniformités qui résultent de la petite taille. Ce sont ces invariants qui constituent la base de la spécificité des PME : « *Le monde de la PME, considéré individu par individu, se révèle lui-même d'une extrême complexité ; mais pris en tant que tel, des constantes, des permanences, des tendances en surgissent à l'examen* » (Julien et Marchesnay, 1988).

Toutefois, selon Torrès (1997), considérer comme PME les entreprises de petite taille ou celles qui ont une structure de propriété particulière (propriétaire dirigeant) a la vertu d'une grande simplicité, mais repose sur de forts présupposés qui sont loin d'être toujours vérifiés. En effet, une erreur de première espèce consisterait à accepter à tort l'hypothèse de la spécificité de la PME auprès d'entreprises qui, malgré leur petite taille, ne le sont pas. Une erreur de deuxième espèce serait de rejeter à tort du cadre de validité du concept PME, des entreprises sous prétexte qu'elles sont de grande taille.

La thèse de la spécificité de la PME devient un postulat sur lequel chaque chercheur se fonde sans en vérifier l'existence empirique alors qu'elle peut s'avérer trop réductrice de la vérité des PME. Ainsi, Candau, dès 1981, considérait qu'« au fur et à mesure du développement des connaissances sur les petites entreprises, la variété de leurs caractéristiques paraît devoir largement l'emporter sur leur uniformité ». En plus, à trop vouloir mettre en relief les spécificités liées à la petite taille, les chercheurs sont enclin à tenir pour lois universelles ce qui n'est que tendances possibles (Torrès, 1997), d'où l'apparition, en parallèle avec ce courant, d'autres travaux empiriques sur les PME dans le cadre du courant de la diversité.

1.2 Le courant de la diversité

Les partisans du courant de la diversité considèrent les PME comme un ensemble trop hétérogène pour se prêter à une tentative de généralisation. Elles se différencient par l'activité, par la forme de propriété, par les stratégies adoptées, par le mode de gestion, etc. : « on sait qu'il est difficile de parler d'une théorie des PME alors que celles-ci sont extrêmement hétérogènes... On ne peut pas donc échapper à une approche de contingence » (Julien, 1994). De même, pour Mahé de Boislandelle (1994), « la démarche de théorisation est difficile et périlleuse car il s'agit surtout de saisir la diversité et le contingent ».

Dans ces conditions, il convient d'adopter une démarche contingentielle lors de l'étude des PME. Prenons comme exemple Fabi et al., (1993) qui ont établi une liste de différents facteurs qui exercent une influence sur la gestion des ressources humaines en PME. Ils ont recensé 21 facteurs de contingence différents qu'ils regroupent au sein d'un modèle contingentiel de la GRH en PME. Ce modèle montre clairement la diversité et la dispersion des variables retenues par les chercheurs pour expliquer les phénomènes liés aux pratiques de la GRH en PME.

La multiplicité des facteurs contingents susceptibles d'exercer une influence peut constituer un frein à l'élaboration d'un cadre de référence général. En ce sens, Torres (1997) considère que : *« Poussée à l'extrême, l'approche contingente tend à considérer chaque entreprise comme un cas unique. Il devient impossible de généraliser et de proposer une théorie de la PME (...) La solution peut consister soit à se limiter aux facteurs les plus influents en dressant des typologies se limitant à un aspect particulier, soit à considérer que certaines combinaisons sont plus probables que d'autres ».*

L'homogénéité de la PME objet semble en contradiction avec l'hétérogénéité de la PME champ. Cette opposition trouve son origine dans le clivage universalisme versus contingence des travaux concernant la taille et les modèles de croissance. C'est en prétendant un effet taille absolu et en supposant que les changements de nature occasionnés par la taille sont communs à tous les types d'entreprises que toutes les PME peuvent être considérées comme spécifiques. L'universalisme de la spécificité découle donc de l'universalisme du courant de l'effet taille. Mais d'autres travaux prônent un effet taille relatif avec des seuils critiques non clairement identifiables. Ils suggèrent donc que l'analyse des PME doit être contingente et intégrer l'hétérogénéité. Cette approche correspond pleinement à celle du courant de la diversité.

En définitive, la recherche en PME est marquée par une opposition entre deux courants distincts. D'une part, le courant de la spécificité qui s'efforce de définir l'objet PME. La démarche est universelle et unitaire, elle cherche à préciser les caractéristiques propres à la PME (les spécificités). D'autre part, le courant de la diversité qui s'efforce de simplifier la diversité du champ PME en dressant des types distincts. Marchesnay et Julien (1988) qualifient cet antagonisme de véritable « dilemme » auquel le chercheur en PME se trouve confronté :

- « Rechercher des types idéaux, des catégories holistes mais se heurter dans ces conditions au risque de non pertinence empirique ;
- S'efforcer de serrer au plus près les comportements effectifs et établir des typologies en fonction de chaque problème étudié. Mais dans ces conditions le risque est grand de multiplier les typologies sans bénéficier d'un cadre de référence général (...) Ce que gagnent de telles constructions en descriptivité, elles le perdent en prédictivité, comme il l'a souvent été reproché aux approches contingentes ».

Contrairement aux deux positions extrémistes des courants de la diversité et de la spécificité, le courant de la synthèse et le courant de la dénaturation sont plus modérés. Dans le premier, une élasticité est introduite à la notion de la spécificité qui devient contingente. Dans le deuxième courant, la spécificité est considérée comme un postulat et non comme une loi universelle.

1.3 Le courant de la synthèse

Le courant de la synthèse a la particularité de considérer que la spécificité du concept PME est modulable, c'est-à-dire que les PME sont plus ou moins spécifiques. Les caractéristiques spécifiques de la PME ne sont pas strictes mais élastiques (Torrès, 1997). Il s'agit de tenir compte de la diversité des types de PME dans un cadre de spécificité.

Plusieurs auteurs ont soutenu cette idée. Julien (1994) considère que l'on ne peut échapper à une approche contingente du fait de l'hétérogénéité des PME ; il rajoute que cette contingence n'empêche pas pour autant de retrouver des similitudes suffisantes pour constituer les éléments d'une nouvelle théorie économique et de gestion pour les PME : « en tenant compte des comportements des PME dans la turbulence de l'économie locale et nationale, on peut dépasser la simple contingence pour trouver certaines généralisations susceptibles de nous conduire à une théorie analytique sinon prédictible pour justifier la renaissance de ces unités de production dans nos économies.

Dans son ouvrage, Bauer (1995) propose une synthèse entre la particularité de la PME et leur diversité. Après avoir énoncé la loi fondamentale qui représente les traits caractéristiques des PME, il poursuit son analyse en considérant que « la prise en compte des logiques d'action

économiques, politiques et familiales, permet de construire des typologies exprimant la grande diversité des patrons de PME et leur firme, des situations au sommet des PME comme des actions qui y sont menées. Caractériser un patron de PME par la taille relative de chacune de ses trois têtes conduit à imaginer un nombre infini d'éventualités, situées toutes dans un espace à trois dimensions. Pour cerner les traits essentiels d'un patron de PME, il faut donc le situer dans cet espace à trois dimensions ; et ce n'est que dans un deuxième temps qu'il convient d'affiner l'analyse et de dessiner plus précisément les traits de ses têtes les plus développées ». La loi énoncée par Bauer représente donc un cadre d'analyse permettant de situer la diversité du monde des PME, à partir d'une logique qui met en relief les spécificités de l'objet étudié (Torrès, 1997).

En ce sens, Candau (1981) reconnaît dans sa typologie « pour une taxonomie de l'hypofirme » qu' « il est impossible d'étudier les PME, abstraction faite de la personne du chef d'entreprise, de ses motivations et de sa famille qui sont les facteurs caractéristiques dominants de l'hypofirme ». Toutefois, toute tentative de généralisation des lois susceptibles de s'appliquer à toutes les organisations est vouée à l'échec. « La multiplicité des caractéristiques spécifiques des petites entreprises interdit a priori de les assimiler à un ensemble homogène... La variété de leurs caractéristiques paraît devoir largement l'emporter sur leur uniformité ». En établissant sa taxonomie, Candau (1981) affirme que la personnalisation du mode de gestion des PME, à travers le rôle dominant du dirigeant dans la structure administrative, est l'invariant fondamental qui participe à définir la spécificité des PME (malgré l'hétérogénéité qui caractérise l'univers des PME) par opposition aux grandes entreprises. Le modèle d'hypofirme représente donc un modèle théorique de base permettant d'identifier les variables pertinentes. Ce courant de recherche reconnaît la spécificité des PME tout en mettant en relief la diversité des cas. Les travaux de Candau (1981) constituent bien une jonction entre les deux courants de recherche qui se développent jusqu'alors parallèlement. Ils tiennent compte conjointement de la spécificité et de la diversité des PME.

Torrès (1997) considère finalement que cette « synthèse spécificité/diversité » présente l'avantage d'intégrer la diversité des PME tout en gardant intacte la spécificité de la PME, c'est-à-dire l'essence de l'objet de recherche. Il y a une diversité au sein de la spécificité.

1.4 Le courant de la dénaturation

L'approche de la dénaturation repose sur l'idée que la thèse de la spécificité est une simple hypothèse de recherche contestable. « Cerner les limites de la spécificité de la PME, c'est admettre que dans certains cas des entreprises sortent du cadre du paradigme de la spécificité, bien qu'elles soient de petite dimension » (Torrès, 1997). Ainsi, une entreprise peut ne pas faire de la forme PME standard tout en ayant une petite taille. Prenons comme exemple la définition de la PME proposée par Guilhon et al. (1995) qui correspond bien à une démarche contingente appliquée à l'objet PME. Ces auteurs considèrent que l'internationalisation d'une entreprise implique des changements dans son mode de fonctionnement et surtout lorsqu'il s'agit d'une entreprise de faible dimension. Ils reconnaissent l'existence d'une incompatibilité entre l'activité d'exportation et « l'identité des PME ».

Dans cette optique, plusieurs travaux (Bayad et Neubenhaus, 1994) ont contribué à affirmer la thèse de la dénaturation autrement que par la croissance de la taille, renforçant ainsi l'idée que la frontière critique qui sépare les mondes des PME et des grandes entreprises n'est pas fondée sur le seul critère de la taille. En ce qui concerne la problématique de financement, plusieurs études tendent à montrer que certaines spécificités des PME sont sensibles aux modes de financement. Prenons l'exemple de l'ouverture du capital soit par capital-risque (Stephany, 1993), soit lors d'une introduction sur le second marché (Belletante et Desroches, 1994) qui représente la preuve de la réduction des spécificités des PME. Pour interpréter ce phénomène à partir de l'approche de la dénaturation, il s'avère nécessaire de connaître le seuil critique délimitant la spécificité du modèle PME. « Entre l'indépendance financière totale où l'entrepreneur autofinance tous ces investissements et la dépendance financière totale où l'entreprise devient la filiale d'un groupe et par voie de conséquence est exclue du monde des PME, il demeure plusieurs situations intermédiaires où les caractéristiques spécifiques de la PME s'atténuent plus ou moins fortement » (Torrès, 1997).

Torrès suggère deux seuils. Partant d'une optique restrictive il considère que le modèle PME est un modèle d'indépendance financière et toute autre situation est dénaturante. Ainsi, une entreprise de petite taille qui fait appel à une société de capital-risque ou qui émet des actions n'est plus une PME au sens théorique. En retenant une définition plus large, Torrès (1997)

considère que le modèle PME est un modèle de non-dépendance financière et seules les PME affiliées à un groupe sont rejetées²⁶.

En définitive, l'objectif commun de l'ensemble des travaux du courant de la dénaturation est de montrer dans quelles mesures certains contextes ou certaines évolutions rendent le concept PME caduc ou susceptible de profondes mutations. La contingence est introduite à la spécificité « universelle » et la PME se constitue en un objet de recherche sans avoir la grande entreprise comme référence. Ainsi, les trois courants sont conciliés : « *Cette orientation de recherche permet de concilier à la fois un fort degré d'autonomie de recherche par rapport aux travaux sur la grande entreprise (point faible du courant de la spécificité) et un fort degré de généralisation (réfutation) de ces résultats (point faible du courant de la diversité) sans toutefois faire de la spécificité de la PME une loi universelle ou un postulat (point faible du courant de la synthèse) » (Torrès, 1997).*

Pour notre part, nous nous situons dans le courant de la synthèse. Nous optons pour la spécificité des PME tout en reconnaissant leur hétérogénéité. Nous ne souhaitons pas par contre nous situer dans le sillage de Torrès qui considère la spécificité comme une hypothèse réfutable. Nous considérons que certains traits semblent s'imposer pour leur conférer des spécificités qui fassent consensus, notamment dans le cadre des questions de gestion. D'après Torrès (1997 ; 1998), la véritable spécificité des PME est la proximité. Ce concept caractérise le management d'une PME. La manière d'intégrer ce concept de proximité dans la recherche relative aux PME afin de connaître son rôle et l'importance de ses effets, fera l'objet du deuxième développement de ce chapitre.

²⁶ Cette deuxième conception paraît largement majoritaire au sein de la communauté scientifique en PME.

<i>Etape de la recherche</i>	<i>Date</i>	<i>Contenu</i>
Les prémices	1965-1975	Le découpage selon la taille : identification du facteur taille comme facteur non neutre et débats sur la frontière critique.
Les fondements	1975-1985	1. Le courant de la spécificité : mise en évidence des traits caractéristiques de la PME. La PME devient objet de recherche. 2. Le courant de la diversité : création de typologies au sein des PME. La PME devient champ de recherche, elle est trop hétérogène pour se prêter à une tentative de généralisation.
Les prolongements	1985-1995	1. Le courant de la synthèse (1980) : recherche de conciliation entre la diversité et l'universalité. 2. Le courant de la dénaturation (1990) : étude des frontières de la spécificité de la PME en identifiant les contextes dénaturants.

Tableau 1 :L'historique de recherche en PME²⁷

2. Le dirigeant de la PME

Plusieurs termes sont synonymes pour désigner le dirigeant de PME : patron, dirigeant, chef d'entreprise, entrepreneur, manager, etc. La variété des désignations ne cache pas forcément des divergences de sens. Les mots utilisés mettent plutôt chacun l'accent sur une partie du rôle de dirigeant.

Pour mieux comprendre le rôle du dirigeant dans la gestion d'une PME, il faut commencer d'abord par le définir et le caractériser. Différentes approches ont essayé d'identifier et de comprendre les éléments caractéristiques des dirigeants. Ces approches se sont intéressées également à l'étude des interactions du dirigeant avec son environnement.

Les premières conceptions des rôles du dirigeant ont été développées par l'école classique (Fayol, 1916 ; Gulick, 1937) qui a présenté les cinq fonctions de base du travail du dirigeant :

²⁷ Source: inspiré de Torrès. O, 1997.

planifier, organiser, commander, coordonner et contrôler²⁸. Cette typologie va connaître un succès important et durable, imputable semble-t-il à sa simplicité et son exhaustivité. Néanmoins, Mintzberg (1973) remet en question cette classification considérant qu'elles ne sont pas suffisamment orientées vers l'action et trop floues pour être d'une quelconque utilité. En fait, cette théorie a permis d'attribuer un cadre de travail de dirigeant : « les écrits de l'école classique ont servi à mettre des noms sur des zones d'ignorance, et à indiquer à chaque cadre ce qu'il devrait faire (mais pas ce qu'il fait en réalité) » (Mintzberg, 1973). Le rôle du dirigeant a été également analysé sous formes d'autres typologies, comme l'école de l'entrepreneur qui prend ses racines dans la théorie microéconomique, l'école de la décision fondée sur les travaux de Simon, ou encore le rôle de l'activité du leader. Cependant chacune s'est portée sur quelques aspects de son travail sans dégager une ligne directrice. Les rares travaux qui ont permis l'émergence d'un consensus auprès des chercheurs et des praticiens sont ceux de Mintzberg (1973, 1989).

2.1 La typologie de Mintzberg (1973, 1989)

La typologie proposée par Mintzberg (1989) se situe parmi les typologies « statiques » qui analysent les rôles des dirigeants en partant de leurs pratiques quotidiennes des affaires afin de conceptualiser leurs activités et de proposer des classifications de rôles plus ou moins concordantes. Il propose une typologie de dix rôles, structurés autour de trois sous ensembles censées refléter les activités quotidiennes des managers (Tableau n°2). Ce découpage tient compte de trois fonctions : la fonction de la relation, la fonction de l'information et la fonction de la décision.

Rôles interpersonnels	Rôles d'information	Rôle de décision
Rôle de symbole	Rôle d'observateur actif	Rôle d'entrepreneur
Rôle d'agent de liaison	Rôle de diffuseur	Rôle de régulateur
Rôle de leader	Rôle de porte-parole	Rôle de répartiteur de ressources
		Rôle de négociateur

Tableau 2 : Rôles des managers selon Mintzberg (1973)

²⁸ Gulick a introduit un sixième rôle en décomposant la fonction « commander » en deux activités distinctes (le personnel et la direction).

➤ **Les rôles interpersonnels**

Ils découlent du statut et de l'autorité que le dirigeant représente au sein de son entreprise. Il a un rôle de symbole puisque il représente son organisation vis-à-vis de l'extérieur. En plus, il s'occupe des aspects stratégiques liés à la gestion comme le choix du partenaire financier ou d'une voie de développement. Cela ne fait que renforcer son pouvoir et son autorité et donc son image de leader.

Le dirigeant a aussi un rôle d'agent de liaison. Il est l'intermédiaire entre son entreprise et l'environnement externe, interagissant avec des pairs et des personnes extérieurs pour obtenir des faveurs et des informations. Cette activité d'agent de liaison souligne l'importance des rôles informationnels du dirigeant.

➤ **Les rôles informationnels**

Le dirigeant doit observer et surveiller tout ce qui se passe en interne, au niveau individuel et organisationnel, mais aussi en externe dans son secteur d'activité comme l'état de ses concurrents, l'évolution du marché ou encore les évolutions législatives. Il a une position centrale dans un environnement riche du point de vue informationnel et relationnel. D'où la nécessité de maîtriser l'évolution de son environnement en interagissant efficacement avec autrui. Selon Mintzberg (1989), « le manager dispose d'un avantage naturel pour collecter des informations informelles pour le compte de son organisation ». Ensuite, la collecte d'information ne peut être efficace que si le dirigeant réussit à transmettre et à diffuser les connaissances acquises en externe au sein de son organisation, en particulier les informations essentielles au bon fonctionnement de son équipe (diffuseur).

Le dirigeant doit assumer son rôle de porte-parole. Afin de mieux représenter son entreprise, le dirigeant a la possibilité d'intégrer des clubs d'entreprises, des associations caritatives ou sportives. Il peut avoir un rôle politique et associatif important à l'image des présidents des clubs de football qui sont pour la plupart des chefs d'entreprise. Ces situations en font le représentant de son entreprise et, par conséquent, son porte-parole privilégié.

➤ **Les rôles de décideurs**

Le dirigeant cherche à prendre les décisions convenables à la progression de son organisation. Il veille à ce que son entreprise s'adapte à son environnement qui est en constante mutation. Il lance et gère des projets différents en même temps. Ces projets n'impliquent pas une seule décision mais plutôt une série de petites décisions périodiques à travers le temps ; le cumul de ces décisions permet d'évaluer l'ampleur du processus décisionnel dans sa totalité (entrepreneur). Le dirigeant régule le fonctionnement de son organisation, il anticipe les situations de crise et essaye de prendre les décisions adéquates ; il agit donc comme une sorte de « métronome » (régulateur).

Le dirigeant intervient aussi comme répartiteur de ressources (physiques, intellectuelles et financières). Il doit faire face à des choix et des décisions complexes. Enfin, face à des situations conflictuelles, il est amené à négocier avec ses différents interlocuteurs (salariés, fournisseurs, syndicats). Comme il est le seul à posséder de l'information et de l'autorité, il doit prendre les décisions adéquates et savoir les ressources à engager pour régler ces conflits. Selon Mintzberg (1973), ces rôles ne peuvent être indissociés. Ils forment une « Gestalt », un tout intégré. Les rôles interpersonnels, informationnels et décisionnels sont inséparables. Cette typologie met en exergue la position du dirigeant qui est situé à la frontière de l'environnement interne et externe de son entreprise.

2.2 Un rôle relationnel accru du dirigeant de PME

La prise en compte du rôle du dirigeant et de la place centrale qu'il occupe est indispensable pour comprendre le fonctionnement de la PME. Cette catégorie d'entreprises est souvent présentée comme une organisation limitée dans ses moyens d'actions. Une des solutions proposées pour pallier ces limites réside dans la capacité du dirigeant à mobiliser des ressources externes et notamment l'information utile à l'identification de nouvelles opportunités (Chollet et Géraudel, 2010). En ce sens, Mintzberg (1996), souhaitant analyser et intégrer les différents rôles des dirigeants décrits par la littérature, part de l'idée que le dirigeant amène un ensemble de valeurs, d'expériences, de savoirs et de compétences ; les rôles que le dirigeant doit exercer sont liés à l'information, aux personnes et à l'action. Une trame qui peut être adaptée à la relation bancaire. « Dans l'interprétation de ses résultats, Mintzberg (1973, 1989) a souligné l'importance du rôle de liaison des managers, caractérisé par le maintien de contacts et d'interactions en dehors de l'organisation formelle » (Carroll et

Teo, 1996). Cet ensemble de liens qu'a tissés le dirigeant en dehors de son organisation est fondamental car cela lui permet d'avoir accès à des informations privilégiées ; cet ensemble de relations constitue son réseau social.

Mintzberg défend le rôle informationnel et relationnel du dirigeant en affirmant que celui-ci doit mener une politique de contacts et de réseaux au sein de son entreprise, mais aussi en dehors. Il doit entretenir, développer et utiliser un réseau de contacts personnels à l'intérieur et à l'extérieur de l'entreprise (Romelear, 1996). La position centrale du dirigeant liée à son pouvoir formel est renforcée par sa capacité à développer son réseau relationnel.

L'ensemble des études présentées précédemment mettent en avant l'importance de l'information échangée et des réseaux relationnels. « *Plus les PME sont reliées à des réseaux informationnels riches, plus elles peuvent saisir les opportunités avant les autres tout en s'assurant d'informations essentielles pour compléter leurs ressources effectives ou potentielles* » (Julien 1996, p.1140). Dans le contexte des PME technologiques, Chauvet (2004) considère que la performance des PME dépend fortement des réseaux sociaux des dirigeants, à travers le développement des relations basées sur la réciprocité et la confiance.

Section 2. La proximité pour éclairer la gestion de la PME

Il est opportun de savoir comment un tel principe peut apporter de nombreux et nouveaux éclairages sur les pratiques de gestion des PME, notamment son mode de financement. En d'autres termes, en quoi ce principe permet-il à la PME d'étayer auprès de ses tiers la thèse de sa pérennité ?

Dans ce cadre, Torrès (2003) propose la loi Proxémique²⁹ énoncée par Moles et Rohmer, comme un cadre d'analyse particulièrement fécond pour comprendre le fonctionnement de la PME. Pour cet auteur, la mise en évidence de principe hiérarchique de proximité comme mode organisateur et explicatif de la gestion des PE et TPE pourrait constituer le fondement d'un véritable programme de recherche dans tous les domaines de gestion.

1. La loi proxémique et la gestion de la PME

1.1 La loi proxémique

Dans leur ouvrage, Moles et Rohmer (1978) présentent deux attitudes philosophiques distinctes, permettant de formuler deux psychologies de l'espace différentes, apparemment contradictoires et, pourtant, toutes les deux essentielles. La première correspond à une philosophie cartésienne de l'espace comme étendue. Le monde y est, en effet, étendu et illimité, observé d'une façon rationnelle par une personne extérieure (qui n'habite pas cet espace), dans lequel tous les points s'avèrent équivalents, nul d'entre eux n'y est privilégié. L'espace se réduit alors à une configuration géométrique caractérisée par un système de coordonnées purement arbitraire.

A cette conception de l'étendue s'oppose une philosophie de la centralité qui sous tend que le Moi est le centre du monde. Une phénoménologie de l'espace comme une phénoménologie du temps partira du Moi, Ici et Maintenant, elle le prendra comme centre (Moles et Rohmer, 1978). Dans cette perspective, l'être, c'est-à-dire chacun de nous, s'éprouve comme le centre du monde et celui-ci s'échelonne autour de lui. Moi, Ici et Maintenant, je suis le centre du

²⁹ La Loi Proxémique est un terme inventé par Hall qui signifie l'étude de la perception et de l'usage de l'espace par l'homme (Lire Hall, 1981).

monde et toutes choses s'organisent par rapport à Moi dans une découverte fonction de mon audace. Un monde centré sur moi ne se peuple d'êtres et d'événements qu'à la mesure de ma perception. Ce que nous appelons une proxémique, c'est l'importance des êtres, des choses et des événements diminuant nécessairement avec la distance à mesure que décroît leur perception elle-même (Moles et Rohmer, 1978).

C'est ainsi que Moles et Rohmer (1978) définissent la notion de loi proxémique³⁰ dans leur ouvrage « La psychologie de l'espace ». Selon ces derniers, « *fondamentalement, axiomatiquement, ce qui est proche est, toutes choses égales d'ailleurs, plus important que ce qui est loin, qu'il s'agisse d'un événement, d'un objet, d'un phénomène ou d'un être* ». La loi proxémique propose une sorte de référence à la notion de distance ; elle devient axiomatique, donnée évidente de la conscience, et c'est à son tour la notion de distance qui sera redécouverte à partir du déclin de l'importance des objets et des êtres : « cette loi apparaît comme un principe d'ordonnement qui hiérarchise le degré d'importance des actions et des réflexions de l'individu » (Torrès ; 2003).

L'homme a besoin d'espace mais plus encore d'un lieu, ce que Moles et Rohmer appellent le point Ici. Mais comment l'homme s'approprie-t-il l'espace ? Selon Moles et Rohmer, l'appropriation de l'espace se fait par un enracinement basé sur la création de point Ici. « Ici » n'existe qu'en opposition à Ailleurs. « *Ici n'existe que marqué, repérable, retrouvable et par là nous dégagerons deux caractères du point Ici. D'abord sa différenciation avec l'ailleurs. La création du point Ici est une construction sociale. D'autre part, elle a une valeur de centralité, d'attachement à l'être, d'individualisation* » (Moles et Rohmer, 1978).

L'enracinement du point Ici décompose l'espace entre un Dedans, cette partie de l'espace où je suis et un Dehors, celle où je ne suis pas. Ainsi, il combine à la fois les effets du phénomène de paroi (renforcement de l'opposition entre un intérieur et un extérieur, entre un Ici et un Ailleurs) et les effets de la centralité, d'une perception égocentrée de l'espace (renforcement de l'opposition entre le Moi et les autres).

Cette axiomatique est d'une grande importance pour comprendre la gestion des petites et toutes petites entreprises. En fait, d'une part, elle relève de la micro psychologie (Moles,

³⁰ La « proxémique » est un terme inventé par Hall qui signifie l'étude de la perception et de l'usage de l'espace par l'homme (Hall ; 1981).

1976 ; Schwach, 1993), ce qui constitue un champ particulièrement propice pour comprendre le comportement stratégique et organisationnel des entreprises de petite taille (Gervais, 1978) et d'autre part, elle se fonde sur une philosophie de la centralité d'un point de référence unique (le Moi, Ici et Maintenant). Or, ce dernier aspect convient parfaitement à la situation des PE et TPE, parce qu'on reconnaît généralement qu'une de leurs spécificités est l'existence du rôle prépondérant du dirigeant-proprétaire qui constitue ainsi un point de référence central par excellence. La conception égocentrée de la psychologie de l'espace de Moles et Rohmer et la loi proxémique qui en découle, paraissent judicieuses pour expliquer les mécanismes de fonctionnement d'une gestion fortement personnalisée (Torrès, 2003).

Notre objectif est de montrer le rôle et l'importance de la proximité dans la gestion des PME, en se basant sur la loi proxémique, énoncée par Moles et Rohmer, comme cadre d'analyse permettant de comprendre son fonctionnement. Torrès (2003) a été parmi les premiers à avancer cette thèse : la proximité induit un principe de hiérarchisation dans la gestion des PE et TPE. Il a montré que la loi proxémique, conjuguée à la petite taille, s'intensifie pour donner lieu à ce qu'il a appelé « une proxémique aigue ».

1.2. La loi proxémique en PME : une amplification par les effets de grossissement

Désireux de mieux appréhender les spécificités de gestion des PME, Mahé de Boislandelle (1996) proposait le concept d'effet de grossissement³¹ comme facteur explicatif. En effet, ce concept permet de comprendre l'importance croissante des effets de proximité dans la gestion des entreprises de petite taille. Il stipule que les problèmes ne sont pas traités avec la même acuité dans les grandes entreprises, les petites et les très petites entreprises. Par exemple, un simple problème de trésorerie peut s'avérer dramatique dans le cas des entreprises de petite taille. En matière de conflit de travail, « ce qui pourrait apparaître comme un simple désaccord sur la gestion et les choix stratégiques, tel qu'il en est souvent formulé dans les grandes entreprises, suffit parfois à conférer un caractère réel et sérieux à un licenciement dans une PME » (Lepley, 2002).

Mahé de Boislandelle explique ce phénomène par l'effet de grossissement. Ce qui pourrait être du domaine du local, du correctif dans une grande organisation, peut avoir une importance stratégique, certains concluant que tout est stratégique en PE et TPE (Torrès,

³¹ « L'effet de grossissement est un effet résultant de l'action combinée de facteurs objectifs et subjectifs sur le (s) sujet (s) chargé (s) de décider dans une organisation » (Mahé de Boislandelle, 1996).

2003). Cet effet de grossissement résulte d'une combinaison de trois effets distincts : l'effet de nombre, l'effet de proportion, l'effet de microcosme auxquels Torrès (2003) a ajouté un quatrième effet l'effet d'egotrophie.

➤ *L'effet de nombre*

L'effet de nombre correspond à un effet d'éloignement ou de rapprochement résultant du nombre de relations dans l'entourage de travail. En raison des capacités cognitives limitées d'un individu moyen, plus le nombre de relations diminue, plus la connaissance individualisée de chacun par le dirigeant aura des chances d'être approfondie et inversement. De là découle une augmentation du poids relatif de chacun dans les petites structures. Ce poids peut être renforcé également par la confusion entre un individu et une fonction ou encore entre un poste et une fonction³². Dans l'approche proxémique, l'effet de nombre augmente l'importance des personnes et des événements proches. Quand il y a peu de personnes, il y a imbrication des fonctions, l'individu doit savoir tout faire, ce qui est le cas dans une PE et surtout une TPE, a fortiori s'il n'y a pas de salarié.

En conjuguant l'effet de nombre à la loi proxémique de Moles et Rohmer, Torrès (2003) a pu constater un effet de grossissement de l'importance relative des êtres et des événements. Ceci est dû à la nature des regroupements des tâches dans les petites entreprises. Le découpage par fonction (production, marketing, ressources humaines, vente...) est difficile à percevoir dans les petites et très petites entreprises. Généralement, une seule et même personne occupe plusieurs fonctions simultanément, d'où des fonctions souvent imbriquées les unes aux autres. A l'inverse, plus la taille est grande, plus les fonctions sont différenciées, cloisonnées, regroupant chacune plusieurs postes. Lorsque la taille est petite, le salarié exerce plusieurs activités qui relèvent de fonctions différentes. Ceci fait que dans les PE et TPE, il est nécessaire de concevoir le salarié au sein d'un système d'interdépendances plus ou moins fortes entre les fonctions (Torrès, 2003). Chaque salarié dans une entreprise de petite taille occupe une place plus importante. Dans ces conditions, ce ne sont pas les fonctions mais les postes de travail et, surtout, les personnes qui détiennent le schéma organisationnel.

³² A l'inverse, dans une grande structure (GE), une fonction est présentée par plusieurs postes et plusieurs personnes.

➤ *L'effet de Proportion*

L'effet de proportion stipule que « plus l'effectif pris en considération est réduit, plus la place d'un élément est proportionnellement élevé ». Selon Mahé de Boislandelle (1996), « dans une configuration réduite le poids de chacun est inversement proportionnel au nombre des acteurs. Le poids relatif est directement lié aux phénomènes de concentration des flux d'information pour l'émetteur et d'attention pour le récepteur ». Cet effet de proportion introduit également que les changements mineurs peuvent engendrer des variations de plus fortes amplitudes : ainsi en est-il d'une baisse d'activité chez un donneur d'ordres, du dépôt de bilan d'un client et de la matérialisation d'une créance irrécouvrable, du refus d'un financement à moyen terme ou d'une ligne de crédit à court terme. Dans cette approche, la petitesse confère au fonctionnement de l'entreprise un caractère domestique où le chef d'entreprise paraît à l'origine de toutes les normes, excluant ainsi la possibilité qu'elle soit dictée par un tiers extérieur (Torrès, 2003). La gestion de la PE est donc fortement personnalisée, ce qui peut donner lieu à ce que Torrès (2003) a appelé une « proxémique aigue ». Cette proxémique se traduit par une réduction du champ de vision du dirigeant en raison de sa tendance à systématiquement surévaluer tout ce qui est proche et sous-évaluer tout ce qui est lointain.

➤ *L'effet de microcosme*

Selon Mahé de Boislandelle (1996), l'effet de microcosme se définit par le fait qu'un dirigeant de PE focalise généralement son attention sur l'immédiat (le terme le plus rapproché, c'est-à-dire le court terme) et dans l'espace (le plus proche physiquement ou psychologiquement). Cet effet de microcosme est le résultat d'une combinaison de la forte implication du dirigeant dans l'organisation, de l'intensité affective de ses relations, des urgences ressenties et du nombre d'activités dont il assure la charge. L'effet de microcosme s'exerce aussi dans les relations que les entreprises nouent avec leur environnement. D'un point de vue externe, l'image de l'entreprise sera affectée par le capital relationnel du dirigeant qui joue souvent un rôle clé au travers de ses participations publiques, professionnelles, sociales ou politiques.

Le dirigeant d'une PE préfère agir dans un horizon à court terme, le Maintenant de la loi proxémique de Moles et Rohmer et se concentre sur son environnement proche, car c'est dans ce champ qu'il pense avoir la plus grande marge de manœuvre et pouvoir maîtriser les

conséquences de ses actions. Il s'agit d'une surestimation du point « Ici » par rapport à l'Ailleurs. Il opte ainsi pour des décisions ayant des effets rapides et efficaces au détriment de décisions stratégiques dont les effets sont moins évidents. Il y a donc surestimation du présent et du « Maintenant » sur le « Futur ».

Cette débauche d'énergie ne permet pas, selon Mahé de Boislandelle (1996), de développer d'activité anticipatrice et de stratégie formalisée, il ne reste plus assez d'énergie, de force de concentration pour ces tâches plus lointaines. C'est ce qui explique en partie l'absence de planification dans les PE. Cet effet de microcosme se trouve renforcé par les caractéristiques propres aux PE : un marché restreint souvent local, la fabrication d'un seul produit, une absence totale de prévisions ou de normes, une structure informelle qui renforce le poids des relations interpersonnelles, une forte intégration à l'ensemble régional, un capital réparti entre un petit nombre de propriétaires... (Torrès, 2003).

Le grossissement de Ici et Maintenant occasionné par l'effet de microcosme, fournit une explication de l'importance du rôle et de la place des phénomènes de proximité dans la gestion des PE et TPE (Michun, 1994). La PE devient un tout petit monde dont le centre d'inertie est le propriétaire-dirigeant. L'analyse des spécificités organisationnelles de la PE doit alors être complétée par un troisième effet : l'effet égotrophie.

➤ *L'effet d'égotrophie*

Beaucoup de chercheurs considèrent que la gestion d'une PE est centrée sur son dirigeant. Pour ce dernier, l'entreprise est un « chez soi », la gestion est avant tout une affaire personnelle. Le capital de l'entreprise constitue sa propre fortune et les biens de l'entreprise sont ses objets personnels. Du fait de cette forte personnalisation de la gestion, il est donc primordial d'analyser le profil du dirigeant pour comprendre le fonctionnement d'une PE (Marchesnay, 1991) et les problèmes de management en PE doivent souvent être posés en termes psychologiques (Gervais, 1978).

L'emprise du dirigeant sur la PE, comme un créateur, un propriétaire et un manager, lui confère tous les pouvoirs. Ce pouvoir est d'autant plus absolu que les PE se caractérisent par une totale absence de contre pouvoir. Les organismes syndicaux sont quasiment inexistantes dans les PE. A l'inverse des grandes entreprises, les actionnaires sont généralement absents

dans les PE et c'est le dirigeant lui-même qui est le propriétaire de l'entreprise. En plus, il est souvent le créateur de l'affaire, ce qui lui confère, au-delà de la détention du capital, une très grande légitimité. Enfin, son expérience et sa connaissance de l'entreprise lui permettent de résoudre certains types de problème. L'ensemble de ces éléments renforce le caractère centralisé de la gestion de la PE autour de la personne du propriétaire dirigeant dont les valeurs et les aspirations déterminent grandement la gestion de l'entreprise (Torrès, 2003).

La personnalisation de la gestion de la PE décrite précédemment, peut se traduire par une tendance du dirigeant à rapporter tout à lui. C'est ce que Torrès (2003) a appelée l'effet d'égotrophie. Cet effet symbolise le risque de grossissement de l'ego ou du Moi du dirigeant de PE dont l'excès peut nuire à la bonne gestion de la PE. Il peut conduire à une loi proxémique aiguë selon Torrès, loi caractérisée par une focalisation forte sur les éléments proches et la négligence des phénomènes plus lointains. Cette baisse du champ de vision ne permet pas à l'entrepreneur de percevoir les signaux faibles de son environnement (Julien et al., 2004) souvent porteurs d'opportunités.

La spécificité de gestion de la PE et TPE peut s'expliquer par l'interaction entre l'effet de proportion, l'effet de nombre, l'effet de microcosme et l'effet d'égotrophie. L'effet d'égotrophie permet au dirigeant de sentir qu'il est indispensable, ce qui accroîtra son implication. Cette implication renforcera son rôle dans la prise de décision et le nombre de fonctions à occuper, ce qui est propice au développement des situations d'urgence, à l'enracinement du Point Ici et Maintenant et, donc, au renforcement de l'effet de microcosme. Les effets de grossissement renforcent le caractère égocentré de la gestion de l'espace dans les PE et TPE. La thèse défendue est que la proximité est un principe supérieur d'ordonnement du fonctionnement de la PE & TPE. *La proxémique est le corollaire de la petitesse des entreprises* (Torrès, 2003).

1.3 La gestion de la PME comme un mix de proximité

Plusieurs travaux ont soutenu la thèse de la spécificité de gestion de la PE (Julien et Marchesnay, 1988 ; Marchesnay, 1991 ; Torres, 1998). Partant de la synthèse réalisée par Julien (1998) et le GREPME (Groupe de recherches en PME), Torrès (2003) considère que chacune des caractéristiques associées aux spécificités de gestion des PME peut être analysée comme une forme particulière de proximité.

D'une spécificité dans la gestion...	...à une gestion de proximité
Petite taille	Proximité spatiale
Centralisation de la gestion	Proximité hiérarchique
Faible spécialisation	Proximité fonctionnelle
Systemes d'information informels et simples	Systemes d'information de proximité
Stratégie intuitive ou peu formalisée	Proximité temporelle
Régionalisation des initiatives	Proximité géographique

Tableau 3: Les différents types de proximité

La proximité se définit comme une distance réduite entre les éléments de l'environnement et de l'entreprise, qui mettent en évidence des similarités et qui se caractérisent par des interactions informelles et récurrentes. Ainsi, cette notion renvoie aux spécificités de la PME que nous avons présentées précédemment.

➤ **La proximité géographique et spatiale**

Elle fait référence à l'ensemble des liens qui peuvent exister entre les agents économiques du fait de la distance qui les sépare sur l'espace géographique. C'est la concentration spatiale qui va créer un lien conscient ou subi entre ces agents.

Cet aspect est l'élément le plus souvent mis en valeur quand on parle de proximité. Il renvoie à deux idées, l'attachement de l'entrepreneur à un endroit géographiquement délimité qui correspond à son Ici, et à une proximité avec les entreprises de la même taille avec lesquelles les PME établissent des accords.

➤ **La proximité dans la gestion des PME et centralisation**

L'une des caractéristiques de la gestion des PME est la forte centralisation, incarnée en la personne du dirigeant-propriétaire. Cette personnalisation du pouvoir ne peut avoir lieu que dans des conditions de forte proximité et dans le cadre d'une structure compacte. En effet, dans une entreprise de petite taille, les niveaux hiérarchiques sont quasiment inexistantes : c'est au dirigeant d'exercer toutes les fonctions, d'accumuler toutes les responsabilités et d'être omniprésent auprès de ses salariés, ce qui lui permet de renforcer son emprise sur son

entreprise. La structure organisationnelle de la PME favorise donc la personnalisation des contacts ainsi qu'un système de contrôle direct.

Selon Torrès (2003), la forte centralisation des modes de gestion de la PME ainsi que la faiblesse de sa ligne hiérarchique sont des caractères qui ne peuvent que se renforcer dans un contexte de proximité. La proximité amplifie la centralisation et atténue l'intérêt de créer des intermédiaires. Ce phénomène de renforcement de la centralisation de la PME peut être interprété comme une forme de *proximité hiérarchique*.

➤ **Le rôle de la proximité dans les systèmes d'information interne et externe simples et informels des PME**

La communication dans les PME est très majoritairement informelle, avec une préférence pour des discussions et des contacts directs à l'opposé des mécanismes formels et écrits. Le système d'information interne dans une PME est donc informel, simple et de faible structuration, même si les TIC se sont largement implantées dans ces structures, ce qui a conduit à une augmentation des échanges d'informations, à la fois électroniques et interpersonnels. De même, pour leurs systèmes d'informations externes qui sont peu complexes et peu organisés à forte tendance informelle. Ils sont souvent basés sur des relations proches et des contacts directs avec les différents acteurs de leur environnement.

La simplicité du système d'information des petites entreprises est due à leur structure compacte où les niveaux hiérarchiques sont inexistant. Cette proximité physique permet ainsi au dirigeant de communiquer et de dialoguer directement avec les différents acteurs. Elle favorise les relations de confiance interindividuelles qui soutiennent la mise en place d'accords de coopération.

Finalement, les PME induisent à partir de leur configuration spatiale concentrée des systèmes d'information informels, souples et directs. Selon Torres (2000) « la proximité des acteurs facilite la communication directe et verbale. (...) La correspondance, maintes fois observée, entre proximité et politique minimaliste de gestion de l'information s'explique alors. On retiendra la notion de *systèmes d'information de proximité* ».

En définitive, la gestion des entreprises de faible taille est appréhendée comme un mix de proximité. Les proximités hiérarchique, fonctionnelle, temporelle, spatiale... forment un cadre d'ensemble cohérent qui crée les conditions nécessaires à l'action et à la réflexion dans une organisation compacte et punctiforme. Toute chose égale par ailleurs, le dirigeant de PE privilégie ce qui lui est proche dans le temps et dans l'espace, ce qui lui permet de préserver, voire de renforcer son contrôle et son pouvoir. Cette préférence pour la proximité et la gestion qui en découle est un construit stratégique et organisationnel qui permet au dirigeant de la PE de maintenir une meilleure emprise sur l'entreprise et son évolution (Torrès, 2003). La proximité, dans ces multiples dimensions, se présente comme une condition nécessaire au fonctionnement classique de la PE, voire un principe supérieur qui permet d'expliquer la hiérarchisation des choix du dirigeant de l'entreprise.

2. La finance des PME : une multitude de proxémies

Comme nous avons décrit précédemment la prégnance de la proxémie dans la gestion des PME, le financement de cette catégorie d'entreprise n'échappe pas à cette loi. Dans ce qui suit, nous mettons en évidence l'importance des effets proxémiques dans le mode de financement des PME en présentant les quatre types de proximité évoqués par Torrès (2011) : la proximité spatiale qui renvoie à la distance géographique et à la préférence pour les relations directes, la proximité patrimoniale qui symbolise les liens de dépendance entre le patrimoine du dirigeant de PME et celui de son entreprise, les systèmes d'information proxémique où l'informel est préféré au formel et, enfin, la proximité temporelle qui caractérise une prédilection pour le court terme et la souplesse de réaction.

2.1 La proximité spatiale et le financement des PME

Cette proximité est traduite par la préférence des petites entreprises pour des sources financières propres. L'entrepreneur utilise souvent ses capitaux propres, les emprunts personnels (parents et amis), les banques locales et les ressources de petites entreprises liées comme les sociétés de capital risque, thèse confortée par le concept de capital amical et développée par St Pierre (1999). Ce capital provient des parents ou amis proches de l'entrepreneur ou de toute personne ayant des relations de proximité avec lui. Il est souvent utilisé au démarrage de l'entreprise et les exigences sont relativement souples.

Dans le même sens, le concept de territoire financier des PME, développé par Belletante (1991), renvoie à cette proxémie en finance. Il montre que cette catégorie d'entreprises est confrontée à trois réseaux. Le premier d'entre eux est un réseau « intégré » constitué par les groupes bancaires nationaux et régionaux. Un deuxième réseau se présente de manière atomisée et parcellaire. Il est constitué d'un ensemble de petites et moyennes sociétés à vocation fortement régionale. Elles sont généralement spécialisées dans une activité d'ingénierie financière. Le troisième réseau est constitutif à la fois du territoire financier de la PME (demande) et de l'espace financier régional (offre). Il est le résultat de la logique d'intervention technocratique de structuration économique des municipalités, départements, régions et chambres consulaires. Il se compose soit de structures de taille importante (société de développement régional) offrant une gamme chargée de services financiers, soit de structures très spécialisées (capital risque).

La proximité spatiale peut s'observer également dans la gestion des relations bancaires. Dans une étude sur les comportements financiers des jeunes entreprises de l'agglomération de Lyon, Mahéroul (2005) s'est intéressé à la multi-bancarité des PME et, en particulier, au nombre de banques et à leurs localisations. Les résultats ont montré que 90 % des PME interrogées ne disposent que d'une ou de deux banques au maximum et que la plupart de ces banques sont dans un périmètre géographique très restreint.

Selon Torrès (2011), *« ceci prouve que les PME ne font pas souvent jouer la complémentarité entre leurs différents partenaires bancaires. Non seulement les relations bancaires sont relativement limitées en nombre et dans l'espace, mais de surcroît elles ne répondent que rarement à des motifs de spécialisation. On peut alors faire l'hypothèse que la prédilection de la PME pour des relations de proximité affecte aussi ses modes de relations bancaires en faisant jouer au banquier un rôle de généraliste du financement. De ce fait, la gamme de financements à laquelle peuvent avoir effectivement accès les PME, demeure restreinte »* (Belletante, 1991 ; Belletante et Levratto, 1995, p.9-10).

Les relations entre PME et les capitaux risqueurs témoignent, elles aussi, de cette proximité spatiale et, notamment, lorsqu'un capital risqueur investit dans une PME pour soutenir sa croissance.

2.2 La proximité patrimoniale et le financement des PME

A la différence des grandes entreprises, la gestion financière d'une PME est fortement centralisée. Il est rare que le dirigeant délègue les décisions financières qui revêtent souvent un caractère stratégique (St Pierre, 1999). D'autant plus que dans une petite entreprise le capital est souvent concentré entre les mains du dirigeant et/ou de sa famille qui exerce également la fonction de propriétaire. Les décisions financières sont donc assumées exclusivement par le propriétaire lui-même.

Selon certains auteurs (Levratto, 1990 ; Osteryoung et al. 2001), la proximité patrimoniale est plus repérable dans la demande des garanties personnelles par le banquier au dirigeant d'une PME lors de la constitution de son dossier d'emprunt. Ainsi, en cas de faillite, le patrimoine personnel de l'entrepreneur sera saisi. Cette relation fusionnelle que le dirigeant noue avec son entreprise peut se traduire aussi par le financement indirect et non rémunéré qu'il apporte sous formes de salaires réduits ou de temps de travail non rémunéré (St Pierre, 1999).

La forte centralisation de la décision financière et du capital, l'importance des garanties personnelles et la confusion entre le patrimoine personnel du chef d'entreprise et celui de son entreprise ne peuvent que renforcer cette proximité patrimoniale. Ce type de proximité ne présente pas que des avantages. Pour Bellentante et Levratto (1995, p. 12), « *cet amalgame financier et humain est un facteur considérable d'accroissement des coûts et de la probabilité de faillite* ».

2.3 La proximité informationnelle et le financement des PME

Nous avons vu que les PME connaissent des difficultés pour mobiliser des ressources indispensables à leur fonctionnement. Pour faciliter leur accès à ces ressources, elles vont utiliser un réseau de liens interpersonnels. Les liens tissés entre le dirigeant et l'environnement financier apparaissent souvent cruciaux. Ils permettent à l'entrepreneur de consolider sa décision en matière de stratégie financière. En effet, l'entrepreneur à travers ses contacts et son réseau relationnel, récolte de l'information et il est évident qu'il en communique également. Cette information est considérée comme un élément important dans le choix de la stratégie financière adoptée par le chef d'entreprise.

C'est dans le domaine des relations bancaires que ce trait est le plus marquant. Une PME possède souvent une à deux relations bancaires. Un choix justifié par la volonté d'investir dans une relation dense, fréquente et de longue durée avec son banquier mais aussi pour préserver le caractère confidentiel et privé de l'information échangée. Ce système d'information proxémique permet aux différents partenaires financiers de la PME de développer une relation de confiance avec le dirigeant soit une relation moins formelle, plus implicite, moins contractuelle et plus directe (Torrès, 2011).

En ce sens, Foliard (2010) a montré que les petites entreprises ont intérêt à privilégier la proximité avec leurs banquiers. Des résultats qui sont aussi à rapprocher de ceux de Binks et Ennew (1997) pour lesquels l'amélioration des flux d'information (problème spécifique des PME) grâce à une relation proche, permet d'avoir une meilleure compréhension de l'environnement de travail particulier, une meilleure idée des compétences managériales du propriétaire et une vue plus précise des perspectives de l'entreprise (c'est-à-dire une réduction de l'asymétrie de l'information) et, donc, une meilleure compréhension des besoins de l'entreprise par le banquier.

2.4 La proximité temporelle et le financement des PME

Cette forme de proximité s'appuie sur la préférence des dirigeants des PME pour le court terme par rapport au long terme. Plusieurs études menées sur le choix de financement de ces entreprises ont montré, d'une part, la faiblesse des ressources stables dans leur structure financière, c'est-à-dire les fonds propres et les emprunts bancaires à moyen et long terme. D'autre part, un surendettement à court terme marqué par un recours massif des PME aux crédits de trésorerie, aux découverts ou encore à l'escompte dans le but d'assurer une flexibilité de réaction à court terme. Ce comportement a été vérifié dans plusieurs pays comme les Etats-Unis, la France, le Royaume-Uni et le Japon (St Pierre, 1999).

La stratégie financière adoptée peut être affectée par cette proximité temporelle qui privilégie le court terme au long terme. Selon Torrès (2011) : « *un dirigeant de PME peut être plus sensible à un court délai de récupération qu'à un taux de rendement interne élevé. De même, la liquidité est souvent préférée, parfois au détriment de la rentabilité qui renvoie à un horizon temporel plus lointain* ». Cette préférence pour la liquidité peut entraver les projets d'investissement de la PME (Osteryoung et al., 2001).

Les différents types de proximité décrits précédemment forment un cadre d'ensemble interactif. Ainsi, la proximité patrimoniale, traduite par la concentration du pouvoir autour du dirigeant, implique une communication informelle basée sur des relations de face à face ; c'est la proximité informationnelle. Ces deux formes de proximité ont pour conséquence de limiter les choix de l'entreprise (proximité spatiale). De même, la réduction des distances générée par la proximité spatiale favorise les systèmes d'informations de proximité où la communication directe basée sur des relations de tête à tête est privilégiée pour assurer la plus grande flexibilité possible. Selon Torrès (2011), « *la finance proxémique apparaît comme un construit stratégique et organisationnel qui permet au dirigeant de PME de maintenir son emprise sur l'entreprise et son évolution* ».

Section 3. La notion d'encastrement et le marché : conséquences sur le comportement et influence sur la performance

Notre objet est d'éclairer l'effet de la notion d'encastrement (embeddedness) telle qu'elle est initiée par les écrits de Karl Polanyi et renouvelée à travers le projet de la « nouvelle sociologie économique » (Granovetter et Swedberg, 1992) sur le marché. Le fondement de l'analyse de ces auteurs reposait, en effet, sur la conviction que le comportement économique n'est pas indépendant du reste de la société mais que, justement, les comportements économiques sont encastres dans des relations sociales. Dans ce qui suit, nous allons présenter les différents types d'encastrement qui peuvent former le contexte des échanges marchands ainsi que leurs intérêts pour le fonctionnement des marchés.

1. Les différents types d'encastrement et leurs conséquences sur le marché

Trois types d'encastrement, non exclusifs les uns des autres, sont traditionnellement distingués : l'encastrement structurel, l'encastrement institutionnel formel et l'encastrement culturel. Cette répartition vise à faciliter l'exposition, mais elle n'implique pas que les trois domaines soient réellement séparés.

1.1 L'encastrement structurel

➤ La définition

L'encastrement structurel montre que les relations économiques sont insérées dans des « systèmes durables et concrets de relations sociales ». C'est d'ailleurs sur ce type d'encastrement que Granovetter (1985) s'est appuyé pour décrire des réseaux sociaux sur des marchés concrets : en observant des agents économiques, il a pu conclure que leur comportement est loin d'être atomisé, ils peuvent se rencontrer et entretenir des relations personnelles, tissent des liens d'amitié et de fidélité suffisamment récurrents pour qu'il soit possible de reconstituer la structure globale du réseau de relations qui parcourt le marché. L'approche en termes d'encastrement structurel considère que les relations personnelles interviennent dans le fonctionnement des échanges marchands. Elle aboutit clairement à ce que la participation au marché ne détruit pas les relations sociales. Reste à signaler que les

relations considérées dans le réseau peuvent être des relations d'échange, de sous-traitance, d'emploi, de financement, de propriété, etc.

➤ *Les conséquences sur le fonctionnement et les résultats des marchés*

Retenir que le marché n'est plus cette « foule » d'anonymes, mais une suite de « rencontres » et « d'accords », implique des préoccupations en termes d'interprétation, de légitimité ou de confiance. En effet, les échanges marchands que deux personnes entreprennent lors de leur rencontre, même s'ils ne se connaissent pas et ne seront pas amenés à se revoir, nécessitent une bonne analyse de la situation pour pouvoir prendre la meilleure décision. Ces préoccupations qui sont largement évoquées non seulement par l'encastrement structurel mais aussi par les autres pôles d'encastrement, feront l'objet de développement ultérieur.

Plusieurs études ont été menées afin d'évaluer le rôle du réseau dans le fonctionnement du marché. Ainsi, Uzzi (1996) a mené une étude sur les réseaux d'entreprises de confection de la région de New York, montrant l'existence d'une liaison en forme de U entre la probabilité de faillite de l'entreprise et le degré d'encastrement des différents réseaux. Ainsi, la performance de l'entreprise dépend largement de la densité du réseau auquel elle est affiliée. L'encastrement permet donc l'accès et le transfert d'informations (du savoir-faire) qui sont indispensables à une relation de confiance. Mais à un certain point, la courbe se retourne : certains réseaux se caractérisent par des relations trop redondantes et des impératifs d'amitié si exigeants qu'ils supplantent les exigences de solvabilité.

Dans le même sens, Mizruchi et Stearns (2001) examinent comment les membres d'une importante banque commerciale multinationale américaine utilisaient leurs réseaux sociaux internes afin de conclure leurs contrats avec leurs entreprises clientes. Selon les auteurs, dans un contexte d'incertitude, les banquiers vont solliciter les conseils de leurs collègues et de leurs supérieurs qui sont plus expérimentés qu'eux pour prendre certaines décisions. Deux types de réseaux sont donc envisageables : « les réseaux d'information » considérés comme l'ensemble des relations sociales utilisées par le banquier pour mieux connaître une entreprise ou un produit particulier et les « réseaux d'approbation»³³ considérés comme l'ensemble des relations sociales utilisées par le banquier pour solliciter la confirmation et le soutien pour une décision qu'il a prise. En grande partie, les résultats sont conformes aux hypothèses : les

³³ « Approval networks ».

réseaux sociaux sont efficaces dans la réduction d'incertitude dans le milieu bancaire ; dans un contexte d'incertitude, les banquiers utilisent des liens forts pour solliciter des conseils et surtout de l'information de leurs collègues.

Finalement, ces études témoignent de l'existence d'un lien significatif entre la forme globale du réseau et les résultats du marché. Cela prouve qu'une analyse structurelle peut aboutir à des résultats que l'hypothèse de marché atomisé ne permet pas d'obtenir. Uzzi (1997) souligne, qu'indépendamment de leur pertinence empirique, la prise en compte de l'encastrement structurel a une valeur explicative des phénomènes économiques.

1.2 L'encastrement institutionnel formel

➤ *La définition*

« *L'encastrement institutionnel formel fait référence à la nature contingente de l'action économique par rapport aux règles formelles et aux outils utilisés* » (Le Velly, 2004). Le déroulement d'un marché concret est souvent régi par des institutions formelles susceptibles de faciliter la réalisation de l'échange marchand. Nous essayons, dans ce qui suit, de décrire ces institutions et ces outils et leurs effets sur le fonctionnement du marché.

Quel que soit le marché à décrire (marché d'enchère, marché boursier, marché de village, etc.), il existe généralement des règles formelles (règlements locaux et lois) organisant ces marchés. En l'occurrence, les conditions d'entrée, les modes de fixation du prix, les formes du contrat de ventes et d'achat sont soumis à des points de règlements qui se rajoutent aux obligations générales du droit. Le fait de ne pas mettre en cause les clauses d'un contrat revient aux contraintes réglementaires qui ne peuvent pas être renégociés à chaque transaction. Ainsi, l'économie de marché n'est pas un état de la nature. Elle nécessite le droit de propriété, la liberté du commerce et de l'industrie et une culture juridique du contrat et de la responsabilité. En outre, elle ne peut fonctionner sans des instances qui, extérieures à l'ordre marchand, sont capables de faire respecter ces droits et de régler les litiges. Le système judiciaire et l'Etat assurent volontairement le développement des échanges marchands. « Le marché et l'État ne sont pas seulement des entités analytiques séparées, opérant selon des principes opposés et dont le développement de l'un se fait au détriment de l'autre. L'État a aussi un rôle instituant pour le marché » (Le Velly, 2004).

Le bon déroulement des échanges marchands n'est pas lié uniquement aux règles formelles, d'autres éléments matériels étant préalables à l'échange. En effet, sur un marché, les agents utilisent des outils de qualification, de calcul et de paiement. L'exemple de la monnaie comme un moyen de paiement et réserve de valeur permet d'élargir les échanges entre plusieurs personnes, ce qui augmenterait l'étendue des marchés. En outre, elle rend commensurable des qualités très diverses en leur attribuant une valeur monétaire (Espeland et Stevens, 1998). Dans la phase de qualification, des outils divers sont utilisés pour rendre comparables des produits : ainsi en général des outils de mesure comme une balance, de qualification technique comme les labels, les normes et les appellations, et d'évaluation des qualités comme les étoiles et les notations. Enfin, pour le calcul et la fixation d'un prix, plusieurs outils peuvent être détaillés. A chaque cas convient un outil spécifique : exemple de la salle des ventes avec un tableau affichant des enchères dégressives sur un marché au cadran légumier, des techniques marketing et comptables avant le lancement d'une nouvelle automobile. Donc on peut conclure alors que cette diversité d'outils nous renvoie à la spécificité du fonctionnement de chaque marché ainsi qu'à l'impossibilité de recenser leur liste complète pour les différents marchés.

➤ *Les conséquences de l'encastrement institutionnel sur le fonctionnement et les résultats des marchés*

À l'exception de quelques travaux portant sur le marché du travail ou d'études montrant l'impact des modifications du Droit de la concurrence (Fligstein, 1990), rares sont les recherches issues de la Nouvelle sociologie économique qui ont exploré l'importance des règles formelles sur le marché (Stryker, 2003 ; Swedberg, 2003a). Cependant, dans son ouvrage, Smith (1989) était déjà l'exception en étudiant l'impact des règles formelles sur le fonctionnement des marchés d'enchères. Son étude a été marquée aussi par la description des réseaux et des cultures associés à ces différents marchés. L'auteur a pu non seulement prouver l'importance de certaines règles formelles dans le fonctionnement de ces marchés, mais aussi dans leurs conditions d'accès. Certains marchés d'enchères sont réservés à des acheteurs professionnels quand d'autres sont accessibles à un public plus large. En ce qui concerne le premier type de marché, Smith (1989) indique l'existence d'une entente illicite sur la valeur des biens proposés, des consensus impliquant un faible nombre d'enchères et des prix relativement stables, des caractéristiques qu'il ne retrouve pas sur le second marché d'enchères.

Les effets de certains outils dans les opérations d'évaluation sur le marché ont été largement décrits par Callon et ses coauteurs (Callon, 1998 ; Callon et Muniesa, 2003)³⁴. L'équipement à partir duquel le calcul se réalise, importe dans le cadrage des données qui vont être ou non prises en compte par les agents pour s'accorder sur les termes de l'échange (Le Velly, 2004). Pour illustrer ce processus de cadrage, Callon donne l'exemple de l'étude faite par Garcia (1986) de la vente de fraises sur un marché de cadran. Les acheteurs et les vendeurs de ce marché ont été placés dans deux salles distinctes alors que les produits sont standardisés et anonymisés, une telle organisation permettant aux agents un cadrage sur les seuls prix. Ainsi, en réduisant l'incertitude liée à la qualité et en bannissant les relations personnelles, les outils du marché modifient le fonctionnement et les résultats de ce dernier. Dans le même contexte, Chantelat et Vignal (2002) ont effectué une étude auprès des responsables du Trocathlon. Ces derniers cadrent l'information disponible aux clients souhaitant acheter un article de sport d'occasion : ils renseignent les acheteurs potentiels sur certains aspects fonctionnels du produit, mais ils cachent d'autres informations sur son origine. Ces intermédiaires du marché développent un nouveau concept de marché d'occasion totalement différent de celui des petites annonces. C'est un marché anonymisé, centralisé dont la définition de la qualité est standardisée.

Comme nous l'avons détaillé précédemment, il existe une variété de règles et d'outils sur chaque marché, induisant alors des comportements, des modes de fonctionnement et des résultats différents d'un marché à l'autre.

1.3 L'encastrement culturel

➤ La définition

Malgré la multitude des définitions données à la culture, nous retenons celle qui la conçoit comme étant l'ensemble des représentations collectives. Elle comprend :

- les systèmes mentaux de perception, de catégorisation et de classification ;
- les scripts qui orientent l'action et les règles de pertinence qui guident l'invocation de ces scripts ;

³⁴ Ce thème a été souvent ignoré par la tradition anglo-saxonne de la Nouvelle sociologie économique.

- les valeurs, les normes, les goûts (Di Maggio, 1990). L'encastrement culturel décrit alors le rôle des significations collectives dans la formation des objectifs et des stratégies des acteurs du marché.

De nombreux auteurs de la Nouvelle sociologie économique reconnaissent le caractère habilitant de la culture pour l'action économique. Les représentations culturelles sont une forme de connaissance, une ressource indispensable pour l'analyse de l'environnement (attribuer des relations de causalité, de similarité, d'opposition), la catégorisation (le pur et l'impur, le juste et l'injuste, etc.), la planification et la justification de l'action (Emirbayer et Goodwin, 1994 ; Verges, 1989). En ce sens, Pierre Bourdieu (2000) considère que l'aptitude (ou l'incapacité) à mener des échanges marchands dépend directement de la culture (l'*habitus*) des agents. De même, les travaux de Boltanski et Thévenot (1991), portant sur la coordination de l'action économique témoignent de l'importance de référence que fassent les agents à des principes de justice généraux et partagés (« les cités »). En l'absence de ces « cités », les rencontres n'auraient aucun sens et l'accord serait compromis. Les deux auteurs évitent d'évoquer la notion de culture, mais les cités et les conventions relèvent parfaitement de l'approche de l'encastrement culturel.

Dans la suite de notre développement, nous allons voir comment les représentations partagées affectent le fonctionnement ainsi que les résultats du marché.

➤ *Les conséquences sur le fonctionnement et les résultats des marchés*

Se proposant d'étudier le fonctionnement d'un marché d'enchères de poisson, Smith (1989) explique que l'allocation des quantités vendues n'est pas liée forcément aux prix proposés mais tient compte du statut des acheteurs. Les grossistes, considérés comme des clients fidèles, jouissent d'un statut privilégié et sont jugés prioritaires par la filière lorsque l'offre est faible. Ils sont donc mieux servis pour satisfaire leurs clients. En contrepartie, ils doivent accepter d'absorber les surplus de pêche lorsque les volumes sont très importants, sans provoquer une chute des prix. Dans le même contexte, Velthuis (2002), s'intéressant aux galeries d'art contemporain, décrit comment certains bons collectionneurs arrivent à acheter des œuvres dont la demande s'envole, mais à des prix modérés. Ceci est compensé par leurs achats réguliers même quand la demande est à son plus bas niveau et avec des prix stables là encore.

Une autre étude menée par Mitchell Abolafia (1996) sur les comportements des courtiers sur les marchés financiers américains (New York et Chicago) peut être évoquée. Dans ce cas, l'auteur a montré que ces comportements sont le résultat d'une construction sociale. Cette démonstration vient renforcer la thèse classique de Weber (1905) : « La soif d'acquérir, la recherche du profit, de l'argent, de la plus grande quantité d'argent possible n'ont en eux-mêmes rien à avoir avec le capitalisme. (...) Le capitalisme s'identifierait plutôt avec la domination, à tout le moins avec la modération rationnelle de cette impulsion irrationnelle ».

Le comportement des courtiers paraît rationnel avec un suivi et une analyse des flux d'informations circulant, une bonne gestion du marché visant à réduire les incertitudes qui le caractérisent. Or, contrairement à la réalité, ces courtiers sont souvent sous cette « impulsion irrationnelle » à la recherche du gain maximal. La question qui se pose alors est comment arrivent-ils à gérer rationnellement ces opérations de marché ? Abolafia (1996) constate que le rôle d'intermédiaire que ces courtiers occupent leur permet d'avoir des informations rendant extrêmement profitable un comportement opportuniste. Autrement dit, en utilisant de l'information asymétrique, ils agissent contre l'intérêt de leurs clients et de leurs partenaires. A titre d'exemple, en prenant connaissance que son client va se porter acquéreur d'un volume important, le courtier en achète à l'avance (puisque c'est lui qui doit faire la transaction pour son client) et le lui vend plus cher, suite à la hausse des cours qu'entraîne la hausse de la demande de ce titre.

Le recueil des études ethnographiques que l'auteur a réalisé montre bien que les différents acteurs du marché, c'est-à-dire les autres courtiers et les différents intervenants extérieurs, tolèrent l'opportunisme, tout en s'efforçant d'en limiter les excès. Dans les marchés où les transactions se font entre professionnels (les markets makers sur les marchés dérivés par exemple), l'opportunisme est contrôlé par les effets de réputation négatifs qu'il entraîne et les pressions du groupe sur le comportement déviant (Steiner, 2005). Par contre, quand il s'agit de transactions qui ne nécessitent pas des relations de face à face, des règles formelles sont utilisées pour contrôler et régler les conflits issus des différentes opérations de marché.

L'ensemble de ces processus sociaux de contrôle ne permettent pas uniquement le bon fonctionnement du marché, mais ils contribuent aussi à définir ce qu'est un comportement économique rationnel au travers de la définition de la différence entre l'opportunisme et ce qui est considéré comme un comportement intéressé agressif acceptable. Steiner (2005)

considère que ces courtiers participent à une dynamique de construction sociale du marché sans laquelle le comportement économique moderne, au sens de Weber, ne pourrait prendre son essor.

Sur un autre marché, le marché financier et plus précisément le MATIF, Hassoun (2000) décrivait certaines pratiques qui se faisaient lors de l'échange de titres de gré à gré. Parmi ces pratiques, figurait un comportement qui est contraire aux règles formelles et qui consiste à « partager une ligne ». Un trader en situation de vente va partager le lot dont il dispose plutôt que de le vendre au premier demandeur. En contrepartie, les acheteurs qui se sont partagés une ligne rendront la pareille quand ils seront en situation de vendeur. Ce nouvel exemple montre que les relations marchandes sont réalisées dans un esprit de partage et de réciprocité. Ainsi, des considérations de moralité, de justice et de statut font partie intégrante des relations marchandes. L'activité marchande se trouve alors orientée par des justifications sociales.

On peut conclure qu'une transaction marchande peut s'accommoder d'autres logiques et d'autres impératifs que ceux qui sont supposées par la théorie économique standard. Les exemples que nous venons de détailler décrivent le comportement des agents sur le marché comme étant des comportements non calculateurs, non anonymes et non concurrentiels ; autrement dit il s'agit de comportements non conformes aux prédictions de la théorie économique standard. Cela n'implique pas que la « Nouvelle sociologie économique » exclut ces modèles de rationalité et de concurrence du marché, mais elle veut montrer simplement que les relations marchandes ne se limitent pas à de tels comportements.

2. L'approche de l'encastrement selon Granovetter : ses définition et ses limites

La démarche de Granovetter consiste à montrer que les phénomènes économiques sont encadrés dans des réseaux de relations sociales. Ce contexte social (réseaux), à l'intérieur duquel les acteurs sont inscrits, a à la fois le caractère habilitant et contraignant de l'action économique, puisque ce sont les ressources et la structure de ces réseaux qui facilitent et limitent les actions qu'ils entreprennent. Dans cette perspective, ce contexte recouvre, d'une part, les opportunités et les contraintes associées aux relations sociales bilatérales des agents et, d'autre part, les opportunités et les contraintes que fait peser sur eux l'architecture des réseaux à l'intérieur desquels ils réalisent leurs transactions : « *tandis que la coopération et la conformité dépendent fortement des relations interpersonnelles et de leur histoire, elles*

dépendent aussi de la configuration d'ensemble des réseaux sociaux au sein desquelles les individus sont situés » (Granovetter, 2002). Ce sont ici les deux faces de la notion d'encastrement qui se dégagent, à savoir sa dimension relationnelle et sa dimension structurale.

2.1 L'encastrement relationnel

L'encastrement relationnel auquel un acteur fait partie, s'exprime par l'influence directe qu'exercent sur son comportement les relations bilatérales qu'il a développées dans le temps au travers de ses interactions répétées avec d'autres. Cette influence est corrélée à la force des liens qui unit un acteur, que nous appelons ego par convention, à un (d') autres(s) (Plociniczak, 2004). La force de ces liens a été spécifiée par Granovetter dans son article « The Strength of Weak Ties (1973) » sur la base de quatre caractéristiques : la durée de la relation, l'intensité émotionnelle, l'intimité et les services réciproques que se rendent les partenaires. Selon lui : « *la plupart des notions intuitives de la force d'un lien (...) devraient être satisfaites par la définition suivante : la force d'un lien est la combinaison (probablement linéaire) de la quantité de temps, de l'intensité émotionnelle (la confiance mutuelle), de l'intimité (les confidences mutuelles) et des services réciproques qui caractérisent le lien* » (Granovetter, 1973 p. 1361).

Le travail de Kirman (2001) sur le marché marseillais du poisson, révèle, par exemple, que la fidélité des acheteurs envers leurs vendeurs constitue une caractéristique forte de ce marché. Bien que cette forme d'encastrement permet d'éviter l'atomisation des acteurs, elle risque cependant de mener à une « atomisation dyadique » (Granovetter, 1990), sorte de réductionnisme qui consiste à s'intéresser aux relations entre deux acteurs, à un niveau bilatéral, tout en ignorant la manière dont ces relations sont elles-mêmes encadrées dans des structures d'ordre supérieur.

Or, ce mode de fonctionnement nous rappelle la définition que la théorie économique a de l'échange marchand : soit le résultat de la rencontre entre deux agents ne portant attention qu'à la quantité et au prix. Le marché trouve son rôle classique comme lieu de rencontres binaires, strictement bilatérales. Ce qui est vraiment crucial pour l'analyse des phénomènes économiques, et de l'échange marchand en particulier est certes de prendre en compte les influences bilatérales, mais aussi de parvenir à opérationnaliser l'impact de la structure

relationnelle, de comprendre la manière dont ces paires d'acteurs sont elles-mêmes insérées à l'intérieur de la structure du réseau de ces relations (Granovetter, 1990). La notion d'encastrement nécessite de repenser ces relations bilatérales dans des structures relationnelles plus larges, autrement dit dans des réseaux auxquels les agents appartiennent.

2.2 L'encastrement structural

S'appuyer uniquement sur l'aspect relationnel de l'encastrement ne permet pas de comprendre les phénomènes économiques et, en particulier, l'échange marchand. Cet échange est lui-même encadré dans un ensemble de plusieurs relations, à savoir les réseaux. En fait, l'échange qui se produit lors de la rencontre de deux agents économiques peut affecter le comportement d'autres agents. Il paraît donc raisonnable de prendre en compte les relations de chaque acteur pour mieux cerner l'effet du réseau au sein duquel l'échange marchand est inséré. Granovetter (1992) décrit ceci par l'existence de « contacts dyadiques mutuels (...) connectés à d'autres », ce qui signifie que « l'action et les résultats économiques, comme toute action et résultats, sont affectés par les relations dyadiques (par paires) et par la structure d'ensemble du réseau de relations » (1992, p. 35). Ces réseaux peuvent expliquer par exemple l'itinéraire suivi par des entreprises dans leur développement, certains choix techniques renvoyant à des relations de confiance entre responsables d'entreprises et experts.

Ainsi, l'analyse d'une relation bilatérale requiert forcément le passage par le réseau dans lequel elle est encadrée, sinon on ne sera pas loin des « symptômes » des approches sous et sur-socialisées : « l'atomisation, loin d'avoir été supprimée, [est] simplement transférée au niveau de la dyade » (Granovetter, 1985). Il est donc indispensable de comprendre comment cette relation est encadrée dans un espace plus vaste de réseau de relations. D'après Granovetter (1993) : « nous avons [dès lors] besoin d'une inspection rigoureuse de la configuration exacte des relations sociales sur un marché avant que nous puissions comprendre la nature dyadique des liens ».

2.3 Le marché et l'approche de Granovetter : cas d'applications

Pour illustrer l'importance de l'approche d'encastrement de Granovetter dans le fonctionnement du marché, nous retenons les travaux de Granovetter (1974) et de Baker (1984) comme des études exemplaires.

Etudiant la manière avec laquelle les individus ont trouvé l'emploi qu'ils occupent, Granovetter mène une enquête auprès de 256 cadres de la région de Boston. Il constate que 30% de son échantillon n'ont pas seulement cherché l'emploi qu'ils occupent mais ils bénéficient aussi d'une meilleure rémunération avec un taux de satisfaction supérieur à la moyenne de l'échantillon. L'approche économique classique du marché (basée sur la confrontation de l'offre et de la demande) n'est donc plus capable d'expliquer l'adéquation entre les emplois à occuper et les personnes à leur recherche. La question théorique de Granovetter devient : « *If price does not match men with jobs, we are left with the question of what does. The argument of the present study is that the relevant factors are social; that job-finding behavior is more than a rational economic process- it's heavily embedded in other social process that closely constraint its course and results. It's the purpose of the present study to elucidate such processes. Even they are exogeneous to the economic frame of reference; of course, there is no reason why they not should be used as input to an economic model* » (Granovetter, 1974).

L'introduction de l'approche sociologique devient indispensable pour analyser ce marché du travail. Ainsi, Granovetter s'intéresse aux « contacts personnels » qui ont permis à ces gens de recevoir une information privée lui facilitant l'octroi d'un emploi, alors qu'ils n'étaient pas sur le marché. Il distingue trois moyens utilisés par ces individus pour trouver un emploi : les procédures impersonnelles (annonce, agence de placement, etc.), les contacts personnels pour lesquels il existe un intermédiaire entre l'emploi et la personne qui va l'occuper, et les candidatures spontanées auprès d'entreprises avec lesquelles l'individu n'a aucun contact. L'échantillon des cadres enquêtés par Granovetter se répartit entre ces trois procédures dans les proportions suivantes : 18,5%, 56% et 18,8% (6,7% par d'autres modalités). Les personnes enquêtées répondent, ainsi que les employeurs d'ailleurs, qu'ils préfèrent les contacts personnels comme voie d'accès (Granovetter, 1974), ce qui est tout à fait compréhensible puisque ces emplois sont mieux rémunérés et plus satisfaisants que les emplois obtenus par d'autres procédures.

Si cette procédure a autant de succès, pourquoi n'est-elle pas utilisée par tous les demandeurs d'emploi. La réponse est que l'accès à l'information pertinente n'est pas à la portée de tous les individus. En effet, l'accès à cette information dépend de la manière avec laquelle ils bénéficient de leurs réseaux de relations. Il peut s'agir soit d'un réseau moins efficace en termes d'informations qui y circulent, soit parce que leur position dans le réseau est moins

favorable que celle d'autres³⁵. En conclusion, cette étude a montré que la diffusion de l'information sur le marché de travail ne se fait pas uniquement par des mécanismes marchands (les grandeurs monétaires), elle peut être aussi véhiculée par des relations sociales.

Plus récemment, Arrow et Borzekowski (2004) ont montré que les réseaux de relations des travailleurs, considérées comme sources d'informations, expliquent entre 15 à 20% des variations jusqu'alors inexplicables de salaires. Des résultats qui font apparaître des différences par rapport au travail de Granovetter, sans pouvoir nier l'importance des relations personnelles dans l'obtention d'un emploi.

Dans un autre cas, Baker (1984) a étudié l'organisation d'un marché boursier à terme où se réalisent uniquement des échanges de gré à gré (décentralisés). Les courtiers opérant sur ce marché cherchent des clients prêts à acheter (vendre) leurs titres à un prix jugé intéressant. Mais, en raison de la taille et du bruit du marché, il paraît impossible de percevoir toutes les offres. Répertoriant les échanges réalisés sur un mois, Baker (1984) découvre que les courtiers ont instauré des réseaux de clientèle : ils ont développé des relations bilatérales assez récurrentes laissant ainsi apparaître « des cliques » (groupes d'au moins trois agents échangeant entre eux la majorité de leurs titres) qui sont structurés les uns par rapport aux autres. Le rôle de ces réseaux est de limiter l'incertitude qui imprègne les transactions. Néanmoins, plus le marché s'agrandit (nombre d'agents/ volume d'échange), plus le nombre de clans augmente, plus l'information est moins bien partagée. Finalement, véritable « paradoxe des grands nombres » (Baker, 1984) et contrairement aux prédictions de la théorie micro-économique standard, les prix deviennent plus volatiles lorsque ce marché s'étend. Ceci peut être expliqué par la fragmentation et la différenciation des réseaux du fait des limites cognitives des acteurs, ce qui réduit l'efficacité des flux d'informations échangés au sein de réseaux plus vastes.

L'étude de Baker montre bien que la prise en compte de l'encastrement des acteurs au sein de réseaux d'échanges permet de comprendre la fixation des cours et la convergence des prix sur un marché. En éclairant le mécanisme de convergence et de formation des prix via les réseaux relationnels, cette étude fournit une représentation socialement encadrée du fonctionnement des marchés financiers et des acteurs, habituellement considérés comme le reflet et

³⁵ Granovetter montre que le réseau familial est moins performant que le réseau amical : ce réseau familial est utilisé par des individus plutôt jeunes, nés dans la région et qui sont sous pression de temps.

l'archétype du marché concurrentiel parfait. Le marché financier apparaît comme une institution socialement construite au sein de laquelle les comportements économiques des acteurs diffèrent du modèle économique standard, car encastrés au sein de réseaux relationnels qui, loin de constituer des fictions, assurent l'organisation sociale du marché (Plociniczak, 2008).

Granovetter (1990b) reconnaît que l'argument de l'encastrement interpersonnel peut être élargi et mobilisé pour expliquer les résultats économiques des firmes et la nature des relations inter-organisationnelles. De ce point de vue, les travaux d'Uzzi (1996, 1997, 1999) et de ses collaborateurs (Uzzi et Gillespie, 2002 ; Uzzi et Lancaster, 2003) sont très intéressants dans le sens où ils illustrent les liens de causalités qui unissent les réseaux relationnels aux performances économiques des firmes. La compréhension des conséquences de cet encastrement au sein de réseaux inter-organisationnels sur les résultats économiques (individuels et collectifs) nécessitent en effet un examen attentif des interactions entre les organisations membres de ces réseaux (Plociniczak, 2008).

Selon Arrow (1998), « *le modèle de réseau (le réseau de connaissances et d'amis) semble plus approprié pour le marché de travail, et peut être moins pour le logement, l'automobile et le marché de crédit* ». Une série de travaux menés par Uzzi et ses collaborateurs sur le marché bancaire des PME vient infirmer l'intuition du prix Nobel d'Economie 1972.

En ce sens, Uzzi (1999) suggère que les relations sociales encastrées et les réseaux formés par un mix de liens encastrés « *embedded ties* » et des liens à l'acte « *arm's length ties* » profitent aux firmes cherchant à se financer. Dans le cadre d'une étude menée sur l'industrie du vêtement new-yorkais, Uzzi (1997) a déjà attribué trois avantages à ces relations « *arm's length ties* » :

- elles réduisent le risque d'opportunisme ;
- elles permettent de s'adapter rapidement à l'environnement du fait de la faible dépendance inter-organisationnelle qu'elles autorisent ;
- elles autorisent un large accès aux informations de marché.

Ces relations associées à des relations encastrées permettent de promouvoir de mécanismes de gouvernance informelle ainsi que de faciliter le transfert d'informations privées, des facteurs susceptibles de motiver la banque et l'entreprise à trouver des solutions aux problèmes de financements que les relations de marché n'ont pas réussi à résoudre. Pour ce faire, Uzzi (1999) a analysé en premier lieu comment les liens sociaux encastrés et à l'acte peuvent affecter la relation d'emprunt. En second lieu, il a essayé de montrer les avantages d'un réseau formé par ces deux types de relations : les avantages d'une relation partenariale liés aux relations encastrées et les avantages du « *brokering* » offerts par les relations à l'acte. Concernant la base de données utilisée pour tester ses hypothèses, l'auteur a eu recours aux données de la NSSBF³⁶ ainsi qu'aux données recueillies par une enquête administrée par la banque fédérale « *Federal Reserve Bank* » qui avait pour objectif de déterminer comment les caractéristiques organisationnelles et celles du marché pourraient affecter la disponibilité ainsi que le coût du crédit. L'enquête menée concernait 1875 PME tous les secteurs confondus sauf les firmes appartenant au secteur agricole³⁷.

Les résultats d'Uzzi (1999) sont conformes à ses hypothèses. En effet, plus les transactions commerciales entre la banque et la firme sont encastrées dans des relations sociales, plus l'accès de la firme au crédit et à un taux faible est grand. L'encastrement permet en fait de développer de la confiance et de la transparence susceptibles de gérer les transactions. Une gouvernance informelle s'installe suivie par un transfert d'informations privées qui étaient inaccessibles par les simples relations de marché. L'auteur conclut donc que l'encastrement est un facteur déterminant dans la relation d'emprunt. Il ajoute aussi que cet avantage de l'encastrement peut s'optimiser par les réseaux formés par des liens encastrés et des liens à l'acte dans le sens où les caractéristiques des deux types de liens permettent de consolider les forces des uns tout en compensant les faiblesses des autres. En présence d'un réseau fort en complémentarité, alors que les liens à l'acte jouent leur rôle de courtier en comparant les différentes structures d'emprunts offerts sur le marché, les liens encastrés permettent une relation partenariale utile pour la collecte d'informations privées.

Les résultats de ce travail sont d'une grande importance puisque, à la différence de la majorité des études consacrées aux comportements des marchés financiers qui se sont intéressées à l'accès à l'information publique et à l'utilisation de mécanismes de gouvernance formelle tels

³⁶ National Survey of Small Business Finances.

³⁷ Le taux de réponse à cette enquête est de 90%.

que les contrats, il permet de montrer que l'encastrement est capable d'instaurer une forme de gouvernance informelle ainsi qu'un transfert de certaines ressources qu'aucun autre mécanisme n'autorise.

2.4 Les limites de l'approche de l'encastrement de Granovetter

Comme nous l'avons présenté précédemment, l'approche de l'encastrement de Granovetter suppose que les actions économiques sont encadrées dans des réseaux sociaux, qu'il convient de cerner à partir des relations personnelles et des structures de celles-ci. Par conséquent, la structure des rapports sociaux se réduit aux seules interactions empiriquement observables.

Plusieurs auteurs ont qualifié cette approche de ce qu'il est convenu de nommer le réductionnisme structurel (Wacquant, 1992 ; Bourdieu, 1997 ; Krippner, 2001). Ainsi, dans son article « Le Champ économique », Bourdieu (1997) affirme que l'accent mis sur les réseaux sociaux se traduit par « une vision interactionniste » ; « ignorant la contrainte structurale du champ, elle ne veut (ou ne peut) connaître que l'effet de l'anticipation consciente et calculée que chaque agent aurait des effets de son action sur les autres agents... faisant ainsi disparaître tous les effets de structure et toutes les relations objectives de pouvoir » (1997, p.55). En effet, Bourdieu, comparant implicitement cette conception avec l'individualisme méthodologique, la caractérise « d'interactionnisme méthodologique », laissant ainsi entendre que l'on retrouve l'atomicité de la pensée utilitariste dans la théorie des réseaux sociaux, mais à un niveau d'analyse différent (1997, p.55, note 27).

Wacquant (1992) considère lui aussi que l'approche de Granovetter ne peut pas envisager les rapports sociaux au-delà du système d'interactions observé. Selon lui, cette approche d'encastrement tombe alors dans un « épiphénoménalisme qui s'interdit de saisir les rapports de force invisibles (opérant au niveau de la structure d'un champ et non à celui de l'interaction) dont l'actualisation ne nécessite pas une mise en relation empiriquement observable ».

Barber (1995), quant à lui, souligne que la perspective de Granovetter accorde peu de place au système social qui intègre les structures culturelles, sociales et la personnalité. Elle ne tient pas compte des rapports sociaux précédant et déterminant les interactions entre les agents sociaux. En effet, les positions qu'occupent les individus dans une structure économique et sociale définissent leur rapport social et déterminent la forme sociale de leurs interactions.

Ainsi, un rapport social peut prévaloir sans que des interactions puissent se présenter à l'observation. La structure des rapports sociaux ne peut pas se réduire aux seuls « contacts et relations personnelles » entre les individus d'où la nécessité de repenser la thèse de l'encastrement de telle façon qu'elle prenne en compte cette dimension de la réalité sociale qui n'apparaît pas immédiatement à l'observation.

D'autres auteurs comme Zukin et Di Maggio (1990) ont pensé la notion d'encastrement au-delà des réseaux sociaux. Di Maggio (1992), par exemple, insiste sur le fait que l'analyse des réseaux ne peut se contenter de repérer les régularités quantitatives des rencontres interpersonnelles. « Elle doit tenir compte de la substance de la cognition (définition des rôles, scripts d'action, typification, etc.), de tout ce que je nommerais de façon interchangeable et appauvrissant les aspects « culturels », « cognitifs » ou institutionnel des réseaux et des systèmes de rôles » (Di Maggio, 1992). En négligeant les forces culturelles et politiques qui dépassent les réseaux, nous pouvons constater un certain nombre de résultats mais nous ne pouvons pas pleinement comprendre les phénomènes liés aux réseaux : comment se sont-ils constitués, qu'est-ce qui le maintient, que nécessite l'établissement de la confiance, quelles relations de pouvoir ou de domination incluent-ils, etc. ? (Le Velly, 2004).

Ainsi, dans son travail sur les réseaux d'entreprises de confection, Uzzi (1996) ne se contente pas d'observer les résultats des différentes formes de réseaux. Il fait également apparaître la logique qui les crée et les maintient. Les dirigeants parlent de « famille » ou d'« amis » pour traiter de leurs contacts dans le métier et c'est à travers des relations de parrainage que le réseau s'élargit. En outre, l'information diffusée dans les réseaux observés est jugée digne de confiance, en raison précisément de cette logique non économique qui est à l'origine du réseau.

Dans l'un de ses articles, Granovetter (2000) revient sur ce débat en admettant l'existence d'un malentendu autour de cette accusation de réductionnisme structurel. Selon lui, elle est liée à ses premiers écrits sur « la force des liens faibles » et « l'action économique et la structure sociale » et, de toutes les façons, elle n'est pas pertinente au regard de la conception qu'il a des réseaux sociaux pour plusieurs raisons. D'abord, il a déjà souligné tout ce qui le sépare d'un « interactionnisme méthodologique » qui suppose une autonomie des réseaux sociaux par rapport à des formations plus vastes et aux structures de pouvoir : « *les analyses causales que l'on peut développer à partir de la notion d'encastrement se situent à un niveau*

assez peu général. En effet, elles nous disent peu de choses concernant les grandes circonstances historiques et macro structurelles qui ont déterminé les caractéristiques socioculturelles des systèmes. Aussi, nous ne prétendons nullement que cette approche fournisse une réponse aux questions très générales portant sur la nature de la société moderne ou sur les origines des évolutions économiques et politiques... selon nous, on ne peut pas donner de réponses satisfaisantes à ces grandes questions, sans comprendre en détail les mécanismes par lesquels les évolutions en cours exercent leurs effets » (Granovetter, 1985).

La seconde raison de ce malentendu est liée à un contexte général. Certains travaux de la sociologie économique anglophone sous-estiment et sont incapables d'analyser de façon explicite le rôle essentiel qu'exercent sur les actions et les réseaux des individus des forces culturelles et politiques qui les dépassent. Néanmoins, ceci n'empêche pas de trouver référence à un contenu culturel dans les réseaux que Granovetter décrit. Dans un article publié en 1990, il parle ainsi du souvenir de la « tonalité émotionnelle » des interactions passées et des « structures normatives, symboliques et culturelles » qui peuvent être partagées par les membres d'un réseau très cohésif (Granovetter, 1990). Dans son étude des Business Groups (entreprises en réseaux, cartels stables, conglomérats...), il insiste de même sur le fait que ces groupes « présupposent une communauté morale dans laquelle un comportement digne de confiance puisse être attendu, des standards normatifs compris et l'opportunisme écarté » (Granovetter, 1994). On ne peut pas alors distinguer ce qui relève de la forme des réseaux de ce qui revient à la culture. L'analyse théorique proposée par Granovetter (2002) prend également en considération des facteurs culturels et politiques. La notion de réseau social, explique-t-il, amène à décrire des normes de comportement, des relations de pouvoir et de solidarité qui ne peuvent être réduites à des considérations structurelles. En outre, la notion de trou structurel peut s'élargir en tenant compte du gain à construire des ponts entre des sphères d'échanges de cultures distinctes (il cite l'école et la famille).

Section 4. Les conséquences de l'encastrement : la formation du capital social et le développement des réseaux sociaux

La thèse de l'encastrement montre l'intérêt de la sociologie des réseaux sociaux pour étudier des phénomènes économiques. Selon Saleilles (2007), le courant de l'entrepreneur « encasté » s'est développé dans les années 80, en adaptant les travaux de sociologues des réseaux sociaux au contexte entrepreneurial. La sociologie des réseaux sociaux est « *un ensemble de méthodes, de concepts, de théories, de modèles et d'enquêtes (...) qui consistent à prendre pour objet d'étude non pas les attributs des individus (leur âge, leur profession, etc.), mais les relations entre les individus, et les régularités qu'elles présentent, pour les décrire, rendre compte de leur formation et de leurs transformations, analyser leurs effets sur les comportements individuels* » (Mercklé, 2004).

1. Les réseaux sociaux

Un réseau est défini généralement comme étant un ensemble d'acteurs rattachés par des relations qui peuvent être fort diverses, selon le problème traité. Le réseau rend compte ainsi des systèmes de liens directs et indirects formés par l'ensemble des contacts entre acteurs. Quant à une relation, elle traduit une forme d'interaction sociale qui met les acteurs en contact ; il peut s'agir des transactions sur un marché, des échanges de services entre individus d'un même quartier ou bien de la présence des conseils d'administration d'un ensemble d'entreprises (Steiner, 2005). Il s'agit « *des groupes d'individus entre lesquels la fréquence des interactions économiques et la densité des relations sociales permettent de lever l'incertitude liée au hasard moral en permettant de discerner précisément entre les membres malhonnêtes et les membres honnêtes* » (Ferrary et Pesqueux, 2004).

Contrairement à la vision de l'école économique néo-classique, l'existence de motivations extra économiques et le fait que, même dans des relations économiques, interviennent des motivations autres que la poursuite de l'intérêt personnel, expliquent que les agents n'ont pas un comportement purement opportuniste, ce qui justifie l'existence de la confiance. Cette dernière n'est présente que parce que les agents privilégient certaines valeurs avant leur intérêt économique personnel.

Le réseau permet une certaine influence de la dimension sociale des participants lors de leur coordination économique. Par sa structure, il rassemble plusieurs entités de petite et moyenne taille et par sa dynamique, il facilite la pérennisation de leurs activités productives.

L'organisation en réseau représente pour les entreprises, surtout de petite taille, un moyen efficace de surmonter les difficultés économiques du contexte actuel, pour différentes raisons qui sont :

- l'accessibilité à l'allocation de ressources (Kœnig, 2004) ;
- la réalisation d'économies d'échelle (Powell, 1987) ;
- la réduction de coûts (Kœnig, 2004) ;
- la mutualisation du développement (Hakansson et Snehota, 1990) ;
- le partage des compétences (Porter, 1997) ;
- l'accessibilité à l'information (Joffre, 1998).

1.1 L'analyse structurale et la sociabilité

L'étude de l'analyse structurale ne peut pas se passer de la sociabilité comme étant une dimension nécessaire à la compréhension des relations qui la composent. Cette sociabilité se développe au travers de pratiques telles que les sorties, la vie associative, les conversations, etc. Afin de mieux appréhender cette notion, plusieurs formes sont à distinguer.

On distingue d'abord la sociabilité *formelle* de la sociabilité *informelle*, ce qui permet de différencier les réseaux dont l'organisation est constituée (par exemple une entreprise) de ceux dont l'organisation n'est pas constituée (par exemple un réseau d'amis). Cette distinction n'empêche pas les relations formelles et informelles d'évoluer dans les deux sens : un réseau d'amis peut, par exemple, se transformer en une association qui sera gérée par des rapports formels. On distingue encore entre sociabilité à caractère *collectif ou individuel*. L'objectif est de savoir si la relation est dépendante d'un groupe ou d'un contexte spécifique, c'est-à-dire si elle ne peut exister que moyennant la présence d'autres relations ou si, au contraire, l'aspect strictement interpersonnel l'emporte. Par exemple, les relations que des amis nouent quant ils se trouvent le soir autour d'un bar pour discuter, peuvent elles survivre à la disparition de ce bar ?

Une troisième distinction consiste à classer les sociabilités selon leur intensité forte ou faible, ce qui permet de spécifier différents degrés : amis, camarades, copains, simples connaissances, etc. Enfin, la différenciation des relations *électives ou affinitaires* de celles qui ne le sont pas s'impose. Les relations que l'on a au travail ne permettent pas un grand choix, alors que les relations familiales dites semi électives comprennent certaines affinité laissant un champ d'action plus large. A l'inverse, la relation amicale ou amoureuse pleine d'affinité n'impose aucune obligation.

Comme nous l'avons déjà évoqué, les relations de sociabilité existent à travers un ensemble de pratiques (Lemel et Paradeise, 1976) : la pratique du sport, les sorties, la fréquentation des associations, les réceptions chez soi, les réceptions chez autrui, la fréquentation des cafés, les jeux de cartes, la danse, etc.

Les relations liées aux sorties sont parmi les différents types de sociabilité. Les occasions de sortie sont nombreuses (aller à un spectacle, au cinéma, au restaurant ou pratiquer un sport). Ces moments privilégiés permettent d'instaurer des rapports informels entre les individus. On trouve aussi la participation à des réunions d'associations qui se présente comme un aspect important de la sociabilité. Les adhérents sont de différentes catégories d'âges, de différents niveaux sociaux. On note que tout au long de ces réunions associatives, des liens sociaux se nouent entre ces différentes catégories.

➤ **Les liens faibles et liens forts**

L'analyse des réseaux interpersonnels atteste souvent de l'importance des caractéristiques des liens, à savoir une force et une faiblesse dans la performance économique. Granovetter est le premier à avoir véritablement construit une théorie sur ces bases. En effet, il suggère une différence d'efficacité entre les liens faibles et les liens forts : les liens faibles permettraient d'obtenir des emplois dont les enquêtés se disent plus satisfaits que lorsqu'il s'agit des liens forts.

Dans son article fondateur intitulé « la force des liens faibles » (Granovetter, 1973), il définit la force des liens par une combinaison de critères qui sont indépendants les uns des autres bien que l'ensemble soit évidemment fortement corrélé :

- la durée de la relation qui comporte deux significations avec l'ancienneté de la relation et le temps passé ensemble ;
- l'intensité émotionnelle ;
- l'intimité ;
- les services réciproques que se rendent les partenaires ;
- la multiplicité de la liaison, c'est-à-dire la pluralité des contenus de l'échange³⁸.

Etant admis la définition de la « force » des liens, on considère trois personnes, A, B et C. Si on suppose l'existence des liens forts entre A et B d'une part, et A et C d'autre part ; il y a une forte probabilité que B et C entreront en relation et un lien apparaîtra entre eux. De plus, le fait que des liens forts unissent A et B et A et C n'est que le résultat d'une ressemblance entre ces derniers. Ainsi, si B et C ressemblent à A, il y a de fortes chances que B et C se ressemblent. Inversement, si A est lié fortement à B, mais faiblement à C, il y a peu de chances que B et C se rencontrent et donc se rapprochent. Le lien entre B et C pourra demeurer absent ou de faible intensité.

En ce sens, Géraudel (2008) propose une vérification de l'hypothèse de la force des liens faibles auprès de 520 PME françaises. Il montre qu'ils sont corrélés négativement à l'obtention d'informations stratégiques sur les marchés. Il contredit donc les recherches sur la force des liens faibles (Granovetter, 1973 ; Hansen, 1999) et renforce le courant des recherches qui défendent l'idée de la force des liens forts (Uzzi, 1997 ; Gulati, 1998 ; Uzzi et Lancaster, 2003 ; Chauvet, 2004 ; Chollet, 2005) en mettant en exergue la prédominance des échanges de ressources entre individus connectés par des liens forts.

1.2 Le réseau personnel et l'entrepreneuriat

Selon Saleilles (2007), le réseau personnel a été étudié en entrepreneuriat sous différents aspects. Tout d'abord, dès les travaux fondateurs, deux visions du réseau dans lequel est inséré un entrepreneur apparaissent : la vision communautaire (Aldrich et Zimmer, 1985) et la vision personnelle (Johannisson, 1986). Ensuite, la distinction entre les réseaux personnels et inter-organisationnels a été bien souvent présente dans les études menées sur la création d'entreprise. De plus, le terme « personnel » a été attribué au concept de réseau pour qualifier

³⁸ Granovetter considère que la plupart des liens multiplexes seront effectivement des liens forts, sans que la multiplicité soit une condition nécessaire de la force d'un lien.

soit la nature « privée » des relations, soit en référence au concept de réseau personnel développé par la sociologie des réseaux sociaux.

En ce sens, Dubini et Aldrich (1991) définissent le réseau personnel comme : « *Toutes les personnes avec lesquelles l'entrepreneur a des relations directes (ou, dans certains cas, des relations indirectes via des relations directes). Pour les entrepreneurs, nous pouvons penser aux partenaires, fournisseurs, clients, capital risque, banques ou autres financeurs, distributeurs, associations commerciales et membres de la famille. Le type le plus simple de réseau personnel inclut les liens directs qui relient l'entrepreneur aux personnes avec lesquelles il a des échanges directs. Souvent, il s'agit de personnes que l'entrepreneur rencontre en face à face et desquelles il obtient des services, des conseils et un support moral* »³⁹ (Dubini et Aldrich, 1991).

En ce qui concerne, la distinction entre les réseaux inter-organisationnels de ceux portant sur les réseaux personnels des entrepreneurs et malgré qu'il s'agit là de deux niveaux d'analyse bien distincts qui trouvent leurs racines dans des disciplines différentes (économie vs sociologie) et qui ont été utilisés dans des domaines de recherches variés (districts industriels et alliances vs création d'entreprise), O'Donnell et al. (2001) montrent qu'ils se chevauchent souvent dans les recherches en entrepreneuriat. En effet, « le terme réseau personnel a été utilisé dans la littérature pour englober des acteurs qui n'étaient pas traités en tant qu'individus » (O'Donnell et al., 2001). Par exemple, les clients ou les concurrents peuvent être inclus dans la définition du réseau personnel alors qu'il s'agit souvent d'entreprises. De même, dans les travaux sur les réseaux inter-organisationnels, l'individu et les relations interpersonnelles sont au centre de nombreuses recherches. Les auteurs concluent donc que « bien que le terme « personnel » puisse être accolé au terme « réseau », dans de nombreux travaux en entrepreneuriat, le réseau (personnel) entrepreneurial est compris comme incluant à la fois des liens formels et informels et des liens entre individus et entre individus et organisations » (O'Donnell et al., 2001). Ainsi, du fait de la petite taille des entreprises créées et, donc, de la personnalisation de leur gestion « le problème de distinguer les échanges au

³⁹ Traduction de "A personal network, or role set, consists of all those persons with whom an entrepreneur has direct relations (or, for some purposes, indirect relations via direct relations). For entrepreneurs, we could think of partner, suppliers, customers, venture capitalists, bankers, other creditors, distributors, trade associations, and family members. The simplest kind of personal network includes direct linking entrepreneurs with persons with whom they have direct dealings. Typically, these are persons whom entrepreneurs meet on a face-to-face basis, and from whom he obtains services, advice, and moral support" (Dubini et Aldrich, 1991, p.307).

travers de réseaux personnels et inter-organisationnels est en grande partie abandonné » (Johannisson et al., 1994).

Dans notre cadre de recherche, il paraît plus avisé de raisonner en termes de réseau personnel. En effet, le dirigeant de PME rentre en contact avec de multiples individus appartenant à différentes sphères économiques et sociales (institutions, amis, famille, experts-comptables...). Délimiter son réseau pour répondre à notre question de recherche qui porte sur les effets du réseau du dirigeant de PME, paraît difficile. Le réseau personnel étant l'ensemble des relations personnelles de l'individu, il n'est en rien exclusif. Il peut comprendre la famille, les amis, les autres chefs d'entreprise, les fournisseurs, les clients, les relations avec les institutions publiques ou privées, les relations très anciennes comme les très récentes, celles fréquentes et non fréquentes.

2. Le capital social

2.1 Quelle approche du capital social ?

La notion de capital social est apparue au cours des années 80 dans les travaux de Bourdieu (1980), Coleman (1988) et Burt (1992). L'objectif de ces auteurs pionniers n'était pas de proposer une définition opérationnelle du capital social, mais plutôt d'attirer l'attention sur le fait qu'il existe une forme de capital autre que le capital économique ou humain. En effet, il s'agit de montrer les effets positifs de la socialisation et la prise en compte des phénomènes non économiques comme d'importantes sources de pouvoir et d'influence interindividuelle (Portes A., 1998). Nous proposons quelques définitions des auteurs qui ont le plus marqué ce concept.

Bourdieu (1980a) définit le capital social comme étant « *l'ensemble des ressources actuelles et potentielles qui sont liées à la possession d'un réseau durable de relations plus ou moins institutionnalisées d'interconnaissance et d'inter-reconnaissance, ou en d'autres termes, à l'appartenance à un groupe, comme ensemble d'agents qui ne sont pas seulement dotés de propriétés communes mais sont aussi unis par des liaisons permanentes et utiles* » (p.2)

Autrement dit, cette notion concerne l'appartenance à un groupe comme ensemble d'agents qui ne sont pas seulement dotés de propriétés communes mais sont aussi unis par des liaisons permanentes et utiles. Ces liaisons sont caractérisées comme étant la source d'échanges

matériels et symboliques qui, par leur fréquence, permettent une certaine reconnaissance et la différenciation par rapport à une simple proximité physique (géographique), économique ou sociale. Les échanges permettent de transformer les choses échangées en signes de reconnaissance mutuelle et en reconnaissance de l'appartenance au groupe qu'elle implique, produit le groupe et détermine du même coup les limites du groupe, c'est-à-dire, les limites au-delà desquelles l'échange constitutif ne peut avoir lieu. Tous les échanges pour l'auteur ont lieu dans des milieux sociaux ou microcosme autonomes, désignés comme champs (Bourdieu P., 2000).

La durabilité des relations est importante puisque le capital social représente : « l'ensemble des ressources actuelles ou potentielles qui sont liées à la possession d'un réseau durable de relations ». En outre, selon Bourdieu, l'existence de ce réseau durable de relations : « *N'est pas un donné naturel* » (ibid p.2). Mais plutôt : « *le produit de stratégies d'investissement social consciemment ou inconsciemment orientés vers l'institution ou la reproduction de relations sociales directement utilisables, à court ou à long terme, c'est-à-dire vers la transformation de relations contingentes, comme les relations de voisinage, de travail ou même de parenté, en relations à la fois nécessaires et électives, impliquant des obligations durables subjectivement ressenties (sentiments de reconnaissances, de respect, d'amitié, etc.) ou institutionnellement garanties (droits), cela grâce à l'alchimie de l'échange (de paroles, de dons, de femmes, etc.) comme communication supposant et produisant la connaissance et la reconnaissance mutuelles* » (ibid.p.2).

En comparaison avec les différentes approches les plus représentatives du capital social (les travaux de Coleman (1988) et Putnam (1993, 2000)), l'originalité chez Bourdieu est la prise en compte, non seulement du réseau de relations d'un individu qui peut être caractérisé par son étendue et par sa viabilité, mais aussi de la mobilisation des ressources ou des capitaux spécifiques, comme celui de l'information qu'il permet de mobiliser par procuration. De cette manière, l'auteur distingue deux composantes du capital social avec, d'une part, le réseau de relations qui donne accès à une ressource et, d'autre part, la ressource elle-même. Autrement dit, le capital social est composé de l'étendue du réseau des liaisons qu'un individu peut mobiliser, mais aussi du volume du capital (économique, culturel ou symbolique) possédé par chacun de ceux auxquels il est lié (Bourdieu, 1986).

Pour sa part, Coleman (1990) propose la définition suivante: « (...) *social organization constitutes social capital, facilitating the achievement of goals that could not be achieved in its absence or could be achieved only at a higher cost* ». En reprenant les résultats des travaux de Granovetter (1973) qui montrent que les liens forts sont porteurs de contrôle social et de cohésion et que les liens faibles sont davantage porteurs d'informations et d'opportunités, Coleman affirme que le capital social permet une meilleure construction et une meilleure valorisation du capital humain. Pour Coleman (1988), le capital social a deux principales fonctions. D'une part, il exerce un contrôle sur les actions individuelles et, d'autre part, il permet de faire circuler l'information et d'accéder à des opportunités. À travers cette perspective, les structures sociales apparaissent comme une solution à la loi et au contrat pour contraindre les comportements individuels. Un des fondements de ces structures sociales est l'existence de la confiance. Pour Coleman, les interactions des individus au niveau micro produisent de la réciprocité et de la confiance ; à un niveau macro, elles produisent certaines valeurs intégratives (Coleman, 1988). Coleman cite l'exemple des diamantaires juifs de New York qui, grâce au contrôle social exercé par leur réseau, peuvent s'échanger sans formalités une marchandise très précieuse.

Pour Coleman, le capital social existe au niveau microsocial, puisque chaque acteur contrôle certaines ressources et ses interactions lui donnent la possibilité d'accéder à d'autres ressources qu'il ne possède pas, mais qui ont pour lui un intérêt particulier. Il soutient l'importance de la densité du réseau relationnel afin de faciliter l'émergence de normes communes, de maintenir un haut niveau de confiance, de réduire les asymétries de l'information et de conférer du pouvoir aux individus.

La définition la plus mobilisée par les travaux académiques concernant le capital social est celle de Robert Putnam. Pour l'auteur, le capital social représente « *les caractéristiques de l'organisation sociale telles que les réseaux, les normes et la confiance, qui facilitent la coordination et la coopération, pour un bénéfice mutuel* » (Putnam, 1995, p. 65).

Dans sa définition du capital social, Putnam propose trois composantes : les normes et les obligations morales, les valeurs sociales notamment par la confiance et les réseaux sociaux par la participation associative. Ainsi, le capital social favorise essentiellement l'action collective, notamment par la coopération. Son principe fondamental est fondé sur la qualité des relations sociales et sur la confiance. Putnam considère qu'à travers la confiance, les

individus sont incités à coopérer, ce qui favorise l'action collective et, en conséquence, le bien-être social (représenté par des facteurs comme la santé, la performance scolaire, le développement économique ou la démocratie).

La conception de Putnam du capital social concerne une dimension macro sociale. Le capital social se caractérise au niveau d'une nation par la disponibilité des citoyens à s'impliquer dans des activités associatives (il n'est pas significatif qu'elles soient politiques, syndicales, religieuses, sportives ou scolaires). Putnam considère que le capital social possède une valeur privée qui concerne les individus inscrits dans leurs liens sociaux et une valeur publique qui est reflétée dans la société d'appartenance de ces individus. Ses travaux se sont intéressés notamment à cette dernière valeur du capital social, la valeur publique. Putnam valorise toutes les formes de liens sociaux : pour lui, le fait de rencontrer régulièrement une personne et d'établir des liens avec celle-ci, permet de bénéficier, à un certain moment si nécessaire, de son aide.

Dans de nombreux travaux, ces trois définitions sont simplement rapprochées et non pas mises en perspectives. On ne s'étonnera pas alors que le capital social reste encore un concept flou que chacun interprète à sa manière. En conséquence, l'analyse du capital social se résume à l'étude du réseau social et des normes et des valeurs partagées, deux concepts communs aux trois définitions. En utilisant ces deux concepts, on veut signifier que les individus ou les groupes peuvent trouver des ressources dans leurs connexions aux autres individus ou groupes, selon la forme que prennent ces connexions. Les ressources (confiance, réciprocité) auxquelles un individu ou le groupe accède par son réseau de relations personnelles, permettent d'instaurer des liens de confiance entre les acteurs, facilitant ainsi le transfert d'information et réduisant l'incertitude qui régnait.

Après l'intérêt créé par ces trois théoriciens, de nombreux auteurs se sont prononcés dans le but de mieux préciser le concept et puis de développer des outils pour faciliter sa mobilisation dans la recherche (Baker, 1990 ; Portes, 1998 ; Fukuyama, 1995). A partir de l'ensemble de ces définitions, on peut avancer deux observations. D'abord, il est difficile d'avoir une définition conceptuelle unique et précise. Ensuite, la reconnaissance, par les trois visions développées précédemment, de l'importance de considérer que le capital social est constitué de deux composantes, d'une part, une dimension structurelle du réseau social et, d'autre part,

par les ressources accessibles par la mobilisation dudit réseau relationnel, n'est partagé que par un nombre très réduit d'auteurs.

Nous allons poursuivre la présentation du capital social à travers l'approfondissement de ses composants qui seront évoqués dans les différentes dimensions du capital social.

2.2 Les dimensions du capital social

En reprenant les travaux d'Hughes et al. (2000), Stone (2001) reconnaît l'existence de deux dimensions fondamentales du capital social, la dimension structurelle et la dimension relationnelle.

Dimension structurelle : les réseaux	Dimension relationnelle : les normes
Type : Informel ↔ Formel	Normes de confiance :
Taille/capacité Limitée ↔ Extensive	Confiance sociale Personnelle Familiale Générale
Structure :	Confiance :
Ouverte ↔ Fermée Dense ↔ Etendue Homogène ↔ Hétérogène	Civique / Institutionnelle
Hierarchie :	Normes de réciprocité :
Verticale ↔ Horizontale	En nature Directe Immédiate

Tableau 4: Les dimensions du capital social et leurs caractéristiques⁴⁰

➤ ***La dimension structurelle***

La dimension structurelle du capital social est composée des caractéristiques du système social et du réseau de relations comme étant une seule unité. Elle décrit la configuration

⁴⁰ Source: Stone W., 2001, p. 7.

impersonnelle des liens entre les individus ou les unités. Cette dimension fait référence à l'ensemble des traits de contacts, autrement dit, qui connaît un individu et comment il l'a connu (Burt, 1992).

Pour Nahapiet et Ghoshal (1998), la dimension structurelle du capital social est composée par : les liens du réseau (network ties), sa configuration (network configuration) et l'organisation appropriée (appropriable organization) qui permet de transférer le capital social d'un contexte à un autre. Pour les auteurs, cette dimension influence principalement le développement du capital intellectuel par la facilité des échanges de connaissances et par l'incitation de la participation dans la formation (Nahapiet et Ghoshal, 1998). Elle influence aussi le développement des dimensions relationnelles et cognitives.

➤ *La dimension relationnelle*

Pour sa part, la dimension relationnelle décrit le type de relation personnelle créée entre les individus dans la durée, à travers leurs interactions (Granovetter, 1992). Cette représentation des relations se fait via certaines valeurs qui influencent les comportements des individus comme la confiance et la loyauté (Fukuyama, 1995), les normes et les sanctions (Coleman, 1990), les obligations et les attentes (Burt R., 1992), l'identité et la reconnaissance sociale (Hakansson et Snehota, 1995) ou l'amitié, entre autres. À travers leurs relations personnelles, les individus atteignent la satisfaction de leurs besoins sociaux, que ce soit en termes de sociabilité, d'approbation ou de prestige. En fait, la valeur de la dimension relationnelle est de type comportemental par opposition à la dimension structurelle précédente. Nous reprenons la classification de Nahapiet et Ghoshal (1998) dans laquelle ils considèrent que la dimension relationnelle du capital social est composée :

- de la confiance interpersonnelle ;
- des normes ;
- des obligations ;
- de l'identification sociale.

Comme nous l'avons évoqué, dans l'encastrement structurel, le principe de base considère que les comportements et les choix des individus sont influencés par les réseaux relationnels

dans lesquels ils sont inscrits. Si le capital social possède aussi une dimension structurelle importante, celle-ci représente seulement une partie de sa richesse, puisqu'il reconnaît l'influence d'une dimension relationnelle qui valorise la qualité et la nature des relations, notamment par les effets de la confiance et de la réciprocité (Soto Maciel, 2007).

En ce sens, plusieurs recherches ont confirmé l'influence du capital social sur la performance organisationnelle, comme celle d'Aydi (2003). L'auteur met surtout en évidence que cette influence du capital social s'exerce d'une manière simultanée par la dimension structurelle et relationnelle du réseau social existant entre les organisations (Aydi, 2003). L'auteur a démontré que l'étendue du réseau relationnel du dirigeant influence proportionnellement son accès à l'information concernant surtout la concurrence et les opportunités de nouvelles affaires. Si, dans l'étude, l'accès aux ressources informationnelles n'a pas permis d'être mis en relation avec un certain nombre de liens faibles, au contraire, les liens forts se sont avérés très importants lors de l'accès à des ressources financières.

Dans le même contexte, Plociniczak (2008) considère que le volume et la nature des ressources auxquelles un acteur peut avoir accès, dépendent certes de ses relations directes (encastrement relationnel) mais aussi, et peut-être surtout, de la distribution de ses relations indirectes (les relations de ses contacts entre et avec des tierces personnes (encastrement structural)). Dès lors, loin de dépendre exclusivement du nombre et des ressources de ses relations immédiates, le capital social d'un acteur est fonction des caractéristiques socio-structurales du réseau relationnel dans lequel il est encadré. Par exemple, dans l'étude de Granovetter (1973, 1995a) sur le marché de l'emploi dans la banlieue de Boston, les informations les plus pertinentes pour un chercheur d'emploi sont fournies par ses connaissances au travers de liens faibles, car celles-ci véhiculent des informations plus diversifiées que les relations fortes entretenues avec la famille et les amis. Mais si une information explicite relativement publique peut être acquise au travers de liens faibles, il en va autrement pour des connaissances complexes et tacites qui nécessitent la mobilisation de liens forts (Uzzi, 1996, 1997 ; Hansen, 1999).

2.3 La formation du capital social

La possession du capital social est toujours reconnue sous une manière conjointe. D'après Nahapiet et Ghoshal (1998), la construction du capital social est fortement dépendante des facteurs liés aux relations sociales comme :

- le temps ;
- l'interaction ;
- l'interdépendance.

Lors de la construction du capital social, ces facteurs sont étroitement mis en relation et interconnectés, ce qui implique que le développement de l'un soit un facteur d'influence pour les autres, comme nous allons le constater ultérieurement.

➤ *Le temps*

Le capital social est lié au temps par sa nécessité d'être constitué par des relations fortifiées tout au long de la durée. Les relations stables et durables sont étroitement liées à d'importants niveaux de confiance et des normes de coopération (Granovetter, 1985 ; Putnam, 1993). Principalement, ce type de relations sociales étroites, fortes, réciproques et multidimensionnelles sont très rarement disponibles dans les marchés économiques purs. La durabilité et la stabilité des relations sociales facilitent et renforcent la clarté et la reconnaissance des obligations mutuelles (Misztal, 1996).

D'une manière contraire aux autres formes de capital, le capital social augmente avec sa mobilisation et son utilisation. C'est ainsi que l'interaction est une condition clé dans le développement et le maintien d'un capital social dense (Bourdieu, 1986). Elle permet la réduction de l'incertitude et la stabilisation du contexte, satisfaisant ainsi les différentes attentes réciproques des partenaires. Pourtant, le capital social possédé à partir de ces relations est le produit des expériences passées.

➤ *L'interaction*

Coleman (1990) préconise qu'il existe une relation positivement proportionnelle entre le niveau de dépendance entre les individus et la formation du capital social, notamment dans sa

dimension relationnelle. Cette affirmation part du fait que les attentes et les obligations sont moins significatives quand les individus ont la possibilité d'accéder et de mobiliser différentes sources pour atteindre leurs objectifs. En conséquence, un important niveau de capital social est ainsi susceptible d'être développé dans des contextes qui sont caractérisés par un important niveau d'interaction mutuelle. On observe que l'interaction est étroitement liée à l'interdépendance. Dans ces formes organisationnelles, la coordination entre les acteurs à travers leurs rapports sociaux est le résultat des ajustements mutuels guidés par le souci d'établir des transactions bénéficiaires. Dans ce type de coordination, l'ordre procède des rapports formels codifiant les rôles attendus lors la possession ou l'allocation de ressources ainsi que des procédures de décision organisées.

➤ *L'interdépendance*

Dans un contexte d'interdépendance, les comportements des partenaires d'un système d'action dépendent pour tout ou partie des attitudes et des conduites réciproques. Si les performances d'un acteur A nécessitent le concours d'un individu B, ou si elles entraînent des conséquences pour ce dernier, les parties tentent de prévoir ou de tenir compte des actes et des réactions respectives. Les acteurs de l'échange A-B n'ignorent pas qu'ils sont les piliers des rapports entretenus : si l'un d'entre eux se retire, l'interaction disparaît ; s'ils décident de rester, ils partagent la responsabilité des actions communes ; de la même façon, A-B ressentent directement les gains et les inconvénients des performances réciproques. L'interdépendance est ainsi considérée comme facteur stimulant du développement de nouvelles formes organisationnelles, car elle assure le transfert de ressources entre les partenaires.

La mobilisation du capital social dans la littérature relève toujours ses conséquences positives. En effet, son succès est partiellement dû à une focalisation sur ses aspects positifs, car les travaux sur l'influence négative du capital social, bien qu'ils soient réels, sont très rares (Portes, 1998). Pour nous, la considération des effets négatifs du capital social doit nécessairement être une partie intégrante de l'analyse de notre recherche, aussi allons-nous l'évoquer ci-après.

Un des effets négatifs du capital social est lié aux coûts générés par le transfert d'information (Adler et Kwon, 2002). Malgré l'acceptation du fait que la formation et le maintien du capital

social nécessitent un investissement personnel, dans certains cas, le retour des bénéfices n'est pas proportionnel. Afin d'illustrer ce propos, nous pouvons évoquer les travaux d'Hansen (1998) qui cherchait à démontrer les bénéfices du capital social sur le transfert d'informations. Les résultats ont permis de constater que lorsque les liens sont forts entre deux unités de travail, il est nécessaire d'augmenter le temps pour accomplir les mêmes tâches que celui qui est nécessaire pour des unités possédant des liens faibles. Ainsi, les liens faibles peuvent être considérés comme étant plus efficaces du fait que leurs coûts de maintien sont plus faibles. En conséquence, les résultats montrent que malgré l'influence positive du capital social, les coûts qu'il génère pour son maintien peuvent être proportionnellement élevés par rapport aux bénéfices qu'il produit.

La deuxième limite réside dans la compréhension de la formation du capital social au niveau individuel, puis au niveau de la société ou d'un groupe. Comment crée-t-on du capital social, et comment un capital social individuel bénéficie-t-il à un niveau collectif ? « Elle pose à la fois le problème des déterminants des perceptions et des pratiques des individus et celui de l'agrégation de ces perceptions et pratiques au niveau des groupes ou des sociétés » (Ponthieux, 2006). Il est effectivement difficile d'articuler les niveaux microsociologique et macrosociologique pour établir des fondements à la formation du capital social. Les questions posées sont en fait celles-ci : est-ce possible d'articuler ces deux niveaux d'analyse ? Si oui, comment ? Putnam tente de résoudre ce problème en posant plusieurs hypothèses :

- les comportements individuels suivent une mécanique de calcul ;
- les contacts sociaux sont le fruit du hasard ;
- les structures sociales sont données.

«Ce n'est qu'au prix d'un tel réductionnisme que les réseaux, les normes et la confiance peuvent être conceptualisés comme un capital social qui déterminerait les performances économiques, démocratiques et sociales des pays ainsi que le bien-être des individus» (Ponthieux, 2006). L'explication de la formation du capital social n'est donc possible que dans la mesure où certaines hypothèses restrictives sont posées.

En somme, même si nous remarquons un lien entre le capital social individuel et le capital social d'un groupe, nous ne savons pas réellement comment il est possible de créer, à un

niveau micro, du capital social qui va avoir un effet au niveau macro. Cette limite va de pair avec la troisième relative au caractère public ou privé du capital social.

Nous précisons ici que le capital social est plus large que la simple notion de réseau social. Le réseau est une partie intégrante du capital social. Chaque individu détient un capital social qui correspond à l'ensemble des ressources qui sont liées à la possession d'un réseau durable de relations sociales plus ou moins institutionnalisées, d'inter-connaissance et d'inter-reconnaissance. Dans ce cas, la notion de capital social suggère que la composition des relations sociales d'un individu constitue pour lui un atout dans son activité économique, car les informations qu'il détient sur les membres de son réseau social réduisent l'aléa moral dans les échanges qu'il noue avec eux (Ferrary, 1999).

3. Le capital social, le réseau personnel et la performance

En sciences de gestion et en particulier en entrepreneuriat, la littérature sur le capital social connaît depuis quelques années un développement rapide. La proposition centrale de la théorie du capital social repose sur l'argument selon lequel les réseaux de relations sociales constituent une ressource précieuse pour la conduite des affaires, car ils facilitent l'action économique (Nahapiet et Ghoshal, 1998 ; Burt, 1992) et permettent aux entrepreneurs d'élargir leur champ d'action, d'économiser leurs moyens et d'accéder à des ressources et opportunités exclusives.

3.1 La relation avec la performance de l'entreprise

Au sujet des conséquences des liens sociaux sur la performance de l'entreprise, une autre étude française de Bonnet (2004) a attiré notre intérêt. La motivation principale de ce travail est de chercher à mieux comprendre l'impact sur la performance financière des relations interpersonnelles qu'entretiennent les capital investisseurs (CI) avec les dirigeants d'entreprise. L'auteur a montré l'existence d'un impact favorable de ces liens sur la performance. Contrairement à ses attentes, ni une relation confiante, ni des liens sociaux ne paraissent affecter le contrôle exercé par les CI sur les dirigeants. Ceci tend à montrer que les CI parviennent à bénéficier de l'impact de la confiance et des liens sociaux sur la coopération, qui se traduit par des processus de travail commun plus efficaces et favorables à la performance, sans en subir l'inconvénient principal qui serait un relâchement du niveau de contrôle, pouvant conduire à augmenter le risque de spoliation par les dirigeants. Ceci peut

probablement s'expliquer par l'efficacité du système de gouvernance dans lequel opèrent les CI. Leur rémunération ainsi que leur capacité à lever, dans le futur, de nouveaux fonds auprès des investisseurs sont très fortement basées sur le succès des fonds qu'ils gèrent.

Dans une autre étude, Westphal (1999) explore les effets des relations sociales entre les mandataires pour l'élaboration de la stratégie d'une entreprise. À ce titre, l'auteur rappelle d'abord les deux modèles qui se trouvent à la base des discussions portant sur les effets des liens inter-conseils. Selon le premier modèle, l'existence de relations sociales entre dirigeants et administrateurs est censée réduire – faute de suffisamment d'indépendance des mandataires – la discipline exercée par l'organe de contrôle, ce qui nuirait in fine à l'obtention de valeur. Bien que l'on puisse également imaginer un rôle positif des liens personnels – par exemple, un renforcement de la discipline à travers un « esprit de groupe » –, la plupart des travaux mobilisant ce modèle considèrent les liens personnels comme préjudiciables à la performance. Le second modèle part du principe que l'organe de contrôle occupe, outre sa fonction de surveillance, une fonction de conseil vis-à-vis de l'équipe dirigeante lors de l'élaboration de la stratégie de la firme. Si cette approche laisse a priori plus de place à un rôle favorable des réseaux, les adversaires des liens personnels argumentent qu'un manque de distance des mandataires socialement liés risque de réduire l'efficacité du conseil quant à ses contributions stratégiques. La conséquence serait de même une baisse de la performance de l'entreprise (Prinz, 2010).

Malgré ces nombreux travaux théoriques, il n'existerait, selon l'auteur, aucune analyse empirique vérifiant comment les relations sociales peuvent améliorer l'exercice de cette seconde fonction. L'ambition de son étude consiste, en conséquence, à tester si le manque d'indépendance « sociale » des administrateurs influence leurs apports en termes de stratégie. L'analyse empirique repose sur un échantillon de 243 entreprises américaines dont les premiers dirigeants avaient répondu, en 1995, à un questionnaire visant à collecter des informations concernant leurs relations avec les administrateurs. À partir de ces données, l'auteur vérifie s'il existe une corrélation entre la présence de liens amicaux et l'efficacité du conseil d'administration relative à l'accomplissement des fonctions qui lui sont attribuées par les deux modèles présentés ci-dessus. De surcroît, il est question de tester si ces liens ont un impact sur la performance, cette dernière étant mesurée tant par la rentabilité des capitaux propres, exprimée en valeurs de marché, que par le ratio de Marris (Prinz, 2010).

Les résultats de l'étude sont surprenants et s'opposent nettement au mainstream des critiques avancées sur les liens personnels. D'une part, il n'existe pas de corrélation entre le niveau des liens d'amitié entre le CEO⁴¹ et ses administrateurs et les efforts de surveillance de l'organe de contrôle. Il en est de même pour le nombre d'administrateurs nommés après l'arrivée en poste du CEO. Par conséquent, l'hypothèse du modèle disciplinaire selon laquelle les relations sociales réduisent les activités de contrôle du conseil d'administration, semble infirmée. En revanche, ces deux éléments renforcent les apports du conseil d'administration en termes de stratégie, confirmant ainsi les arguments quant aux effets positifs des liens sociaux. Ajoutons qu'une augmentation des mesures incitatives du CEO telles que l'attribution d'actions et les plans d'incitations à long terme conduisent à renforcer l'impact positif des liens.

D'autre part, l'existence de liens amicaux entraîne une amélioration de la performance de l'entreprise. Ainsi, les tests de régression révèlent une relation positive entre le niveau de surveillance réalisée et chacune des deux mesures de performance. Par ailleurs, le niveau d'apport de conseil à l'équipe dirigeante par les administrateurs est également positivement lié à la performance, ce qui confirme le second modèle théorique. Enfin, à nouveau, les mesures incitatives dont bénéficie le CEO renforcent les effets positifs des liens d'amitié sur la performance.

Au regard des résultats, l'auteur conclut que, contrairement à ce que la plupart des critiques déplorent, les relations sociales entre managers et « contrôleurs » peuvent stimuler la coopération entre ces deux acteurs de la gouvernance au niveau des orientations stratégiques. Basés sur la confiance mutuelle, ces liens personnels semblent pouvoir transformer des conseils passifs en des acteurs activement impliqués dans la stratégie de l'entreprise. Dès lors, au lieu de chercher à optimiser l'indépendance des mandataires sociaux, il semble plus efficace de proposer des mesures permettant d'améliorer leur coopération dans les conseils (Prinz, 2010).

Podolny (1994) suppose que, dans un contexte d'incertitude, les acteurs sur le marché ont tendance à appliquer un principe sélectif avec leurs partenaires lors d'un échange, en s'appuyant sur une structure sociale. Cette structure est matérialisée par le flux d'information

⁴¹ Chief executive officer.

collecté au cours des échanges faits dans le passé et/ou par le statut⁴² occupé par le partenaire. Cela implique, selon lui, deux hypothèses : d'abord, plus l'incertitude est grande sur le marché, plus les organisations s'engageront dans des relations d'échange avec d'autres organisations ayant effectué avec diverses transactions dans le passé. Ensuite, plus l'incertitude est grande sur le marché, plus les organisations s'engageront dans des transactions avec d'autres organisations ayant le même statut. Ainsi, il étudie les relations entre banques d'investissement américaines sur les deux types de marché primaire (marché de dettes pour investissement et pour non investissement) de 1981 à 1987 où une grande incertitude règne sur les actifs financiers échangés. Considérant qu'il existe deux catégories de banques : les banques managers faisant appel à d'autres banques Co-managers pour les aider à mieux évaluer et placer certains actifs financiers, Podolny (1994) a réussi à montrer que les relations établies dans le passé ainsi que le niveau des statuts sont déterminants dans l'identification et l'évaluation de différents partenaires bancaires et ,donc, dans la réduction de l'incertitude.

3.2 Les relations avec la performance de la PME

Burt (1992) considère qu'un entrepreneur doit apporter trois catégories de ressources à son entreprise. Tout d'abord, il a besoin de ressources financières : argent liquide, dépôts en banque, lignes de crédit. Ensuite, il doit obtenir des ressources humaines caractérisées par l'habileté, le charisme et l'intelligence, combinés avec les compétences acquises par l'expérience et l'éducation. Enfin, l'ensemble des relations que l'entrepreneur noue avec les autres constituent des ressources sociales (un capital social) : c'est à travers les contacts avec les amis, collègues et clients que viennent les opportunités pour transformer les ressources humaines et financières en profit. Ces liens peuvent être tissés par l'entrepreneur avant la création de l'entreprise (par exemple, pendant les années passées à l'université ou lors d'une expérience de travail antérieure, etc.). D'autres liens se forment et s'accumulent tout au long du processus de fonctionnement de l'entreprise au fur et à mesure que son activité se développe (Aydi, 2003).

Les ressources de l'entrepreneur incluent tout ce dont il a besoin pour créer son entreprise comme les ressources financières, le soutien, les idées de produits, les débouchés ou

⁴² « Like the economic conception of reputation (Shapiro, 1983), status is an attribution on which actors rely to make inferences about the quality of market products when the quality of these products cannot be directly observed. Yet, unlike the economic conception of reputation, an actor's status derives not only from past demonstrations of quality; it derives from the status of the actor's exchange partners» (Podolny ; 1994).

l'information. En second lieu, ces ressources sont obtenues par des échanges entre les entrepreneurs et leurs réseaux sociaux. La famille fournit de l'argent, les conjoints donnent l'autorisation d'utiliser les ressources familiales, des collègues ou contacts professionnels deviennent des partenaires ou clients et des connaissances donnent leur avis au sujet des juristes, comptables et banquiers à solliciter (Aldrich et al., 1987). La vision d'Aldrich et al. (1987) résume très clairement l'idée que le réseau personnel a des effets facilitant l'action de l'entrepreneur. En effet, le recours au réseau personnel présente des avantages par rapport à une relation marchande : il permet d'obtenir des ressources à un coût moindre, mais aussi d'obtenir des ressources qu'il aurait été impossible de bénéficier par un autre biais. Ces ressources sont diverses. De nombreux travaux ont tenté de les identifier. Elles peuvent être grossièrement classées en trois catégories : des ressources matérielles, immatérielles et relationnelles (Saleilles, 2007).

Dans sa revue de littérature, Witt (2004) souligne que l'hypothèse qui est à la base du courant de l'entrepreneur « encastré » est que les créateurs utilisent leurs réseaux personnel et professionnel pour obtenir des ressources et informations qu'ils n'auraient pas pu obtenir sur le marché (ou bien qu'ils auraient obtenus à un coût supérieur). En effet, à cause d'un lien d'amitié ou de connaissance, les ressources obtenues par le biais du réseau personnel peuvent l'être à un coût inférieur à celui du marché. C'est le cas, par exemple, de l'épouse qui aide sans salaire, de l'ami comptable ou juriste qui donne des conseils sans rémunération, etc. Mais, de plus, certaines ressources obtenues par le biais du réseau n'auraient pas pu l'être, même à un coût supérieur, dans le cadre d'une relation marchande. C'est le cas de la réputation due à la présence d'un manager expérimenté comme « mentor » ou encore d'une commande obtenue, par le biais d'un ancien collègue, dans une grande entreprise alors que celle-ci ne travaille pas en général avec des entreprises nouvellement créées.

En menant une étude sur le réseau personnel de l'entrepreneur néo-rural comme entrepreneur « encastré », Saleilles (2007) montre l'existence de plusieurs de ses effets comme la participation à l'obtention de valeur de l'entreprise, l'obtention de ressources matérielles, immatérielles (soutien, identification d'opportunités, informations et conseils divers, discussions et partage d'expériences), la mise en relation, la création d'une réputation positive. L'auteur confirme ainsi l'intérêt du courant de l'entrepreneur « encastré », en soulignant les avantages qu'a un entrepreneur à créer là où il vit. Cela lui permet de s'appuyer

sur un réseau social et professionnel préexistant pour constituer un réseau personnel de confiance.

Etant donné le degré d'incertitude associé au processus de création d'entreprises, l'accès à une information riche et pertinente, via les réseaux de relations interpersonnelles de l'entrepreneur, peut diminuer ses coûts de recherche. Selon Plociniczak (2003), les relations qu'un entrepreneur tisse avec d'autres acteurs du territoire deviennent la source de telles informations. En d'autres termes, le réseau de relations interpersonnelles au sein duquel tout entrepreneur est encastré sur son territoire d'implantation peut être le dépositaire d'une information riche et pertinente sur les opportunités et les contraintes associées à ce territoire. Cet avantage informationnel lui permet d'anticiper et d'élargir son processus d'apprentissage et d'évolution, ce qui ex post influe sur le niveau de l'échange lui-même et, sur la rentabilité de son entreprise. Dans son étude du territoire lensois, Plociniczak (2003) révèle que les entrepreneurs entretiennent des relations personnelles, tissent des liens d'amitié, et de fidélité suffisamment récurrents avec les acteurs de leur territoire d'implantation pour voir émerger une structure relationnelle qui parcourt l'environnement local. Cette mise en évidence a donc permis de rompre avec l'image de l'entrepreneur héroïque puisque les relations personnelles interviennent dans le processus de création de TPE, dans le fonctionnement des échanges économiques, dans la construction sociale de leur marché.

Grosseti et al. (2006) s'inscrivent dans la perspective de Granovetter (1995b)⁴³ en analysant l'accès des créateurs d'entreprises aux ressources dont ils ont besoin pour mener à bien leurs projets (aide juridique, recrutements, financements, etc.). Ces auteurs révèlent que 57,6% des situations codées font intervenir l'appel à des relations. Les relations personnelles des créateurs sont particulièrement sollicitées pour le montage de partenariats, le recrutement d'employés ou le choix de fournisseurs mais, relativement peu pour les informations ou les idées permettant de monter le projet et son financement. Les relations professionnelles sont prépondérantes qu'elles soient colorées affectivement (« amicalement professionnelles ») ou non. Les relations non professionnelles ne représentent qu'un cinquième des cas. Ces dernières sont plus présentes dans la phase initiale (27%) que par la suite (12% la deuxième année) et particulièrement mobilisées pour les informations impliquées dans le montage du

⁴³ Granovetter (1995b) se focalise sur les conditions qui favorisent ou inhibent la création d'entreprises. Il insiste d'une part, sur la capacité des acteurs à mobiliser des ressources pour créer la firme et assurer sa survie (ibid p. 244) et d'autre part, met, tout comme Uzzi et ses collaborateurs, en évidence le caractère non linéaire de la relation réseaux sociaux / performances économiques. Granovetter y révèle certains des mécanismes par lesquels les réseaux relationnel favorisent mais aussi contraignent les performances économiques, ici la création d'entreprise.

projet (36%), des locaux (35%) ou le financement (31%). En outre, 16,5% de ces relations ont une origine autre que le travail, et proviennent principalement de la période des études ou de présentation par des amis. Ces tendances dégagées renforcent les arguments en faveur de l'encastrement granovetterien puisque les relations personnelles des créateurs apparaissent décisives dans le processus de création d'entreprises par l'accès aux ressources qu'elles autorisent.

Sailleilles (2007) souligne que parmi les ressources qu'un chef d'entreprise peut être amené à chercher à l'extérieur pour le développement de son entreprise, figurent les ressources financières et informationnelles. Les ressources financières obtenues par le biais du réseau personnel peuvent l'être d'une façon directe ou indirecte. Dans le cas des jeunes entreprises, la part des ressources financières issues de proches (familles et amis) est généralement très importante. De plus, moyennant le réseau personnel, l'entrepreneur peut accéder à des contacts qui peuvent lui apporter des ressources financières supplémentaires. Cela a été notamment montré dans le cas de l'entrepreneuriat immigrant (Zimmer et Aldrich, 1987). Pour le recours au système bancaire traditionnel ou au capital risque, le réseau personnel peut également avoir des effets bénéfiques. Ainsi, dans le cas d'entreprises de hautes technologies, Shane et Cable (2002) montrent qu'un investisseur met ses fonds plus facilement dans une nouvelle entreprise quand un lien, direct ou indirect, préexiste avec le créateur. Mais, cela est surtout vrai tant que l'information sur le créateur n'est pas publique. Ensuite, c'est sa réputation qui influence le plus la décision d'investir, indépendamment des liens sociaux préexistants.

Les concepts de réseau social et de capital social permettent de réintroduire la notion de confiance dans la régulation de l'activité économique. L'usage du concept de confiance se fait ici au sens que lui donne Arrow (1974, p. 23) en tant qu'« *important lubrifiant des rapports sociaux* ». Selon Ferrary (2003), mobiliser la notion de confiance dans la compréhension des échanges économiques ne consiste pas à introduire une forme d'altruisme, mais à faire l'hypothèse qu'au moment de l'échange, le degré d'interconnaissance entre les cocontractants réduit l'incertitude liée au hasard moral et permet à chacun d'anticiper un comportement honnête de la part de l'autre contractant. Le degré d'interconnaissance dépend de la durée et de la densité des relations interindividuelles.

Section 5. La confiance

La confiance constitue, pour de nombreux auteurs, un concept essentiel dans les relations humaines. Le sociologue Alain Caillé (1994) considère que « *Qu'est-ce qui fait tenir les hommes ensemble ? La peur, l'intérêt, l'amitié, la sociabilité, la loi, la religion, etc. ? Tous ces présumés de lien social restent plausibles, mais entre la cause et l'effet, la mutation récente du paysage intellectuel incite à chercher un terme médiateur : la confiance* ». En ce sens, La confiance est une thématique largement débattue dans la littérature. Certains auteurs la réservent aux relations personnelles et intimes et l'excluent du champ de l'économie (Williamson, 1993). D'autres l'appréhendent dans une optique rationnelle, en tant que moyen de réduction de l'incertitude (Kreps, 1990). D'autres encore l'envisagent dans une approche relationnelle, comme une réalité sociale non réductible à la rationalité (Granovetter, 1985).

Afin de mieux cerner cette notion de confiance, nous avons adopté une approche transdisciplinaire en analysant les origines du concept ainsi que les contributions de disciplines telles que l'économie, la sociologie et les sciences de gestion.

1. La confiance dans les sciences sociales

Pierre angulaire des échanges relationnels, la confiance a fait l'objet de recherches issues de plusieurs champs disciplinaires. La littérature est dense mais peu consensuelle ; une controverse s'est progressivement développée sur le statut théorique de la confiance dans les sciences sociales et sur son apport en tant qu'outil de management (Williamson, 1993 ; Orléan, 2000).

1.1 La confiance dans la théorie économique standard

Dans le cadre de la théorie économique standard, Williamson fonde sa théorie sur les coûts relatifs aux échanges marchands, appelés coûts de transaction ; il pense la transaction en termes de gains/coûts encourus par les différentes possibilités d'échanges (Williamson, 1985). L'approche Williamsonienne reproduit la conception de l'homme rationnel mû par la recherche de l'intérêt personnel. La rationalité dont il est question dans ce cadre est toutefois limitée, vu le caractère incertain de l'échange ; la dimension temporelle de la transaction et sa

répétitivité amènent forcément à la reconnaissance de l'incertitude et de la rationalité limitée auxquelles font face les acteurs économiques.

Pour limiter l'incertitude et réduire les coûts de transaction, Williamson (1975) envisage les contrats comme moyen de coordination des échanges économiques. Les contrats sont, cependant, rarement complets ; ils ne peuvent envisager ni la totalité des contingences, ni l'ensemble des droits et obligations des agents économiques. La qualité de la relation ne peut, de ce fait, être prédite a priori ; elle dépend du comportement des agents ex post.

L'incomplétude des contrats, issue de l'asymétrie de l'information, est à l'origine de l'opportunisme des acteurs économiques (Williamson, 1975, 1985). L'opportunisme consiste à *chercher son intérêt personnel avec ruse* » (Williamson, 1975) ; il peut prendre naissance avant la signature du contrat, en révélant une information incomplète ou erronée, comme il peut intervenir après coup par l'interprétation des faits en sa faveur.

L'opportunisme des agents économiques sème le doute quant à l'aptitude du marché à garantir la crédibilité des échanges marchands ; les acteurs économiques rationnels et donc forcément opportunistes peuvent, en effet, tout faire pour tricher et contourner les lois du marché. La conception de Williamson généralise la défiance à l'égard des individus, défendue dans l'approche économique standard, au mécanisme du marché (Gomez, 1995). Pour faire face à ce scepticisme général, Williamson (1975) recommande l'internalisation des transactions substantielles à la firme. L'auteur opte pour la constitution d'entreprises intégrées et mise sur l'aptitude de l'autorité hiérarchique à compromettre l'opportunisme des acteurs de l'échange (Ochi, 2008).

Les dispositions institutionnelles proposées par Williamson (contrats et/ou intégration verticale) ne sont pas censées générer la confiance ; au contraire, elles s'y substituent (Granovetter, 1985). Williamson (1993) se montre catégorique quant au recours à la confiance dans les échanges économiques. Selon l'auteur, la confiance est un concept non seulement superflu mais dangereux. Il montre ainsi très vite sa détermination à évacuer la confiance de la sphère économique⁴⁴.

⁴⁴ Par son souci de consolider l'économie en tant que discipline dominante et, en particulier, les théories dont il est, avec Ronald Coase (1937), le principal promoteur.

Son principal argument est de dire que la totalité des décisions économiques peuvent être analysées *a posteriori* comme étant le résultat d'un calcul rationnel tout en réfutant au passage la possibilité de savoir si ces décisions ont été prises *a priori* sur un mode ultra-rationnel ou si des éléments subjectifs sont rentrés en ligne. En décortiquant les trois exemples avancés par Coleman (1990)⁴⁵, pour illustrer, d'après ce dernier, des relations confiantes typiques, Williamson conteste le fait que le recours à la confiance apporte quoi que ce soit par rapport à un simple calcul de l'utilité propre aux différents protagonistes ayant donné leur confiance. Son argumentation est fondée sur le fait que les probabilités futures liées à la réalisation d'une transaction ne sont jamais entièrement connues à l'avance dans des environnements complexes.

Selon Williamson, le frère naturel du risque est le calcul -celui des intérêts afférents à cette éventuelle prise de risque- et la confiance n'en serait qu'une vague cousine. Il rejette le concept de confiance trop diffus et trop déceptif, au profit d'une conception elle-même assez diffuse du calcul économique. Cela lui permet sinon de consolider du moins de préserver l'édifice théorique des coûts de transaction, que certains auteurs ont au demeurant tenté de compléter en intégrant les variables de confiance et/ou de propension (Krierger, 2001).

Signalons enfin que les échanges féconds entre la théorie des coûts de transaction, la théorie des organisations et la sociologie économique se sont, toutefois, traduits par l'évolution des positions relatives de leurs auteurs (Chabaud, 2002). Il en est ainsi de la position de Williamson face à l'opportunisme des acteurs économiques ; en 1996, l'auteur reconnaît implicitement la possibilité de l'émergence d'une forme de confiance dans la sphère des échanges marchands contrairement à sa position de 1975 (Chabaud, 2002).

1.2 La confiance en sciences de gestion

La confiance apparaît comme ayant une valeur intrinsèque, même si cette dernière est difficilement calculable. Si elle est souvent citée comme un facteur clé pour la coopération inter- et intra-organisationnelle, le concept lui-même est peu étudié par la littérature en management financier.

⁴⁵ Coleman, J.S. (1990), *Foundations of social theory*, Cambridge, MA : Harvard University Press. Voir en particulier le chapitre "Relations of Trust".

L'hommage le plus appuyé fait à la confiance par les sciences en gestion remonte à l'économiste Kenneth Arrow (1974) qui, en analysant différentes procédures utilisées pour affecter des ressources de manière efficiente –gouvernement, organisation interne des entreprises-, évoque le rôle des institutions invisibles que sont les principes éthiques et moraux. En effet, selon ce prix Nobel de sciences économiques, *« du point de vue de l'efficacité comme du point de vue de la justice distributive, il faut quelque chose de plus que le marché »*.

A ce titre, Kenneth Arrow considère la confiance comme *« un lubrifiant important du système social, (...) extrêmement efficient »*. Cette efficacité résulte des coûts économisés par la confiance : *« elle évite de se donner la peine d'avoir à apprécier le crédit que l'on peut accorder à la parole des autres »*. Cette confiance, si précieuse, ne peut cependant s'échanger : *« la confiance et les valeurs similaires, la loyauté ou la franchise, sont des exemples de ce que l'économiste appelle « externalités ». Ce sont des biens, ce sont des marchandises. Elles ont une valeur économique, réelle, pratique (...). Mais ce ne sont pas des marchandises pour lesquelles l'échange sur un marché soit techniquement possible ou même ait un sens »*.

Cherchant à faire progresser une théorie de la confiance, Coriat et Guennif (1996) font tout d'abord remarquer que *« d'un point de vue théorique, la confiance, avant tout, est la fille de l'incertitude »* et que *« si l'incertitude n'est en aucune manière à l'origine directe de la confiance, c'est bien elle qui crée les conditions de sa possibilité et de son besoin »*. Rejoignant l'économiste Arrow (1974), ils considèrent que la confiance permet à des agents économiques de réduire les coûts de transaction-nombre et coûts des contrats passés entre eux-. Sans cette confiance, en effet, la seule manière de réduire l'opportunisme d'agents économiques agissant en incertitude reviendrait à multiplier et à complexifier les contrats ainsi que leurs modalités de contrôle. Ceci fait dire aux auteurs que *« la confiance se présente comme un mode économique et efficient de coordination »*.

Dans le même contexte, Coriat et Guennif (1996) réfutent les arguments selon lesquels la confiance peut être évacuée par des dispositifs d'incitation et de contrôle tels que spécifiés par la théorie de l'agence (Fama et Jensen, 1983) ou encore le recours à l'autorité et à la hiérarchie : le coût qu'il faudrait supporter pour fiabiliser des comportements humains risque en effet d'être souvent prohibitif. Cette thèse est également soutenue par Bradach et Eccles

(1989) pour lesquels il existe trois mécanismes fondamentaux de contrôle régissant les transactions économiques : le prix, l'autorité et la confiance. Cette approche contredit la traditionnelle dichotomie opérée entre marché et hiérarchie (Coase, 1937 ; Williamson, 1975).

En entrepreneuriat, le concept de confiance a été introduit récemment. La plupart des travaux supposent que la notion de confiance est neuve et importante dans le champ de l'entrepreneuriat, mais il semble prendre une certaine importance comme en témoigne le numéro complet de juillet 2006 que lui consacre *Entrepreneurship Theory and Practice*, ou le numéro de juin-juillet 2007 de la *Revue Française de Gestion* au titre évocateur : *La confiance dans tous ses états*. Le nombre de publications relatives à la confiance dans la perspective du financement des nouvelles et des petites entreprises est encore assez modeste.

L'entrepreneuriat étant une discipline relativement récente en comparaison avec des domaines comme l'économie et la sociologie, il fait ainsi appel à de nombreux concepts empruntés à l'ensemble des sciences sociales. Julien et Marchesnay font ainsi référence à la confiance susceptible de naître au sein de réseaux entrepreneuriaux, grâce à la circulation efficiente d'informations de nature financière, commerciale ou technologique.

Leif Sanner (1996, 1997) s'intéresse pour sa part à la construction de la confiance entre des entrepreneurs -plus spécifiquement des créateurs d'entreprises- et des acteurs externes-clients, fournisseurs, financiers et conseillers-, constatant que ce thème n'avait jamais été traité en profondeur. Il a été étudié pour ce faire la création et le développement de deux entreprises sur une période de cinq ans. Il a notamment mis en exergue le fait que la confiance des acteurs externes dans la nouvelle entreprise était soit basée sur l'entrepreneur lui-même, soit sur l'entreprise en tant que structure ou encore sur des mécanismes institutionnels.

Dans le but d'examiner l'influence respective de la confiance et des approches instrumentales dans l'évaluation des nouvelles entreprises par les professionnels du capital investissement, Krieger (2001) montre que même si une décision à risque, comme celle consistant à financer une nouvelle entreprise, est principalement motivée par des considérations d'essence utilitariste (variables relatives au risque et aux bénéfices perçus), la confiance exerce néanmoins une influence significative, bien qu'indirecte, sur ladite décision.

1.3 La confiance : une construction sociale ?

Certains auteurs considèrent la confiance comme une dimension sociale non réductible ni à la rationalité (Williamson, 1993), ni à l'intériorisation des schémas comportementaux (Fukuyama, 1995)⁴⁶. Elle considère les relations d'échanges comme des « constructions sociales », et défend en conséquence l'importance de l'économie et des réseaux sociaux dans les relations d'échanges. Nous distinguons deux conceptions de cette « construction sociale » ; la première est issue des travaux de Granovetter (1985, 1994, 1995, 2002) et la deuxième se rapporte à l'approche française de l'analyse économique des conventions (Dupuy, 1989 ; Orléan, 1994, 2002).

Mark Granovetter (1985) fait pour sa part remonter l'intérêt des économistes pour « *les enjeux jusqu'alors négligés de la confiance et de la malfeasance* » aux alentours de 1970. Il analyse les actions économiques à l'aune de leur encastrement -embedddness- dans des structures sociales et considère que ce sont les relations sociales, plutôt que les arrangements institutionnels ou une morale généralisée, qui sont principalement à l'origine de la production de la confiance au sein de la sphère économique. Dans sa thèse sur l'encastrement social, Granovetter (1985) suggère que les déterminants du comportement de confiance doivent être trouvés dans les relations personnelles des individus. Selon l'auteur, plus l'encastrement de la relation sociale est fort, plus la confiance est élargie et honorée. Néanmoins, l'encastrement ne reste qu'une condition nécessaire qui ne suffit pas à garantir l'émergence de la confiance. Un autre élément doit en effet être pris en considération, il s'agit de la réputation individuelle générée par un contact direct, ce type de contact fournissant des informations quant aux intentions d'autrui (Tazdait, 2008).

L'approche de Granovetter, fondée sur l'encastrement social des échanges économiques, stipule que le comportement de l'acteur économique est enraciné dans ses relations personnelles (la famille, le voisinage, les amitiés de classe...) ; il souligne, en ce sens, l'importance des structures sociales et de la fréquence des interactions dans les comportements des acteurs économiques. La performance économique est, dans ce cadre, liée à l'existence de relations de confiance, moins globales, localisées dans le réseau

⁴⁶ D'après Fukuyama, la culture d'un pays liée aux valeurs, à la morale, à la religion et aux institutions, inculque à ses membres une forme de sociabilité et une confiance généralisée. Ces dernières sont à l'origine d'une performance économique.

d'appartenance des individus (Granovetter, 1985) et des responsables d'entreprises (Granovetter, 1994, 1995).

Tout en soulignant l'importance des réseaux sociaux, Granovetter (1973) recommande de se prémunir des méfaits d'un haut niveau de confiance. Il présente son approche en analysant la force des liens interpersonnels : leur intonation émotionnelle, leur intimité, le temps qui leur est imparti et les services réciproques qui les caractérisent. Il distingue, en ce sens, les liens forts et les liens faibles. Granovetter montre que les liens forts présentent la limite d'enfermer leurs acteurs dans un nombre limité de relations, ce qui a pour conséquence de fragmenter la communauté. Ces liens peuvent, par ailleurs, encourager les abus, induire l'opportunisme et augmenter la vulnérabilité de la partie qui accorde sa confiance. L'auteur souligne, par contre, l'importance des liens faibles en tant que moyen permettant d'établir des ponts entre membres appartenant à des réseaux différents, ce qui facilite l'accès à l'information.

L'approche économique traditionnelle considère que l'échange ne peut être appréhendé qu'en termes de prix. Elle exclut, ainsi, le processus d'interactions entre agents économiques, ce qui marginalise l'importance des références communes dans l'anticipation du futur (Orléan, 2002). Par opposition à cette approche, l'économie des conventions stipule que la décision d'un acteur économique ne peut être isolée de celles prises par d'autres acteurs en même temps que lui. Elle substitue la confiance dans les comportements convenables à la confiance dans les lois économiques abstraites. La confiance devient de ce fait « une des lois de l'économie » indispensable à la prise des décisions individuelles et à la régulation des marchés (Gomez, 1995).

L'analyse de l'encastrement et des conventions présente l'avantage d'avoir inséré la dimension sociale, indissociable de la nature humaine, dans les échanges marchands. La surpondération du rôle des réseaux sociaux et des références communes présente, toutefois, la limite d'avoir occulté la dimension cognitive de la confiance indispensable, à notre sens, à l'étude des échanges économiques.

A l'issue de cette revue succincte de la littérature relative à la confiance dans les sciences sociales, voyons à présent quels sont les éléments qui constituent la confiance entre deux parties.

2. *Les définitions et les dimensions de la confiance*

2.1 *Les définitions*

La pluralité des approches de la confiance que nous avons décrite précédemment, s'est traduite aussi par l'absence de consensus sur sa définition. Brockner et Siegel (1996) considèrent que la confiance se réfère aux présomptions d'une partie (A) vis-à-vis du comportement futur d'une autre partie (B). Plus A considère que B remplira ses engagements vis-à-vis de A, plus on peut dire que A fait confiance à B. Cette définition peut être précisée par l'analyse des dimensions qui constituent la confiance. La littérature en recherche organisationnelle et en marketing nous montre qu'elle repose sur trois types de présomptions concernant le comportement futur de l'autre partie (Cummings et Bromiley, 1996 ; Frisou 2000) :

- **la bienveillance** : il est supposé que l'autre partie agira de façon bienveillante, qu'elle s'efforcera de respecter ses engagements et ne cherchera pas à nous nuire ;
- **la cohérence** (ou prévisibilité) : la confiance suppose que le comportement de l'autre partie soit suffisamment prévisible ;
- **la compétence** : il est supposé que l'autre partie est dotée des qualités et des compétences nécessaires au respect de ses engagements.

Zucker (1986) définit la confiance comme « *un ensemble d'attentes partagées par toutes les personnes impliquées dans un échange* » et distingue trois formes de confiance selon son mode de production :

- la confiance relationnelle (*process based trust*), qui repose sur des échanges passés ou attendus, à l'instar des mécanismes de réputation ou d'échange de cadeaux ; le temps et l'historique de la relation entre deux parties -expérience- jouent ici un rôle primordial ;

- la confiance *intuitu personae* (*characteristic based trust*) qui est liée à une personne et dépend de caractéristiques telles que l'origine familiale ou ethnique : la proximité, qu'elle soit d'ordre physique ou psychologique, constitue ici un facteur fondamental ;
- la confiance institutionnelle (*institutionnal based trust*). Dans ce cas, la confiance est attachée à des structures sociétales formelles, dépendant d'attributs spécifiques à un individu ou à une firme -diplôme d'expert-comptable- ou de mécanismes intermédiaires –recours à des hypothèques-. Dans ce dernier cas, qui constitue selon l'auteur un véritable marché où la confiance pourrait s'échanger, ce sont davantage des mécanismes de garantie qui sont à l'œuvre.

Outre les contributions évoquées, nous reviendrons sur les travaux de Coriat et Guennif (1996, 2000) qui ambitionnent de faire progresser une véritable théorie de la confiance. Ils font tout d'abord remarquer que « *d'un point de vue théorique, la confiance avant tout, est fille d'incertitude et que si l'incertitude n'est en aucune manière à l'origine directe de la confiance, c'est bien elle qui crée les conditions de sa possibilité et de son besoin* ». En effet, sans cette confiance, la seule manière de réduire l'opportunisme d'agents économiques agissant dans un contexte d'incertitude consisterait à multiplier et complexifier les contrats ainsi que leurs modalités de contrôle.

Dans le cadre des développements liés à la définition de la confiance, Coriat et Guennif (1996) précisent :

- la nécessité d'être dans un univers non probabilisable où l'un au moins des agents assume une stratégie de risque, même s'il existe un calcul abstrait des intérêts ;
- la relation doit être au minimum duale : plusieurs personnes sont directement impliquées dans la relation qui implique une certaine réciprocité ;
- la relation dans tous les cas révocable, à laquelle on peut mettre fin, sans quoi c'est de l'altruisme ;

- l'existence d'une certaine subjectivité mais cela demeure une relation sensée, où les parties en présence vont apprendre en cours d'échange : il y a donc apprentissage, l'information livrée au cours des échanges successifs alimentant un processus d'auto-renforcement.

Les définitions de la confiance proposées ci-dessus ne posaient pas clairement la question de savoir si elles s'appliquaient à des relations entre individus ou entre organisations. C'est pourquoi, nous compléterons cette définition par deux précisions. Tout d'abord, il convient de distinguer différents types de confiance, selon qu'ils concernent les organisations ou les individus (Usinier, 2000). La confiance intra-organisationnelle caractérise la confiance qui règne à l'intérieur d'une organisation entre les individus qui la composent, notamment entre les salariés et les dirigeants. La confiance qui règne entre deux organisations distinctes est la confiance inter-organisationnelle. La confiance qui existe à un niveau personnel entre deux individus qui peut se construire de manière indépendante d'un contexte organisationnel, est appelée confiance interpersonnelle. C'est à ce type de confiance, entre banquier et dirigeant, auquel nous ferons référence dans le modèle présenté plus loin dans le deuxième chapitre de la deuxième partie.

Enfin, comme le soulignent Lewicki et Bunker (1996), il existe une asymétrie entre la construction et la destruction de la confiance. La confiance est longue à construire nécessite plusieurs stades successifs que nous avons présentés plus haut. Par contre, elle peut être dans certains cas détruite très brutalement suite au comportement de l'un des deux partenaires qui viole la confiance préalablement établie.

2.2 Les facettes de la confiance

La revue de la littérature révèle, également, l'existence de deux facettes de la confiance : l'une relationnelle (interpersonnelle), l'autre institutionnelle (Benamour, 2000 ; Sirdeshmukh et al., 2002 ; Wingreen et Baglione, 2005).

➤ **La confiance relationnelle (interpersonnelle)**

Elle trouve ses origines dans la littérature en psychologie sociale (Rempel et al., 1985). Mangematin (1999)⁴⁷ la définit comme « *l'acceptation de l'exposition à l'opportunisme, mais une croyance particulière dans les actions ou le résultat des actions entreprises par autrui. Une telle approche évite de séparer artificiellement les risques de sélection adverse et d'aléa moral. De plus, elle s'accommode parfaitement d'une rationalité procédurale. La confiance est principalement interpersonnelle, bien qu'elle puisse être étendue à un groupe* ».

Elle est souvent envisagée dans une approche situationnelle et dyadique, impliquant un échange social (Rempel et al., 1985) ou économique (Doney et Cannon, 1997) entre deux parties bien définies. Elle est, parfois, appréhendée en tant que trait de personnalité, comme une prédisposition générale d'être positif dans l'interprétation des actes et de la pensée des autres (Rotter, 1967).

La confiance relationnelle, appelée aussi confiance identitaire (Coleman J., 1990) ou confiance affective (McAllister, 1995), se fonde sur les résultats des échanges positifs passés ou attendus, en fonction de la réputation ou d'un don contre-don entre deux individus. La fréquence des relations et la durée des interactions facilitent le développement de sentiments affectifs réciproques (Mc Allister, 1995). À travers la durée et la fréquence des relations se crée une certaine stabilité entre les partenaires, mais aussi entre les organisations, ainsi que se produit le partage d'une culture commune des parties qui sont engagées. Cette confiance peut être considérée comme une croyance particulière sur les actions ou le résultat des actions entreprises par autrui.

La formation de la confiance relationnelle est fondée sur l'expérience passée, elle dépend de la création de routines communes afin de banaliser les interprétations des actions de l'autre. Ainsi, les expériences précédentes permettent un certain niveau de fiabilité pour les engagements futurs. Cette confiance n'est pas transitive sur le marché, mais elle l'est partiellement au sein de l'organisation dans laquelle les différents acteurs se connaissent. Les individus n'investissent pas dans la confiance, mais dans un ensemble de signes qui sont générateurs de cette confiance, par exemple en ayant une attitude coopérative lors du travail

⁴⁷ p.38.

commun ou du fait d'une abstinence de tricherie. Ces signaux constituent pour la personne ou l'organisation à qui est accordée sa confiance une incitation au respect des engagements. La réussite des engagements consécutifs et la satisfaction en matière de résultats en fonction de la prise de risques permettent le transfert de ressources.

Dans certains cas, la confiance se limite à des relations interpersonnelles, dans d'autres, elle est étendue à des institutions (Mangematin V., 1999).

➤ **La confiance institutionnelle**

Elle repose sur un principe de délégation à une autorité supérieure qui garantit les individus contre les risques d'aléa moral et de sélection adverse auxquels ils s'exposent lorsqu'ils sont amenés à s'engager dans des actions pour lesquelles ils sont en situation d'asymétrie d'information (Thuderoz et al., 1999). Les institutions, appelées encore « gardiens de la confiance » (Shapiro, 1987) de part les mécanismes de garantie qu'elles mettent en œuvre (contrats, licences, certifications, codes professionnels), parviennent mieux à réduire l'incertitude et à rassurer les partenaires d'échanges dans les économies modernes (Zucker, 1986 ; Shapiro, 1987).

La confiance institutionnelle reste, cependant, subordonnée au contrôle des individus et sa pérennité dépend dans une large mesure de son aptitude à légitimer sa position (Giddens, 1990). Les mécanismes institutionnels sont, en effet, appliqués et interprétés par des individus. Leur efficacité dépend, dans une large mesure, des personnes qui les mettent en œuvre quels que soient les mécanismes de contrôle en vigueur ; ce point est bien explicité dans la question de Shapiro (1987, p.649) : « Qui garde les gardiens de la confiance ? ». La confiance institutionnelle ne peut, de ce fait, supplanter la confiance interpersonnelle qui en est le complément nécessaire (Zucker, 1986).

2.3 Les conséquences de la confiance

Le partage de la confiance entre deux individus économiquement liés, leur permettra de bénéficier d'un accès à l'information rapide et à coût réduit, d'une incitation à rester dignes de confiance pour assurer d'autres bénéfices par des transactions futures et d'une dimension sociale qui assure le renoncement à des comportements opportunistes. En ce sens, la

littérature avance plusieurs avantages de la confiance : qui sont l'économie de coûts de transaction (Glais, 1992), la réduction de l'incertitude (Coriat et Guennif, 1996 ; Höhmann, et Malieva, 2005) et de l'opportunisme (Usunier et Roger, 2000), la coopération entre partenaires (Morgan et Hunt, 1994), la performance de l'échange (Geyskens et al., 1998), la réduction des conflits (Anderson et Narus, 1990). Nous allons nous limiter aux conséquences liées aux échanges entre l'apporteur de capitaux et l'entreprise.

La confiance est perçue comme un moyen important d'économiser les coûts de transaction, comme le soutiennent Bradach et Eccles (1989) quand ils énoncent que la dépendance mutuelle renforce la confiance. Au lieu que les acteurs engagés dans des relations économiques adoptent certains dispositifs pour inciter, surveiller et sanctionner leurs comportements, la confiance peut apparaître comme un facteur d'efficacité organisationnelle et un substitut à des dispositifs complexes et coûteux (Brousseau E., 1996). En effet, il s'agit de la crainte des représailles, le principal facteur issu de la confiance, qui permet de limiter les comportements opportunistes des individus. Ainsi, les auteurs inscrits dans une vision sur-socialisée, considèrent nécessaire la prise en compte d'un certain niveau de confiance, du fait que les seuls arrangements institutionnels sont insuffisants pour assurer le contrôle (Arrow, 1974 ; Akerlof , 1983).

Glais (1992) considère que, dans de nombreux domaines d'affaires⁴⁸, il est moins coûteux et plus opérationnel de procéder sur parole donnée que de réaliser des arrangements juridiques formels. Ces gains, en termes de coût de transaction, ne signifient pas l'absence d'une garantie dans le respect des engagements, mais une substitution du contrat formel par le principe de la réputation. Pour l'auteur, ceci n'exclut pas le comportement calculateur de la relation.

Contrairement à l'acceptation classique de la confiance proposée par Williamson qui définit la confiance comme le fait d'accepter de s'exposer au risque d'opportunisme, d'autres auteurs considèrent que, dans un monde dominé par l'incertitude, la confiance apparaît comme un lubrifiant du système, qui s'accompagne d'autres mécanismes permettant à celui qui accorde sa confiance de se prémunir contre les risques d'opportunisme. Kreps (1990) signale plusieurs obstacles qui limitent l'intérêt du contrat comme garant de la confiance. Les premiers d'entre

⁴⁸ « Dans l'industrie de l'aluminium, il est par exemple courant de conclure des contrats de vente de l'aluminium métal sur la base de la confiance » (Boissin, 1999).

eux sont les coûts de justice, l'appareil judiciaire tenant le rôle de tiers lors d'un arrangement contractuel. Le deuxième obstacle est lié à la différence entre ce que Kreps (1990) nomme l'observabilité et la vérifiabilité⁴⁹.

En ce qui concerne les coopérations inter-organisationnelles, la confiance a été perçue par exemple comme un élément complémentaire des accords contractuels (Gulati, 1995 ; Froehlicher, 1999). Dans d'autres cas, elle est considérée comme un facteur de performance (Fenneteau et Guibert, 1997).

Intuitivement la confiance est une question essentielle car le risque d'opportunisme est constamment présent dans l'ensemble des partenariats qu'impliquent les relations d'affaires. En fait, la confiance permet de favoriser la coopération en incitant les partenaires économiques à investir dans la relation un capital humain ou financier supérieur, et en réduisant les risques qu'ils adoptent un comportement opportuniste (Charreaux, 1998 ; Wicks et al., 1999). Elle agit en tant que réducteur des comportements opportunistes. Elle permet également, en conséquence, une réduction des coûts de contrôle.

Si elle facilite et permet certains échanges économiques qui ne seraient pas possibles en son absence ou dans le cadre de marchés formellement organisés, la confiance semble être un outil important de contrôle sur les comportements des individus. Sa présence n'écarte pas nécessairement les oppositions d'intérêts entre les parties et parfois elle n'épargne pas la mobilisation d'autres moyens de contrôle.

Dans la même perspective, la confiance peut avoir des effets négatifs sur les échanges interpersonnels. D'une part, la confiance générée par les relations interpersonnelles peut favoriser les actions délictueuses, du fait que la personne qui fait confiance est toujours plus vulnérable qu'un étranger lors de chaque échange. Dans ce cas, la confiance est mobilisée pour imposer un certain pouvoir entre les partenaires. D'autre part, le risque de la fraude est important au sein des équipes caractérisées par un niveau de confiance élevée et des relations anciennes, ce qui incite à considérer que les effets négatifs atteints par la force ou par la fraude dépendent en grande partie de la structure du réseau des relations sociales.

⁴⁹ Même si la tricherie de B est observable par A, la preuve de la tricherie de B doit prendre une forme objectivable (vérifiable) pour pouvoir être mobilisés lors d'un procès.

Le véritable débat, derrière ces différentes controverses sur le statut ontologique de la confiance, est de savoir si elle a un rôle à jouer dans la sphère économique ou doit-elle laisser la place à l'intérêt et au calcul ? Ce débat a peu de chances d'être clos rapidement du fait même de son enjeu épistémologique, car derrière les arguments scientifiques ou, parfois, purement rhétoriques, se profilent des conceptions du monde radicalement différentes (Krieger, 2001).

3. La confiance et la performance financière de l'entreprise

Après avoir analysé les différentes modalités de la confiance ainsi que l'usage de ce concept dans les principales théories économiques et sociales, nous proposons une reprise des principaux auteurs qui ont abordé le rôle de ce concept sur la performance financière des entreprises. Néanmoins, il faut souligner que l'impact de la confiance sur la performance financière de l'entreprise a été l'objet d'un nombre limité de travaux.

En analysant l'impact de la confiance sur la gouvernance des entreprises et, en particulier, l'influence des liens sociaux entre administrateurs et dirigeants sur les décisions stratégiques, Westphal (1999) utilise le concept de confiance de façon implicite. Pour lui, dirigeants et administrateurs sont plus enclins à coopérer lorsqu'ils sont liés par des relations personnelles amicales, car l'espérance réciproque de loyauté liée à l'existence de telles relations - donc la confiance, au moins dans sa dimension de bienveillance- encourage les échanges d'information, la recherche d'aide et de conseils par les dirigeants, et le travail commun pour résoudre les problèmes posés. Dans le même contexte, Sonnenfeld (2002) mentionne qu'un climat de confiance et de respect mutuel est une des caractéristiques des conseils d'administration efficaces, à côté de facteurs processuels tels que la qualité des échanges d'information et les conflits cognitifs.

Charreaux (1998) considère que la confiance est un mécanisme associé à toute forme de transaction (formelle ou informelle) et de coopération, qui accompagne et complète les mécanismes économiques traditionnels que sont le marché et la hiérarchie. Ainsi, elle fait partie naturellement des mécanismes qui structurent le système de gouvernance des entreprises. Parmi ces mécanismes, elle peut être positionnée, selon la typologie qu'il propose, comme un mécanisme spécifique et spontané. Il est spécifique car les réseaux de confiance et les niveaux de confiance sont particuliers à chaque entreprise. Il est spontané, car

elle n'est pas décrétée ou imposée par une autorité externe ou interne, mais se constitue d'elle-même dans et autour de l'organisation, en fonction des actions des différents partenaires et de l'environnement institutionnel et légal de l'entreprise. La confiance est donc pour l'entreprise un « actif collectif construit ».

D'après Charreaux (1998), l'impact essentiel de la confiance en gouvernance des entreprises est lié à son influence sur l'espace discrétionnaire des dirigeants. En effet, les relations confiantes qu'entretiennent les dirigeants avec leurs partenaires permettent à ces derniers d'avoir moins d'aversion au risque et donc d'accroître l'espace discrétionnaire des dirigeants. On peut donc identifier les gains et les coûts potentiels associés à la confiance en termes de création de valeur partenariale.

Parmi les avantages de l'établissement des relations confiantes entre la firme et ses partenaires, figure la réduction du coût des mécanismes de contrôle. Selon Charreaux (1998), « *la construction de relations confiantes entre les salariés et la firme peut [ainsi] conduire à une baisse du coût de la main-d'œuvre et à des économies associées à un recours moins important aux mécanismes formels de contrôle* ». Concernant la relation bancaire, on peut supposer que l'existence d'un niveau élevé de confiance tend à réduire le coût de la dette pour l'entreprise, car la banque considère alors que son risque est plus faible et est susceptible de réduire son recours à des mécanismes formels de protection (audits, prises de garanties,...). De la même façon, on peut supposer que des actionnaires accordant un fort niveau de confiance aux dirigeants considéreront que leur niveau de risque est réduit et diminueront en conséquence leur exigence de rentabilité, et auront moins recours à des mécanismes de contrôle formels. Cela peut encourager les dirigeants à entreprendre des projets d'investissements complexes avec des taux de rentabilités peu évaluables et contrôlables. De plus, un niveau élevé de confiance est synonyme de l'accumulation d'un capital humain entre les différents partenaires. Or, ce capital est essentiel dans l'obtention de valeur par son caractère peu imitable et peu redéployable.

Si elle peut générer des gains, un niveau de confiance inadapté à la situation des partenaires et à l'environnement de leur relation peut s'avérer très néfaste à l'obtention de valeur. Ainsi, l'existence d'un niveau élevé de confiance, par le biais de l'élargissement de l'espace discrétionnaire des dirigeants qui en est la conséquence, peut entraîner des gaspillages. En effet, l'absence d'évaluation des investissements réalisés (ex ante et ex post) conduira à un

gaspillage des capitaux investis. De même, l'absence d'un mécanisme formel et régulier d'évaluation de la performance des dirigeants nuira probablement à terme à la performance de l'entreprise. De plus, la confiance peut engendrer une réduction des choix possibles, tenant au coût d'un changement de partenaire avec qui l'investissement dans une relation de confiance a été opéré, et un manque de créativité et d'adaptabilité, lié au risque de détruire la confiance si le partenaire est mis en concurrence ou forcé à s'adapter à de nouvelles conditions (Charreaux, 1988).

Dans la même perspective, Bonnet (2004) a cherché à examiner l'influence de la confiance interpersonnelle et du lien social entre les capital investisseurs (CI) et dirigeants sur la performance financière du capital-investissement. L'auteur a modélisé, puis testé sur un échantillon de LBO réalisés en France, la relation entre deux variables explicatives, la confiance interpersonnelle et le lien social, et la performance financière du capital-investissement, par la médiation de la coopération entre CI et dirigeants.

Sur la base de cette étude, Bonnet (2004) présente les résultats suivants.

- L'absence d'une corrélation entre la confiance entre CI et dirigeants et la performance financière des investissements, mais la confiance est associée à des processus qui ont un impact favorable sur la performance (cas de la qualité du reporting, des normes d'effort, de l'utilisation des compétences).
- Le contrôle exercé par les CI sur les dirigeants ne semble être affecté ni par une relation confiante, ni par des liens sociaux. Ceci tend à montrer que les CI parviennent à bénéficier de l'impact de la confiance et des liens sociaux sur la coopération, qui se traduit par des processus de travail commun plus efficaces et favorables à la performance, sans en subir l'inconvénient principal qui serait un relâchement du niveau de contrôle, pouvant conduire à augmenter le risque de spoliation par les dirigeants. Ceci peut probablement s'expliquer par l'efficacité du système de gouvernance dans lequel opèrent les CI. Leur rémunération ainsi que leur capacité à lever, dans le futur, de nouveaux fonds auprès des investisseurs sont très fortement basées sur le succès des fonds qu'ils gèrent. Ainsi, ces résultats sont conformes aux hypothèses, les CI qui développent des relations confiantes ou des liens sociaux avec

les dirigeants semblent donc parvenir à combiner à leur avantage coopération et contrôle.

- La médiation entre confiance et lien social, et performance semble être le fait des processus mais pas des rôles des CI. En effet, la façon dont les CI orientent leur action vis-à-vis des différentes fonctions (contrôle, conseil, rôles interpersonnels) paraît peu affectée par la confiance et encore moins par les liens sociaux, et semble également avoir peu d'impact sur la performance. Ainsi, si confiance et lien social favorisent la coopération, celle-ci se traduit par des processus de qualité, permettant probablement de meilleures décisions, mais pas par une implication accrue des CI dans les rôles de conseil et interpersonnels, qui dépend plus vraisemblablement des besoins spécifiques des entreprises et des dirigeants que de la relation entretenue avec ces derniers.

Dans le cadre de l'étude des comportements d'investissement des capital-risqueurs, Nascica et Dufour (2007) ont analysé leurs choix de financement dans un contexte d'information imparfaite. Selon les auteurs, les caractéristiques spécifiques aux start-up technologiques soulignent la nécessité de développer une approche théorique prenant explicitement en compte la forte incertitude pesant sur l'activité des firmes technologiques en phase de démarrage et, donc, indirectement sur les sociétés de capital-risque. Les décisions d'investissement de ces dernières se prêtent alors difficilement à une analyse recourant aux outils traditionnels de l'optimisation, mais n'en sont pas pour autant irrationnelles. La forme différente de rationalité qui est à l'œuvre est intéressante à plus d'un titre. Elle permet d'intégrer dans l'analyse des choix d'investissement en capital-risque des éléments souvent sous-estimés ou ignorés dans la plupart des approches empiriques ou théoriques. Parmi ces éléments omis dans la littérature, Nascica et Dufour (2007) ont mis l'accent sur la confiance et les procédures heuristiques particulières utilisées par les investisseurs en situation d'incertitude. Les auteurs ont montré l'importance de ces notions dans le sens où elles expliquent à la fois l'existence de rigidités (et de stabilités) dans les comportements, mais aussi le caractère brutal et intense des changements d'opinion des capital-risqueurs (et plus généralement des investisseurs en situation d'incertitude) sur la viabilité de leurs choix d'investissement.

Parallèlement, Dufner et al., (2009) considèrent que les relations entre le capital risque et les petites entreprises sont fortement caractérisées par les problèmes d'asymétrie d'informations. Malgré leur coût élevé, les moyens contractuels utilisés pour réduire ces problèmes paraissent insuffisants (Gambetta, 2000). C'est pourquoi les auteurs ont cherché à examiner l'impact de la confiance dans la réduction de l'incertitude et la réussite entrepreneuriale. Les auteurs se sont intéressés à un échantillon de 111 cas de financement effectués pendant l'année 2003 en Allemagne. Les résultats trouvés confirment les hypothèses avancées. En effet, Dufner et al., (2009) montrent l'existence d'une relation positive et significative entre la confiance et le succès de l'entrepreneur. Si le capital risque fait confiance à l'entrepreneur, ce dernier se sent plus motivé et fournit un effort plus élevé au sein de son entreprise. Inversement, si le capital risque considère qu'il y a une forte probabilité de réussite du projet, son niveau de confiance dans l'entrepreneur va augmenter.

En comparant les marchés des cartes de crédit russe et américaine, Guseva et Rona-Tas (2001) s'aperçoivent que ce dernier est doté d'institutions capables de transformer l'incertitude en risque mesurable alors que ces institutions sont peu nombreuses, voire inexistantes, sur le marché russe. Ils proposent donc d'étudier les mécanismes utilisés par les banques russes telles que la confiance et les réseaux sociaux pour réduire l'incertitude portant sur leurs clients. Pour y parvenir, les auteurs mènent des interviews auprès de dix-sept banques considérées comme les plus émettrices de cartes bancaires sur le marché. Les résultats révèlent que les clients bénéficiant de la confiance de la banque et, donc, de ses cartes bancaires font partie soit d'une catégorie sociale bien placée ayant des liens sociaux encastrés avec les cadres de la banque, soit d'un réseau social qui les relie. Guseva et Rona-Tas (2001) concluent que le calcul du risque est socialement possible (North, 1990).

Dans le cadre de la relation d'emprunt, nous supposons, dans ce qui suit, que l'incomplétude des contrats induite par la faiblesse des méthodes instrumentales qui affecte négativement l'évaluation du risque, peut être complétée par les relations sociales nouées entre le banquier et le chef d'entreprise. Plus les relations interpersonnelles entre les conseillers bancaires et les emprunteurs sont denses et fréquentes, plus l'accès à l'information, plus particulièrement privée, est facile. Par contre, dans le cas où ce type de relation est d'une présence faible dans la sphère économique, l'activité économique peut être inhibée par le manque de confiance interpersonnelle nécessaire à l'échange (Geertz, 1962). La confiance devient ici « *une forme*

d'organisation sociale » (Karpik, 1989) qui permet des échanges qui ne se réaliseraient pas dans le cadre de marchés formellement organisés (Ferrary, 2003).

Conclusion

Après avoir présenté les différents courants de pensée qui ont essayé de construire des typologies des PME, nous nous sommes situés dans le courant de la synthèse. Nous avons opté pour la spécificité des PME tout en reconnaissant leur hétérogénéité. Nous considérons que certains traits semblent s'imposer pour leur conférer des spécificités qui fassent consensus, notamment dans le cadre des questions de gestion. D'après Torrès (1997 ; 1998), la véritable spécificité des PME est la proximité. Ce concept caractérise le management d'une PME. La manière d'intégrer ce concept de proximité dans la recherche relative aux PME afin de connaître son rôle et l'importance de ses effets, a fait l'objet du deuxième développement de ce chapitre.

On a montré par la suite, en s'appuyant sur les travaux de Torrès, que la gestion des entreprises de faible taille est appréhendée comme un mix de proximité. Les proximités hiérarchique, fonctionnelle, temporelle, spatiale... forment un cadre d'ensemble cohérent qui crée les conditions nécessaires à l'action et à la réflexion dans une organisation compacte et punctiforme.

Dans la continuité des travaux de Torrès, on a présenté l'approche de l'encastrement dont Granovetter (1985) est sans nul doute le principal contributeur. Il propose une autre solution à la théorie des contrats classiques. Cette approche est de plus en plus répandue en gestion. Au fil du temps, elle s'est imposée comme une clé de lecture essentielle dans l'analyse des relations. Granovetter reconnaît les conséquences positives de l'encastrement sur la performance économique de l'entreprise. Les facteurs interpersonnels (confiance et liens sociaux), sur lesquelles repose l'approche d'encastrement social, offrent ainsi un cadre d'analyse complet de la relation de financement. Selon Uzzi (1999), l'encastrement permet en fait de développer la confiance et la transparence susceptibles de gérer les transactions. Une gouvernance informelle s'installe suivie par un transfert d'informations privées qui étaient inaccessibles par les simples relations de marché.

Dans la même perspective, le partage de la confiance, entre deux individus économiquement liés, leur permettra de bénéficier d'un accès à l'information rapide et à coût réduit, d'une

incitation à rester dignes de confiance pour assurer d'autres bénéfices par des transactions futures et d'une dimension sociale qui assure le renoncement à des comportements opportunistes. La confiance représente une variable clé pour décrire les interactions sociales. Elle peut émaner d'une riche expérience construite tout au long de la relation. Après avoir analysé les différentes modalités de la confiance ainsi que l'usage de ce concept dans les principales théories économiques et sociales, nous avons proposé une synthèse des écrits des de principaux auteurs qui ont abordé le rôle de ce concept sur la performance financière des entreprises.

Conclusion de la première partie

Cette première partie, d'essence conceptuelle, a pour but de positionner notre travail sur le financement bancaire des PME. Avant d'aller sur le terrain, nous avons d'abord souligné les difficultés qui caractérisent les relations de financement nouées entre le secteur bancaire et le monde des PME et les approches (l'approche transactionnelle et l'approche relationnelle), qui se sont intéressées aux mécanismes susceptibles de surmonter ces difficultés, ce qui est l'objet de notre premier chapitre. Face à l'asymétrie d'information qui caractérise la relation banque-PME, nous avons montré l'inaptitude des banques à identifier le risque de ces entreprises ; cela explique en partie leur surexposition au rationnement du crédit. Dans cette perspective, les mouvements de concentration du secteur bancaire, ainsi que les nouvelles réglementations prudentielles (normes de Bâle II et ratio McDonough) ne pourront être sans conséquence sur l'offre de financement des banques et l'évolution des contraintes financières qui pèsent sur les firmes de petite taille.

Pour réduire l'opacité informationnelle qui pèse sur les PME, la littérature a distingué deux types d'approche qui, bien que différentes, se complètent et permettent de mieux expliquer la nature des relations que peut entretenir un prêteur et un emprunteur : l'approche transactionnelle et l'approche relationnelle. Quelle est alors la meilleure méthode d'emprunt ? Berger et Udell (2006) considèrent que chaque méthode a ses avantages et ses inconvénients. Le choix dépendra des caractéristiques de l'entreprise. Si une entreprise est considérée comme opaque et que ses comptes financiers ne sont pas audités ou ses capitaux sont insuffisants pour les mettre en gage en tant que garanties, les relations de long terme peuvent être considérées comme la meilleure approche. D'autre part, si l'entreprise a des comptes audités avec un profil risqué, la demande des garanties peut être la meilleure méthode, etc. Dans le cadre du financement des PME, les banques établissent des relations de clientèle de long terme. Si elles permettent l'émergence d'un nombre considérable d'avantages pour l'entreprise, ces relations de clientèle sont également la source d'inconvénients majeurs.

Au-delà du caractère stratégique et confidentiel des informations échangées entre la banque et son client, il était nécessaire de considérer les interactions sociales pour rendre compte du contenu réel de la relation de clientèle. Ainsi, la perception cognitive et les interactions

sociales entre le chargé de clientèle et le chef d'entreprise sont assurément déterminantes pour son développement. Il s'agit de la mise en évidence des aspects informels de la relation de clientèle et, notamment, de facteurs prépondérants tels que le capital social et la confiance (Ziane, 2004).

Après avoir opté pour la spécificité des PME tout en reconnaissant leur hétérogénéité, on a montré, dans le deuxième chapitre, en s'appuyant sur les travaux de Torrès que la gestion des entreprises de faible taille est appréhendée comme un mix de proximité. Dans la continuité des travaux de Torres, on a présenté l'approche d'encastrement (Granovetter, 1985) qui suppose que les actions économiques sont encadrées dans des réseaux sociaux qu'il convient de cerner à partir des relations personnelles et des structures de celles-ci, ainsi que son impact sur les activités économiques. Nous avons montré également le réseau comme étant une partie intégrante du capital social. Chaque individu détient un capital social qui correspond à l'ensemble des ressources qui sont liées à la possession d'un réseau durable de relations sociales plus ou moins institutionnalisées. Dans ce contexte, le capital social d'un acteur économique est considéré comme un avantage lors de ses échanges économiques dans le sens où l'ensemble des relations sociales établies lui permet de réduire les problèmes d'asymétries d'informations. Les concepts de réseau social et de capital social nous ont permis de réintroduire la notion de confiance dans la régulation de l'activité économique. L'usage du concept de confiance se fait ici au sens que lui donne Arrow (1974) en tant qu'« *important lubrifiant des rapports sociaux* ».

La deuxième partie de cette thèse sera consacrée au volet empirique et à la discussion théorique de la recherche.

*Partie 2. L'approche exploratoire du
financement bancaire des PME*

Introduction de la partie 2

Cette seconde partie s'inscrit dans la continuité de l'orientation développée dans la première partie, relative à la nécessaire prise en compte des interactions sociales et de la confiance dans la gestion d'une PME. Elle se donne pour objectif de vérifier l'existence de ces deux variables dans la relation de financement entre le banquier et le chef d'entreprise et sur leurs effets dans l'élaboration des conditions d'emprunts.

Le chapitre 3 sera consacré à une revue de la littérature concernant la pertinence du concept de l'encastrement social et de la confiance dans une perspective spécifique de relations banque-PME. Il aura pour objectif d'énoncer les propositions que nous allons vérifier.

Le chapitre 4 a pour but de développer la posture épistémologique et la méthode de recherche qui ont été retenues pour répondre à notre question de recherche.

Le chapitre 5 a pour vocation de valoriser le contexte qui a influencé la constitution des liens personnels ainsi qu'à l'identification des différents types de réseau employé. Les résultats de notre étude seront par la suite présentés.

Cette partie propose ainsi une étude de l'effet de la structure sociale et de la confiance sur les conditions d'emprunts dans le cadre la relation de financement des PME. Elle se structure en trois chapitres, répondant à notre question de recherche.

Chapitre 3. La confiance et les liens sociaux dans la relation d'emprunt

Introduction

Le sujet central de notre recherche concerne les difficultés du financement bancaire des PME : les difficultés à suffisamment discriminer les « bons » des « mauvais » risques, impossibilité d'équilibrer le marché par le canal du taux d'intérêt, le risque de « rationnement » du crédit au détriment de certaines catégories d'emprunteurs (Berger et Udell, 1998 ; 2002). Ces points s'expliquent pour une large partie par l'asymétrie d'information⁵⁰. A ce principe d'information incomplète, s'ajoute l'incertitude communément partagée qui apparaît à la base de la relation de financement (Rivaud-Danset et Salais, 1992).

Face à une telle méfiance de la banque à financer les PME, arguant les contraintes informationnelles et malgré les enseignements de la théorie de l'agence, la théorie des signaux et la théorie relative aux mécanismes incitatifs, la question fondamentale est de proposer un cadre susceptible de guider de nouvelles relations avec ce type d'entreprise. Celles-ci passent par un renforcement de la qualité de l'information, base indispensable à la constitution d'un réseau de confiance entre une PME et sa banque. L'objectif de notre recherche est de proposer ce cadre théorique ainsi que de valider par la suite son efficacité empirique.

Dans cette perspective, la notion de relation bancaire approfondie est au cœur de la réflexion comme en témoigne le nombre important de contributions théoriques récentes (Nekhili et Derbel, 2008 ; Berry et Robertson, 2006). Néanmoins, l'ensemble de ces travaux s'est consacré à l'analyse du rôle des liens institutionnels dans la décision d'emprunt. Notre contribution consiste à considérer que la relation d'emprunt ne se limite pas à une simple transaction, comme c'est toujours le cas de la relation de clientèle, mais elle dépend aussi des interactions sociales. Ce type de relations développe la capacité de la banque à acquérir de l'information privée et spécifique au cours du temps au sujet de la situation financière du client et de proposer, en conséquence, les services financiers adéquats selon une tarification justifiée du point de vue de l'offre.

⁵⁰ L'asymétrie d'information suppose que, dans un contexte d'omniscience des acteurs économiques, une des parties contractantes dispose d'une information complète, mais ne peut ou ne veut pas la fournir intégralement à l'autre. Ce dernier est alors dans l'incapacité de définir la qualité du premier.

Ce chapitre traitera la pertinence du concept de l'encastrement social dans une perspective spécifique de relations banque-PME en deux temps. Dans une première partie, nous abordons l'approche de l'encastrement et son importance dans la relation d'emprunt. Dans un second temps, nous allons présenter le cadre de la relation de financement des PME et le concept de la confiance qui lui paraît indispensable.

Section 1. La conception de l'encastrement développée par Granovetter à l'épreuve du marché bancaire des PME

La relation de crédit est soumise à un certain nombre d'incertitudes irréductibles qui portent sur les états futurs du monde, mais surtout sur la qualité de l'emprunteur et sur son comportement dans le futur (Rivaud-Danset, 1995). En présence de telles imperfections, les modèles d'asymétrie d'information ont montré l'inefficacité de la coordination des transactions financières entre prêteur et emprunteur par les mécanismes marchands. Comment, dès lors, trouver les voies d'un accord entre ces deux parties ?

En évoquant la finance de la PME, Petersen et Rajan (1994) et Udell et Berger (1995) décrivent l'interaction entre prêteur et emprunteur comme une relation d'emprunt et non pas comme une simple transaction. Cette distinction est importante dans le sens où elle permet d'abord de mettre en évidence le caractère personnel de l'échange dans le marché du crédit, ce qui affecte par la suite la façon avec laquelle l'information est transmise et le degré de son importance. De plus, le terme relation suggère une certaine affiliation entre les différents partenaires (que le terme transaction ne peut pas exprimer) qui va affecter les conditions d'octroi de crédit par la suite. Dans cette perspective, la relation d'emprunt se doit d'être accompagnée d'une appréciation de l'importance des structures d'interactions sociales entre le chef d'entreprise et son banquier, longtemps ignorée par la théorie financière.

1. La relation banque-PME

La taille des PME constitue une contrainte pour accéder aux marchés financiers. En conséquence, le crédit bancaire constitue la source de financement la plus importante pour cette catégorie d'entreprise. Néanmoins, l'accès au marché bancaire est souvent marqué par les problèmes d'asymétries d'informations (Berger et al., 2001). Cette distorsion entre l'information dont dispose le dirigeant et celle qu'il met à la disposition de son banquier, a des conséquences sur la décision de financer et l'appréciation du niveau de risque (Hyytinen et Vaananen, 2006).

La décision d'octroi de crédit est basée généralement sur une (ou plusieurs) de ces quatre méthodes d'emprunts (Berger et Udell, 2006) : celle fondée sur les informations collectées dans les états financiers, celle basée sur la qualité des actifs mis par l'emprunteur comme garanties, les méthodes de scoring qui utilisent sur les ratios financiers et les statistiques, et les relations de long terme. S'appuyant sur des données quantitatives et faciles à collecter, les trois premières méthodes correspondent à ce qu'on a défini précédemment (Voir chapitre 1, partie 1) comme étant la méthode transactionnelle. Les relations de long terme se construisent dans la durée et sont basées sur des données spécifiques et confidentielles d'ordre privé (Angelini et al., 1998 ; Berger et al., 1999). L'échange de ce type d'information est d'une grande importance pour le banquier puisqu'il permet d'améliorer la transparence et de faciliter la communication avec l'entreprise. Ainsi, les relations de long terme sont supposées améliorer l'évaluation du risque et, donc, optimiser la possibilité de remboursement du crédit (Brown et Zehnder, 2007). Néanmoins, en s'appuyant sur les relations de long terme (basées sur la collecte d'informations d'ordre privée), les PME trouvent beaucoup plus de facilité à accéder aux crédits, mais à des taux élevés et avec un énorme risque de capture informationnelle (Agarwal et Hauswald, 2008).

Les banques établissent des relations de long terme particulièrement avec les PME (Petersen et Rajan, 1994 ; 1995) à cause de leur opacité (Berger et al., 2001). De nombreux auteurs ont examiné le rôle des facteurs associés aux relations de long terme dans le cas des PME (Binks et Ennew, 1997 ; Harhoff et Körting, 1998 ; Ziane, 2004). D'autres se sont intéressés aux avantages liés à l'établissement d'une relation solide avec l'entreprise (Elsas et Krahn, 1998 ; Elsas, 2005 ; Lehmann et Neuberger, 2001 ; Hwan et Kolari, 2004).

Néanmoins, les études qui ont été menées sur l'effet de ces relations sur les conditions d'emprunts n'étaient pas concluantes. Par exemple, plusieurs travaux ont examiné le rôle de la durée de la relation bancaire sur le coût d'emprunt. Les résultats trouvés sont divergents. Berger et Udell (1995) ainsi que Elsas et Krahn (1998) ont montré l'existence d'une relation négative entre la durée de la relation et le coût de crédit. Ces résultats ont été infirmés par d'autres travaux empiriques (Petersen et Rajan, 1995 ; Baas et Schrooten, 2006). Parmi les raisons qui pourraient expliquer cette divergence figure le fait que ce type de relations permet une meilleure communication et, donc, une bonne connaissance entre le conseiller financier et l'entreprise sans pour autant réduire le risque lié au projet. On ne peut donc pas confirmer l'existence d'une relation linéaire entre la durée et le coût d'emprunt. Mais, une relation

solide, socialement encadrée, synonyme d'un niveau élevé de confiance, pourrait réduire le risque encouru et, donc, le défaut de paiement (Uzzi, 1999 ; Harhoff et Körting's, 1998).

2. La relation d'emprunt : une approche sociale ?

Plusieurs auteurs (Coleman, 1988 ; Karpik, 1989 ; Baker, 1990, Nahapiet et Ghoshal, 1998), ont déjà montré que la qualité de la relation sociale entre un agent économique et son environnement socio-économique affecte son succès. S'appuyant sur le concept d'encastrement, Granovetter (1973, 1974, 1985, 1991, 1994) a étudié l'impact du réseau social sur les activités économiques des individus ainsi que des acteurs (recherche d'emploi, développement du marché américain d'électricité). Parmi les résultats importants trouvés par la nouvelle sociologie économique, se trouve le réseau social qui affecte la gouvernance des échanges économiques. Cela est expliqué par le principe de solidarité ainsi que la facilité d'échange d'informations qui caractérise les membres de ce type de réseau. La connaissance mutuelle établie entre les différents acteurs du réseau permet de réduire les problèmes d'asymétrie d'informations liés aux échanges économiques.

Le réseau social peut être appréhendé dans une perspective individuelle par le capital social (Bourdieu, 1980). Chaque individu construit un capital social qui correspond à l'ensemble des ressources acquises à partir des relations sociales durables plus ou moins institutionnalisées. Dans ce contexte, le capital social d'un acteur économique est considéré comme un avantage lors de ses échanges économiques dans le sens où l'ensemble des relations sociales établies lui permettent de réduire les problèmes d'asymétrie d'informations.

Les concepts de réseau social et de capital social réintroduisent la notion de confiance dans la régulation de l'activité économique. L'usage du concept de confiance se fait ici au sens que lui donne Arrow (1974, p. 23) en tant qu'« *important lubrifiant des rapports sociaux* ». Selon Ferrary (2003), mobiliser la notion de confiance dans la compréhension des échanges économiques ne consiste pas à introduire une forme d'altruisme, mais à faire l'hypothèse qu'au moment de l'échange, le degré d'interconnaissance entre les cocontractants réduit l'incertitude liée au hasard moral et permet à chacun d'anticiper un comportement honnête de la part de l'autre contractant. Le degré d'interconnaissance dépend notamment de la durée et de la densité des relations interindividuelles.

Dans le cadre de la relation d'emprunt, nous supposons que l'incomplétude des contrats induite par la faiblesse des méthodes instrumentales, qui affecte négativement l'évaluation de risque, peut être complétée par les relations sociales nouées entre le banquier et le chef d'entreprise. Plus les relations interpersonnelles entre les conseillers bancaires et les emprunteurs sont denses et fréquentes, plus l'accès à l'information, plus particulièrement privée, est facile. Par contre, dans le cas où ce type de relation est d'une présence faible dans la sphère économique, l'activité peut être inhibée par le manque de confiance interpersonnelle nécessaire à l'échange (Geertz, 1962). La confiance devient ici « *une forme d'organisation sociale* » (Karpik, 1989) qui permet des échanges qui ne se réaliseraient pas dans le cadre de marchés formellement organisés (Ferrary, 2003).

L'efficacité de l'échange marchand dans le cadre d'une relation de confiance est traduite par la réduction des problèmes d'asymétrie d'informations entre les deux contractants, ce qui leur permettrait de prendre les bonnes décisions. Dans les échanges économiques, le capital social d'un individu sera constitué de l'ensemble des personnes avec lesquelles il a des relations de confiance. La transitivité de cette relation (Je fais confiance à X, que je ne connais pas, parce que Y, que je connais et en qui j'ai confiance, fait confiance à X) renforce et entretient le réseau social en démultipliant les relations interindividuelles.

Ferrary (2003) définit « *les réseaux sociaux comme des groupes d'individus entre lesquels la fréquence des interactions économiques et la densité des relations sociales permettent de lever l'incertitude liée au hasard moral en permettant de discerner précisément entre les membres malhonnêtes et les membres honnêtes* ». On peut noter parmi les caractéristiques du réseau social, la facilité de transfert d'informations concernant ses membres et la rapidité de construction de leur réputation. Cette forme d'organisation peut impliquer des problèmes d'asymétrie d'informations entre les membres du réseau et ceux qui n'y appartiennent pas. Une autre caractéristique aussi importante du réseau est la solidarité entre ses différents membres. En conséquence, si quelqu'un veut échanger avec un membre de ce réseau, il est amené implicitement et indirectement à interagir avec tous les autres membres de ce réseau.

L'ensemble de ces caractéristiques modifie la nature de l'échange. En effet, l'appréciation sociale du risque est différente de celle utilisée par des relations purement professionnelles et individuelles. Lors d'une transaction, si l'un des deux contractants est encastré dans un réseau

social, l'échange réalisé est considéré implicitement comme étant effectué avec l'ensemble des membres du réseau.

Ferrary (2003) confirme la possibilité d'une évaluation sociale du risque quand le banquier utilise ses relations ou son réseau social. L'objectif du banquier est de transformer un simple échange professionnel en une interaction amicale et informelle. La proximité sociale et émotionnelle entre le banquier et son client implique deux conséquences. D'abord, une meilleure compréhension des spécificités du projet par le conseiller financier. Ensuite, un meilleur accès aux informations surtout celles d'ordre privé. Etant encastré dans le même réseau social que son client, le banquier peut collecter des informations d'une façon indirecte en exploitant ses relations à l'intérieur de son réseau. Selon l'auteur, le lien social qui se crée entre les deux partenaires dans la durée correspond à l'accumulation d'un capital social nécessaire dans l'évaluation de risque.

Ceci explique d'ailleurs pourquoi les conseillers financiers expérimentés sont souvent plus efficaces que les jeunes (Ferrary, 2003). La différence ne se trouve pas dans la compétence technique (les nouveaux conseillers sont déjà plus diplômés), mais dans la bonne connaissance qu'ils ont de leurs clients. Cette connaissance est le résultat des relations interpersonnelles que ces conseillers financiers ont réussi à établir. Parmi les difficultés rencontrées par le banquier, il doit d'identifier le réseau social auquel appartient son client et les informations qui y circulent. Pour créer le contexte social nécessaire à l'échange, le banquier a intérêt à développer des relations cordiales et amicales avec le client, à collecter les informations privées et à partager avec lui des centres d'intérêts autres que professionnels.

La personnalisation des relations suppose un certain nombre d'actes symboliques tels que des services personnels qui prouvent que la relation n'est plus strictement d'ordre professionnel. Ainsi, un conseiller bancaire reconnaît : *« J'ai pris en stage la fille d'un client qui devait faire un stage pour sa maîtrise de gestion, il a apprécié, je pense que ça a aidé par la suite quand il a décidé de me confier plus de fonds en gestion ».*

Pour bien intégrer cet environnement social, le banquier ne doit pas s'appuyer que sur des relations professionnelles, il doit également participer à la vie sociale de son client. Selon un des banquiers interviewés par Ferrary (2003) :

« Je vais au café, j'apprends beaucoup de choses lors des discussions de comptoir, notamment le soir au moment de l'apéritif. Il faut discuter avec d'autres clients pour avoir des informations, certains commerçants sont très bavards et ils nous donnent des informations ». Et d'illustrer par un exemple : « J'ai fait la connaissance du chargé de l'industrie de la mairie au cours d'une manifestation sportive organisée par la ville, par lui je peux savoir quand est-ce qu'ils font des travaux dans le quartier. Si jamais il y a un projet de rénovation dans sa rue, votre emprunteur ne vous le dira pas parce que ça va faire baisser son chiffre d'affaires, par contre par la mairie je peux avoir l'information ».

L'identification du réseau auquel appartient le chef d'entreprise pour bien évaluer son projet est d'une grande importance pour le banquier. La stratégie adoptée par ce dernier dépend de la nature du réseau visé. S'il s'agit d'un réseau social géographiquement défini (par exemple, le quartier autour de l'agence), le conseiller bancaire va fréquenter les lieux de socialisation de ses clients potentiels et trouver les individus diffuseurs d'informations pour accéder aux réputations des acteurs locaux. D'autres réseaux qui ne s'appuient pas sur des liens familiaux et géographiques existent. On peut identifier les réseaux fondés sur la profession (les entrepreneurs, les créateurs d'entreprises), sur l'origine ethnique (les Basques, les Asiatiques, etc.), sur la religion (les juifs, les protestants, etc.) et sur la base d'une appartenance sociale (les aristocrates, les polytechniciens, les énarques, etc.). Le banquier doit donc infiltrer le réseau social de l'emprunteur (ses clients, ses fournisseurs, les autres entrepreneurs, ses amis, etc.) pour évaluer les risques à travers les informations qui circulent dans ce réseau (Ferrary, 2003).

3. L'encastrement social et le financement bancaire : quels impacts pour les PME ?

Malgré les efforts des banques pour homogénéiser les processus de prise de décision de prêt à travers les conseillers financiers, l'étude de la littérature met en évidence, d'une façon qui peut surprendre de prime abord, l'importance que revêt aux yeux des banquiers (et à ceux des dirigeants) l'aspect informel, et les facteurs interpersonnels qui peuvent le favoriser, tels que la confiance et les liens sociaux. Si le concept de facteurs interpersonnels dans le cadre de la relation de financement est appréhendé sans difficulté, il n'existe pas de définition formelle et synthétique de ce dernier. Il est nécessaire de se référer à plusieurs approches récentes pour fournir une vision globale du système, chacune d'elle apportant un éclairage particulier.

La recherche suggère que le processus de prise de décision par les agents varie généralement en fonction du niveau d'expérience de ces conseillers (Andersson, 2001). L'expérience d'un conseiller financier constitue un aspect du capital humain parmi d'autres. L'idée que le niveau de capital humain peut justifier la différence dans les décisions d'emprunt est conforme aux travaux empiriques antérieurs consacrés à la prise de décision dans un contexte d'incertitude (Chase et Simon, 1973 ; Choo et Trotman, 1991). Cependant, il y a eu peu de recherches qui ont étudié comment ce capital humain influence le processus de décision.

Dans la continuité de certains travaux qui ont montré un lien positif entre le capital humain et la performance de l'entreprise (Carpenter, Sanders, et Gregersen, 2001 ; Dimov et Shepherd, 2005), Bruns et al., (2008) ont cherché à examiner comment le capital humain spécifique à chaque conseiller financier peut influencer le processus de décision d'emprunt ainsi que le résultat de cette décision, à savoir l'accord du crédit. L'étude a été menée auprès d'un échantillon de 114 conseillers financiers suédois appartenant à des banques commerciales travaillant dans le financement des PME. La principale contribution de Bruns et al. (2008) concerne l'hétérogénéité des décisions des conseillers financiers face aux demandes de prêts formulés par les PME. En effet, les auteurs ont pu montrer l'existence de jugements personnels différents portés par les conseillers financiers lors de processus d'emprunt. En effet, les conseillers financiers sont susceptibles d'accorder plus d'attention aux dossiers des chefs d'entreprise ayant certains aspects du capital humain semblables aux leurs.

Bien qu'il y ait un grand nombre de travaux empiriques sur les relations de long terme entre les banques et les emprunteurs, il y a encore peu de preuves sur le rôle des interactions sociales dans ces relations. Lehmann et Neuberger (2002) ont cherché à explorer l'effet des relations sociales entre le conseiller financier et le chef d'entreprise sur le marché bancaire allemand. Une enquête a été menée auprès de mille deux cents conseillers financiers appartenant à trois types de banques (les banques privées, les caisses d'épargne publique et les banques coopératives). Afin de saisir les aspects sociaux de la relation d'emprunt, les auteurs ont retenu l'expérience du conseiller financier construite avec l'ancienneté, l'engagement de chaque partenaire, la volonté de l'emprunteur à informer son conseiller sur ses problèmes et la stabilité de la relation.

Lehmann et Neuberger (2002) ont justifié l'idée que la relation de prêt ne dépend pas uniquement des transactions mais aussi des interactions entre les deux partenaires. En effet, ils

ont montré que la disponibilité et les conditions de prêts (taux d'intérêt et demande de garanties) ne sont pas seulement influencées par les caractéristiques de l'entreprise et les variables liées au risque de crédit, mais aussi par les interactions sociales entre les conseillers financiers et les chefs d'entreprises. Les interactions sociales peuvent indiquer le niveau de la confiance entre le banquier et le chef d'entreprise. Néanmoins, cette étude reste incomplète dans le sens où la dimension sociale d'une relation de prêt paraît plus complexe pour être capturée par les variables retenues par les auteurs.

Conscientes des limites et de la carence des méthodes instrumentales dans l'évaluation de l'incertitude liée aux emprunts bancaires, les banques ont modifié leur organisation du travail ainsi que leurs pratiques managériales pour faciliter l'émergence d'une nouvelle évaluation dite sociale basée sur les réseaux sociaux utilisés par les conseillers de clientèle pour instaurer des liens de confiance et accumuler du capital social susceptibles de réduire cette opacité. Ferrary (2003) propose d'étudier les méthodes managériales employées par certaines banques françaises pour faciliter le développement de cette évaluation et assurer donc son efficacité.

Les banques ont joué la proximité tout en essayant de personnaliser leurs relations avec leurs clients. Cette nouvelle stratégie a engendré des changements dans l'organisation du travail ainsi que dans la gestion des ressources humaines de la banque. En premier lieu, la reconstruction de la confiance entre le conseiller bancaire et le client a permis de dés-instrumentaliser l'échange financier ainsi qu'une décentralisation donnant au conseiller de clientèle une grande responsabilité de ses décisions⁵¹. Le conseiller de clientèle est devenu responsable de son évaluation basée sur sa définition et son appréciation personnelles du risque, d'où une évaluation sociale plus objective du risque du crédit.

Cette décentralisation permet une spécialisation du conseiller bancaire par secteur géographique et/ou par secteur d'activité. Cette spécialisation permet d'abord au conseiller de clientèle d'avoir une meilleure connaissance du secteur d'activité (les règles et les cycles de production, les opportunités de développement), ce qui favorise la réduction de l'asymétrie d'information liée à la sélection adverse. Ensuite, elle permet aux conseillers de pénétrer au sein des réseaux sociaux qui sont liés à ce secteur d'activité et de collecter de l'information

⁵¹ Il y a une dizaine d'années où le conseiller ne pouvait pas décider d'accorder un prêt qui dépasse 1000 Fr sans l'autorisation du département du crédit. Aujourd'hui, le manager peut tout seul autoriser des octrois de crédits s'élevant à une dizaine de millions d'euros.

sur leurs clients, ce qui réduit l'incertitude liée au « moral hasard ». L'évaluation technique est complétée voire renforcée par une évaluation sociale. En second lieu, la personnalisation et la continuité choisies par les banques de la relation bancaire permettent une meilleure connaissance entre le conseiller et son client et, donc, des liens de confiance, ce qui justifie la généralisation de cette méthode dans toutes les banques (par exemple, 93% des clients du Crédit Lyonnais sont suivies d'une manière individuelle).

Un dernier changement est observé dans les pratiques managériales en particulier dans la gestion des ressources humaines. En effet, pour faciliter l'accumulation du capital social, un conseiller de clientèle chez BNP doit rester au minimum trois ans dans son poste alors qu'il était presque impossible, dans les années quatre vingt, qu'il reste plus de trois ans au même endroit. Cette stabilité permet non seulement une accumulation du capital social, mais aussi à la banque d'en profiter. En ce qui concerne le recrutement, les banques préfèrent des conseillers qui acceptent une longue stabilité et évitent souvent des personnes hautement qualifiées (qui viennent des grandes écoles).

Dans la même perspective, Uzzi et Gillespie (2002) ont développé un nouveau concept de réseau dit réseau transitif. Ce concept explique le mécanisme par lequel un acteur acquiert certaines compétences et certaines ressources à partir d'un lien dans un réseau, lui permettant par la suite d'améliorer la valeur d'un échange fait avec un troisième acteur. La stratégie du réseau transitif, présentant les mêmes caractéristiques que les autres aspects du capital social, notamment le brokering (courtage) et le partenering, paraît plus avantageuse dans le sens où elle permet d'expliquer comment la théorie d'encastrement social facilite aux entreprises l'acquisition de certaines compétences et ressources qui sont inaccessibles par les autres aspects du capital social.

Pour étudier les propriétés et les conséquences du réseau transitif, Uzzi et Gillespie (2002) considèrent le réseau de financement de la PME comme étant formé essentiellement par la firme, la banque et le fournisseur (Berger et Udell ; 1998, Cook, 1999)⁵². Ils cherchent à montrer comment des liens et des réseaux sociaux entre le banquier et le chef d'entreprise permettent le transfert de certaines compétences et ressources financières à ce dernier qui lui sont indispensables pour gérer son crédit commercial (Petersen et Rajan 1999 ; Uzzi, 1999).

⁵² Le crédit fournisseur représente une source de financement importante pour la PME.

Pour tester cette performance du concept du réseau transitif, les auteurs procèdent en deux étapes. Ils mènent d'abord une enquête qualitative auprès de 11 responsables de clientèle dans des banques à Chicago. Cette enquête démontre les différents types de ressources que le banquier peut transférer au chef d'entreprise. En premier lieu, figure l'expertise financière pour gérer le crédit commercial : l'entreprise ne peut en effet acquérir certaines techniques financières via les relations de marché ; en second lieu, l'accord sur un éventuel faible coût du crédit peut faciliter le paiement du crédit commercial avant échéance, ce qui permet à l'entreprise de bénéficier d'un escompte, et, enfin, la possibilité de profiter de la liste de fournisseurs dont la banque dispose et qui proposent des délais de règlement attractifs.

Uzzi et Gillespie (2002) ont effectué une deuxième étude statistique, en utilisant la base de données américaine NSSBF, sur un échantillon de 3404 PME. Des questionnaires ont été envoyés aux chefs d'entreprises pour collecter les informations indisponibles dans les états financiers (informations à caractère organisationnel, sur les sources d'emprunt, les comptes de dépôts, les ventes et les achats et l'historique des interactions entre l'entreprise et sa banque). Le transfert de compétences et des ressources vers l'entreprise est calculé par le pourcentage d'escompte reçu pour paiement à l'échéance ou le pourcentage d'indemnités payées pour un retard de paiement.

Les résultats sont conformes aux hypothèses, les entreprises ayant des liens sociaux ancrés avec leurs banquiers ont profité des compétences et des ressources transférées par ces dernières pour mieux gérer leurs crédits commerciaux : elles ont eu beaucoup plus d'escompte et beaucoup moins d'indemnités de retard que les entreprises n'ayant pas ce type de liens.

Un des dirigeants des banques interrogées explique, par exemple, comment un lien encastré entre la banque et la firme l'a incité à fournir un prêt à un coût permettant au dirigeant de la firme cliente de tirer profit des remboursements rapides de ses crédits commerciaux. Il décrit la manière dont ce lien offre un cadre d'action commun qui motive la banque et la PME à créer un accord de prêt contingent avec des taux d'intérêts variant selon les performances futures de l'organisation. De cette façon, est offerte à l'entrepreneur l'opportunité de recevoir le prêt à un prix escompté pour la première année, là où les remboursements des intérêts sont plus élevés. Le dirigeant de la banque explique :

« En raison de la relation (encastrée), parce que nous avons connu l'homme, vraiment cru en lui et fait confiance, nous lui avons donné le bénéfice du doute sur l'évaluation pour la première année ». (Uzzi et Gillespie, 2002).

Uzzi et Gillespie (2002) concluent que le réseau transitif constitue une troisième source du capital social et que, dans la relation de financement de la PME, il offre même un avantage plus compétitif que le brokering et le partenering. Cette étude a permis de montrer que la qualité de la relation banque-entreprise est une cause de la performance financière de la firme et non pas une conséquence.

Dans une autre étude du marché bancaire des PME et en recourant à une analyse statistique, Uzzi (1999) y expose les conditions plus au moins favorables d'obtention de prêts par les PME de Chicago auprès des banques. Ils démontrent que les PME obtiennent un meilleur accès au crédit bancaire et bénéficient de modalités de remboursement avantageuses lorsqu'elles entretiennent des liens encastrés. En effet, Uzzi (1999) suggère que les relations sociales encastrées et les réseaux formés par un mix de liens (encastrés et à l'acte) profitent aux firmes cherchant à se financer. Selon lui, cela permet de promouvoir des mécanismes de gouvernance informelle, de faciliter le transfert d'informations privées, soit des facteurs susceptibles de motiver la banque et l'entreprise à trouver des solutions aux problèmes de financements que les relations de marché n'ont pas réussi à résoudre.

Uzzi (1999) a analysé, en premier lieu, comment les liens sociaux encastrés et à l'acte affectent la relation d'emprunt. En second lieu, il a essayé de montrer les avantages d'un réseau complémentaire formé par ces deux types de relations avec les avantages du « partenering » liés aux relations encastrées et les avantages du « brokering » offerts par les relations à l'acte. Les résultats d'Uzzi (1999) sont conformes à ses hypothèses. En effet, plus les transactions commerciales entre la banque et la firme sont encastrées dans des relations sociales, plus l'accès de la firme au crédit et à un taux faible est grand. L'encastrement développe, en fait, de la confiance et de la transparence susceptibles de gérer les transactions. Une gouvernance informelle s'installe, suivie par un transfert d'informations privées qui étaient inaccessible par les simples relations de marché. L'auteur conclut que l'encastrement est un facteur déterminant dans la relation d'emprunt. Il ajoute aussi que cet avantage de l'encastrement pouvait s'optimiser par des réseaux complémentaires formés par des liens encastrés et des liens à l'acte dans le sens où les caractéristiques des deux liens éliminent leurs

faiblesses et préservent leurs points forts. Par exemple, si les relations à l'acte recherchent et comparent les différentes offres de prêts sur le marché bancaire, les liens encastrés facilitent la coordination nécessaire pour analyser des informations de caractère public collectées par les liens à l'acte avec les ressources privées générées par les liens encastrés.

Les résultats de ce travail sont d'une grande importance puisque à la différence de la majorité des études consacrées aux comportements des marchés financiers qui se sont intéressées à l'accès à l'information publique et à l'utilisation de mécanismes de gouvernance formelle tels que les contrats, il permet de montrer que l'encastrement est capable d'instaurer une forme de gouvernance informelle ainsi qu'un transfert de certains ressources qu'aucun autre mécanisme ne peut obtenir.

Dans un registre similaire, mais de façon plus pragmatique, Green et al., (1995) suggèrent que la théorie néoclassique et la théorie du signal ne sont plus suffisantes pour réduire le risque lié à la décision d'octroi de crédit. Ils supposent que la théorie d'encastrement social est d'une grande importance dans ce domaine. C'est pourquoi ils proposent de comparer l'impact de différents facteurs organisationnels, financiers et sociaux (tels que la taille de la banque, la structure du capital utilisé -à savoir social et économique ; les caractères managériaux, la demande de crédit et le niveau de concentration bancaire) sur le financement bancaire des entreprises (le montant d'emprunt accordé, le taux d'emprunt octroyé et le nombre d'emprunts attribués à des petites entreprises). Pour ce faire, ils considèrent un échantillon de banques situées dans 25 communes de l'Etat de Géorgie. Leurs résultats confirment le rôle déterminant que jouent les liens sociaux ainsi que les réseaux dans la décision d'octroi de crédit. Green et al., (1995) concluent donc que le rôle des liens sociaux dans l'allocation des ressources ne peut plus être contesté.

Utilisant des données issues du « Securities Data Company » et à partir d'enquêtes faites auprès de différents directeurs financiers sur une période de cinq ans (1981-1985), Baker (1990) essaye d'analyser les déterminants de la nature des liens noués entre un échantillon d'entreprises et leurs banques d'investissement. L'auteur suggère que ces entreprises forment leurs liens suivant une structure sociale appelée « interface »⁵³ afin de réduire leur dépendance par rapport à des ressources rares fournies par la banque comme le capital et les informations

⁵³ « The pattern of ties between a focal corporation and its set of investment banks », Baker (1990).

privées ainsi que d'exploiter les avantages de leur pouvoir incarné par l'ensemble des transactions financières qu'elles effectuent avec leurs banques. En ce qui concerne les relations inter-organisationnelles, elles peuvent être appréhendées à plusieurs niveaux en commençant par la dyade jusqu'au réseau. Or, selon Baker (1990), son échantillon est constitué par des entreprises ayant plusieurs liens avec plusieurs banques, la dyade (le réseau) paraît alors un choix trop petit (macro) pour analyser ces relations. Il choisit donc un niveau intermédiaire dit « interface » qui le décompose en trois classes : les interfaces de relations, les interfaces de transactions et les interfaces hybrides.

Argumentant que les relations marchandes sont socialement situées, Baker (1990) commence d'abord par détailler comment les managers d'entreprises manipulent leurs interfaces d'une façon délibérée pour créer et extraire un capital social à partir de la structure sociale des relations déjà existantes avec leurs banques. Ensuite et après avoir effectué ses tests, il expose ses résultats qui confirment ses hypothèses : les interfaces observées sont liées significativement aux différentes mesures de dépendance et de pouvoir. La forme la plus utilisée par les entreprises est l'interface hybride. Malgré que ce travail s'inscrive dans un axe de recherche qui s'intéresse à l'analyse sociologique des relations inter-organisationnelles où les mécanismes non marchands sont souvent utilisés pour minimiser les problèmes d'agences, réduire la dépendance et minimiser certains coûts, il se distingue par un management direct des relations marchandes qui aboutissent aux mêmes résultats.

Mizruchi et al. (1995) s'intéressent à deux types d'échanges qui relient les organismes financiers aux entreprises : les prêts bancaires et les interconnexions entre conseils d'administration durant la période allant de 1938 à 1942. Ils cherchent à vérifier l'existence d'une relation positive entre les prêts bancaires et la présence des banquiers aux conseils d'administration des entreprises emprunteuses. S'appuyant sur un modèle dérivé de la théorie de l'agence et de la sociologie politique, ils proposent non seulement d'examiner la structure du réseau, composé par des liens interlock⁵⁴, qui relie la banque à l'entreprise, mais ils s'interrogent aussi sur le contenu des liens individuels qui constituent ce réseau. Après qu'une étude ait été menée auprès de 61 entreprises ayant contracté 81 emprunts, Mizruchi et al. (1995) concluent que les liens interlock directs et indirects sont d'une importance considérable dans la décision d'emprunt puisqu'ils assurent de l'information et du conseil

⁵⁴ « Les relations économiques entre les deux types d'organisations sont de nature à favoriser des passages de personnels de l'une à l'autre : liens interlock », Mizruchi et al (1995).

ainsi qu'un accès au capital pour l'entreprise, alors que du côté de la banque ils permettent de surveiller le prêt en donnant plus généralement à l'organisme financier le moyen d'exercer une influence sur les décisions que prend l'entreprise.

En résumé, il apparaît que la relation sociale permet essentiellement à la banque d'acquiescer de l'information privée au cours du temps au sujet de la situation financière de son client. L'échange de cette information à caractère spécifique et privé et la confiance qui en résulte, limitent sensiblement l'incidence des incertitudes et des asymétries d'informations et facilitent l'obtention de financement pour les petites et moyennes entreprises dans des conditions privilégiées.

Malgré que les modèles explicatifs proposés dans la littérature soient, dans la plupart du temps, théoriques et que les travaux empiriques proposés soient encore à un stade exploratoire, nous pensons qu'une relation bancaire encadrée dans des relations sociales (réseau social) affecte positivement les conditions d'emprunts pour les PME. Ces développements conduisent à énoncer les propositions de recherche suivante :

Proposition 1 : une relation bancaire encadrée dans des relations sociales facilite l'accès au crédit des PME.

Proposition 2 : une relation bancaire encadrée dans des relations sociales réduit le coût d'emprunt des PME.

Proposition 3 : une relation bancaire encadrée dans des relations sociales réduit le montant des garanties demandées aux PME.

Proposition 4 : une relation bancaire encadrée dans des relations sociales permet d'éviter les défauts de paiement des PME.

4. L'encastrement social et la relation bancaire : « un paradoxe » !

Le et Nguyen (2009) ont examiné l'impact des réseaux sociaux sur l'accès au crédit pour les PME. Ils considèrent qu'une entreprise entretenant des relations sociales avec son environnement (des relations officielles avec les organismes publics, managériales avec ses fournisseurs et ses clients, familiales et amicales avec des proches), suppose, d'une part, qu'elle possède une bonne réputation et donc une certaine légitimité, ce que lui facilite l'accès au crédit et, d'autre part, ces bons réseaux peuvent réduire les besoins de financements bancaires en facilitant l'accès à d'autres sources financières. Les résultats de l'étude menée auprès d'un échantillon de PME⁵⁵ ont montré que les réseaux officiels sont importants pour les entreprises qui cherchent à emprunter auprès d'une banque pour la première fois, mais ils sont d'une faible pertinence pour les PME qui ont déjà accès aux prêts bancaires. Inversement, les réseaux de gestion (avec les fournisseurs et les clients) n'affectent pas de manière significative la probabilité d'avoir un prêt bancaire. Le et Nguyen (2009) ont montré également que les entreprises qui ont développé des réseaux sociaux forts étaient moins susceptibles d'emprunter auprès des banques que les autres.

Dans le même sens, Mizruchi et Stearns (2001) ont examiné comment les membres d'une importante banque commerciale multinationale américaine utilisaient leurs réseaux sociaux internes afin de conclure leurs contrats avec leurs entreprises clientes. Selon les auteurs, dans un contexte d'incertitude, les banquiers vont solliciter les conseils de leurs collègues et de leurs supérieurs qui sont plus expérimentés qu'eux pour prendre certaines décisions. Deux types de réseaux sont donc envisageables : « les réseaux d'information » considérés comme l'ensemble des relations sociales utilisées par le banquier pour mieux connaître une entreprise ou un produit particulier et les « réseaux d'approbation »⁵⁶ considérés comme l'ensemble des relations sociales utilisées par le banquier pour solliciter la confirmation et le soutien pour une décision qu'il a prise.

Mizruchi et Stearns (2001) avancent plusieurs hypothèses qui visent à tester en premier lieu la relation entre le niveau d'incertitude et les réseaux sociaux au sein de la banque et, par la suite, l'effet probable que peut avoir la nature de ces réseaux sur le nombre de contrats

⁵⁵Un questionnaire a été envoyé par voie postale à 400 PME.

⁵⁶ « Approval networks ».

conclus⁵⁷. En grande partie, les résultats sont conformes aux hypothèses : les réseaux sociaux sont efficaces dans la réduction d'incertitude dans le milieu bancaire ; dans un contexte d'incertitude, les banquiers utilisent des liens forts pour solliciter des conseils et surtout de l'information de leurs collègues. Cependant, de manière surprenante, cette stratégie apparaît comme étant contre-productive pour arriver à conclure un contrat. La raison semble être qu'une personne de confiance et des collègues proches peuvent facilement approuver des contrats (ce qui est une condition nécessaire pour la conclusion de ces contrats), mais ils sont trop proches pour fournir une large étendue de contributions constructives qui permettraient à un contrat complexe d'être amélioré de telle manière qu'il répondrait mieux aux attentes du client.

Mizruchi et Stearns (2001) montrent que l'incertitude « crée les conditions qui déclenchent un désir d'intimité et les banquiers répondent à cela en se tournant vers ceux dont ils sont proches. Cependant, c'est ce comportement qui rend plus difficile pour le banquier d'être performant. Non seulement cela illustre la concomitance de la faiblesse des liens forts et de la force des liens faibles, mais cela montre également comment nos instincts sociaux peuvent nous orienter à l'encontre de nos intérêts » (p. 667). Par contraste, l'accès à un réseau épars par l'intermédiaire de liens faibles pour obtenir une approbation formelle est plus efficace, car il génère « une diversité de points de vue et de critiques potentielles qui obligent le banquier à concevoir un produit de meilleure qualité » (p. 667) qui est alors plus attirant pour le client.

De façon similaire, Foliard (2008) présente l'importance des relations entretenues par un conseiller financier sur un territoire dans son processus de prise de décision d'accompagner ou non une très petite entreprise. Face à l'opacité de celle-ci, il va combler son déficit informationnel en utilisant une triangulation sommaire des données en exploitant son capital social. Il utilise sa connaissance du territoire et de ses acteurs pour donner une valeur d'ensemble au projet. Cependant, l'utilisation systématique de liens forts peut conduire à un effet d'étouffement effectivement contre-productif puisque sclérosé. En situation d'incertitude, les conseillers utilisent leur réseau d'information pour qualifier l'entreprise et améliorer la rationalité de leur décision. Ils utilisent systématiquement les mêmes ressources et peuvent passer à côté de dossiers présentant un niveau de risque acceptable pour la banque.

⁵⁷ Comme Granovetter (1973) et Burt (1992), Mizruchi et Stearns (2001) considèrent que l'importance des réseaux ne se mesure pas par leur présence, mais plutôt par leur caractère.

Si elles permettent l'émergence d'un climat de confiance entre le chargé de clientèle et le chef d'entreprise, les relations sociales font également baisser l'attention et la capacité de discernement du banquier, ce qui pourrait fausser l'analyse des dossiers.

Section 2. La confiance appliquée à la relation bancaire

La littérature a déjà montré le rôle de la confiance dans la réduction des problèmes d'agence, d'asymétrie d'information et dans la diminution des coûts de transaction (Macaulay, 1963 ; Nootboom, et al., 1997). La confiance permet ainsi d'économiser les coûts de contrôle et de surveillance (Lewicki, et al., 1998). En effet, le partage de la confiance, entre deux individus économiquement liés, leur permettra de bénéficier d'un accès à l'information rapide et à coût réduit, d'une incitation à rester dignes de confiance pour assurer d'autres bénéfices par des transactions futures et d'une dimension sociale qui assure le renoncement à des comportements opportunistes. Dans le cadre de l'étude des relations (entre les organisations et/ou entre les individus), Bromiley et Harris (2006) considèrent que les modèles qui ne prennent pas en compte la notion de confiance sont insuffisants et d'un pouvoir explicatif limité.

1. Le banquier : un acteur sous socialisé ?

Dans une relation de financement bancaire d'une PME se pose le problème de l'incertitude pour le prêteur sur la qualité de l'emprunteur (plus particulièrement, sur la qualité de la promesse de remboursement). S'il y a incertitude, c'est qu'il existe une possibilité pour le prêteur de faire confiance à son client⁵⁸. En effet, le crédit étant « *une opération qui permet au débiteur de différer son paiement, il suppose la confiance du créancier* »⁵⁹. Octroyer un crédit consiste donc à accorder sa confiance à un client sans avoir la certitude que ce dernier remplira ses promesses et ses engagements. La confiance est l'essence même de l'activité de l'intermédiation bancaire. Mais il ne s'agit pas de confiance pure et totale, car il existe encore de l'incertitude (si la confiance est totale, il n'y a pas d'incertitude) et l'hypothèse de l'opportunisme de l'emprunteur est conservée. En effet, la particularité du financement bancaire étant l'antériorité de l'étape de *la livraison* du service sur l'étape *du remboursement*, le banquier se trouve confronté à un risque d'opportunisme de la part du chef de l'entreprise ou de l'entrepreneur. Au moment d'accorder à l'entreprise son emprunt, le conseiller financier

⁵⁸ Parmi les éléments fréquemment retenus pour approcher la notion de crédit (la durée, le risque ou encore l'absence de spéculation), apparaît la confiance. « Tous les ouvrages rappellent l'origine du mot crédit qui se trouve dans le latin *credere* : le droit au crédit est celui de la confiance. Il a pour objet les institutions qui permettent au créancier de faire confiance au débiteur, parce qu'elles lui donnent l'assurance qu'il sera payé à l'échéance » (Couret, Deveze et Hirigoyen : 1997, p.1119).

⁵⁹ A.Beitone et al., (1997) : « Dictionnaire des Sciences Economiques », Armand Colin, Coursus.

ne peut pas prévoir le comportement futur du dirigeant et, précisément, s'il honorera sa dette (Pallas, 2000). Ce phénomène dit « d'aléa moral » existe en raison de l'incapacité du prêteur à s'informer et à surveiller les décisions et les actions prises par le dirigeant. Ce dernier est mieux informé sur la qualité de son entreprise pendant la durée de l'échange. C'est donc en raison de l'asymétrie d'information entre les deux acteurs que le prêteur devient incertain sur la qualité de la promesse de l'emprunteur. Se pose alors la question de l'opportunisme du dirigeant. Ne cherchera-t-il pas à profiter de son avantage informationnel pour agir en priorité selon ses propres intérêts au détriment de ceux du prêteur ?

Par ailleurs s'ajoutent à ce phénomène, deux autres types d'asymétrie d'information qui touchent toute relation d'emprunt :

- *l'asymétrie d'information ex ante* selon laquelle le prêteur n'a pas de connaissance préalable de la véritable qualité de l'emprunteur et se trouve dans l'incapacité d'observer ses attributs, ce phénomène est qualifié de « sélection adverse » ;
- *l'asymétrie d'information ex post* selon laquelle le prêteur éprouve des difficultés à observer et à évaluer les revenus du projet réalisé par l'emprunteur.

Comment réduire cette incertitude sur le comportement futur de l'entrepreneur, lié aux asymétries d'informations ?

Telle est la question que cherchent à résoudre les acteurs guidés par une solution procédurale. Les tenants de cette thèse soulèvent la nécessité de réduire cette incertitude en utilisant des méthodes contractuelles : des procédures bancaires d'évaluation ex ante associées à des procédures de surveillance ex post auraient pour effet de diminuer l'incertitude. Mais, l'incomplétude des contrats et l'insuffisance des approches contractuelles font que le risque d'opportunisme de l'emprunteur subsiste (Pallas, 2000).

Ainsi, la création d'une confiance réciproque entre les parties de l'échange est particulièrement importante. Pour certains auteurs, la relation bancaire, contrairement à une transaction à l'acte, est considérée comme une convention efficace incluant une assurance mutuelle fondée sur la confiance réciproque. Rivaud-Danset et Salais (1992) et Rivaud-

Danset (1996)⁶⁰ supposent que le choix du financement n'est pas lié uniquement à la performance financière de l'entreprise en question, mais aussi à sa capacité à accéder à un financement externe relativement sûr s'inscrivant dans une relation bancaire. La relation bancaire permet une convention de financement stabilisatrice de la coordination entre l'entreprise emprunteur et la banque prêteur. La confiance réciproque entre les deux parties est l'élément clef qui permet à la banque de réduire l'incertitude en connaissant mieux l'entreprise emprunteur et à l'entreprise d'être mieux traitée. La relation bancaire, dans l'approche par les conventions, est une relation de confiance qui intègre un impératif de loyauté qui ne se réduit pas à une relation de clientèle fondée sur la réputation mise en avant dans la théorie de l'agence. La banque a une bonne connaissance de son client grâce à la relation personnalisée plutôt qu'à la quantité d'informations échangées. La confiance repose sur des informations et des évaluations privées tandis que la réputation repose sur la diffusion extensive d'informations (Eber, 2001).

Rivaud-Danset (1996), dans le contrat de prêt, définit la confiance « comme un procédé cognitif qui permet au prêteur de formuler un jugement personnel sur le comportement de l'emprunteur, dans une situation d'interaction inscrite dans le long terme, ou l'incertitude sur le comportement de ce dernier dans le futur ne peut être traitée de façon satisfaisante pour les deux acteurs, par des règles contractuelles explicites ou routinières de comportement ». La crédibilité de cet engagement, basé sur la confiance, ne repose pas sur un contrat incitatif mais sur « la poignée de main », signal de la volonté de respecter l'engagement (Maque, 2007).

Dans notre champ de recherche, on peut souligner que les travaux qui ont étudié la confiance comme une variable explicative de la relation bancaire sont rares (Moro et Fink, 2013 ; Howorth et Moro, 2012 ; Gardès et Machat, 2011 ; Harhoff et Körting's, 1998).

2. La synthèse de la littérature sur le rôle de la confiance dans la relation d'emprunt

Dans le cadre d'une relation d'emprunt, l'expérience d'interaction d'un dirigeant de PME, c'est-à-dire le savoir par ses interactions sociales dans le cadre de ses relations d'affaires, est en mesure d'impacter le financement de la PME en ce qu'elle produit la confiance, qu'elle est source d'apprentissage et qu'enfin, elle accroît la capacité de négociation (Gardès et Machat, 2011). Selon ces auteurs, le dirigeant de PME a intérêt à être proactif dans l'échange

⁶⁰ Cité par Eber (2001).

d'informations concernant la situation de son entreprise, ne serait-ce que parce qu'il crée ainsi les conditions d'une interaction propice à l'instauration d'une relation de confiance avec son banquier. Gardès et Machat (2011) ont cherché à repérer, à travers une investigation empirique⁶¹ auprès de directeurs de groupes bancaires et de dirigeants de PME, les déterminants de la relation de financement bancaire. Les banquiers ont été interrogés sur les critères d'évaluation de l'entreprise et sur l'aspect relationnel dans l'évaluation des risques de défaillances des PME. La clientèle PME a été interrogée sur son comportement d'achat bancaire, les difficultés de financement rencontrées et le poids de la relation avec le chargé d'affaires.

Selon les auteurs, les banquiers interrogés insistent sur la nécessité de la transparence de l'information et sur la confiance pour obtenir le meilleur accompagnement possible. En effet, pour la banque la trésorerie est un indicateur de difficultés éventuelles qui doit mettre en alerte le chargé d'affaires. Celui-ci va pouvoir mettre en place et proposer des solutions en amont, dès lors que les difficultés sont identifiées comme étant passagères. Des procédures particulières peuvent être mises en place. Un manque de transparence de l'information ou de communication sur les problèmes rencontrés par l'entreprise peut potentiellement être préjudiciable, en ce sens que des solutions peuvent être trouvées dès lors que les problèmes sont pris très en amont. Il n'en est pas de même lorsque la situation s'est déjà trop dégradée pour pouvoir la réajuster.

Un banquier interrogé disait « *Quand on n'a pas un retour de confiance de la part des dirigeants. Ou qu'on ne nous dit pas tout, on sent que ça va dans le mur, on sent que le DAF dit un truc à une banque et autre chose à une autre...et là on dénonce nos concours, là ça se passe bien. Quelqu'un qui ne dit pas les choses forcément on va partir. J'ai le cas d'un très gros client dans le pays basque : on l'a mis dehors car il nous a roulés dans la farine l'an dernier. Ça fait mal, il nous a menti, on le sait : on en a des preuves, des trucs compliqués à l'international. Ce n'est pas possible, il y a embrouille* ».

Gardès et Machat (2011) mettent également en exergue le rôle de l'intensité de la relation (contenu, consistance, durée, fréquence) dans la production de la confiance et l'accord de financement de l'entreprise. Des relations proches et fréquentes favorisent les flux

⁶¹ Une étude qualitative exploratoire.

d'informations et la communication. Il en résulte une meilleure compréhension de l'environnement de l'entreprise, de ses opportunités d'affaires, et une vue plus précise de ses perspectives (c'est-à-dire une réduction de l'asymétrie d'information). Le banquier a une meilleure compréhension des besoins de l'entreprise et in fine un meilleur accompagnement. Ils ont montré également que des projets moins rentables peuvent être mieux accueillis que des projets à meilleures perspectives, dès lors qu'ils seraient portés par des individus qui n'auraient pas la confiance de leur chargé d'affaires.

La confiance représente une variable clé pour décrire les interactions sociales. Elle peut émaner d'une riche expérience construite tout au long de la relation. Susceptible de baisser le risque moral et les coûts de contrôle, la confiance devrait entraîner une diminution des marges (Saparito et al. 2004). Ainsi, Harhoff et Körting (1998) ont examiné le rôle de la confiance mutuelle telle que perçue par les chefs d'entreprises dans une relation de crédit. Dans leur entretien, les auteurs ont utilisé une variable nominale pour indiquer si la personne interviewée pensait que le banquier et le chef d'entreprise se faisaient confiance. Il se révèle que cette variable possède un impact négatif et significatif sur le taux d'intérêt des lignes de crédit.

En ce sens, Howorth et Moro (2006) ont montré que les entrepreneurs qui s'aperçoivent que leur banquier leur fait confiance sont les plus aptes à agir d'une manière fiable⁶². En conséquence, la probabilité de l'aléa moral et/ou de défaut de paiement est amoindrie. Un niveau élevé de confiance est synonyme d'une réduction des coûts d'agence. Les auteurs ont conclu que, du point de vue de la banque, la confiance permet d'atténuer la sélection adverse et l'aléa moral, réduisant ainsi le scoring et les coûts de surveillance, et ce qui conduira à l'augmentation de ses profits. Pour l'entrepreneur, la confiance réduit à la fois l'effort consacré pour fournir des informations à des fins de surveillance bancaire ainsi que les besoins d'une demande de garantie.

Les relations bancaires de long terme facilitent l'échange d'informations et réduisent ainsi les problèmes d'asymétries d'informations (Binks and Ennew, 1997). Or, la confiance se crée et se développe à travers des contacts fréquents et des relations solides (Lewicki and Bunker, 1996). Comme on l'a déjà montré précédemment, les PME sont opaques et leur financement

⁶² Des entretiens ont été effectués auprès de vingt entrepreneurs et six conseillers financiers dans une région du sud de l'Italie.

bancaire dépend en grande partie des relations bancaires établies (Petersen and Rajan, 1994 ; 1995 ; Berger and Udell, 1995). La confiance peut jouer ainsi un rôle important dans la décision d'emprunt. Dans ce contexte, Howorth et Moro (2012) ont étudié le rôle de la confiance établie entre le chargé d'affaires et le chef d'entreprise, sur le marché bancaire Italien des PME, dans la fixation du coût d'emprunt accordé. Ils ont mené une enquête auprès des conseillers financiers dans une région du nord-est de l'Italie. Cette région est caractérisée par un nombre important de petites banques locales et régionales ainsi qu'un nombre important des PME. Cela favorise une grande autonomie des conseillers dans l'établissement de relations avec leurs clients. La confiance est définie par trois variables : la compétence, la bienveillance et l'intégrité. Les auteurs ont montré une relation négative entre un niveau élevé de confiance et le coût d'emprunt. En fait, les banquiers paraissent prendre en considération des éléments comme la bienveillance et l'intégrité du chef d'entreprise dans la décision et la fixation du coût d'emprunt.

Selon Howorth et Moro (2012), la durée de la relation n'affecte pas significativement l'accès (le coût) au crédit. C'est la confiance qui se développe au fil de la relation qui influe sur les conditions d'emprunts. Ces résultats sont d'une grande utilité que ce soit pour les banques ou pour les entreprises. En ce qui concerne les banquiers, ils doivent tenir compte des facteurs qualitatifs autant que des facteurs quantitatifs dans leurs décisions d'emprunts. Pour les chefs d'entreprises, ils doivent réaliser que leur comportement à l'intérieur et à l'extérieur de l'entreprise peut influencer la décision d'emprunt. Si leur comportement favorise un climat de confiance avec les banquiers, le coût d'emprunt serait négativement affecté. De plus, les activités auxquelles les chefs d'entreprise participent dans leur communauté leur permettent d'acquérir une bonne réputation susceptible d'affecter elle aussi la décision d'emprunt.

Dans une autre étude du marché bancaire Italien, Moro et Fink (2013) ont étudié le rôle de la compétence du chef d'entreprise et de la confiance dans la décision d'emprunt⁶³. Ils adoptent la définition de la confiance proposée par Mayer et al. (1995)⁶⁴ : « *la volonté d'une partie d'être vulnérable aux actions d'une autre partie basée sur l'espérance que l'autre effectuera une action particulièrement importante pour le trustor, indépendamment de la capacité de*

⁶³ L'étude a été faite auprès de 535 PME du Nord -Est de l'Italie, une région connue pour son dynamisme économique.

⁶⁴ "willingness of a party to be vulnerable to the actions of another party based on the expectation that the other will perform a particular action important to the trustor, irrespective of the ability to monitor or control that other party"(Mayer et al.,1995).

surveiller et commander l'autre partie ». Elle stipule que la confiance est appréhendée par trois éléments que nous reprenons ci après.

- **La perception des compétences** : Il s'agit pour celui qui va faire confiance de percevoir chez l'autre un professionnalisme dans un domaine spécifique, professionnalisme permettant a priori d'agir dans le bon sens. Elle correspond à la perception de l'ensemble des habilités du chef d'entreprise et/ou sa capacité à bien gérer son entreprise qui permettrait au banquier de réduire le risque de défaut lié au management d'affaires.
- **La bienveillance** ou l'intention de donner à l'autre : c'est le rôle et l'implication sociale de l'entrepreneur dans une communauté qui sont appréciés. Selon Nooteboom et al., (1997) une relation de confiance se construit dans la durée et dans un contexte précis. Elle nécessite une certaine familiarité et une compréhension mutuelle. Elle permet de créer certaines affinités. Les interactions répétées forment des habitudes en commun et facilitent l'institutionnalisation des comportements. Dans une relation d'emprunt, ce dernier aspect conjugué à la bienveillance de Mayer (1995), permet au banquier de croire que l'entrepreneur tiendra ses engagements (remboursement d'emprunt, respect des clauses de son contrat, etc.).
- **L'intégrité** : elle est perçue comme l'adhésion des deux parties à un ensemble de valeurs communes. Dans ce cas, le banquier croit que le chef d'entreprise partage et adhère aux mêmes principes que lui. C'est un caractère personnel du chef d'entreprise qui est susceptible de faciliter l'échange d'informations et de réduire les comportements d'hasard moral.

Moro et Fink (2013) ont montré que la perception de la compétence du chef d'entreprise se substitue au manque de confiance à l'égard de l'entreprise et lui facilite ainsi l'accès à l'emprunt et à un taux faible. Néanmoins, cette variable est sans effet quand il s'agit d'une relation marquée par un niveau élevé de confiance. Les entreprises qui bénéficient d'un niveau élevé de confiance avec leur banquier peuvent accéder plus facilement au crédit et à des taux favorables. Par contre, ces résultats changent en période de crise économique, les entreprises qui bénéficient d'un niveau élevé de confiance payant des taux d'emprunts élevés. Les entreprises les plus grandes et les plus endettées de cette catégorie arrivent néanmoins à

mieux négocier leurs conditions d'emprunts. Elles sont considérées par la banque comme moins risquées et plus rentables puisqu'elles paient des montants d'intérêts assez importants. Pour conclure, les auteurs considèrent que les chefs d'entreprises doivent entretenir des relations de confiance avec les banquiers pour pouvoir bénéficier de conditions d'emprunts privilégiés.

Nguyen et al. (2006) se sont intéressés aux moyens utilisés par les banques pour se prémunir contre l'incertitude et les risques qui caractérisent les secteurs d'activité des PME au Vietnam. Pour réduire ce type de risque lié aux opérations d'emprunt, les banques utilisent généralement différentes techniques comme demander des montants de garanties élevés, développer des relations de long terme avec les clients, utiliser les méthodes de Scoring et appliquer des taux d'emprunts en fonction du risque observé.

Selon T. V. Nguyen et al. (2006), les relations de long terme entre les banquiers et les chefs d'entreprises permettent de résoudre les problèmes d'asymétrie d'information (Binks et Ennew, 1997; Frame et al., 2001). En effet, construire une relation solide entre le banquier et son emprunteur produit une relation de confiance qui pourrait impliquer un sentiment de confiance de la part du chef d'entreprise envers son banquier. Cela encourage le chef d'entreprise à adopter un comportement transparent en ce qui concerne sa façon de gérer son emprunt. Plusieurs études ont déjà montré que ce type de liens favorise l'accès au crédit et à des coûts réduits (Petersen et Rajan, 1994 ; Binks et Ennew, 1997).

Pour explorer les stratégies adoptées par les banques vietnamiennes dans un contexte marqué par l'incertitude, Nguyen et al. (2006) ont adopté une démarche qualitative basée sur des interviews menées auprès des banquiers. Les résultats trouvés montrent que ces derniers s'appuient sur la confiance considérée comme un moyen efficace pour réduire le risque lié aux PME. Les auteurs mettent en évidence l'existence de deux formes de confiance. En premier lieu, une confiance héritée (Granovetter, 1985 ; Coleman, 1988; Guseva et Rona-Tas, 2001) basée sur une connaissance des chefs d'entreprises avant leur demande d'emprunt. C'est une forme de confiance qu'un banquier peut accorder à un ancien client qui possède déjà un compte ou qui a utilisé certains services de la banque. Elle peut s'établir aussi quand il y a une relation personnelle entre le banquier et le chef d'entreprise (un membre de sa famille, un ami, etc.). Enfin, ce type de confiance peut être transitif dans le sens où un client qui a été

recommandé par un autre client ou une tierce partie digne de confiance est susceptible de bénéficier de cette confiance.

Nguyen et al. (2006) ont distingué une deuxième forme de confiance construite tout au long de la relation d'emprunt. Dans ce cas, la banque établit un réseau informationnel qui peut être formel ou informel (les collègues des autres banques, les organismes officiels, les associations d'aide à la création d'entreprise) et qui consiste à récolter de l'information sur ses clients. Cette forme de confiance se développe aussi avec les contacts directs et les interactions avec les clients. Les banquiers se déplacent dans les entreprises pour mieux se renseigner sur la qualité du management, observer les différents services et rencontrer les autres responsables qui interviennent dans la gestion. Les informations collectées servent comme support pour les banquiers afin de prendre les bonnes décisions. Néanmoins, cette forme de confiance suscite plusieurs critiques dans le sens où le banquier mélange le côté objectif avec son côté émotionnel et intuitif dans l'évaluation des dossiers, surtout ceux des jeunes entrepreneurs.

S'interrogeant sur le rôle de la confiance dans la sphère économique, Ferrary (2003) a étudié le processus de financement bancaire des brasseries parisiennes. Il s'est intéressé à deux enseignes bancaires qui se sont spécialisées dans le financement de ce type de projets. Cette banque a souligné que 80% des brasseries parisiennes sont tenues par des Aveyronnais. Cette communauté exploite ce secteur en échangeant des informations d'ordre privé inaccessibles à une personne n'appartenant pas à ce réseau social⁶⁵. La réputation (un entrepreneur « un bon professionnel ou non ») se crée donc en s'appuyant sur les jugements de différents acteurs de ce réseau. Ce niveau élevé d'informations, lié à la densité du réseau social, réduit ainsi les problèmes d'hasard moral entre les différents acteurs de ce marché.

Selon Ferrary (2003), la solidarité de cette communauté a affecté la notion d'évaluation de risque. En effet, au sein de la première banque, le risque est mesuré en fonction de l'origine de l'entrepreneur s'il est Aveyronnais ou non. Le banquier décide de financer la brasserie sans consulter le business plan ou visiter le local si le propriétaire est un Aveyronnais qui a été recommandé par le représentant des propriétaires de brasseries aveyronnais. Cela est dû au fait que la confiance accordée par ce représentant au nouvel entrepreneur qui est basée sur une

⁶⁵ Le fait d'appartenir à la même ville, d'avoir grandi ensemble et fréquenter les mêmes écoles et collèges permet de mieux se connaître et donc d'avoir un jugement collectif par rapport à toute personne susceptible d'intégrer leur réseau d'affaires.

bonne connaissance de sa qualité et de sa famille (ils font partie déjà du même réseau social) est transmise directement au banquier. Le représentant n'a pas intérêt à faire le mauvais choix parce qu'il risque de perdre la confiance du banquier et, donc, la facilité d'avoir des crédits. De son côté, le nouvel entrepreneur n'a pas lui aussi intérêt à trahir cette confiance puisqu'il risque un coût économique et social. En cas de faillite, le coût économique revient au fait qu'aucune personne de sa communauté ne voudrait plus travailler avec lui (vendre ou acheter sa brasserie). Sur le plan social, sa faillite serait connue par son entourage et dans sa ville natale elle ferait partie de ceux qui ont échoué à Paris. Pour éviter ces conséquences honteuses et dramatiques, le nouvel entrepreneur se trouve incité à éviter tout comportement opportuniste et à bien travailler pour faire réussir son projet.

Dans la deuxième banque étudiée par Ferrary (2003), le risque lié à cette activité est mesuré différemment. En effet, la banque a engagé comme conseiller financier, le fils de l'un des propriétaires aveyronnais des brasseries. L'évaluation du risque est faite ainsi par un membre de la communauté. Cette évaluation ne se base ni sur des ratios, ni sur des bilans financiers mais sur la réputation dont jouit le futur client dans sa communauté. Cette confiance accordée à l'évaluation sociale a encouragé certaines banques à ignorer les analyses instrumentales. Un des chefs d'agences contactés confessait : *« Si un nouvel entrepreneur aveyronnais demande un emprunt alors qu'il a été recommandé par un ancien propriétaire de brasserie, je ne regarde même pas son business plan puisque je lui fais confiance. Par contre, s'il n'était pas recommandé, je ne lui accorderai pas l'emprunt »*. Depuis, cette stratégie a attiré plusieurs Aveyronnais à cette banque puisqu'elle fait travailler leur compatriote qui continue à sélectionner de futurs prospects à partir de son réseau social.

Lorsqu'une relation est fondée sur la confiance, Ferrary (2003) considère que l'échange entre le conseiller bancaire et l'entreprise ne s'inscrit plus dans une simple transaction professionnelle mais dans une relation plus complexe. Une nouvelle forme de solidarité s'établit entre les deux partenaires. Par exemple, un conseiller bancaire du Sentier à Paris, parmi ceux interviewés par Ferrary, connaît quatre ou cinq chefs d'entreprise du milieu de la confection dans lesquels il a confiance et qu'il sollicite pour leur demander leur avis sur tel ou tel candidat à l'emprunt de ce secteur d'activité. Les recommandations de ces membres de la communauté permettent de lever les incertitudes liées aux risques de sélection adverse et de hasard moral.

Inversement, un banquier pourra transmettre des informations sur des concurrents ou sur d'éventuels partenaires. Ainsi, un chef d'entreprise nous a avoué : « *Un de mes fournisseurs était à la même agence que moi ; je connais bien le directeur de cette agence, on est des vrais amis, on fait de la plongée ensemble. Un jour, dans une discussion, il m'a glissé que mon fournisseur avait des problèmes de paiement et qu'il risquait de faire faillite. J'ai pu prendre mes précautions et trouver un autre fournisseur. Je pense qu'il ne m'aurait pas donné ces informations si nous n'étions pas amis* ».

Pour conclure, Ferrary (2003) confirme la possibilité d'une évaluation sociale du risque quand le banquier utilise ses relations ou son réseau social. L'objectif du banquier est de transformer alors un simple échange professionnel en une interaction amicale et informelle. La proximité sociale et émotionnelle entre le banquier et son client implique deux conséquences. D'abord, une meilleure compréhension des spécificités du projet par le conseiller financier devient possible. Ensuite, un meilleur accès aux informations surtout celles d'ordre privé est à constater. Etant encadré dans le même réseau social que son client, le banquier peut collecter des informations d'une façon indirecte en exploitant ses relations à l'intérieur de son réseau. Selon l'auteur, le lien social qui se crée entre les deux partenaires dans la durée correspond à l'accumulation d'un capital social nécessaire dans l'évaluation du risque.

Nous pensons donc que la confiance affecte positivement les conditions d'emprunts pour une PME. D'où la formulation des propositions suivantes :

Proposition 1 : une relation bancaire basée sur la confiance facilite l'accès au crédit des PME.

Proposition 2 : une relation bancaire basée sur la confiance réduit le coût d'emprunt des PME..

Proposition 3 : une relation bancaire basée sur la confiance réduit le montant des garanties demandées aux PME.

Proposition 4 : une relation bancaire basée sur la confiance permet d'éviter les défauts de paiement des PME.

Conclusion

L'emprunt bancaire représente la source de financement la plus utilisée par la plupart des PME européennes. Pour les banquiers, la décision d'octroi de crédit demeure tributaire de la quantité et de la qualité des informations qu'ils collectent auprès des entreprises sollicituses de fonds. De ce fait, le rationnement de crédit dont souffrent les PME n'est que la conséquence directe du contexte informationnel opaque qui les caractérise. Le triptyque encastrement social, confiance, spécificités des PME que nous avons développé précédemment, a montré que les problèmes, altérant le processus de crédit, peuvent être sensiblement réduits par l'entretien d'une relation banque-entreprise socialement encadrée et par l'existence d'un climat de confiance entre la banque et l'entreprise. La littérature consacrée au rôle de la théorie d'encastrement social dans la finance (Jonson, 2007 ; Uzzi, 1997) est une ligne nouvelle et prometteuse dans la recherche qui traite cette question.

L'objet de cette revue de la littérature était de mettre en évidence le caractère encadré de la relation de financement. Présentée sous certains aspects par de nombreux auteurs sur lesquels nous nous sommes appuyés, la relation de financement est appréhendée sur le terrain de manière empirique. Elle ne se limite pas à une transaction financière, mais dépend d'interactions sociales affectant les protagonistes de la relation de financement. Entretenir des relations socialement encadrées permet à la banque une meilleure appréhension des perspectives de l'entreprise, de sa capacité de remboursement, de ses opportunités d'investissement et de sa position financière. Bref, ce type de relation est bénéfique autant pour la firme, grâce à de meilleurs termes et conditions de financement, que pour la banque, via les flux informationnels qui présentent un avantage concurrentiel par rapport à ses rivaux.

L'approche par l'encastrement social, dont Granovetter est le principal contributeur, propose une autre voie par rapport à la théorie des contrats classiques. Cette approche est de plus en plus répandue en gestion. Au fil du temps, elle s'est imposée comme une clé de lecture essentielle dans l'analyse des relations. Les facteurs interpersonnels (confiance et liens sociaux) sur lesquels repose l'approche par l'encastrement social, offrent un cadre d'analyse complet de la relation de financement. Ainsi, cette recherche propose une réflexion plus large

et novatrice sur la pertinence de l'approche par l'encastrement social à l'analyse des relations de financement bancaire des PME.

A ce titre et en s'appuyant sur la théorie d'encastrement social et la confiance qui en découle, nous désirons mesurer l'impact de ces deux variables sur les conditions d'emprunts des PME françaises. Plus précisément, notre question centrale autour de laquelle se focalisera notre étude est la suivante: **quel est l'impact de la structure sociale sur les conditions de financement des PME ? Plus explicitement, comment les relations d'encastrement sociales entre les banques et les PME affectent-elles l'octroi de crédit ainsi que son coût ? En quoi la structure sociale peut elle changer les conditions d'emprunt : comment peut-elle augmenter ou diminuer le montant des garanties ? Comment peut-elle prévoir le défaut de paiement ?**

Cette étude est motivée par l'absence d'un consensus quant au rôle que revêtent les interactions sociales dans la relation banque – entreprise, lors de la fixation des conditions d'emprunts. Elle cherche également à pallier l'insuffisance des analyses empiriques antérieures élaborées principalement sur les relations de long terme (Ziane, 2004 ; Eber, 1999).

***Chapitre 4. La stratégie de recherche
et la collecte des données***

Introduction

L'objectif principal de cette thèse est d'explorer le rôle de la confiance et des liens sociaux dans la fixation des conditions d'emprunts dans le cas des PME. La littérature étant rare sur cette problématique, la confiance et les liens sociaux des éléments susceptibles d'affecter la relation de financement sont peu explorés. Nous ne disposons pas d'antécédents théoriques directement exploitables sur ce phénomène dans le contexte français. Dans la revue de la littérature précédemment présentée surgissent des résultats contradictoires. Notre premier objectif est donc un apport de connaissances relatives à notre objet d'étude (Foliard, 2008).

Une méthode se décompose en outils de collecte de données empiriques et en modalités d'analyse de ces informations. Pour Verstraete (1997), la méthode se décompose en dimension instrumentale, analytique et contextuelle. Le chercheur dispose d'un arsenal méthodologique existant auquel il peut apporter une part de créativité. Il doit veiller à la validité de sa démarche, à sa cohérence entre sa problématique, les dimensions théoriques et son rapport aux données empiriques tout en étant honnête sur les possibilités de biais ou d'errance de ses choix (Wacheux, 1996). C'est dans un souci de scientificité et de cohérence que nous avons développé notre démarche, tout en étant conscient des limites liées à notre intervention, à notre sensibilité de chercheur et à la nécessaire rationalisation, et condensation des données avec le risque de perdre en précision lors des phases d'analyse et de rédaction (Foliard, 2008).

Pour répondre à cet objet de recherche, cette thèse s'appuie sur une approche qualitative exploratoire.

Section 1. Le positionnement épistémologique et méthodologique

Notre objectif de recherche se situe, dans un premier temps, dans une meilleure perception du phénomène étudié, basée sur une interprétation complète et réaliste du processus de financement. L'importance des variables qualitatives, peu opérationnalisables, nous invite à une certaine prudence dans notre positionnement et dans l'approche de nos résultats.

Dans un cadre plus général, notre travail présente une scientificité empreinte d'un certain doute. Nous devons nous efforcer, par notre positionnement épistémologique et notre approche méthodologique, de limiter ce doute, d'augmenter la fiabilité des connaissances que nous souhaitons produire afin de servir la communauté scientifique et les praticiens. Selon notre positionnement et les finalités que nous affectons à notre travail, les méthodes de recherche disponibles ne sont pas toutes empreintes de la même légitimité, ni de la même pertinence.

Cette section présente le positionnement épistémologique qui a conduit à la réalisation empirique de notre recherche et justifie les choix méthodologiques adoptés.

1. Le positionnement épistémologique

Un chercheur peut s'inspirer d'un ou de plusieurs grands paradigmes épistémologiques usuellement identifiés comme les principaux repères épistémologiques en sciences de gestion: il s'agit des paradigmes positiviste, constructiviste et interprétativiste. Nous allons les exposer très succinctement.

➤ *Le paradigme positiviste*

L'objet de recherche dans le positivisme s'élabore à partir de l'identification d'insuffisances ou d'incohérences dans les théories rendant compte de la réalité ou entre les théories et les faits (Thiéart R.-A., 2007). A la question « quelle est la forme et la nature de la réalité ? », la réponse des positivistes consiste à affirmer que la réalité est objective et a une essence propre.

Les fondements sous-tendant ce courant sont : l'unité de la science, l'utilisation d'une méthodologie de la recherche qui soit absolument celle des sciences exactes et la recherche de lois générales (Mucchielli, 2004).

Selon la conception positiviste, la connaissance produite est objective et acontextuelle dans la mesure où elle correspond à la mise à jour de lois, d'une réalité immuable, extérieure à l'individu et indépendante du contexte d'interactions des acteurs (Thiétart, 2007). Du fait que la réalité est régie par des lois universelles, le chercheur va essayer de découvrir les raisons simples par lesquelles les faits observés sont reliés aux causes qui les expliquent (Kerlinger, 1973).

Dans le paradigme positiviste, le chercheur s'intéresse à résoudre les insuffisances théoriques à travers la découverte des lois universelles contraignant les comportements des acteurs. Il est extérieur à ce qu'il observe et peut en toute indépendance connaître la réalité sous-jacente. Son but étant de découvrir les lois universelles et les relations causales, le chercheur doit se centrer sur les faits et réduire le phénomène étudié à ses éléments de base, du complexe au simple. Il construit alors un système hypothético-déductif avant de le confronter à des situations empiriques supposées représentatives (Wacheux, 1996). Trois critères de validité sont généralement utilisés : la vérifiabilité, la confirmabilité et la réfutabilité.

➤ *Le paradigme constructiviste*

Selon ce paradigme, la réalité n'existe pas, le chercheur doit donc l'inventer. Elle est perçue comme une construction. Dans le constructivisme existe une relation interdépendante entre le sujet et l'objet de recherche. De ce fait, la réalité est dépendante de l'observateur, les hypothèses sont relativistes et les connaissances produites sont subjectives et contextuelles. Les explications que le chercheur fournit «*ne sont pas la réalité, mais un construit sur une réalité susceptible de l'expliquer* » (Wacheux, 1996).

Le chercheur participe avec les acteurs à la construction de la réalité sociale, autrement dit «*le réel est construit par l'acte de connaître plutôt que donné par la perception objective du monde* » (Le Moigne., 1995). Cette logique reconnaît que la connaissance est autant un processus qu'un résultat et elle se crée à partir de la propre expérience du chercheur. En conséquence, la forte interdépendance entre les observations et le chercheur, conduit ce dernier à expliciter *pour quelles finalités*.

En ce qui concerne la validité de la connaissance, deux critères émergent comme étant centraux. Pour certains, la connaissance est validée lorsqu'elle convient à la situation donnée. Ce *critère d'adéquation* prévoit que la connaissance est évaluée en fonction des objectifs du chercheur (Allard-Poesi et Maréchal, 2003). Le second, avancé par Le Moigne (1990), précise que les connaissances ne pouvant être « démontrées », le chercheur doit *a minima* exposer dans quelle mesure elles sont argumentées, constructibles et reproductibles à la fois. Il s'agit du *critère d'enseignabilité* qui souligne l'importance de la capacité de la connaissance à être comprise par d'autres personnes.

➤ ***Le paradigme interprétativiste***

Ce courant s'oppose traditionnellement au positivisme. Alors que ce dernier veut expliquer la réalité, le paradigme interprétativiste cherche avant tout à la comprendre. Le projet interprétativiste passe par la compréhension du sens que les acteurs donnent à la réalité et place ainsi ces derniers au cœur du dispositif.

Le courant interprétatif se caractérise par « un certain statut de la connaissance produite », « une dépendance du sujet et de l'objet », « une recherche de compréhension de la réalité » ainsi que par une « connaissance idiographique ». Il n'y a pas de connaissance objective de la réalité (Perret et Séville, 2003). La réalité est donc essentiellement mentale, perçue et socialement construite. Elle s'avère multiple (différentes perspectives individuelles et collectives) et changeante. C'est une vision de type « holistique » de la réalité (Hudson et Ozanne, 1988).

Contrairement au positivisme, l'approche interprétative considère que le chercheur ne peut se poser comme extérieur aux faits sociaux qu'il étudie et arguer d'une certaine objectivité. L'essence de l'objet étudié ne peut, en effet, être atteinte, car elle est trop complexe et trop insaisissable. La réalité n'est donc jamais indépendante de la conscience de celui qui l'observe et ne peut être appréhendée, par le chercheur, qu'au travers d'un processus d'interaction (ou de rétroaction). Ce dernier étudie ainsi les interprétations de la réalité construite par les acteurs.

Les recherches interprétativistes utilisent des données empiriques relatives aux personnes intégrant le cadre de référence de l'acteur pour représenter les situations, ainsi que des données théoriques pluridisciplinaires (Wacheux, 1996). Les chercheurs s'intéressent alors

aux phénomènes en situation ou aux événements singuliers (*caractère idéographique*) et cherchent à « se mettre à la place de l'autre » pour percevoir ce qu'il ressent (*caractère d'empathie*).

Les perspectives épistémologiques de ces paradigmes se différencient notamment en fonction de deux critères : la vision de la réalité et la relation que le chercheur maintient envers elle. Nous concluons que le projet du positivisme est d'expliquer la réalité, celui de l'interprétativisme est de la comprendre cette et celui du constructivisme est de la construire. La différence significative entre les paradigmes se trouve particulièrement dans l'implication de leur conséquence dans la conduite de la recherche.

Les principales réponses apportées par chacun de ces trois paradigmes sont résumées dans le tableau ci-dessous.

	Positivisme	Constructivisme	Interprétativisme
Statut de la Connaissance	Il existe une essence propre à l'objet de la connaissance	L'essence de l'objet ne peut être atteinte (interprétativisme et constructivisme modéré) ou n'existe pas (constructivisme).	
Relation sujet/Objet	Indépendance du sujet et de l'objet	Dépendance du sujet et de l'objet	
Position de l'objet	Extérieure au processus de recherche	Intérieure au processus de recherche	Intérieure au processus de recherche
Objectif de la connaissance	Explication	Construction	Compréhension
Origine de la connaissance	Observation de la réalité	Construction	Empathie
Critère de validité	Vérifiabilité Confirmabilité Réfutabilité	Adéquation Enseignabilité	Idéographie Empathie

Tableau 5: Les positions épistémologiques des différents paradigmes⁶⁶

⁶⁶ Source : adapté de Perret et Séville (2003, pp.14-15) et Allard-Poesi et Maréchal (2003, p.40).

Selon Kuhn (1970), ces paradigmes constituent autant de modèles, schémas intellectuels ou cadres de référence dans lesquels peut s'inscrire le chercheur en sciences de l'organisation, le conduisant à des démarches de recherche et à une connaissance de natures différentes. Cette réflexion épistémologique doit amener le chercheur à comprendre l'ensemble des présupposés sur lesquels sa recherche s'appuie et à stipuler les implications que ses choix entraînent afin de parvenir à une plus grande maîtrise de sa recherche (Perret et Séville, 2003).

Pour Thiétart (2003), en sciences sociales, les paradigmes sont multiples et cela constitue à la fois une opportunité et un obstacle. En effet, il s'agit d'une opportunité dans la mesure où tout d'abord, le chercheur peut s'appuyer sur des démarches rigoureuses et encadrées et également, cette diversité peut être la source de progrès et d'innovations en recherche. Cependant, il s'agit aussi d'un obstacle dans le sens où le meilleur côtoie le pire et que les démarches d'investigations se trouvent souvent adaptées aux problèmes étudiés et non aux idéaux épistémologiques du chercheur.

Dans la revue de la littérature précédemment présentée, surgissent des résultats contradictoires. Ce champ d'étude a donné lieu à des recherches d'orientation essentiellement positiviste. Le peu de tests réalisés sur le rôle de la confiance et des liens sociaux sur les conditions d'emprunts ont conduit à souligner la variété des impacts possibles, la complexité des influences et de leurs interactions. Les études portant sur l'utilisation de ces concepts soulèvent également des questionnements sur l'écart entre la définition théorique et sa mise en œuvre professionnelle. Il semblait donc intéressant de « donner la parole » aux conseillers financiers et aux chefs d'entreprises en adoptant une démarche de compréhension, caractéristique d'une approche interprétative, afin de faire éventuellement émerger une autre vision du phénomène étudié.

L'adoption de l'approche interprétativiste permet au chercheur une adaptation constante aux caractéristiques du terrain d'étude, ce qui n'est pas négligeable, compte tenu du nombre réduit d'études réalisées sur le sujet.

2. Le choix d'une méthodologie exploratoire

Après avoir présenté le choix du contexte épistémologique global dans lequel se positionne la présente recherche, il s'agit à présent de préciser par quelle méthode, s'inscrivant dans ce

paradigme, se fait l'accès à la réalité. En d'autres termes, comment est abordée la dimension empirique de la recherche ?

En sciences de gestion, les méthodes qualitatives visent à chercher du sens, à comprendre des phénomènes ou des comportements. *L'analyse qualitative peut être définie comme une démarche discursive de reformulation, d'explicitation ou de théorisation d'un témoignage, d'une expérience ou d'un phénomène. C'est un travail complexe qui consiste, à l'aide des seules ressources de la langue, à porter un matériau qualitatif dense et plus ou moins explicite à un niveau de compréhension ou de théorisation satisfaisant* (Paillé, 1996). Elle est généralement assimilée à un type de recherche non numérique, centré davantage sur la qualité ou la nature des phénomènes plutôt que sur leur description à l'aide de chiffres. Miles et Huberman (2003) présentent les données qualitatives comme des mots et non pas comme des chiffres. Ces différentes approches soulignent qu'une donnée qualitative est, par essence, complexe et ouverte et peut donner lieu à de nombreuses interprétations.

L'analyse qualitative semble donc radicalement opposée à la recherche quantitative. Cependant, la recherche qualitative possède des atouts non négligeables, la rendant de ce fait particulièrement pertinente dans de nombreux contextes et problématiques de recherche (Patton, 2002). Kaufman (1996) précise qu'il est essentiel de saisir que les méthodes qualitatives ont davantage vocation à comprendre, à détecter des comportements, des processus ou des modèles théoriques, qu'à décrire systématiquement, à mesurer, à comparer.

Notre travail de recherche s'inscrit dans une démarche qualitative exploratoire. Le caractère exploratoire de notre étude est dû au faible nombre de travaux portant sur notre question de recherche⁶⁷. Evrard et al. (2003) précisent le champ d'application des études exploratoires : il s'agit de « *l'exploration d'un problème vague afin de déterminer un certain nombre de propositions plus précises, d'hypothèses spécifiques ou la compréhension d'un phénomène et son analyse en profondeur, avec toutes ses subtilités, ce que ne permettrait pas forcément une étude plus formalisée* ».

Le rôle des liens sociaux et de la confiance étant encore peu étudié, une exploration du phénomène en amont de l'étude quantitative semble primordiale. Il s'agit dans cette phase de

⁶⁷ Eisenhardt (1989) établit qu'une approche qualitative est nécessaire et utile lorsque le phénomène n'est pas suffisamment connu et que l'objectif de la recherche est de construire plutôt que de tester.

mieux cerner le sujet, d'affiner la question de recherche et de faire émerger des hypothèses et des idées qui ne seraient pas apparues au cours des lectures théoriques. Il est important de préciser que l'étude réalisée à ce stade est de type exploratoire, son objectif n'étant pas de valider des hypothèses de recherche, mais bien d'apporter un éclairage sur l'objet étudié (Quivy et Van Campenhoudt, 2006).

L'exploration est considérée comme « *la démarche par laquelle le chercheur a pour objectif la proposition de résultats théoriques novateurs* » (Thiétart, 2003). Cette méthodologie mobilisée en management permet de découvrir ou d'approfondir une structure ou un fonctionnement pour servir deux grands objectifs : la recherche de l'explication (et de la prédiction) et la recherche de la compréhension. Notre analyse de littérature nous a conduit à étudier plusieurs approches théoriques se rapprochant au réseau, au capital social et à la confiance. Ces derniers concepts ont été mis en perspective lors de la formulation de nos questions de recherche. Compte tenu de l'absence d'éléments explicatifs disponibles permettant de répondre à nos questions et facilitant la mise en place d'une méthodologie affirmative, nous avons reconnu le besoin d'aborder le terrain autrement, ce qu'implique pour nous l'adoption d'une méthodologie exploratoire.

Cette étude exploratoire a été menée au cours de 2010/2011. Elle a consisté en la réalisation d'entretiens semi-directifs avec des banquiers et des chefs d'entreprises. Cette étude exploratoire a été réalisée afin de confirmer le cadre d'analyse et la pertinence du rôle de la structure sociale dans la relation d'emprunt. Nous souhaitons aussi faire émerger de façon inductive d'autres éléments novateurs concernant l'interaction entre le dirigeant d'entreprise et le banquier et affectant les conditions d'emprunt. Enfin, il était nécessaire de se familiariser avec un secteur d'activité et un terrain que nous connaissions assez peu.

Cette opérationnalisation de la recherche peut s'illustrer dans le graphique ci-dessous.

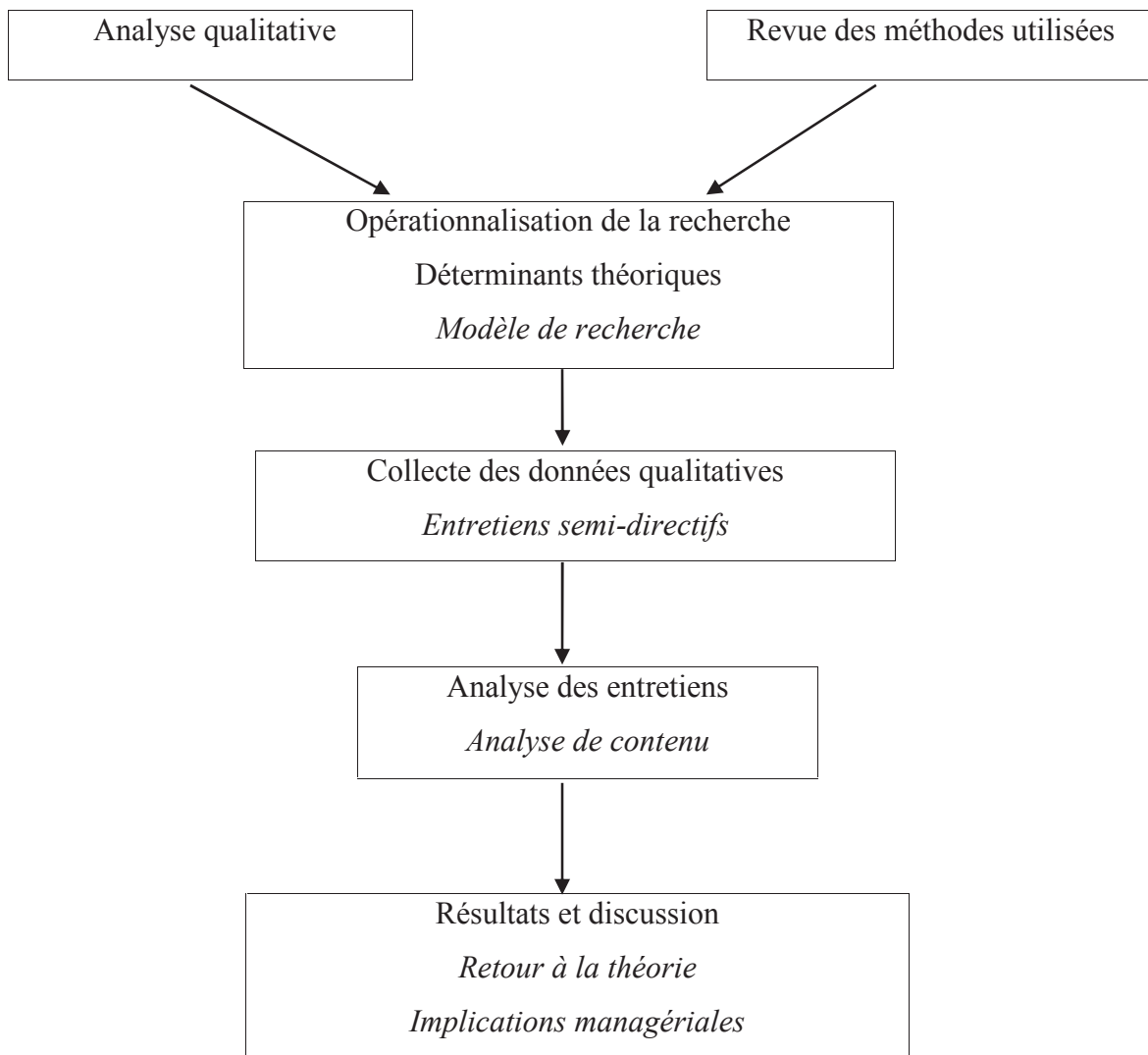


Figure 3: Plan de recherche⁶⁸

La méthodologie et la posture épistémologique étant définies, nous pouvons à présent nous intéresser aux méthodes de recherche.

⁶⁸ Source : Thiéart R.-A., 2003, p. 148.

Section 2. La méthodologie de l'étude exploratoire

Cette section est consacrée à la définition des objectifs et à la présentation de la méthodologie de l'étude exploratoire qualitative. Pour mener à bien cette phase, nous avons réalisé plusieurs séries d'entretiens individuels semi-directifs auprès des banquiers et des chefs d'entreprises. Les entretiens ont été réalisés à l'aide de guides d'entretiens préalablement élaborés. Ces guides d'entretiens abordent les mêmes thèmes pour chaque catégorie d'acteurs. Les informations recueillies sont traitées par la méthode de l'analyse de contenu thématique.

Dans cette section, nous allons tout d'abord présenter le choix des entretiens semi-directifs et la sélection de l'échantillon. L'exposition des guides d'entretiens construits pour réaliser l'étude ainsi que la démarche adoptée pour le recueil et l'analyse des données qualitatives sont ensuite exposées.

1. Le choix des entretiens semi-directifs

Dans notre approche du terrain, nous avons privilégié la méthode de l'entretien en tenant compte de certaines difficultés. L'entretien est considéré comme une méthode particulièrement appropriée pour une recherche interprétative (Demers, 2003).

L'entretien individuel en face à face entre le chercheur et la personne interviewée est effectué à l'aide d'un guide d'entretien réalisé au préalable sur le thème concerné, mais peuvent évoluer et être modifié au cours de l'interview. Le chercheur doit donc être flexible pour s'adapter aux différents contextes dans lesquels l'exploration est réalisée et aux différentes attitudes que vont avoir les sujets. Nous sommes amené à réaliser des choix dans la conduite de nos entretiens (Tableau N°6).

Entretien dirigé	Entretien semi-dirigé	Entretien libre
discours non continu qui suit l'ordre des questions posées	discours " par paquets", dont l'ordre peut être plus ou moins déterminé selon la réactivité de l'interviewé	discours continu
questions préparées à l'avance et posées dans un ordre bien précis ; information partielle et raccourcie	quelques points de repère (passages obligés) pour l'interviewer ; informations de bonne qualité, orientée vers le but poursuivi	aucune question préparée à l'avance, informations de très bonne qualité, mais pas forcément pertinentes
informations recueillies rapidement ou très rapidement	informations recueillies dans un temps raisonnable	durée du recueil d'informations non prévisible
inférence assez faible	inférence modérée	inférence exclusivement fonction du mode de recueil

Tableau 6: Les différents types d'entretiens⁶⁹

La partie grisée correspond à notre choix d'entretien. Il est justifié par le fait que nous avons déjà certaines connaissances sur les thèmes que nous abordons. Le temps relativement court qui nous est imparti pour chaque entretien ne nous permet pas d'utiliser les entretiens libres, certainement plus riches, mais dont la durée est imprévisible. Les entretiens dirigés ne nous permettent pas l'induction que nous souhaitons.

Dans le cadre de cette étude, nous avons choisi de procéder par entretien semi-directif pour éviter que le discours des interviewés ne s'éloigne du cœur de notre recherche. Il s'agit d'entretiens semi-directifs pour lesquels le(s) guide(s) réalisé(s) permet(tent) d'aborder des thèmes préalablement définis avec des questions de présentation et d'introduction, des questions principales concernant le thème abordé, des questions d'investigation permettant d'éclaircir des notions imprécises et des questions d'implication visant à préciser une idée (Thiéart ; 2003). Les guides d'entretien ont principalement été construits en s'appuyant sur les lectures afférentes au sujet traité. Ils comportent donc plusieurs parties avec une section introductive visant à présenter la recherche et également à informer le répondant des modalités de l'entretien et des aspects déontologiques. Nous avons suivi les recommandations

⁶⁹ D'après De ketelle et Rogiers (1993).

de Fontana et Frey (2000) qui précisent que « *le chercheur doit commencer par briser la glace avec des questions générales, puis s'orienter progressivement vers des questions plus spécifiques* ». Ainsi, la première partie des questions destinées à l'interviewé concerne sa carrière et sa formation. La deuxième série de questions porte sur le thème concerné par la recherche avec une série de questions générales au départ comme « *Quels sont les éléments les plus importants d'une relation bancaire selon vous ?* », pour ensuite recentrer l'entretien sur des questions plus précises comme « *comment qualifiez-vous votre relation avec votre client (votre banquier) : vous diriez plutôt professionnelle, extra-professionnelle ou amicale ?*»

Malgré l'existence de deux interlocuteurs (les conseillers financiers et les chefs d'entreprises), on a choisi de garder la même version du guide d'entretien. On n'a pas vu l'intérêt de mettre en place un guide spécifique à chaque interlocuteur puisque on a abordé les mêmes thèmes, seule la formulation est susceptible d'être modifiée d'un interlocuteur à un autre.

Nous sommes attentifs à l'inférence, c'est-à-dire à la tendance à donner du sens à l'information recueillie. Nous essayons de la limiter au mieux même si nous sommes déjà confrontés à une limite de notre travail, à savoir la difficulté d'enregistrer les conversations avec les chefs d'entreprises et les conseillers financiers. Nous n'avons pas reçu l'autorisation d'enregistrer les conversations par les directeurs régionaux que nous avons rencontrés.

Pour les entretiens, nous sommes dans une situation de recueil d'information naturelle au sens de De Ketele et Rogiers (1993). Ils ont lieu dans le cadre professionnel de l'interviewé, c'est-à-dire dans un contexte qui « libère » la parole. Cette situation est qualifiée de manipulée, car la discussion est orientée par le chercheur sur les thèmes qui nous intéressent (Foliard, 2008).

Sur le terrain, il faut faire attention au chevauchement entre la collecte et le traitement de l'information. Les notes de terrains peuvent être influencées, biaisées en mélangeant observation et analyse. Différentes techniques permettent de limiter cette perte d'objectivité et de neutralité comme c'est le cas de :

- la prise de notes personnelles sur les réactions en marge des observations, sans juger de ce qui sera ou ne sera pas important ;

- la réponse à des questions du type : que suis-je en train d'apprendre, en quoi ce cas est-il différent des autres cas ?

Les résultats de ces observations peuvent servir à plusieurs études de cas. La mise en commun des différentes observations permet également de séparer l'observation de l'analyse.

La forme d'entretien utilisé est l'entretien semi-directif. Ce type d'entretien implique l'utilisation d'un guide structuré pour aborder une série de thèmes préalablement définis (Baumard et al., 1999).

2. Le guide d'entretiens

Les entretiens réalisés s'apparentent à des entretiens semi-directifs. Ces entretiens ont été construits autour d'une question initiale relativement ouverte, complétée par des thèmes. Les thèmes déclinés n'ont évidemment pas été abordés de manière séquentielle. Ils ont été soit abordés par l'interlocuteur en réponse aux questions initiales et éventuellement repris pour être approfondis, soit ils ont été avancés au cours de l'entretien. Avec l'avancement des entretiens, les thèmes ont été plus directement abordés à l'aide de questions ciblées. La nature semi-directive des entretiens a cependant été maintenue, afin de conserver la fluidité que ce type d'entretien procure, et d'adapter la formulation des questions en fonction de la façon dont chaque chercheur aborderait le sujet.

Par ailleurs, le processus de validation, s'il a donné lieu à une étape spécifique, s'est également progressivement réalisé. Les guides d'entretiens ont ainsi été ajustés, au fur et à mesure de la progression des entretiens, et, selon les interlocuteurs, pour explorer plus explicitement les liens qui avaient pu émerger et pour confronter au terrain certaines interprétations théoriques (Chambost, 2007).

2.1 Le guide d'entretiens utilisés auprès des conseillers financiers

Le premier guide d'entretien auprès des banquiers avait essentiellement une vocation exploratoire. Il a été construit autour de questions générales relatives à « *l'analyse des dossiers d'emprunts et du rôle de l'aspect relationnel* ». Comment le banquier peut-il pallier l'insuffisance des méthodes contractuelles dans l'évaluation des dossiers d'emprunts ?

L'approche relationnelle est elle satisfaisante dans le cas d'une PME ? Quelles sont les difficultés rencontrées ? Nous présentons la structure générale du guide d'entretiens dans la figure suivante.

1. Phase de présentation et description de l'interviewé

- Se présenter et présenter la recherche
- Aspects de déontologie professionnelle
- Grandes lignes de la carrière professionnelle de l'interviewé
- Description de la fonction actuelle de l'interviewé

2. Questions initiales

- En quoi consiste, selon vous, le métier de conseiller financier PME ?
- Pourriez-vous me décrire la manière dont vous procédez pour analyser et donner un avis sur un dossier d'emprunt ?

3. Phase d'écoute active sur le thème concerné

- Le processus de fixation des conditions d'emprunts
- l'aspect relationnel de la relation bancaire
- le rôle du conseiller financier

Conclusion : Points pertinents qui n'auraient pas été abordés. Représentations éventuelles de certains points. Contacts ultérieurs.

Figure 4: Guides d'entretiens avec les banquiers (Première vague)

Initialement posée en début d'entretien, la question relative au parcours de l'interlocuteur a, par la suite, glissé en fin d'entretien. Le souci a été, en effet, d'éviter les digressions, situation rencontrée lors de notre premier entretien, ou les mouvements de « retrait » de l'interlocuteur, éventuellement heurté par un début d'entretien trop directement en prise avec le champ personnel. La question sur la définition du métier du banquier a alors servi de préambule. Les

autres thèmes ont été adaptés selon les interlocuteurs, leur nombre d'années d'expérience, leur parcours au sein d'autres enseignes.

Le second guide d'entretien reprend certains thèmes abordés en phase exploratoire à propos de l'évaluation des dossiers d'emprunt, en les approfondissant. Il intègre trois grandes familles de thèmes en liaison avec la définition en cours des catégories ayant émergé des premiers entretiens :

- la question de la confiance entre les deux acteurs ;
- la question de l'inscription sociale au travers des relations entre acteurs et celle des attentes.
- les informations particulières qualitatives, (soft, « extra-financières ») ;
- l'articulation entre notre approche et la fixation des conditions d'emprunts.

Prise de connaissance de l'interlocuteur :

- La nature de la fonction occupée
- Catégorie d'entreprises clientes

Thèmes abordés par grandes catégories :**L'évaluation d'un dossier d'emprunt**

- Le déroulement du processus
- Les difficultés rencontrées
- Le rôle de l'aspect relationnel

La notion de confiance

- La définition, les composantes
- Comment elle se développe (durée, contacts, recommandation)?
- Les conséquences

L'inscription sociale

- Les relations interpersonnelles avec le chef d'entreprise (comment se créent-elles ? sont-elles récurrentes ?)
- La recommandation des clients (par des anciens clients, par des experts-comptables, par des fournisseurs, etc.)

L'influence de la structure sociale sur le processus d'emprunt

- La structure sociale facilite-elle la collecte des informations privées ? permet-elle une meilleure évaluation de la qualité du dossier ?
- Une relation de confiance (une meilleure compréhension, une bonne réputation, une solidarité) favorise-t-elle les conditions d'emprunts ?
- La structure sociale facilite-t-elle l'accès à l'emprunt et dans quelles conditions ?

Parcours initial et professionnel de l'interlocuteur

Conclusion : Points pertinents qui n'auraient pas été abordés. Représentations éventuelles de certains points. Contacts ultérieurs.

Figure 5: Guides d'entretiens avec les banquiers (Deuxième vague)

2.2 Le guide d'entretiens utilisé auprès des chefs d'entreprises

Le guide d'entretien employé pour interroger les chefs d'entreprises est sensiblement similaire à celui des banquiers. Il est donc ciblé sur le rôle de la confiance et de la structure sociale sur la relation bancaire et, plus particulièrement, sur les conditions d'emprunts.

Prise de connaissance de l'interlocuteur :

- Présentation de l'entreprise (date de création, taille, chiffre d'affaires)
- Grandes lignes de la carrière professionnelle de l'interviewé
- Description de la fonction actuelle de l'interviewé

Question initiale :

Quel est le rôle, selon vous, du conseiller financier dans la relation bancaire et quelles sont vos attentes à son égard ?

Thèmes abordés :

- Les modalités et critères de choix des banquiers
- Le contenu de la relation et son évolution dans le temps
- Le rôle de l'aspect relationnel dans la relation bancaire
- La confiance et son importance comme vecteur de cette relation
- Les relations impersonnelles et leurs évolutions
- L'impact de la structure sociale sur les conditions d'emprunts

Conclusion : Points pertinents qui n'auraient pas été abordés. Représentations éventuelles de certains points. Contacts ultérieurs.

Figure 6: Guide d'entretien employé avec les chefs d'entreprises

2.3 Le déroulement des entretiens

Afin de surmonter les freins à la parole et de favoriser l'implication des interviewés, plusieurs techniques ont été utilisées pour favoriser une « mise en confiance » vis-à-vis du chercheur et de sa recherche. Avant de procéder au premier entretien, les motifs et les enjeux globaux de la recherche ont été rappelés et précisés et les conditions de réalisation du travail ont été spécifiées (respect de l'anonymat, indépendance de l'institution, utilisation des résultats, etc.).

Ces précautions ont été accompagnées de la distribution aux interviewés de documents écrits lors du premier entretien : dossier comportant la présentation du chercheur, ainsi que ses axes de recherche et un court projet de thèse, et des documents concernant l'institution et le laboratoire de recherche.

Les entretiens se sont déroulés dans un cadre formel et ont été tous conduits à-face-face. Dix neuf entretiens ont été enregistrés. Important au regard de la qualité et de la finesse de la restitution et donc de la preuve, l'enregistrement soulève néanmoins des interrogations sur d'éventuels risques d'inhibition chez les interlocuteurs.

À cet égard, plusieurs de nos interlocuteurs ont manifesté des réticences en début d'entretiens. Un interlocuteur a, en effet, ouvertement exprimé le fait que l'enregistrement induirait inmanquablement une retenue, voire une autocensure dans l'expression de ses idées. Un nombre considérable d'interlocuteurs ont parfois traduit dans leur comportement une certaine gêne. La gêne a généralement disparu au fur et à mesure que l'entretien s'ancrait dans les pratiques.

Tout au long des entretiens, nous évitions d'orienter le discours des personnes interrogées en induisant les réponses ou en donnant notre avis ou en portant des jugements de valeurs. Par contre, nous intervenions quand cela était nécessaire pour faciliter le discours et l'approfondissement des thèmes : « et qu'est-ce qui s'est passé ensuite ? ». Nous montrions également que nous écoutions en répondant par des « oui », « d'accord », « je vois ». Il nous est arrivé de reformuler les derniers mots pour relancer le discours. Ensuite, nous synthétisions les informations de nos interviewés en reprenant souvent leurs propres termes et leur propre logique. Il est arrivé parfois d'insister sur certains points abordés précédemment pour approfondir les réponses de nos interlocuteurs.

Une des manières d'améliorer les conditions de l'écoute attentive a été de prendre des notes partielles lors de l'entretien, et de les utiliser pour relancer le narrateur sur des points déjà abordés mais insuffisamment développés. La prise de ces notes a en parallèle permis à l'interviewé de bénéficier de temps de silence propres à approfondir son travail d'auto-exploration.

Tous les entretiens enregistrés ont été retranscrits intégralement et en version brute. Cependant, après vérification, les discours ont été complétés par des indications pour certains éléments non parlés (silences, gestuelle d'exclamation, changements d'intonations, etc.), permettant ainsi une plus grande précision dans la reconstruction de la conversation. Les questions et relances du chercheur ont donc aussi été retranscrites intégralement. Elles ont en effet, contribué au travail de l'interprétation, puisqu'elles sont porteuses d'orientations implicites ou explicites. La retranscription des entretiens a intégré également les discours «off», formulés dans les couloirs, lors de l'attente de l'ascenseur, devant la machine à café. À la fin de chaque entretien, un temps était consacré à l'écriture immédiate de ces paroles ainsi qu'aux impressions ressenties (Chambost, 2007).

Une fois le travail de retranscription terminé, des pseudonymes ont été choisis pour les noms des banques, des entreprises et les prénoms des interviewés afin de garantir l'anonymat. A ces retranscriptions ont été ajoutées les notes complémentaires prises pendant les entretiens, ainsi que des fiches signalétiques -recommandées par la littérature (Bertaux, 1997 ; Rouleau, 2003)- sur chaque interviewé, en vue de regrouper les informations pratiques sur les entretiens (lieux de rencontres...), les principaux éléments à retenir du déroulement de l'entretien et l'évaluation personnelle de l'entretien par le chercheur juste après son déroulement.

3. La sélection des échantillons

3.1 Le choix et la taille des échantillons

Parmi les pratiques conseillées, dans le cadre de la collecte des données, se trouve la recherche de l'accès à une diversité de points de vue, en intégrant des contre-exemples, des personnes « excentriques », voire « un peu à la périphérie ». Il est ainsi conseillé de conjuguer « le représentatif, l'invalidant, le surprenant ». Cette recherche de diversité, fondamentale pour Glaser et Strauss (1967), permet, par les différences et les similitudes constatées, de faire émerger les catégories, de développer les propriétés théoriques, de construire la théorie.

Néanmoins, Strauss et Corbin (1998) précisent que, bien souvent en début de recherche, les chercheurs suivent une liste ou interrogent les personnes dans l'ordre où ils les rencontrent. Les variations émergent en général naturellement. L'échantillonnage tend à devenir de plus en plus ciblé au fur et à mesure de la progression de la recherche. Il se termine avec la saturation théorique. Plus aucune donnée pertinente n'émerge, les catégories sont développées en termes de propriétés et de dimensions et les relations entre catégories sont validées (Chambost, 2007).

L'échantillon est choisi pour une raison théorique et non pas statistique. Il n'y a pas de sélection aléatoire, le choix est fait pour confirmer ou avancer certains résultats. Ce sont donc des choix antagonistes, typiques, différents ... qui apporteront des informations permettant de généraliser les résultats et de les vérifier auprès de tous les cas. Dans le cadre de la présente recherche, nous avons choisi de rencontrer des conseillers financiers très variés, que cela soit en termes d'âge, de localisation géographique ou d'expérience dans la fonction.

Compte tenu des objectifs que nous nous étions fixés, nous avons retenu la méthode de saturation théorique pour déterminer la taille de l'échantillon. Dans ce cas, la règle intervient lorsque deux entretiens successifs n'apportent pas d'idées nouvelles. Nous avons également veillé à respecter la règle de saturation sémantique dans le choix des cas étudiés. Une grande variété de situations a été recherchée.

Pour répondre à la problématique, il était essentiel de recueillir des informations provenant à la fois des banques et des entreprises qui ont accepté de participer à notre recherche. Ainsi, deux types de personnes ont été interviewés : des conseillers financiers qui travaillent ou qui ont déjà travaillé sur un portefeuille de PME et des chefs d'entreprises. Finalement, notre étude s'est limitée à 25 banquiers et 11 chefs d'entreprises respectant nos critères de sélection, car nous étions arrivés à saturation théorique (Glaser et Strauss, 1967). Cette saturation désigne le moment où le chercheur constate que l'ajout des données nouvelles ne permet pas une meilleure compréhension du phénomène étudié. Glaser et Strauss (1967) ont développé le concept de « saturation théorique » : il repose sur une diversité maximale des données et correspond au moment où l'apprentissage incrémentiel devient minime.

En phase exploratoire, les entretiens avec les banquiers nous avaient semblé être de premier plan. Les axes d'analyse qui ont progressivement émergé, ont resserré le champ des

interlocuteurs et réorienté le contenu des entretiens avec les directeurs des centres d'affaires sur des thèmes particuliers. Les entretiens ont été réalisés en plusieurs vagues, quelques modifications ont été apportées aux guides d'entretiens, en articulation avec l'avancée de la recherche.

Entretiens	Mai-Juin 2010	Juin-Juillet 2011	Mars 2011	Septembre-octobre 2011
Banquiers (25)	1 ^{er} Vague	2 ^e Vague		3 ^e Vague
Chefs d'entreprises (11)			1 ^{er} Vague	2 ^e vague

Tableau 7: Calendrier des 36 entretiens réalisés

L'accès au terrain par la réalisation d'entretiens s'est globalement révélé plus difficile que prévu. Les personnes contactées et surtout les chefs d'entreprises ont en général manifesté une réticence malgré un réel intérêt pour le sujet. Si certains entretiens ont parfois été différés dans le temps en raison d'une saisonnalité marquée, les cas de refus sans appel ont été nombreux.

3.2 L'échantillon des banquiers interviewés

L'accès aux banques, au début de l'étude, fut une étape difficile dans le déroulement de notre recherche. En effet, les premières tentatives pour accéder directement aux sièges régionaux des banques et à leur portefeuille de PME se sont traduites par des échecs, malgré notre motivation et notre acharnement à obtenir des entretiens (courriers, mails, relances téléphoniques). Au départ, certaines banques contactées ne répondaient pas à notre demande, car elles disposaient de peu de temps pour nous rencontrer. Comprenant que notre démarche ne portait pas ses fruits, nous avons décidé d'aller rencontrer directement les personnes concernées et de leur expliquer les objets de notre travail. C'est ainsi que nous avons pu rencontrer des personnes clés qui nous ont permis à leur tours d'accéder plus facilement aux

acteurs visés. Néanmoins, il faut signaler que notre demande d'accéder aux portefeuilles de PME des banquiers interviewés a été refusée parce qu'ils ont exigé l'accord de leur hiérarchie au niveau des sièges à Paris, autorisation qui n'a pas été donnée malheureusement.

Les premiers entretiens auprès des banquiers ont été réalisés en essayant de combiner la diversité des enseignes. Une première vague a été contactée. La prise de contact s'est effectuée début mai 2010, de manière scripturale dans un premier temps, puis téléphonique dans un second temps. Les relances ont été plus ou moins nombreuses. En fonction des réponses positives obtenues des banquiers sollicités, l'échantillon est composé d'une dizaine de conseillers financiers.

Une fois le contact établi, la majorité des banquiers a répondu favorablement, manifestant un intérêt explicite pour le contenu de la recherche, intérêt souvent reformulé à la fin des rencontres. Les entretiens ont pratiquement tous eu une durée moyenne d'une heure plutôt que quarante minutes (comme précisée dans la lettre envoyée), malgré des réserves parfois émises en début d'entretien, sur le manque de disponibilité. Aucun interlocuteur n'a souhaité relire la retranscription de l'entretien réalisé.

N° Banque ⁷⁰	Enseignes	Durée	Fonction de l'interviewé
CF1	<i>BNP</i>	50 mn	Chargé de clientèle Entreprises
CF2	<i>BPCE Côte d'Azur</i>	60mn	Sous directeur de la succursale
CF3	<i>BPMC</i>	65mn	Chargé de clientèle Entreprises
CF4	<i>LCL</i>	50mn	Adjoint Commercial- DGA Marseille Centre Est.
CF5	<i>Société Générale</i>	60mn	Directeur du marché de professionnels
CF6	<i>BNP</i>	70mn	Chargé d'affaires Professionnels
CF7	<i>Caisse d'épargne</i>	50 mn	Chargé d'affaires Professionnels
CF8	<i>Caisse d'épargne</i>	65mn	Directeur régional du marché PME/PMI
CF9	<i>CIC</i>	80mn	Chargé d'affaires Professionnels
CF10	<i>LCL</i>	75mn	Chargé d'affaires Professionnels
CF11	<i>Crédit Mutuel</i>	55mn	Responsable Pôle régional
CF12	<i>Caisse d'épargne</i>	65mn	Responsable Centre Affaires Aix en Provence
CF13	<i>LCL</i>	50mn	Chef d'agence
CF14	<i>Palatine</i>	60mn	Responsable Centre Affaires Marseille
CF15	<i>Crea sol - Caisse d'épargne</i>	50 mn	Directeur Général
CF16	Crédit Mutuel	55mn	Directeur Service Entreprises
CF17	Caisse des Dépôts	65mn	Directeur Centre d'affaires Marseille
CF18	Caisse d'Epargne	55mn	Directeur Centre d'affaires Marseille
CF19	HSBC	120mn	Responsable Centre d'affaires Marseille
CF20	BNP Paribas - Centre d'Affaires	70mn	Directeur
CF21	<i>Martin Maurel</i>	50mn	Directeur Adjoint Entreprises
CF22	Natixis	60mn	Directeur régional
CF23	<i>BNP</i>	50 mn	Chargé de clientèle Entreprises
CF24	<i>BPCE</i>	60mn	Sous directeur de la succursale
CF25	<i>BPCE</i>	65mn	Chargé de clientèle Entreprises

Tableau 8: Description de l'échantillon des banquiers rencontrés

Le premier échantillon a ainsi été composé de 10 banquiers :

⁷⁰ Codes retenus lors des citations d'extraits d'entretiens.

- d'âges et d'anciennetés divers ;
- appartenant à des enseignes différentes ;
- positionnés sur les PME ou sur des grandes entreprises et ayant travaillé dans le passé sur des PME.

Les personnes interrogées lors de cette série d'entretien sont en grande majorité des conseillers financiers ou des chefs d'agences. Les répondants ont tous des fonctions en lien avec le financement des PME. Ils sont considérés comme des experts dans leurs entités dans ce domaine. Les entretiens ont été suspendus afin de pouvoir consacrer du temps aux phases de retranscription et de codage, phases dont l'aspect chronophage a été, au début, largement sous-estimé.

Le second échantillon, composé de huit banquiers, a été réalisé de manière légèrement différente. Les critères d'échantillonnage ont été affinés. On a notamment recherché les banquiers :

- travaillant dans les centres d'affaires et les directions régionales ;
- ayant eu des expériences au sein d'autres enseignes.

La recommandation a été, cette fois-ci, privilégiée en essayant de rencontrer des banquiers dont les noms avaient été cités plusieurs fois par leurs confrères. Ces deux orientations, « à l'aveugle » dans un premier temps, et sur « recommandation ou orientation » dans un second temps, se sont révélées complémentaires. Un champ de pratiques relativement diversifiées a pu être ainsi étudié. Il est, à ce titre, intéressant de relever des similitudes dans les réflexions entre « ceux qui recommandent » et « les recommandés ».

La troisième vague s'est inscrite dans le cadre de la validation de notre recherche et a été effectuée auprès de sept autres banquiers.

3.3 L'échantillon des entreprises rencontrées

Pour compléter la première phase, nous avons réalisé une deuxième série d'entretiens auprès de diverses PME. L'objectif était d'avoir une autre vision sur notre thème de recherche. Les chefs d'entreprises sont directement concernés par notre sujet. En plus, ils sont censés avoir

un avis indépendant et externe sur la question de recherche. Ils sont donc susceptibles de fournir des informations exploitables. L'échantillon est composé de 11 PME. Les personnes interrogées sont des chefs d'entreprises, des comptables et des directeurs financiers. Le tableau suivant décrit les caractéristiques des entretiens réalisés auprès de ces entreprises.

Entreprise	Fonction de l'interviewé	Genre ⁷¹	Secteur d'activité	Durée de l'entretien
E1	PDG	M	Industrie	55mn
E2	Directeur Financier	M	Industrie	50mn
E3	Directeur Financier	M	Transport	60mn
E4	Directeur Financier	M	Service	50mn
E5	PDG	M	Construction	60mn
E6	Directeur Financier	F	Construction	55mn
E7	Gérant	M	Commerce	50mn
E8	Directeur Financier	F	Commerce	60mn
E9	PDG	M	Service	70mn
E10	Gérant	M	Industrie	55mn
E11	Gérant	M	Transport	65mn

Tableau 9: Caractéristiques des entreprises rencontrées

⁷¹ Genre : Masculin (M) ; Féminin (F).

Pour les entretiens auprès des chefs d'entreprises, l'échantillonnage s'est essentiellement fondé sur la recherche de la plus grande diversité possible de styles présumés de gérance. Dans ce dessein, nous nous sommes aidés de la base de données Kompass dans un premier temps, et des indications fournies par nos différents interlocuteurs (banquiers) dans un second temps.

Nous avons essayé :

- de contacter des PME (françaises) situées géographiquement au même endroit. Ce choix a pour objectif de neutraliser les spécificités géographiques : la recherche porte sur l'effet de la structure sociale sur les conditions d'emprunts ; si des effets sont observés, ils ne pourront pas provenir de ces spécificités géographiques ; l'unité géographique permet de neutraliser des variables qui ne feraient que « brouiller » l'analyse sans l'enrichir. Le fait que les entreprises étudiées soient toutes situées dans la même ville a également permis une « homogénéité bancaire », c'est-à-dire que les mêmes banques et agences bancaires se retrouvent pour plusieurs des entreprises étudiées.
- d'interviewer des entreprises appartenant à divers secteurs d'activités et, en particulier, les entreprises industrielles. Ce choix repose sur le fait que ces entreprises ont davantage besoin d'investissements et donc de financement, que les délais de production entraînent un BFR⁷² et donc probablement l'utilisation de lignes de crédit. L'objectif était d'étudier des relations bancaires « riches ».
- de réunir des tailles d'entreprises différentes, soit des moyennes, des petites et des très petites entreprises ;
- de choisir des entreprises ayant au moins une relation bancaire de long terme (la notion de long terme a été fixée à 5 ans, seuil issue de la littérature). Ce critère permettait d'être assuré d'un « potentiel de découverte » : les acteurs des entreprises pouvaient s'exprimer sur les premiers temps d'une relation bancaire et sur une relation « installée ». La multibancarité rencontrée commune à quelques entreprises a permis un « potentiel de découverte » extrêmement riche (Maque, 2007).

⁷² Besoin en Fonds de Roulement

- de rencontrer des entreprises dont le dossier d'emprunt est géré différemment : la littérature surabondante sur le rôle central du dirigeant tout particulièrement pour les PME en faisait l'interlocuteur incontournable. Or, les entretiens qu'on a effectués ont mis en lumière un deuxième interlocuteur essentiel, le ou la comptable. Ce nouvel interlocuteur avait pour vocation de cerner l'existence éventuelle de liens entre la fonction de la personne qui gère le dossier d'emprunt, le développement d'une structure sociale avec le banquier et son effet sur les conditions d'emprunts.
- de respecter le critère de variété lié à la situation économique et financière des entreprises sélectionnées : entreprise se portant « bien » (trésorerie fortement positive)/ entreprise ayant des difficultés financières (résultat négatif ou trésorerie négative) ; entreprise investissant énormément et régulièrement/ entreprise n'investissant pas.

De manière assez étonnante, l'accès aux chefs d'entreprises a été très difficile. La recherche a été effectuée à partir de la base de données Kompass. Nous n'avons pas réussi à rencontrer les personnes contactées de manière scripturale, mais celles que nous avons contactées par téléphone.

Même si onze entretiens peuvent sembler constituer une quantité relativement faible, la retranscription a montré une saturation sémantique manifeste de différentes interviews. L'échantillonnage théorique a ainsi été correctement trouvé, puisque la diversité des récits peut être considérée comme importante et que les derniers entretiens n'ont apporté que peu d'informations nouvelles (Glaser et Strauss, 1967).

4. La validation de la recherche et la triangulation

Nous attachons une importance particulière à la validité de notre démarche, validité interne et validité externe des éléments qualitatifs mobilisés. Selon Paillé (Mucchielli (éd.), 2004) « la validité est la grande force des recherches qualitatives » mais que le contenu de cette notion est « ...toutefois fort favorable ». Traditionnellement, on distingue la validité interne (Ya-t-il correspondance entre une observation et la réalité empirique visée par cette observation ? Le chercheur a-t-il bien saisi les perceptions et les actions des acteurs ?) et la validité externe (Dans quelle mesure les idées et les thèmes générés dans un cadre ou un environnement donné s'appliquent-ils à d'autres cadres ou environnements ?). Les critères retenus par les auteurs du

dictionnaire des méthodes qualitatives en sciences humaines (Mucchielli (éd.), 2004) sont : l'acceptation interne, la cohérence interne, la confirmation externe et la saturation.

4.1 La validité interne

Le critère de cohérence interne est davantage adapté. Il fait référence à l'argumentation logique et fondée que le chercheur communique dans sa recherche. Savoie-Zajc (Mucchielli (éd.), 2004) considère ainsi que : « *les résultats, les interprétations, les hypothèses de travail sont plausibles compte tenu des données recueillies et de l'analyse effectuée. (...) L'atteinte de ce critère suppose qu'un chercheur sera en mesure de tracer « l'histoire » de sa recherche, d'indiquer quelles décisions ont été prises tout au long de l'étude et de les justifier* ». Ainsi, dans la présente recherche :

- les parties théorique et empirique pour partie explicitent non seulement le cadre conceptuel retenu mais également les étapes, les choix, les raisonnements, les enrichissements ou les justifications permettant de suivre le déroulement de la recherche et de comprendre ainsi le cadre retenu ;
- la partie empirique explicite le traitement des données recueillies ;
- la partie empirique ainsi que certaines annexes permettent également au lecteur de faire le lien entre le cadre conceptuel, les données recueillies et les résultats produits ;
- l'acceptation du chercheur par son terrain est recherchée pour son influence sur la qualité des données recueillies ;
- la reconstruction de la réalité étudiée lors de l'interprétation des données doit être « validée » par les acteurs du terrain : le chercheur a-t-il bien interprété les perceptions et les actions des acteurs ?

A l'issue de la recherche, notre acceptation par notre terrain ne fait aucun doute : malgré la difficulté qu'on a eu au début pour obtenir des entretiens, nous avons réussi à collecter des verbatim assez riches ce qui montre notre acceptation par le terrain. Parmi les acteurs du terrain, ceux qui ont accepté de relire la retranscription des entretiens n'ont pas exprimé de remarques portant sur le fond, mais sur la forme : seules les erreurs grammaticales importantes et les tics verbaux (heu, eh bien...) ont été ajoutés, corrigés ou supprimés.

4.2 La validité externe

Savoie-Zajc (Mucchielli (éd.), 2004) définit la confirmation externe comme « *...la capacité du chercheur d'objectiver les données recueillies. Le chercheur, entièrement impliqué dans sa recherche, ne peut prétendre à l'objectivité. Il cherche toutefois à fonder son analyse sur des données qu'il peut objectiver : il peut démontrer qu'elles ont été recueillies de façon systématique et il peut les corroborer par le recours à certaines stratégies* ».

Dans la présente recherche, les éléments suivants ont permis de systématiser le recueil des données et de les corroborer :

- l'utilisation de guides d'entretien ;
- la multi angulation des approches utilisées : entretiens menés auprès des chefs d'entreprises, des comptables, des banquiers et des responsables de centres d'affaires (plusieurs points de vue).

Quant à la complétude, elle s'applique à la qualité de l'interprétation des résultats d'une recherche : elle est atteinte « *...lorsque l'interprétation des résultats optimise la plus grande variation possible entre les catégories d'analyse retenues, en utilisant le plus petit nombre de concepts. (...) Ce critère se comprend aux relations aux autres critères de validation et surtout à celui de l'acceptation interne. En effet, le sens produit doit être suffisamment complet pour que les résultats soient considérés plausibles et acceptables. Cela ne signifie toutefois pas que le chercheur prétend à l'exhaustivité* » (Savoie-Zajc (Mucchielli (éd.), 2004). Nous pensons ainsi avoir mené cette recherche de façon à produire « *...un sens adéquat qui permet de fournir une compréhension riche, à la portée explicative signifiante pour des groupes étudiés et pour la communauté scientifique qui reçoit les résultats d'une telle étude* » (Savoie-Zajc (Mucchielli éd.), 2004).

La validité doit permettre l'acceptabilité de nos conclusions par la représentativité de nos échantillons et la possibilité de généraliser notre démarche à d'autres échelles, sur d'autres secteurs géographiques. Notre souci est de produire des connaissances avec le meilleur niveau de scientificité possible. Le chercheur nous apparaît comme producteur d'idées, de théories mais également d'actions, sans que l'un de ces éléments ne l'emporte sur l'autre. La volonté

de rigueur qui est la nôtre inclut dans la démarche la prise en compte du problème humain⁷³ (Foliard, 2008).

4.3 La triangulation

Savoie-Zajc (Mucchielli (éd.), 2004) considère que la nature des phénomènes étudiés, c'est-à-dire des phénomènes humains dynamiques et évolutifs, appelle plusieurs méthodes de recueil de données de façon à capturer la richesse de ces phénomènes. Or, le chercheur est un « ...être pensant et construisant des significations à partir des données de sa recherche. La stratégie de triangulation permettra alors au chercheur d'objectiver ses pistes d'interprétation en l'encourageant à recourir à des sources diverses de vérifications, de corroboration » (Savoie-Zajc (Mucchielli (éd.), 2004). L'auteur identifie quatre types de triangulation : la triangulation des données, du chercheur, théorique et méthodologique.

➤ La triangulation des données

La triangulation des données comporte trois aspects : le temps, l'espace et les personnes. La triangulation temporelle tente de prendre en considération la dimension évolutive du phénomène étudié. « *Le chercheur doit prévoir alors une dimension longitudinale dans sa recherche afin de vérifier les degrés de stabilité des résultats* » (Savoie-Zajc (Mucchielli (éd.), 2004). La présente recherche prend en compte cette dimension évolutive dans le sens où les différentes relations bancaires étudiées n'ont pas commencé au même moment. La prise en compte du décalage temporel était possible.

La triangulation spatiale recherche des milieux et des contextes différents pour mettre en évidence les convergences et les divergences des résultats produits. Le critère de variété adopté lors de notre échantillonnage théorique a permis la triangulation spatiale.

La triangulation des personnes fait référence à l'utilisation de plusieurs niveaux d'analyse : le niveau individuel, interactif ou collectif ; « *les individus qui participent à la recherche existent dans un contexte qu'il est nécessaire de situer et de décrire de façon riche. Leurs*

⁷³ Cette réflexion fait suite à de nombreuses lectures qui mettent la dimension humaine de côté pour éviter d'avoir à en affronter les problèmes. Morin (1990, p.74) illustre parfaitement notre propos : « on élimine parfois la notion d'homme parce qu'on ne sait pas quoi en faire ». Puis (p.118) : « De plus, il faut remarquer que l'hyperspécialisation des sciences humaines détruit et disloque la notion d'homme, les différentes sciences sociales, la démographie, l'économie, n'ont même plus besoin de la notion d'homme ».

discours est formulé à partir de leur position dans l'institution » (Savoie-Zajc (Mucchielli (éd.), 2004). Dans le cadre de notre recherche et avant d'étudier le point de vue de l'entreprise, nous avons rencontré plusieurs banquiers, chargés d'affaires, directeurs d'agences et responsables de centres d'affaires, en fonction des opportunités. Nous avons mené également des entretiens auprès des dirigeants et des comptables qui ont permis d'obtenir le point de vue de deux personnes aux fonctions différentes sur le sujet étudié.

➤ ***La triangulation théorique***

La triangulation théorique implique une interprétation des données à partir de plusieurs cadres théoriques. « *Leur superposition forcera le chercheur à considérer plus d'un angle d'interprétation* » (Savoie-Zajc (Mucchielli (éd.), 2004). La construction du cadre conceptuel de cette recherche explicite et détaille l'emprunt d'éléments théoriques à plusieurs disciplines, la gestion, l'économie, la finance et la sociologie. L'étude de plusieurs cadres théoriques a permis finalement d'obtenir un angle d'interprétation élargi.

➤ ***La triangulation méthodologique***

La triangulation théorique implique une interprétation des données à partir de plusieurs méthodes de recueil des données. Les deux méthodes principales utilisées dans cette recherche sont l'observation et les entretiens.

L'observation a eu lieu à chacune des visites des banques et des entreprises étudiées : elle a surtout porté sur le comportement du banquier, le comportement du dirigeant, le comportement du comptable. A l'instar de Maque (2007), nous pensons que les « perturbations » pendant les entretiens dues au quotidien des personnes interrogées (coups de téléphone de fournisseurs, de clients ou de collaborateurs ; visites ; interruptions de collaborateurs...) ont permis d'écouter et d'observer ; des vérifications et des recoupements entre le discours et le comportement sont alors possibles.

Les entretiens effectués ont été menés de manière semi-directive auprès de chargés d'affaires, de chef d'agences et de responsables de centre d'affaires, de dirigeants d'entreprises et de comptables. Les entretiens se sont déroulés d'une manière formelle. Ils ont tous eu lieu à l'agence pour les banquiers et dans l'entreprise pour les dirigeants et les comptables.

Section 3. La méthode d'analyse utilisée et le codage

Notre choix d'accès au terrain induit la méthode de traitement des données : « *l'analyse de contenu constitue un outil d'analyse des données collectées par l'entretien* » (Verstraete, 1997). Nous enrichissons cette approche des autres éléments récupérés par l'observation pendant les entretiens.

1. La méthode d'analyse retenue

Pour traiter les données recueillies au cours des entretiens exploratoires, nous avons choisi de procéder par une analyse de contenu dont l'objectif est de faire émerger des questionnements nouveaux permettant de compléter les lectures théoriques. L'analyse de contenu offre la possibilité de traiter de manière méthodique des informations et des témoignages qui présentent un certain degré de profondeur et de complexité, comme les rapports d'entretiens semi-directifs (Quivy et Van Campenhoudt, 2006).

Le matériel recueilli en recherche qualitative est analysé par rapport à son contenu. Bardin (1986, p. 43) définit l'analyse de contenu comme « *un ensemble de techniques d'analyse des communications visant, par des procédures systématiques et objectives de description des messages, à obtenir des indicateurs (quantitatifs ou non) permettant l'inférence de connaissances relatives aux conditions de production / réception de ces messages* ».

Il existe plusieurs méthodes d'analyse de contenu. Les trois principales sont reprises ci-dessous.

- Les méthodes thématiques : elles tentent de mettre en évidence les représentations sociales à partir d'un examen de certains éléments constitutifs du discours. Dans les méthodes thématiques, on trouve notamment l'analyse catégorielle (calcul des fréquences de certaines caractéristiques préalablement regroupées en catégories significatives) et l'analyse de l'évaluation (la fréquence des jugements est calculée).
- Les analyses formelles : elles portent sur les formes et l'enchaînement du discours. On retrouve notamment l'analyse de l'expression (forme de la communication dont les caractéristiques apportent une information sur l'état d'esprit de l'interviewé) et

l'analyse de l'énonciation (le discours est conçu comme un processus dont la dynamique est révélatrice).

- Les analyses structurales : elles mettent l'accent sur la façon dont les éléments du message sont agencés. On distingue l'analyse des co-occurrences (associations de thèmes dans les séquences de la communication qui informent sur les structures mentales) et l'analyse structurale (mise en évidence des principes qui organisent les éléments du discours de manière indépendante du contenu même).

La place de l'analyse de contenu est de plus en plus grande dans la recherche sociale, notamment parce qu'elle offre la possibilité de traiter de manière méthodique des informations et des témoignages qui présentent un certain degré de profondeur et de complexité, comme les rapports d'entretiens semi-directifs. Mieux que toute autre méthode de travail, l'analyse de contenu (ou du moins certaines de ses variantes) permet, lorsqu'elle porte sur un matériau riche, de satisfaire harmonieusement aux exigences de la rigueur méthodologique et de la profondeur inventive qui ne sont pas toujours facilement conciliables (Quivy et Campenhoudt, 2006).

L'objectif de cette analyse de contenu est la représentation simplifiée des données brutes obtenues au cours de la recherche qualitative par entretien. Parmi les techniques d'analyse citées ci-dessus, nous avons retenu l'analyse thématique. Dans cette méthodologie, nous partons du postulat que la redondance d'unités d'analyse de discours (mots, expressions, phrases, paragraphes) est révélateur des préoccupations des auteurs du discours (Thiétart et al., 2003). L'analyse a pour but de découper et de classer les discours recueillis selon des unités de sens ou de thèmes. Il s'agit de condenser les données en regroupant les objets similaires sous une classe commune (Strauss et Corbin, 1998). Le plus souvent, cela passe par un codage des données qualitatives, c'est-à-dire en découpant « *le contenu du discours ou du texte en unités d'analyse (mots, phrases, thèmes...), et à les intégrer au sein de catégories sélectionnées en fonction de l'objet de recherche* » (Thiétart et al., 2003, p.498).

L'analyse des transcriptions d'entretiens a été réalisée en plusieurs étapes.

2. La classification et la restructuration des données

Dans le cadre de la codification de nos données qualitatives, nous avons suivi la méthode préconisée par Miles et Huberman (2003). « *Un problème chronique de la recherche qualitative est d'avoir à travailler principalement avec des mots, pas des nombres. Les mots sont plus lourds que les nombres, et ont souvent plusieurs significations. (...) Les nombres, par contraste, sont généralement moins ambigus et peuvent être traités avec plus d'économie. (...) Bien que les mots soient moins bien rassurants que les chiffres, ils permettent d'obtenir une description épaisse* » (Miles et Huberman, 2003).

Les entretiens réalisés auprès des banquiers et des chefs d'entreprises constituent un ensemble considérable de mots. La solution préconisée par Miles et Huberman pour traiter ces données est de procéder à un codage des notes et des observations prises sur le terrain. « *Un code est une abréviation ou un symbole appliqué à un segment de mots, la plupart du temps un paragraphe de notes de terrain, dans un but de classification. Les codes représentent des catégories et dérivent généralement des questions de recherche, de concepts clés ou de thèmes importants* » (Miles et Huberman, 2003). Néanmoins, le caractère séquentiel, peu structuré et volumineux des données qualitatives ne facilitent pas leur traitement. De plus, les capacités humaines sont limitées par la tendance cognitive à réduire une information complexe en « Gestalt » sélectives et simplifiées ou en configurations faciles à comprendre (Miles et Huberman, 2003). Ainsi, ils préconisent une condensation formelle par le biais de la catégorisation des données sous forme de codes analytiques et conceptuels. Le processus de codage consiste donc à découper les données collectées en unités d'analyse (choisies par le chercheur selon ses objectifs) et à les ranger dans des catégories sélectionnées en fonction de l'objet de la recherche (Allard-Poesi, Drucker-Godard et Ehlinger, 2003).

- ***Le choix d'une unité de codage***

Le codage des données nécessite le choix d'une unité d'analyse. Ce choix dépend de la problématique et des questions de la recherche. L'unité de codage peut être délimitée selon une unité de texte (un mot, une phrase, un paragraphe), une unité de temps ou encore une unité de lieu (Allard-Poesi et al. 2003).

La question principale de la recherche peut aussi pousser le chercheur à choisir une unité dite de « sens » comme unité de codage. Cette unité de sens est présentée sous forme de « thématiques » principales que les chercheurs tentent d'analyser (Bardin, 1986). Cette unité de sens peut être présentée sous la forme d'un ensemble de mot plus au moins long, selon la thématique.

Pour coder, il est donc nécessaire de définir une unité d'analyse du discours. Ainsi, en fonction du degré de précision à atteindre, la codification peut être conduite au niveau du mot, de la ligne ou du paragraphe de sens (Sausbesty-Vallier, 2006). Dans notre démarche, nous avons défini la phrase ou un groupe de phrases comme unité d'enregistrement ou « unité de codage » (Allard-Poesi et al., 2003). et le paragraphe comme unité de contexte⁷⁴, ceci car un simple mot ne nous permettait pas, nous semble-t-il, de saisir le sens souvent propre attaché à un terme, les interlocuteurs développant leurs propres définitions et le sens du discours des acteurs nous paraissant se développer le plus fréquemment sur plus d'une phrase, les phrases suivantes venant qualifier la première.

- ***La conception des catégories***

Chauvet (2004) précise que la catégorisation des entretiens sert à relier les mots et phrases des répondants à des thèmes clefs de notre analyse, à travers un codage par thème. En plus de permettre une analyse synthétique des données recueillies, le codage permet également de faire apparaître les occurrences des thèmes de la recherche. Il force le chercheur à donner du sens et à porter des jugements sur des blocs de texte. Les tâches fondamentales associées au codage sont l'échantillonnage, l'identification de thèmes, la construction de catégories, le découpage et la construction de modèles (relations entre les codes). « *Le processus de codage consiste à découper le contenu d'un discours ou d'un texte en unités d'analyse (mots, phrases, thèmes...) et à les intégrer au sein de catégories sélectionnées en fonction de l'objet de la recherche* » (Thiétart, 2003). Ce processus de catégorisation a deux étapes : la définition de catégories, puis la classification. La création de catégories implique un codage du discours précis en fonction de plusieurs unités de texte que nous avons pris en compte.

⁷⁴ N'ayant pas conduit d'analyse de co-occurrences, la définition d'une unité de contexte n'a pas eu de conséquences sur la recherche. Sur ce point voir notamment Negura (2006).

Toutefois, ces catégories doivent respecter quelques conditions qui sont les suivantes : exclusion mutuelle, homogénéité, pertinence, objectivité et fidélité, et productivité.

	Principes	Mise en œuvre
Exclusion mutuelle	Chaque élément ne peut être affecté à plus d'une seule case.	Un élément ne doit pas avoir plusieurs aspects susceptibles de le faire classer dans plusieurs catégories. Le multi-codage n'est possible que s'il n'y a pas d'ambiguïté lors des calculs.
Homogénéité	Un même principe de classification doit gouverner l'organisation des catégories.	On ne peut fonctionner que sur une dimension d'analyse dans un même ensemble catégoriel. Différents niveaux doivent être séparés en autant d'analyses successives.
Pertinence	La catégorie est adaptée au matériel choisi / appartient au cadre théorique retenu.	Le système de catégories doit refléter les intentions de recherche, les questions de l'analyste et/ou correspondre aux caractéristiques des messages.
Objectivité et fidélité	Il s'agit d'éliminer les distorsions dues à la subjectivité des codeurs et à la variation des jugements.	Soumises à plusieurs analyses, des parties d'un même matériel sont codées de la même manière. Il s'agit de définir clairement les variables traitées et de préciser les indices déterminant l'entrée d'un élément dans une catégorie.
Productivité	L'ensemble des catégories apporte des résultats riches.	Les résultats sont riches en indices d'inférences, en hypothèses nouvelles et en données fiables.

Tableau 10: Les qualités d'une bonne catégorisation⁷⁵

⁷⁵ Pantin, 2005 p. 120 ; adapté de Bardin, 1996.

Dans le contexte d'une analyse thématique, on peut dire qu'il existe deux sources principales pour l'identification de thèmes et la construction de catégories. La première concerne les revues de la littérature qui constituent des sources riches de thèmes. La deuxième provient directement des textes étudiés, à partir desquels le chercheur induit des thèmes d'analyse. Miles et Huberman (2003) suggèrent que les chercheurs commencent avec quelques thèmes généraux provenant de la littérature, et ajoutent au fur et à mesure de leur analyse des thèmes et des sous thèmes. Pour ces auteurs, le codage constitue déjà un processus d'analyse, car le chercheur a appliqué ses connaissances de littérature et son interprétation des textes à un contexte spécifique. Dans cette perspective, nous avons développé toute une série de codes qui sont issues de la littérature. Puis, lors de la lecture et de l'analyse des entretiens, de nouveaux thèmes ont été ajoutés.

Selon Thiétart (2003), « *plus les définitions des unités d'analyse et des catégories sont claires et précises, meilleure sera la fiabilité du codage* » Dès lors, il apparaît que la définition des catégories est un élément capital dans toute recherche qualitative, tant d'un point de vue de la fiabilité de la recherche, que de la facilité à classer et à interpréter les retranscriptions des entretiens.

3. Le choix d'un codage assisté par un logiciel d'analyse thématique

Pour coder nos données empiriques, nous nous sommes appuyés sur Nvivo 9, un logiciel destiné aux traitements des données textuelles. Ce logiciel n'est pas un outil d'analyse lexicale ou linguistique mais d'analyse thématique. Le principe d'analyse à la base du logiciel Nvivo relève d'une démarche de décontextualisation-recontextualisation du corpus. La décontextualisation consiste à sortir de son contexte un extrait du texte afin de le rendre sémantiquement indépendant, dans le but de créer des catégories ou des thèmes regroupant tous les extraits traitant d'un sujet en particulier, appelé « code ». La recontextualisation est obtenue en amalgamant les codes ou les catégories préalablement décontextualisés pour en faire un tout intelligible et porteur de sens (Deschenaux et Bourdon, 2005). Ce logiciel laisse donc le codage des catégories au soin de l'analyste, mais l'assiste dans la gestion de ce codage (gestion des liens entre les verbatim et les catégories en constructions, annotations à volonté, etc.). Il est donc tout à fait approprié dans une approche interprétativiste.

Nous avons choisi de classer les unités d'informations dans des catégories préalablement définies, catégories susceptibles d'aménagement au cours du processus de codage (Goetz et Le Compte, 1981, cités par Miles et Huberman, 2003).

Ainsi, ce logiciel nous a aidé à dépouiller nos données et à les coder sous forme de « nodes » avec les verbatim correspondant à chaque thématique. Cette opération nous a permis d'avoir un arbre hiérarchique de codages et nous a fourni un repère visuel qui nous a permis de gagner du temps dans le traitement des données et d'organiser notre analyse selon les thématiques qui ressortent du codage.

Cet appui ne se substitue en rien à l'apport du chercheur dans sa quête de recherche de sens (Wacheux, 1996). D'ailleurs, Deschenaux (2007) a précisé que « *l'analyste doit savoir que Nvivo ne fait pas l'analyse qualitative. En effet, c'est l'analyste qui fait l'analyse et non le logiciel. Ce dernier n'est qu'un outil pour faciliter le travail de l'analyste* ».

L'inventaire des thèmes récapitule les éléments importants à analyser dans les entretiens. Il permet de réduire les données et de les structurer. Il intègre donc les trois principaux thèmes que nous souhaitons traiter dans notre étude exploratoire que sont le lien social, le réseau et la confiance. A partir de ces thèmes, des catégories se déclinent en sous-catégories pour plus de précision. Chaque entretien fait l'objet d'un codage à l'aide du logiciel NVivo 9.0. A la suite de ce codage, les verbatim de l'entretien sont structurés selon les catégories et sous-catégories élaborées.

Les tableaux ci-dessous montrent les catégories retenues à la suite du codage axial des entretiens exploratoires. Le codage a été effectué à partir de trois codes (neuf codes de catégorie de niveau 1 et 14 codes de catégorie de niveau 2). Cette arborescence de codes résulte de notre analyse des données et des itérations effectuées entre la littérature et le terrain.

Thèmes	Description du thème
Lien social LIEN	Éléments caractérisant la relation entre le banquier et le chef d'entreprise, son rôle dans la relation de financement.
Réseau RES	Tout ce qui concerne le réseau personnel, les personnes impliquées, l'impact sur la relation d'emprunt, etc.
Confiance CONF	Tout ce qui concerne les aspects de la confiance interpersonnelle (la bienveillance, la cohérence et l'aptitude) et son impact sur la relation d'emprunt.

Tableau 11: Les grands thèmes du plan de codage

Thèmes	Sous thèmes	Descripteurs
Lien social LIEN	Interactions sociales Inter So	Fréquences des Contacts
		Partage de centres d'intérêts communs
		Avoir des affinités en commun
	Connaissance personnelle Cosse Per	Proximité de l'agence
		Banque principale
		Gestion de son compte particulier
		Amitié
Durée Temps		
Réseau RES	Social Res So	Recommandé par un ami, par une connaissance, etc.
	Professionnel Res Pro	Recommandé par un expert- comptable, un créateur d'entreprise, un assureur, etc.
	Institutionnel Res Inst	Recommandé par Oseo, une chambre de commerce, etc.
Confiance CONF	Bienveillance Bienv	Informé de ses intentions et ses décisions ; se soucier de l'intérêt de l'autre
	Cohérence Coh	Fiable, tenir ses engagements, transparent
	Aptitude Apt	Compétent

Tableau 12: Les sous-thèmes

L'élaboration d'un dictionnaire de thèmes nous a permis d'isoler, de résumer, de nommer les différents thèmes et les variables influençant les conditions d'emprunts pour les PME. La construction progressive et itérative du dictionnaire des thèmes s'est faite selon deux étapes :

la création initiale d'un dictionnaire des thèmes provisoires, puis son enrichissement progressif au fur et à mesure du codage. Nous avons constitué un premier dictionnaire provisoire en reprenant l'ensemble des thèmes évoqués dans le guide de l'interviewer, lui-même établi en fonction de la revue de littérature extensive effectuée auparavant.

Nous avons enrichi ce dictionnaire provisoire par l'addition de (sous-) thèmes issus de la lecture du corpus et constituant, sous NVivo, des nœuds libres. Les thèmes émergents et leurs équivalents informatisés, les nœuds libres, ont ensuite été, dans la mesure du possible et de la pertinence, fusionnés ou convertis en nœuds hiérarchisés pour aboutir à un dictionnaire définitif.

Notre objectif est de modéliser l'impact de la structure sociale sur les conditions d'emprunts à partir de la compréhension des données empiriques collectées sur le terrain. Un modèle est une représentation abstraite de phénomènes réels (Mbengue et Vandangeon-Derumez, in Thietart, 2003 ; p. 337). Nous avons isolé les composantes de notre objet de recherche que nous résumons en trois catégories :

- les liens sociaux ;
- les réseaux ;
- la confiance.

Nous souhaitons également travailler sur les relations entre ces trois composantes. Notre premier travail d'analyse de données nous a permis de spécifier les éléments qui influencent les conditions d'emprunts. Nous recherchons ensuite les liens logiques, les associations qui vont permettre un niveau d'abstraction supplémentaire. Les effets additifs et interactifs entre les variables peuvent également être mis en évidence, même si ce caractère n'est pas démontré ou testé dans une relation quantifiée ou une approche dynamique de notre optique de modélisation. Les relations que nous pouvons identifier sont de deux ordres avec des associations entre variables et des relations causales simples.

Notre approche est de type déterministe au sens de Lambin (1993, cité par Thietart, 2003), en ce sens que nous présentons des variables dont la présence (ou l'absence) a un effet sur les conditions d'emprunts des PME.

Conclusion

Ce chapitre nous a permis de préciser et de justifier le positionnement épistémologique de la présente recherche et le cheminement méthodologique retenu. En ce sens et dans l'intérêt d'accroître la fiabilité de notre étude, nous avons essayé d'explicitier notre démarche méthodologique lors de la présentation de chaque étape de notre processus de recherche : choix de la technique d'entretien, stratégie d'entretien, guides d'entretien et techniques d'analyses des données utilisées.

La première section a été consacrée à la présentation de notre positionnement épistémologique qui a conduit à la réalisation empirique de notre recherche et à la justification de nos choix méthodologiques. Dans la section 2, nous avons présenté d'abord notre choix des entretiens semi-directifs et la sélection de l'échantillon. La description des guides d'entretiens construits pour réaliser l'étude ainsi que la démarche adoptée pour le recueil et l'analyse des données qualitatives ont été ensuite exposées. Dans la section 3, on a insisté sur la méthode d'analyse utilisée et le codage. Nous avons choisi de procéder par une analyse de contenu. Parmi les techniques offertes par ce type d'analyse, nous avons retenu l'analyse thématique. Pour y parvenir, nous nous sommes appuyés sur Nvivo qui nous a aidés à dépouiller nos données et à les coder sous forme de « nodes » avec les verbatim correspondants à chaque thématique.

L'étude de terrain menée doit permettre d'apporter des éléments de réponse aux questions de recherche posées, par le biais d'une méthode qualitative basée sur des entretiens semi-directifs de plusieurs banquiers et chefs d'entreprises.

L'objet du chapitre suivant est de fournir et d'analyser les résultats de nos entretiens, puis de les discuter.

***Chapitre 5. Les résultats obtenus et la
modélisation élaborée***

Introduction

L'emprunt bancaire représente la source de financement la plus utilisée par la plupart des PME européennes. Pour les banquiers, la décision d'octroi de crédit demeure tributaire de la quantité et de la qualité des informations qu'ils collectent auprès des entreprises demandant des fonds. De ce fait, le rationnement de crédit dont souffrent les PME n'est que la conséquence directe du contexte informationnel opaque qui les caractérise. Le triptyque structure sociale-confiance-spécificités des PME que nous avons développé précédemment, a montré que les problèmes altérant le processus de crédit, peuvent être sensiblement réduits par l'entretien d'une relation banque-entreprise socialement encadrée et de l'existence d'un climat de confiance entre le banquier et le chef d'entreprise.

Nous supposons dans le cadre d'une relation de financement, lorsqu'on dépasse les « frontières » d'une analyse instrumentale pour chercher à comprendre l'analyse et l'évaluation d'un dossier d'emprunt dans un contexte plus large marqué par des relations personnelles (réseau de relations), qu'il ressort une présence forte de ce type de relations dans la décision d'accès et la fixation des conditions d'emprunts.

S'appuyant sur la théorie de l'encastrement social, nous essayons d'analyser l'impact de ce type de relation entre le banquier et le chef d'entreprise sur les conditions d'emprunts. Dans ce but, nous allons d'abord valoriser le contexte qui a influencé la constitution des liens personnels et d'identifier les différents types de réseau employé. Ensuite, nous présentons les résultats de notre étude.

Section 1. L'origine et la constitution de la structure sociale et le développement de la confiance

Cette section vise à présenter les résultats issus de l'analyse des entretiens avec les banquiers et les chefs d'entreprises concernant la constitution des liens personnels et le développement de la confiance. Notre objectif est de mettre en évidence le contexte qui a influencé la constitution des liens personnels et d'identifier les différents réseaux utilisés.

1. L'origine et la constitution des liens personnels et des réseaux

Les déterminants de ce contexte sont abordés pour mettre en évidence les circonstances et le processus qui ont donné naissance à la constitution des relations pour pouvoir analyser par la suite leurs effets sur les conditions d'emprunts.

1.1 Les liens sociaux

Les banquiers et les chefs d'entreprises définissent les liens personnels selon plusieurs aspects.

- **Les interactions**

La majorité des banquiers (B) et chefs d'entreprises (CE) interviewés confirment l'importance de leurs contacts. Ces contacts peuvent être des contacts physiques (soit en agence, soit en entreprise), des appels téléphoniques ou un échange de mails.

« Nous avons comme règle de voir au moins une fois tous les six mois nos clients professionnels pour faire le point. Ce sont des contacts physiques soit en agence, soit sur leur lieu de travail. Bien sûr, je suis amené à leur téléphoner régulièrement soit pour les informer sur un dossier en cours, soit pour des moments de tensions de trésorerie » (B).

Les banquiers considèrent que ça permet de développer le côté humain de la relation et de faciliter l'échange d'informations surtout d'ordre privé. Le contact régulier avec le chef d'entreprise permet également d'instaurer un climat de confiance.

« La rencontre avec les dirigeants et les interactions qui en découlent sont très importants pour l'étude de dossier. Il y a une influence indéniable entre la qualité du relationnel qu'on développe avec le dirigeant et la transparence et donc les décisions qu'on est amené à

prendre avec les dirigeants. La transparence est très importante dans l'analyse financière et donc l'analyse globale » (B)

« J'essaie également de passer voir mes clients « gratuitement » pour entretenir la relation ou simplement boire un café. Ce sont des moments importants et agréables. C'est là que je récupère de l'information sur le comportement de mon interlocuteur et c'est là que je flaire les nouvelles affaires, ils sont souvent informés bien avant moi, ce qui me permet de me positionner très tôt face à un porteur de projet et c'est très important. C'est aussi l'occasion de passer un bon moment, plus détendu et de resserrer la relation avec le client, de l'habituer à me parler, ce qu'il fera alors en cas de besoin » (B).

« Le client est tout sauf un numéro de compte. Le contact pour un client c'est le sentiment qu'il est valorisé. Le fait par exemple de se déplacer pour visiter une entreprise ça permet aussi de voir les coulisses, d'avoir certaines informations qu'on ne voit pas sur le papier (si c'est une entreprise familiale, ça se parle bien ou non). C'est aussi un signe de confiance envers le client qui va lui permettre aussi d'avoir confiance en nous » (B).

« On a tendance à partager des sentiments personnels avec nos banquiers. Par exemple, ceux qui connaissent mal Marseille peuvent être étonnés et choqués de certaines choses qu'ils vont vivre. Et donc moi qui suis très attaché à l'identité marseillaise, évidemment je suis là tout le temps pour défendre ma ville » (CE).

« La proximité créée par la fréquence de contacts engendre des échanges de plus en plus précis » (CE).

« On n'est pas des machines... quand on va voir son banquier on ne parle pas à un distributeur. C'est donc une relation humaine et cette confiance peut être amplifiée par des relations de sympathie » (CE).

Plusieurs banquiers et chefs d'entreprises affirment avoir des relations extra-professionnelles avec leurs clients.

« Ça nous arrive de déjeuner avec des clients pour discuter d'un projet professionnel. Ça permet de développer cette relation » (B).

« On peut avoir des relations extra-professionnelles avec le client, on peut partager un dîner, une partie de golf » (B).

« Oui on peut avoir des passions communes. Je partage parfois des activités sportives (sport de combat) avec certains de mes clients mais ça n'arrive pas souvent. L'essentiel c'est de savoir garder la bonne distance » (B).

« Je dirais que ce sont des relations qui pourraient aller vers de l'extra-professionnel. Malgré les nouvelles réglementations européennes (Bâle I et II) qui ont rendu le métier du banquier plus encadré. On peut se voir en dehors et des affinités peuvent se créer » (CE).

« Ma relation avec mon banquier, je la qualifierais de légèrement extra-professionnelle. Ça arrive qu'il m'invite à visiter des manifestations culturelles. J'essaie de garder une bonne distance qui me permet de préserver une certaine indépendance » (CE).

« Ça dépend de la personne qui représente l'enseigne, mais d'une manière générale je dirais extraprofessionnelle. Je déjeune souvent avec mon banquier. Il nous arrive aussi qu'on assiste ensemble à certaines conférences » (CE).

Si la fréquence des contacts et la durée constituent des aspects essentiels de la relation bancaire, le partage de centre d'intérêts communs permet de la développer. Des affinités se créent entre les deux partenaires facilitant l'échange d'informations et permettant une meilleure connaissance.

« Oui, je partage des centres d'intérêts avec certains de mes clients et encore heureux, ça permet de donner un côté humain à la relation » (B).

« Il m'arrive de partager des centres d'intérêts avec certains clients (faire des plongées ensemble, regarder des matchs de foot...) » (B).

« Il m'invite à déjeuner, on participe à des manifestations culturelles ensemble. Mais, je ne me sens pas favorisé. Je crois que ce n'est pas capital pour la décision d'emprunt. » (CE).

« Il arrive que mon banquier m'invite à déjeuner, à partager un match de tennis ou à regarder une pièce de théâtre. Je suis proche de mon banquier, c'est bien, il faut aussi que je me montre. J'avais tendance à parler plus avec lui. Il me donne des conseils pour bien communiquer avec les autres banques. » (CE).

Certains banquiers (chefs d'entreprises) évoquent la possibilité de recueillir (transmettre) des informations d'ordre privé. En fait, le partage de passions communes permet au banquier de mieux connaître la personnalité du chef d'entreprise. Des informations considérées comme importantes dans l'étude et la prise de décision des banquiers.

« Nous dans notre banque, on a beaucoup de manifestations, on a une loge de football à l'OM, une loge de Rugby, on a des activités artistiques (vernissage, des soirées de théâtre, musicales...), des parties de golf etc. C'est important pour la relation parce que les clients se livrent, en partageant une partie de golf avec le client, il ne peut pas bleuffer, la nature va prendre le dessus. C'est intéressant de voir si le client garde son sang-froid, comment il réagit. C'est important de créer des moments conviviaux avec le client » (B).

« Des contacts réguliers avec le banquier sont très importants pour une relation. En effet, ça permet d'échanger des informations et de mieux connaître la situation de l'entreprise. Un banquier éclairé c'est un banquier qui vous fait confiance » (CE).

Enfin, il ressort clairement que **le contact humain** dans les relations bancaires reste une composante essentielle pour un bon nombre de banquiers (chefs d'entreprises) interviewés. Néanmoins, cet aspect ne devrait pas affecter leur objectivité et leur impartialité dans la prise de décision de financement.

« Je pense que la meilleure définition pour une relation est qu'elle doit être courtoise. Ce que je veux dire par là est que nous devons aussi nous intéresser à la personne qui est en face de nous, ce qui peut impliquer des relations un peu plus que professionnelles. Nous pouvons nous rencontrer dans un autre cadre que celui de la banque, au restaurant, dans un cadre sportif, plus détendu mais le conseiller doit toujours faire la part des choses et conserver une certaine distance pour pouvoir être objectif et prendre les bonnes décisions à temps » (B).

« Ça dépend des personnes, en ce qui me concerne, je dirais extra-professionnelles. Il m'arrive de regarder des matchs de rugby avec mon banquier. Mais, je ne crois pas que c'est un critère important pour la relation bancaire » (CE).

- **La durée**

Selon les différents acteurs interviewés, la durée est très importante dans la relation bancaire. Les chefs d'entreprises préfèrent un délai de rotation des conseillers financiers assez long. On peut se livrer plus facilement à un banquier qu'on connaît qu'à un autre qu'on ne connaît pas.

« On bâtit une relation sur le temps, on bâtit une relation dans la durée. Nos clients sont les premiers à nous dire « Ah » les banquiers vous êtes mutés très souvent. Ce qui veut bien dire qu'eux aussi attendent une durée dans la relation. Cette connaissance, cette sympathie et cette qualité de relation se bâtissent avec le temps au fil des rdv, au fil des entretiens et au fil des visites que ce soit chez le banquier ou dans l'entreprise. Il faut donc du temps pour construire ça » (B).

Les banquiers interviewés considèrent que les relations qui se construisent dans la durée permettent de collecter des données spécifiques et confidentielles basées sur l'échange informations d'ordre privé. L'échange de ce type d'information est d'une grande importance pour le banquier puisqu'il permet d'améliorer la transparence et de faciliter la communication avec l'entreprise. Ainsi, une longue durée permet de développer une relation de confiance. Ces relations sont supposées améliorer l'évaluation du risque et donc optimiser la possibilité de remboursement du crédit (Brown et Zehnder, 2007).

« La durée est importante ça c'est évident. Un client c'est quelqu'un qui se déshabille et qui va vous faire des confidences sur sa vie professionnelle et des confidences sur sa vie privée. Pour se déshabiller, il faut avoir confiance et on n'aime pas se déshabiller toutes les années ou tous les deux ans face à des personnes qu'on ne connaît pas et qu'on ne peut pas juger. On a tendance à se déshabiller plus facilement lorsqu'on connaît l'individu et qui vous a déjà prouvé qu'il était capable de vous amener un plus. Donc dans une relation bancaire, il serait souhaitable que ça dure » (B).

« Il y a deux écoles : une qui veut que les conseillers restent au max trois ans pour ne pas développer de liens personnels avec les clients et ne pas hésiter en cas de difficultés pour maintenir les intérêts de la banque et l'autre qui pense que les conseillers doivent rester plus longtemps pour développer une relation de confiance et un réseau qui leur apportera des

affaires. De toute façon, les clients n'aiment pas trop le changement, ils sont toujours obligés de sortir la même histoire et cela devient lassant. La confiance est importante pour nous, elle l'est également pour eux et cela se construit sur la durée. Mais bon, il faut bien tenir compte des envies de carrière des uns et des autres, des départs ou des congés maternité etc. Il faut quand même éviter des relations trop proches qui peuvent faire perdre le fil et la vigilance. Les conseillers qui restent longtemps sont des personnes qui savent gérer cette situation, qui sont proches de leurs clients, qui savent récolter la bonne information mais qui savent aussi casser des chèques sur de vieilles relations. Il faut bien présenter les règles du jeu et les rappeler régulièrement pour que le message puisse passer. Ce n'est pas simple et de toute façon il faut garder une certaine distance » (B).

« La durée est importante dans le sens où le banquier a la possibilité de mieux connaître l'entreprise ainsi que son dirigeant. C'est très avantageux. Le contact régulier avec le chef d'entreprise lui permet de voir d'autres éléments qui ne figurent pas forcément dans les comptes et les indicateurs de gestion. Je crois qu'une durée de trois ans est suffisante pour un banquier » (CE).

- **La connaissance personnelle**

L'analyse thématique des entretiens montrent que la connaissance personnelle entre le banquier et le chef d'entreprise se décompose en quatre points : **la proximité de l'agence, le statut de la banque comme étant banque principale, la gestion du compte particulier du client et l'existence d'une relation amicale avec le chef d'entreprise.**

Plusieurs banquiers nous ont confirmé l'importance de l'emplacement géographique de l'agence. La proximité géographique de la banque facilite la collecte des informations. En effet, les conseillers financiers affirment avoir recueilli des informations liées à la réputation et au bon déroulement des activités de leurs clients auprès de certains commerçants du quartier (Bar, restaurant, etc.). « *Tout se sait, rien ne se cache* » disait un banquier.

« Je dirais vu l'emplacement de l'agence, on est supposé connaître tous les chefs d'entreprises dans les alentours » (B).

Dans une grande partie des entretiens analysés, on trouve des éléments du discours qui soulignent l'importance du statut de la banque comme étant banque principale dans l'analyse et la décision de financement, comme cela est évoqué dans la littérature. Les banquiers préfèrent financer les entreprises dont ils gèrent les mouvements principaux. Ils connaissent mieux le chef d'entreprise ainsi que les différentes perspectives de son projet.

« C'est sûr quand on travaille avec un client, on aime ce qu'on appelle le mouvement principal. S'il nous demande quelque chose, on se méfie s'il n'est pas ce mouvement principal. S'il n'est pas chez nous, il faut qu'il vienne chez nous. On ne peut pas octroyer un

crédit ou faire une autorisation de découvert s'il n'y a pas assez de mouvements sur le compte de client. Je dirais que l'analyse se fait en fonction des mouvements confiés » (B).

Bien que la littérature considère que tout lien personnel avec le chef d'entreprise avant l'analyse de dossier peut nuire à l'objectivité du banquier, une grande partie des conseillers financiers interviewés affirment l'existence de ce type de lien. Certains considèrent que la connaissance personnelle du dirigeant est synonyme de confiance.

« Je connais personnellement les chefs d'entreprises et c'est avantageux dans le sens où cette connaissance est à l'origine de la confiance ce qui peut faciliter les choses par la suite. C'est un jugement objectif basé sur la connaissance personnelle du dirigeant (...) Les contacts face à face facilitent les relations humaines. Je le fais régulièrement avec surtout mes gros clients » (B).

« Oui, il m'arrive souvent de connaître personnellement les chefs d'entreprises avant l'étude de leur dossier parce qu'on travaille dans une sphère économique interconnectée (...) Oui, je partage des centres d'intérêts avec mes clients. On va au golf, on assiste à des manifestations culturelles, on fait des sorties dans la mer. Tout ça s'inscrit dans cette proximité qui permet de mieux connaître le chef d'entreprise » (B).

« Oui, je connaissais mes banquiers personnellement avant d'entamer une relation professionnelle avec eux ». (CE)

« Il m'est arrivé de nouer des relations avec certains banquiers avant même de travailler ensemble. C'est le cas d'un banquier du CIC que je connais depuis trois ans, on a préparé cette entrée en contact » (CE).

« Vous savez le milieu marseillais, c'est un microcosme. Les banquiers ce sont toujours les mêmes. Quelqu'un que vous rencontrez à gauche vous le trouvez à droite. En plus, on se trouve généralement tous à fréquenter les mêmes lieux ; j'ai eu des relations d'amitié avec des banquiers qui sont devenus ensuite des relations professionnelles. » (CE).

Avoir géré le compte particulier du chef d'entreprise constitue également un élément important pour certains banquiers pour pouvoir mieux le connaître. En ce sens, plusieurs conseillers financiers nous ont confié qu'ils ont encouragé certains de leurs clients à créer leur entreprise.

« En ce qui concerne nos clients, je dirais que 80% avaient déjà des comptes particuliers dans notre banque. On les connaissait déjà » (B).

« J'ai une relation amicale avec mon banquier. Il gère déjà mes comptes personnels. Il nous connaît très bien. C'est notre banque historique. (...) Elle joue la proximité et c'est très

important. Elle est très proche de nous. De notre part, on ne lui cache rien. De toute façon, on a une gestion saine » (CE).

Cependant, certains banquiers nient avoir connu leurs clients avant l'étude de leurs dossiers. Ils estiment que c'est dangereux pour l'objectivité de leur analyse. C'est pour ça qu'il faut éviter des relations trop proches qui peuvent faire perdre le fil et la vigilance. Il n'y a pas d'état d'âme à avoir, ils se considèrent avant tout comme des salariés de la banque, pas des copains qui donnent un coup de main.

« Dire qu'il y a des relations personnelles me paraît un peu fort. Une règle de la banque est que nous ne gérons pas les comptes des personnes que nous connaissons à titre personnel. Ils sont forcément sous la responsabilité d'un autre conseiller, même si nous restons un interlocuteur » (B).

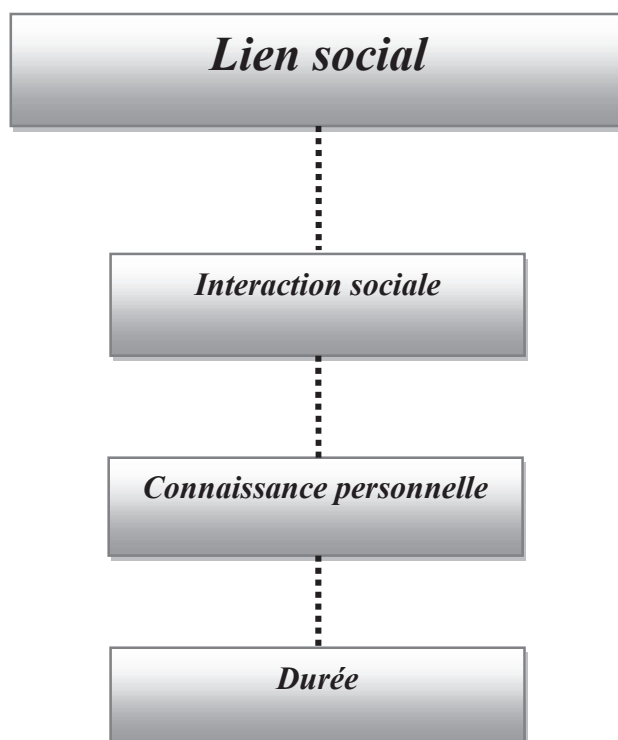


Figure 7 : Les différents aspects du lien social

1.2 Les différents types de réseaux

Plus l'information est parfaitement partagée entre tous les agents et moins ces derniers utilisent leurs réseaux sociaux préalablement à l'échange pour obtenir les informations nécessaires à la réduction de l'incertitude. Inversement, moins l'information est publique et plus les agents vont mobiliser leurs réseaux sociaux pour obtenir l'information nécessaire à la réduction de l'incertitude (Ferrary, 1999 ; Uzzi, 1999 ; Zaheer et Soda, 2009).

En ce qui concerne l'existence des réseaux et leurs différentes formes, le discours des interviewés montre bien que ces derniers utilisent trois types de réseaux : le réseau social, le réseau professionnel et le réseau institutionnel. Ils considèrent que le réseau en termes de prospection et de collecte d'informations quantitatives et qualitatives est très important pour eux.

Certains banquiers mettent en avant l'importance du réseau social pour trouver de bons clients à la recherche de financement. Ils expliquent que le fait de partager des passions communes avec des amis chefs d'entreprises ou de simples amis ou des membres de sa famille, permet au banquier de faire des rencontres intéressantes avec des porteurs de projets à la recherche de financement.

« Il m'arrive de partager des parties de golf avec certains amis chefs d'entreprises ou des sorties en bateau. Ce type d'activité ça nous permet de se faire recommander d'autres chefs d'entreprises » (B).

« Je partage des centres d'intérêts avec mes amis, club de rallye, activités sportives. Ce type de rencontre nous permet de rencontrer d'autres chefs d'entreprises à la recherche de financement » (B).

Pour d'autres banquiers le réseau professionnel et, surtout, celui des anciens clients de la banque sont primordiaux pour trouver de nouveaux prospects. Ils considèrent que les bons clients ne peuvent recommander que des bons clients. La bonne réputation et la transparence qui caractérisent ces anciens clients, permettent de renforcer la confiance du banquier dans les clients recommandés.

« Je m'explique, dans notre portefeuille de clients et dieu merci à majorité de bons clients même s'ils ont une activité plus moins développée, la démarche pour développer notre fonds de commerce et qui est la plus prisée et la plus rentable : c'est d'aller justement négocier

avec nos clients, à partir du moment où on est reconnu, pour que ces clients nous orientent vers d'autres personnes qui sont des prospects et qui seront des clients. Ceci dit, il faut savoir qu'un bon client en principe vous amène un bon client. Donc, à partir du moment où c'est nous qui allons taper à la porte de notre client que nous connaissions, en règle générale tous les prospects qui vous seront orientés seront de cette catégorie-là » (B).

« Développer une relation de proximité est très utile d'abord pour mieux connaître le professionnel mais également pour développer un réseau d'affaires indispensable dans le cadre d'une activité commerciale. Les meilleurs dossiers que j'ai à traiter sont ceux qui sont amenés par mes bons clients, les bons amènent les bons, les mauvais amènent les mauvais. Ce n'est pas pour autant que je vais financer tous les dossiers apportés, je dois aussi être clair et pédagogue dans ma manière de présenter la relation future. Les conseillers les plus efficaces commercialement sont ceux qui ont le réseau le plus développé, ceux qui font partie d'associations sportives par exemple et qui connaissent des gens qui connaissent des gens » (B).

D'autres banquiers évoquent aussi l'importance du réseau institutionnel formé souvent par les créateurs d'entreprises, les chambres de commerce, les courtiers, les experts-comptables, etc. En effet, l'accompagnement par ces acteurs du chef d'entreprise est perçu par le banquier comme un signe positif et montre que ce dernier est bien accompagné et qu'il a des bons partenaires. Il est synonyme d'une grande transparence, ce qui permet de renforcer sa confiance dans la réussite du projet.

« On peut aussi passer par d'autres organismes, il y a ce qu'on appelle les créateurs d'entreprises, tout ce qui est boutique de gestion, tout ce qui est association d'aide à la création d'entreprises (Adi), les chambres de commerce, c'est du relationnel que nous entretenons. Nous quand on a un prospect qui vient frapper à notre porte, c'est pas toujours facile de dire à ce prospect que votre projet est bon et qu'on va vous ouvrir un compte. Ça ne sera pas pareil quand il s'agit d'un prospect qui passe par les boutiques de gestion et qui sont des gens qui connaissent le métier et qui ont déjà analysé le projet, je dirais c'est plus facile pour nous. On développe notre fonds de commerce avec les créateurs d'entreprises » (B).

« On a des clients de la banque qui nous amènent de nouveaux clients. On a une préférence à travailler avec cette catégorie-là, parce qu'un bon client nous amène généralement un bon prospect. Il y en a d'autres apporteurs comme les courtiers, les experts comptables... » (B).

Finalement, il apparaît que le banquier s'appuie sur son réseau personnel pour identifier les bons clients. On a pu distinguer trois formes de réseau (social, professionnel et institutionnel) utilisé généralement par les banquiers interviewés.

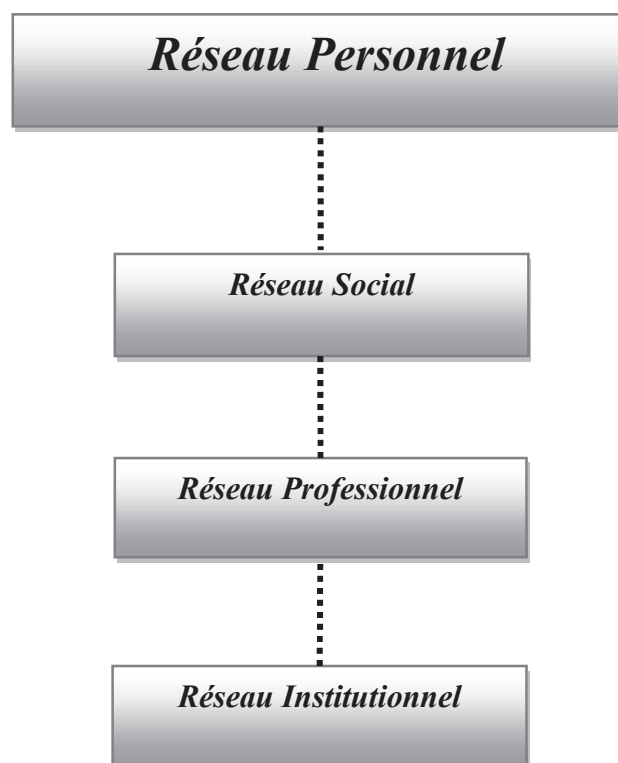


Figure 8: Les différents aspects du réseau personnel

2. Le développement de la confiance

Le crédit étant « une opération qui permet au débiteur de différer son paiement, il suppose la confiance du créancier »⁷⁶. Octroyer un crédit consiste donc à accorder sa confiance à un client sans avoir la certitude que ce dernier remplira ses promesses et ses engagements. La confiance est l'essence même de l'activité de l'intermédiation bancaire. Rivaud-Danset (1996) définit la confiance dans un contrat de prêt « comme un procédé cognitif qui permet au prêteur de formuler un jugement personnel sur le comportement de l'emprunteur, dans une situation d'interaction inscrite dans le long terme, où l'incertitude sur le comportement de ce dernier dans le futur ne peut être traitée de façon satisfaisante pour les deux acteurs, par des règles contractuelles explicites ou routinières de comportement ».

⁷⁶ A. Beitone et al., (1997) : « Dictionnaire des Sciences Economiques », Armand Colin, Coursus.

Au-delà des données concrètes et objectives relevées par le conseiller financier, celui-ci ne va pas avoir envie de s'engager dans une relation professionnelle durable que s'il pense pouvoir faire confiance à son interlocuteur. La confiance est un état entre savoir et non savoir (Ogien et Quere, 2006) qui va compléter le manque de connaissances.

Il existe deux conceptions de la confiance. Pour Nooteboom (2006)⁷⁷, elle correspond à l'anticipation que les attentes du conseiller financier ne seront pas déçues. Il s'agit alors de la probabilité que l'emprunteur n'abusera pas du conseiller et entreprendra les actions nécessaires au remboursement des prêts. Tout ce qui peut restreindre les comportements opportunistes, comme des garanties, est source de confiance. La seconde conception est une croyance que le porteur de projet peut et veut agir de manière positive (Schoorman et al., 2007). Cette croyance repose sur les compétences de l'emprunteur et sur un argument moral, son honnêteté et sa bonne volonté (Howorth et Moro, 2006). Les compétences perçues et leur cohérence vis-à-vis du projet forment la base rationnelle de la confiance. Cette base se fonde également sur la réputation du porteur de projet et, comme il « n'emprunte pas seul », sur celle des autres parties prenantes (clients et fournisseurs connus de la banque, comptable, etc.). Pour compléter le déficit informationnel lié aux PME, les banques vont rechercher, par l'intermédiaire de leurs conseillers présents sur le terrain, toutes les sources d'informations susceptibles d'être exploitées (Gharsalli, Paturel et Foliard, 2010).

En ce sens, les banquiers et les dirigeants interviewés confirment l'importance de la confiance interpersonnelle dans la relation d'emprunt. Cette confiance se construit sur un horizon temporel assez long. Comme le souligne Arrow (1974 : p.23), si la confiance tout comme la loyauté ou la franchise sont des biens, des marchandises, car elles ont une valeur économique puisqu'elles augmentent l'efficacité, « *ce ne sont pas des marchandises pour lesquelles l'échange sur un marché est techniquement possible ou même a un sens* » et construire un climat de confiance prend du temps :

« La confiance est l'élément le plus important de la relation bancaire. La confiance c'est la transparence, c'est la loyauté de part et d'autre. C'est la bonne connaissance, un banquier serein c'est un banquier éclairé » (B.)

« C'est une relation basée d'abord sur la confiance mutuelle, c'est-à-dire que chacun doit tenir ses engagements. Le respect mutuel est aussi important dans cette relation, chacun a

⁷⁷ Dans Ogien et Quere, *Les moments de la confiance* (2006).

son métier. De notre part, on doit respecter et préserver les informations liées à la vie privée du client » (B).

«(...), la durée est importante : c'est comme une amitié. Plus on reste sur notre poste, plus on instaure une relation de confiance avec le client. Ça permet d'apprendre à connaître le client et vice versa. La durée permet de faciliter l'échange avec le client » (B).

« La confiance ça aide à la mise en relation. C'est plus facile de parler avec un banquier que vous connaissez ; quand vous allez lui dire quelque chose, il ne va pas la vérifier » (CE).

« Au-delà de trois ans, on peut mieux se connaître. La confiance ça se construit dans la durée » (CE).

«On a une relation amicale. Je le connais depuis dix ans. Je fais trop de confiance à mon banquier. On fait plus facilement les choses. Je ne regarde même pas les frais qu'il me facture» (CE).

Si la confiance joue un rôle prégnant dans la relation de financement, l'instauration d'un climat de confiance repose toutefois sur plusieurs aspects. D'abord, **la bienveillance** présentée par le partenaire comme un élément essentiel de la relation de financement. En effet, le partenaire doit informer de ses intentions et de ses décisions. Il doit également se soucier de l'intérêt de l'autre. Cet aspect était présent partout. Il montre qu'il préoccupe les deux partenaires.

« La confiance dans nos clients signifie qu'ils nous fournissent de vrais éléments, que le client ne nous cache pas la situation réelle de son entreprise, la situation réelle de ce qui se passe chez lui. A partir du moment où on a cette relation de confiance et que l'on se connaît, une connaissance réciproque, pouvoir le joindre facilement, pouvoir le reconnaître au téléphone... » (B).

« La confiance est un atout important de la relation bancaire ; la confiance c'est la capacité du chef d'entreprise à expliquer sa stratégie financière et ses bienfaits. Tout ça dans la transparence totale » (B).

« Je dirais que la confiance c'est la connaissance de l'entreprise et ses particularités, c'est être à l'écoute et savoir être réactif, c'est de pouvoir proposer les meilleures conditions d'emprunts possibles » (CE).

La cohérence représente le deuxième aspect de la confiance. En effet, le partenaire doit être fiable et tenir ses engagements. Il faut aussi qu'il soit transparent et ne cache rien. Cet aspect a été largement évoqué par les différents interviewés.

« La confiance c'est communiquer, échanger et tenir ses engagements. (...) Oui facilement, ça dépend aussi du comportement du client. S'il tient ses engagements, oui on lui fait confiance. (...) Oui ça peut se faire, avoir confiance en quelqu'un c'est avoir souvent un contact avec lui, c'est un accompagnement au quotidien » (B).

« Confiance et connaissance commune. Il faut qu'on ait confiance dans nos clients et il faut aussi que nos clients aient confiance dans leur banque. La confiance dans nos clients signifie qu'ils nous fournissent des vrais éléments, que le client ne nous cache pas la situation réelle de son entreprise, la situation réelle de ce qui se passe chez lui. A partir du moment où on a cette relation de confiance et que l'on se connaît, une connaissance réciproque, pouvoir le joindre facilement, pouvoir le reconnaître au téléphone... » (B).

« La confiance c'est comme l'information, ça s'acquiert. On ne peut pas avoir confiance du jour au lendemain, elle s'acquiert avec des relations et avec de l'ancienneté. Pour moi, la confiance c'est l'honnêteté et la droiture de part et d'autre. Il faut que je le connaisse parfaitement bien pour que je puisse l'accompagner et l'aider. Pour ça, je m'intéresse personnellement à deux compartiments chez le client : professionnel et privé. Si le client a confiance dans son banquier, il se dévoile facilement. Je dirais même que le niveau de responsabilité du banquier affecte directement cette confiance dans le sens où un client a tendance à se dévoiler complètement face à un directeur d'agence ou à son adjoint qu'à un jeune conseiller. Il est plus capable de se donner à un conseiller qui a mon âge qu'à un conseiller de 25 ans » (B).

« La confiance c'est la transparence. On aime bien que le banquier nous justifie pourquoi il nous a refusé tel financement et avec des arguments solides. C'est d'avoir aussi la possibilité d'informer mon banquier de certaines choses que je considère comme confidentielles » (CE).

« Une relation qui s'installe dans la durée, ça veut dire que là il y a de la confiance réciproque. Un banquier ne va pas cautionner une relation s'il n'a pas confiance dans son client. (...) Ça montre aussi que le client a tenu ses engagements » (CE).

« On échange plus facilement d'informations, surtout d'ordre privé, avec un banquier qu'on connaît bien et qu'on lui fait confiance. Il m'est arrivé de garder contact avec un banquier après que j'ai changé d'entreprise » (CE).

Enfin, la confiance-**aptitude** semble être dominée au détriment de la confiance cohérence et de la confiance bienveillance. La rareté de cet aspect de la confiance a été constatée dans l'analyse des discours de différents interviewés.

« C'est de la confiance réciproque c'est-à-dire que le chef d'entreprise puisse se reposer sur son banquier. Le chef d'entreprise attend de son banquier qu'il comprenne vite sa problématique et qu'il le suive. (...) Ce qui crée la confiance c'est la compétence et l'efficacité, quand le client a un problème, il faut le régler vite » (B).

« Je dirais de la confiance, c'est-à-dire bien encadrer le client et de bien l'accompagner en cas de difficultés. De sa part, s'il prend des engagements par rapport à des échéances et qu'il les respecte, en ce qui nous concerne on lui fait confiance » (B).

« En ce qui me concerne, je n'ai pas de confiance du jour au lendemain dans mon banquier. Je ne veux pas qu'il m'aide au quotidien et je n'en ai pas besoin. Moi comme j'ai une activité saisonnière (vente de peintures), il y a des périodes où j'aurais besoin d'eux. Pendant l'hiver on n'a pas une grande activité, il nous arrive de faire un faible chiffre d'affaires qui nous cause un problème de trésorerie. C'est à ce moment-là que j'ai besoin de mon banquier et de voir s'il me fait confiance » (CE).

« La confiance c'est aussi de pouvoir compter sur la banque pas uniquement quand ça va bien » (CE).

« La confiance pour moi, c'est aider le chef d'entreprise à prendre les bonnes décisions et d'être solidaire avec l'entreprise quand elle est en difficulté » (CE).

Les trois formes de confiance sont présentes. Il semble cependant que les deux partenaires s'intéressent beaucoup plus à la confiance-cohérence et à la confiance-bienveillance qu'à la confiance-aptitude. Néanmoins, certains considèrent que la confiance doit être modérée pour éviter les possibilités d'abus. Une phrase d'un banquier est assez révélatrice de cette explication.

« J'essaie de ne pas avoir à faire trop confiance car elle peut rendre aveugle. Il faut toujours être vigilant aux possibilités d'abus. Pour moi un bon professionnel, c'est quelqu'un de transparent, qui communique et qui m'apporte de l'information avant de me retrouver devant le fait accompli. C'est aussi quelqu'un qui a fait ses preuves, qui m'a montré qu'il était capable de faire ce qu'il dit » (B).

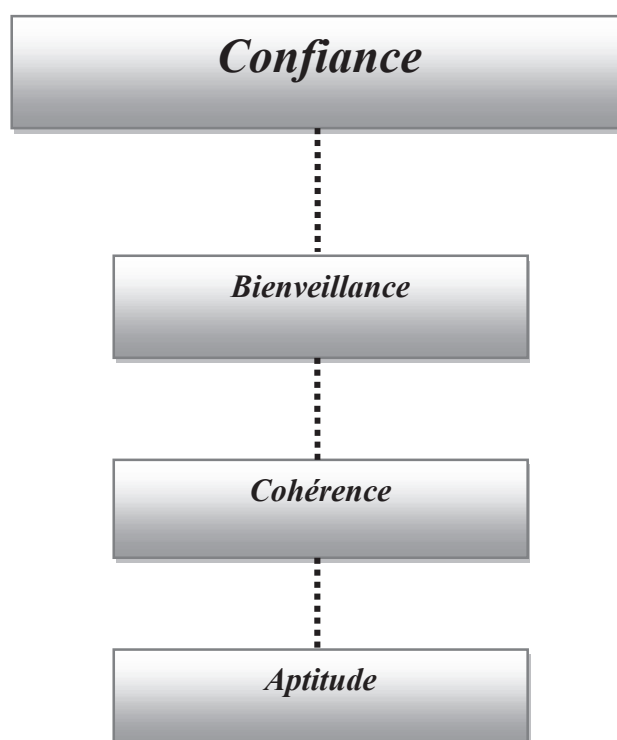


Figure 9 : Les différentes formes de confiance

L'analyse des données qualitatives nous permet de valider la présence des liens sociaux, des réseaux et de la confiance dans la relation de financement entre le banquier et le chef d'entreprise. Cependant, si le choix d'une méthodologie qualitative ne nous permet pas de quantifier la force du lien entre ces différentes variables et les conditions de financement, ni d'établir des relations de causalité, elle nous permet d'émettre des propositions visant à mieux définir le rôle que peuvent jouer ces variables dans l'amélioration des conditions d'emprunts.

3. Les liens entre relations personnelles, réseau et confiance

Dans la majorité des cas étudiés, les relations personnelles, le réseau et la confiance sont présentes dans les préoccupations des banquiers et des chefs d'entreprises. Pour comprendre leurs effets sur la relation de financement et la façon avec laquelle elles peuvent affecter les conditions d'emprunts, nous avons cherché à savoir si, conformément à la littérature, la confiance, les liens personnels et le réseau sont étroitement liés. Pour cela, nous avons cherché les occurrences de croisement entre la confiance et les liens personnels avec ses trois dimensions et le réseau avec ses trois aspects.

Nous avons utilisé les matrices d'occurrences élaborées par Nvivo pour analyser les verbatim, notamment ceux qui résultent du croisement entre trois variables confiance, relations personnelles et réseau.

	Confiance	
	Banquier	Chef d'entreprise
Liens personnels	22	10
Interactions	24	8
Durée	25	9
Connaissance personnelle	19	6
Réseau	16	7
Social	17	8
Professionnel	19	6
Institutionnel	15	4

Tableau 13: Le croisement des occurrences entre confiance, liens personnels et réseau

NB : les nombres indiqués dans les cases correspondent au nombre de cas étudiés dans lesquelles les deux concepts sont simultanément présents.

Pour les 22 banquiers interviewés sur 25, il y a bien un lien entre confiance et liens personnels, de même que pour les chefs d'entreprises (10 cas sur les 11). Si on regarde de plus près les données, on constate que le lien entre la confiance et les liens personnels-interactions d'une part, et les liens personnels-durée d'autre part, apparaît comme très fort. Il semble un peu moins fort en ce qui concerne le croisement confiance et lien personnel-connaissance personnelle.

« On peut avoir des relations amicales avec un client, savoir créer dans l'esprit de l'ambiance et les circonstances de sympathie c'est tout à fait acceptable. Quand on visite une entreprise, je dirais avant tout c'est deux personnes physiques qui sont l'une face à l'autre. Ça peut être effectivement très agréable et très convivial et cette convivialité-là va créer un climat de confiance qui fait que peut-être le chef d'entreprise se livrera plus, etc....c'est très bien, tant qu'on est dans cette sympathie-là et ce climat de confiance-là. Il n'y a pas de problème. Ça fait partie du métier, on n'est pas des robots, on n'est pas des machines... quand on va voir son banquier on ne parle pas à un distributeur. C'est donc une relation humaine et cette confiance peut être amplifiée par des relations de sympathie » (B).

« La durée est importante, ça c'est évident. Un client c'est quelqu'un qui se déshabille et qui va vous faire des confidences sur sa vie professionnelle et des confidences sur sa vie privée. Pour se déshabiller, il faut avoir confiance et on n'aime pas se déshabiller toutes les années ou tous les deux ans face à des personnes que l'on ne connaît pas et lorsqu'on ne peut pas

juger. On a tendance à se déshabiller plus facilement qu'on a connu l'individu et qui vous a déjà prouvé qu'il était capable de vous amener un plus. Donc, dans une relation bancaire, il serait souhaitable que ça dure» (B).

« Plus il y a d'information, plus il y a d'échange. Cette information va permettre au banquier d'écouter et d'accompagner le client. En ce qui me concerne, j'explique au client que nous devons construire une relation gagnant-gagnant. Il faut que je le connaisse parfaitement bien pour que je puisse l'accompagner et l'aider. Pour ça, je m'intéresse personnellement à deux compartiments chez le client : professionnel et privé. Si le client a confiance dans son banquier, il se dévoile facilement. Je dirais même que le niveau de responsabilité du banquier affecte directement cette confiance dans le sens où un client a tendance à se dévoiler complètement face un directeur d'agence ou à son adjoint qu'à un jeune conseiller. Il est plus capable de se donner à un conseiller qui a mon âge qu'à un conseiller de 25 ans » (B).

« Ce n'est pas une pratique courante mais ça se fait. Je dirais qu'un client entre dans sa reconnaissance de vous inviter dans un restaurant une fois ou deux fois par an selon son importance. Je pense aussi que si un banquier invite un client, pour ce dernier c'est un signe supplémentaire de confiance. On peut aussi partager le plaisir d'une activité sportive ça peut être un tour de circuit de Bowling ou une partie de golf » (B).

L'information peut être obtenue par un lien social direct mais également par un lien social indirect du fait de l'implication d'un tiers qui sert d'intermédiaire (Granovetter, 1973 ; Burt, 1992). La nature des liens sociaux qui servent d'intermédiaires dans la circulation de l'information entre trois agents fonde la transitivité des relations dans les réseaux sociaux: si A fait confiance à B et que B fait confiance à C, alors A fait confiance à C. En revanche, si A fait confiance à B et que B se méfie de C, alors A se méfie de C. D'autre part, la circulation de l'information pouvant être indirecte (A transmet une information à B, qui lui-même la transmet à C), plus la chaîne de liens sociaux est longue et plus la fiabilité subjectivement attribuée à l'information par l'agent-récepteur se dégrade, notamment en raison de son éloignement social avec l'agent-émetteur. L'éloignement social peut conduire l'agent-émetteur à accorder une moindre confiance à l'agent-récepteur et, de ce fait, lui transmettre des informations de moindre qualité (Ferrary, 2010).

Le lien entre confiance et réseau apparaît comme fort pour les banquiers et les chefs d'entreprises. Les deux formes de réseau (social et professionnel) jouent un rôle important dans l'instauration d'un climat de confiance. Il semble, cependant, que le réseau institutionnel joue un rôle moins important. Plus généralement, les banquiers semblent être plus intéressés que les chefs d'entreprises par la structure sociale pour développer un climat de confiance.

« Je m'explique, dans notre portefeuille de clients et dieu merci à majorité de bons clients même s'ils ont une activité plus au moins développée, la démarche pour développées notre

fonds de commerce et qui est la plus prisée et la plus rentable : c'est d'aller justement négocier avec nos clients, à partir du moment où on est reconnu, pour que ces clients nous orientent vers d'autres personnes qui sont des prospects et qui seront des clients. Ceci dit, il faut savoir qu'un bon client en principe vous amène un bon client. Donc à partir du moment où c'est nous qui allons taper à la porte de notre client que nous connaissons, en règle générale tous les prospects qui vous seront orientés seront de cette catégorie-là » (B).

Section 2. La structure sociale, la confiance et les conditions d'emprunts : le cas du banquier

Habituellement utilisées de manière isolée ou contradictoire, les analyses économiques et sociologiques, par leur vision complémentaire, permettent donc une interprétation plus riche et plus complète du fait économique étudié. Ainsi, étudier la relation entre le banquier et le chef d'entreprise uniquement par ses aspects économiques regroupés sous le terme de relation professionnelle, donne un éclairage pertinent mais qui peut être utilement complété par l'analyse de ses aspects sociologiques définis par le terme de relation personnelle.

Selon Ferrary (1999), l'évaluation sociale des risques est basée sur des éléments constitués d'informations acquises dans le cadre de relations interpersonnelles et/ou par le biais de réseaux sociaux. L'enjeu pour le conseiller bancaire va être de sortir d'une interaction purement professionnelle au profit d'une interaction plus informelle. Cette proximité affective et morale entre le conseiller bancaire et l'emprunteur a deux fonctions. La première est de permettre au banquier de mieux comprendre les spécificités de l'activité professionnelle de son client et, la seconde, de l'amener à révéler des informations qu'il n'aurait pas données dans une relation purement professionnelle ou de les obtenir de manière indirecte par des tiers appartenant au même réseau social.

Les études empiriques présentées précédemment (chapitre 1 de la partie 2) montrent des différences assez importantes concernant le rôle de la confiance et de la structure sociale sur les conditions d'emprunt des PME. Nous avons constaté que les résultats semblent être divergents selon le pays étudié et parfois au sein du même pays. L'objectif de notre recherche exploratoire est de repérer dans le discours des banquiers l'impact des liens sociaux et de la confiance sur les conditions d'emprunts pour les PME. Il s'agit d'étudier leur contribution dans l'amélioration des conditions financières et non financières du crédit telles que la disponibilité et le coût du crédit, les garanties demandées et le risque de défaillance.

I. Les liens sociaux, la confiance et les conditions d'emprunts

1. L'impact des liens sociaux et de la confiance sur l'accès au crédit

Les banquiers mettent en exergue le rôle des liens sociaux dans la production de la confiance. Ils reconnaissent que les interactions sociales, la connaissance personnelle et la durée facilitent la communication et l'échange d'informations surtout d'ordre privé, permettant ainsi une meilleure transparence et une meilleure connaissance de l'entreprise et de ses spécificités. Contrairement à la confiance, nous n'avons pas réussi à confirmer l'effet des liens sociaux sur l'accès au crédit auprès des banquiers interviewés.

- ***Les interactions***

Nous avons trouvé dans la littérature de nombreux articles traitant de l'importance des interactions dans la relation de financement entre le banquier et le chef d'entreprise (chapitre 1 de la partie 2). Ces interactions permettent de gagner en confiance et de bénéficier ainsi de facilités d'accès au crédit. Si toutes les décisions d'octroi de crédit sont basées sur des éléments quantitatifs, certains banquiers interviewés nous ont confirmé l'importance des informations privées collectées à travers les interactions avec les chefs d'entreprises. Avoir des contacts réguliers, voire partager des centres d'intérêts en commun, sont considérés souvent par les chefs d'entreprises comme un signe de confiance de la part de leurs banquiers.

« Dans la théorie on devrait avoir un contact par trimestre. Ça dépend après de la situation de l'entreprise, on utilise généralement le téléphone. Le plus souvent ceux que l'on voit directement sont soit en démarrage, soit en forte progression soit en difficulté. Un client ne pourra pas se plaindre d'avoir beaucoup de contacts avec son banquier, mais il peut se plaindre du contraire. Le client est tout sauf un numéro de compte. Le contact pour un client, c'est le sentiment qu'il est valorisé. Le fait par exemple de se déplacer pour visiter une entreprise ça permet aussi de voir les coulisses, d'avoir certaines informations qu'on ne voit pas sur le papier (par exemple, si c'est une entreprise familiale, on regarde s'il y a une bonne entente ou non). C'est aussi un signe de confiance envers le client qui va lui permettre aussi d'avoir confiance en nous » (B).

Selon la majorité des banquiers interviewés, la prise en compte de l'importance des interactions et de la confiance qui en découle avec le chef d'entreprise est moins primordiale dans la prise de décision que dans l'étude de son dossier. Ils considèrent que la multiplication de ces interactions réduit les asymétries d'informations et facilite la production d'une information spécifique. Les banques limitent ainsi l'incidence des problèmes d'agence et réduisent les coûts de contrôle et de surveillance. Ils pourvoient ainsi efficacement aux besoins de financement émanant des PME.

« On s'appuie sur des critères financiers, le coût de risque... c'est un algorithme. Mais si on fait confiance au chef d'entreprise, on peut donner un avis favorable à son dossier. Quand on accorde un prêt à un client c'est qu'on lui fait confiance mais il faut quand même entretenir cette confiance, les contacts et plus particulièrement physiques en est un moyen » (B9).

« La rencontre avec les dirigeants et les interactions qui en découlent sont très importantes pour l'étude de dossier. Il y a une influence indéniable entre la qualité de la relation qu'on développe avec le dirigeant et la transparence et donc les décisions qu'on est amené à prendre avec les dirigeants » (B13).

« Je dirais professionnelle et au-delà. On peut avoir des relations extra-professionnelles avec le client, on peut partager un dîner, une partie de golf. Ça ce n'est pas un problème, l'essentiel est de ne pas perdre le sens de jugement. On ne veut pas accorder un crédit parce que c'est devenu un ami » (B8).

- **La durée**

La majorité des banquiers voient dans la durée un élément important dans la décision d'emprunt. Cet aspect qui se matérialise par l'ancienneté des contacts existants entre les deux partenaires constitue le fondement de la relation bancaire. Les interviewés mettent en avant l'importance de cet aspect dans le processus d'acquisition d'informations privées spécifiques à chaque client. La disponibilité de ce type d'informations permet à la banque de bénéficier d'une relation transparente et d'instaurer un climat de confiance avec ses clients. Il apparaît que l'ancienneté du client permet au banquier d'acquérir de l'information privée au cours du temps au sujet de sa situation financière. Continuellement renouvelé par le biais de contacts répétés, ce flux d'informations privées et spécifiques permet à la banque d'identifier au plus près le risque de financement des projets d'investissement de l'entreprise et de proposer, en conséquence, les services financiers adéquats selon une tarification justifiée du point de vue de l'offre (Ziane, 2004).

« Elle est très importante dans le sens où la confiance se construit dans le temps. Le client serait alors récompensé par des conditions d'emprunts privilégiés pour lui faire remarquer que c'est lié à son ancienneté » (B13).

« Elle est essentielle. Avec la durée on a du recul sur la relation, c'est-à-dire un client qu'on a depuis vingt ans, qu'il a toujours tenu ses engagements et qui vient nous demander un geste, ça peut se faire, on peut le faire. La confiance s'inscrit dans la durée. Les mots sont bien, les chiffres c'est encore mieux » (B8).

Néanmoins, certains banquiers préfèrent un taux de rotation rapide pour éviter le risque de perdre la pertinence de l'analyse au cours du temps. Ils peuvent accepter de financer un projet qu'il n'aurait pas dû retenir.

« Je serais même pour dire que dans une certaine mesure au-delà de 5 et 6 ans, je pense que c'est bien de changer. Alors pourquoi ? Tout simplement parce que c'est humain ; quand on connaît bien les gens, on peut passer à côté de quelque chose. Vous connaissez le client ; ça fait 4 ans qu'il vous amène des bilans extraordinaires, tous les ans vous lui renouvelez ces autorisations de caisses, ces autorisations de découvert etc. Là aussi c'est humain, après l'avoir renouvelé 2 fois, 3 fois, 4 fois et plus, la pertinence du regard, l'analyse s'émousse forcément parce que c'est un client qu'on connaît depuis longue date, il n'y a pas de soucis, il n'y a pas de problème et on lui renouvelle...ça va être mauvais pour le client et pour la banque. Parce qu'on connaît bien le client on va regarder rapidement le bilan et là il n'y a pas quelque chose qui va attirer notre attention. Et là on engage un risque pour la banque c'est-à-dire renouveler des concours que logiquement on devrait s'interroger sur la nature de ces concours. C'est mauvais pour la banque mais c'est mauvais pour le client parce qu'il n'a pas conscience que la situation de son entreprise sur un poste est en train de se dégrader. Donc, le fait de le connaître on passe à côté c'est un risque pour la banque mais on est aussi déficient dans notre conseil pour le client. (...) La pertinence du conseil pourrait être réduite à force d'être répétitive dans le temps » (B1).

« Mais, après il y a un danger à tout ça, il y a un danger que le conseiller qui prend l'habitude de gérer la clientèle peut ne pas voir certains points négatifs du dossier et se trompe donc dans son analyse. Il peut accepter de financer quelque chose qu'il n'aurait pas financé s'il avait un œil frais. Parce que c'est toujours difficile de faire la part des choses quand on a le relationnel au milieu » (B5).

- **La connaissance personnelle**

La connaissance personnelle est définie selon plusieurs dimensions : la proximité de l'agence, le statut de la banque comme étant banque principale, la gestion du compte particulier du client et l'existence d'une relation amicale avec le chef d'entreprise. Selon les banquiers interviewés, cet aspect de la relation est important dans la prise de décision, mais il n'est pas décisif.

« C'est sûr quand on travaille avec un client, on aime ce qu'on appelle le mouvement principal. S'il nous demande quelque chose, on se méfie s'il n'est pas ce mouvement principal. S'il n'est pas chez nous, il faut qu'il vienne chez nous. On ne peut pas octroyer un crédit ou faire une autorisation de découvert s'il n'y a pas assez de mouvements sur le compte de client » (B5).

« Ça dépend de la qualité de la personne qui est en face de nous, de son expérience et de son ancienneté dans l'agence. On ne va pas dérouler le tapis rouge à une personne qu'on ne connaît pas. C'est suivant le profil et la qualité du projet aussi » (B7).

« Je dirais de la confiance, c'est-à-dire bien encadrer le client et de bien l'accompagner en cas de difficultés. De sa part, s'il prend des engagements par rapport à des échéances et qu'il les respecte, en ce qui nous concerne on lui fait confiance. Il peut avoir des facilités de caisse, voire des autorisations de découvert et vice versa » (B17).

Pour certains banquiers, gérer le dossier d'un ami est trop risqué. Une relation amicale peut nuire à l'objectivité du banquier, voire fausser son analyse du dossier et, donc, augmenter le risque encouru.

« Forcément à un moment où à un autre si l'amitié est grande si les relations sont très fortes, l'analyse faite par le chargé de clientèle sera forcément faussée par le prisme de cette amitié. Vous savez dire non à quelqu'un qui est un ami, c'est plus dure que dire non à quelqu'un qui n'est pas un ami. Ça reste dure de dire non à quelqu'un je ne ferai pas ce financement, je ne paierai pas ce chèque ou cette échéance. Ce n'est pas facile parce qu'on connaît derrière les implications pour l'entreprise de perdre un marché et ça peut aller très loin : déposer le bilan par exemple. Ce n'est pas facile de dire non mais c'est plus difficile pour quelqu'un qu'on connaît et qu'on apprécie » (B1).

« En ce qui me concerne, ça reste purement professionnel. Quand on a un rapport à l'argent, on ne peut pas avoir de l'amitié. J'ai quelques amis mais j'arrive à rester en bons termes avec eux. Ça nous arrive d'échanger des cadeaux mais il faut savoir garder la barrière. On a déjà la pression de la hiérarchie et si on lui ajoute la pression du client lié à une relation personnelle, on ne s'en sort plus après... » (B22).

Nous pouvons synthétiser ce résultat partiel et émettre une proposition réfutable, c'est-à-dire qu'il doit être possible de démontrer que notre proposition est fausse. L'analyse des entretiens confirme en partie notre proposition a priori.

***H1.1 : les liens sociaux ne favorisent pas l'accès au crédit.
H1.2 : la confiance favorise l'accès au crédit.***

2. L'impact des liens sociaux et de la confiance sur le coût de crédit

Si les liens sociaux et la confiance permettent de réduire les difficultés informationnelles associés aux PME, le coût de leur crédit devrait en être réduit. L'incertitude sur la qualité des informations disponibles est, en effet, dans ce contexte, théoriquement moins important. Les travaux réalisés sur le coût de crédit font des constats différents (Green et al, 1995 ; Uzzi, 1999).

L'analyse des discours des banquiers interviewés montre des résultats qui sont plus tranchés que ceux portant sur l'accès au crédit. En effet, la majorité des banquiers affirment, en plus de l'analyse du risque du projet, que le coût de crédit négocié avec l'entreprise prend en compte

la connaissance, l'ancienneté et l'importance des interactions avec le chef d'entreprise. Ils relèvent une amélioration des conditions des taux liés essentiellement au transfert d'informations ainsi qu'aux possibilités d'amortir les frais d'investigations attachés au financement de l'entreprise.

« Généralement, on ne fait pas de différence on est attentif à l'étude des nouveaux dossiers. Mais il nous arrive de privilégier un ancien client en lui accordant un taux faible » (B2).

« On se base d'abord sur une étude de rendement du projet, mais l'ancienneté du client, le fait qu'on le connaît mieux que d'autres, nous aide à mettre un avis favorable sur sa demande d'emprunt, je dirais même sur le taux d'emprunt, oui il pourrait bénéficier de quelques avantages. Mais ceci dit, on reste vigilant sur le degré de risque de projet » (B10).

« La durée est très importante dans le sens où la confiance se construit dans le temps. Le client serait alors récompensé par des conditions d'emprunts privilégiés pour lui faire remarquer que c'est lié à son ancienneté » (B6).

Certains banquiers insistent sur la confiance dans son aspect bienveillance et aptitude comme élément important dans la négociation du prix du crédit avec le chef d'entreprise. Un client qui sait communiquer, qui a déjà fait ses preuves et a tenu ses engagements, est souvent considéré comme une personne de confiance. Il peut ainsi bénéficier de certains avantages en termes de conditions d'emprunts.

« Ça dépend de la qualité de la personne qui est en face de nous, de son expérience et de son ancienneté dans l'agence. On ne va pas dérouler le tapis rouge à une personne qu'on ne connaît pas » (B7).

« Après les conditions financières peuvent être modulées en fonction de la relation qu'on entretient. Un client qui est plus agréable qui nous demande de faire un effort en clair, on est plus enclin à le faire. Un client qui bavarde mieux avec nous, il a plus de chance à avoir de meilleures conditions » (B8).

Une minorité parmi les banquiers interviewés considèrent que le coût d'emprunt est fixé uniquement en fonction du risque du projet. Il est calculé sur des éléments tangibles et quantitatifs. La fixation des conditions d'emprunts est contrôlée par la hiérarchie, ce qui laisse peu de manœuvre au chargé d'affaires.

« Sur les conditions d'emprunts, logiquement, ça ne devrait pas influencer. Le coût d'emprunt c'est le prix du risque calculé sur des bases objectives » (B12).

« Non, le coût du crédit est fixé en fonction du risque du projet. Il y a des instances décisionnelles au-dessus du banquier qui prennent la décision en fonction des éléments transmis par ce dernier » (B22).

L'analyse d'entretiens confirme notre proposition, d'où les hypothèses suivantes :

***H2.1 : les liens sociaux améliorent le coût d'emprunt.
H2.2 : la confiance améliore le coût d'emprunt.***

3. L'impact des liens sociaux et de la confiance sur le montant des garanties demandées

De nombreux travaux empiriques ont montré que les banques exigent des entreprises que leurs crédits soient assortis de garanties (Berger et Udell, 1990 ; Davydenko et Franks, 2008). Les garanties notamment externes (personnelles en particulier) augmentent les pertes de l'entreprise et de l'entrepreneur en cas de défaut. Le dirigeant est donc incité à lancer les projets les moins risqués pour ne pas perdre les garanties laissés en otage (Williamson, 1984). Dans un contexte d'asymétries d'information, les garanties sont également utilisées comme instrument de séparation entre les emprunteurs de bonne qualité et les emprunteurs de mauvaise qualité (Bester, 1985). Les garanties permettent ainsi à la banque de réduire le risque en cas de défaut de l'entreprise.

S'ils permettent de réduire les difficultés liées aux asymétries d'information, les liens sociaux et la confiance devraient donc réduire la nécessité de fournir des garanties puisque les risques d'engagement seraient dans ce contexte mieux évalués. L'analyse de nos résultats montre que les banquiers sont partagés sur l'impact de ces liens. Certains interviewés considèrent que la demande de garanties varie en fonction de l'ancienneté du client. Le banquier a tendance à faire un effort quand il s'agit d'un client connu de la banque pour sa transparence et son engagement.

« La demande des garanties est préétablie, mais elle évolue au fil du temps. Un client qui a son compte chez nous depuis une bonne période et si on connaît bien son activité. On peut faire un effort en sa faveur... » (B10).

« Si on est face à un chef d'entreprise qu'on connaît bien, qu'on lui fait confiance. On peut lui déroger la demande des garanties. (...) Oui, on est plus sévère au début de la relation en

ce qui concerne la demande et le montant. Mais, au fur et à mesure de l'évolution de la relation, plus on a confiance dans le chef d'entreprise, plus on est cool dans la demande des garanties » (B19).

Il apparaît que la confiance joue un rôle dans la demande de garanties surtout dans son aspect aptitude et bienveillance. En effet, un client qui a tenu ses engagements et a fait ses preuves dans la gestion de son entreprise est susceptible de voir ses garanties réduites, voire abandonnées.

« Oui, disons que si on ne connaît pas le client, on a tendance à demander d'avantage de garanties. Une fois que le client a montré son savoir-faire et sa compétence, on peut accepter même en cours de crédit d'abandonner les garanties. C'est le côté confiance lié aux preuves par les résultats » (B8).

« Le montant des garanties est calculé uniquement en fonction du risque sur des critères financiers. Par contre, pour un client que l'on connaît bien et à qui on fait confiance, on peut faire un effort pour que ça soit la moins couteuse pour lui. » (B13).

Néanmoins, certains banquiers nous ont confirmé que la demande des garanties est calculée en fonction du risque de projet. Ils considèrent que l'usage des sûretés permet de lutter contre les problèmes informationnels. La nature des liens qu'ils peuvent nouer avec les chefs d'entreprises paraît sans effet sur la demande des garanties.

« Nous ne sommes pas des prêteurs sur gage et les garanties ne sont là que pour inciter le chef d'entreprise à tout faire pour nous rembourser. Il n'y a pas de raison que les garanties changent au fil du temps et d'un crédit à l'autre. Si le chef d'entreprise s'est porté caution la première fois, il le fera par la suite et un refus peut être interprété comme une baisse de la confiance qu'il porte sur son entreprise, si lui n'y croit plus, moi non plus » (B3).

« Je ne pense pas que la demande (le montant) des garanties a un lien avec la nature de la relation » (B6).

« Non, la demande et le montant de garanties est fixé sur des critères quantitatifs liés au risque et à la qualité de projet » (B13).

« Quand l'entreprise fonctionne bien, on va choisir des garanties qui coûtent un peu moins cher comme des sociétés de caution mutuelle au lieu d'une sûreté réelle type hypothèque ou nantissement, mais de toute façon, je ne prête pas en blanc, l'engagement du ou des dirigeants me semble être un strict minimum » (B16).

« Non, les garanties sont le droit à l'erreur, elles sont secondaires pour nous. Nous on prête en fonction du modèle économique, de la viabilité du projet et non pas en fonction du montant des garanties offertes par le porteur de projet » (B25).

L'entretien d'une relation de confiance paraît également sans effet pour certains interviewés.

« J'essaie de ne pas avoir à faire trop confiance car elle peut rendre aveugle. Il faut toujours être vigilant aux possibilités d'abus. Pour moi, un bon professionnel, c'est quelqu'un de transparent, qui communique et qui m'apporte de l'information avant de me retrouver devant le fait accompli. C'est aussi quelqu'un qui a fait ses preuves, il m'a montré qu'il était capable de faire ce qu'il dit. Je ne vois pas pourquoi son comportement changerait, surtout si j'ai toujours une garantie personnelle sur le fonctionnement des comptes » (B22).

Nous pouvons formaliser ces résultats sous forme de propositions supplémentaires :

***H3.1 : les liens sociaux affectent la demande des garanties.
H3.2 : la confiance affecte la demande des garanties.***

4. L'impact des liens sociaux et de la confiance sur le risque de défaut

Si l'évaluation d'un risque ne peut pas faire l'économie d'une approche financière quantitative fondée sur la solvabilité et la rentabilité, elle ne doit pas non plus occulter une vision économique dynamique intégrant la détermination des conditions de la pérennité de l'entreprise, notamment sa capacité à faire face à l'évolution de son environnement. Le problème de la PME, considérée souvent comme opaque, réside dans sa capacité à produire des informations fiables sur la manière dont elle gère cette pérennité de façon à obtenir le meilleur accompagnement possible. Pour la banque, il s'agit d'évaluer la situation de l'entreprise en tenant compte de l'incertitude de sa survie et, donc, de produire de l'information de façon à ne pas prendre trop de risques (Gardes et Machat, 2013). L'adoption d'un mode de financement intégrant liens sociaux et confiance peut permettre une appréciation juste du risque de défaillance.

Les banquiers que nous avons interrogés insistent sur la nécessité d'une transparence de l'information et de la confiance pour obtenir le meilleur accompagnement possible, surtout dans les moments difficiles. Multiplier les contacts et les interactions avec le dirigeant permet de collecter de l'information sur la situation financière de l'entreprise et d'alerter ainsi le banquier en cas de difficultés éventuelles. Celui-ci va alors pouvoir mettre en place et proposer des solutions en amont, dès lors que les difficultés sont identifiées comme étant passagères.

« Ah oui, c'est facile d'échanger des informations avec le client. A partir du moment où on se connaît, on a de la confiance ou la confiance est réciproque ; c'est très facile de communiquer avec le client y compris quand les choses difficiles sont dures à dire, y compris dans ces moments difficiles » (B2).

« J'essaie également de passer voir mes clients « gratuitement » pour entretenir la relation ou simplement boire un café. Ce sont des moments importants et agréables. C'est là que je récupère de l'information sur le comportement de mon interlocuteur et c'est là que je flaire les nouvelles affaires, ils sont souvent informés bien avant moi ce qui me permet de me positionner très tôt face à un porteur de projet et c'est très important. C'est aussi l'occasion de passer un bon moment, plus détendu et de resserrer la relation avec le client, de l'habituer à me parler, ce qu'il fera alors en cas de besoin » (B3).

« Je dirais que c'est essentiel, si l'entreprise est en défaut de paiement c'est-à-dire qu'elle ne peut pas payer ses créanciers, s'il y a un bon feeling avec le chef d'entreprise, il donnera assez d'informations de telle sorte qu'on sera les premiers à réagir et à sécuriser notre prêt. Je dirais que l'affectif joue un rôle important, on ne va pas passer directement le dossier de l'entreprise au contentieux. On va chercher à trouver une solution s'il y a un bon dialogue avec le chef d'entreprise » (B15).

Des relations socialement encastrées, des interactions fortes et proches favorisent le financement relationnel des PME dans la mesure où elles diminuent le risque de défaillance perçu par le banquier au fur et à mesure que l'expérience d'interaction de la PME se développe. En effet, les flux d'informations et la communication fréquente aboutissent à une meilleure compréhension de l'environnement de l'entreprise, de ses opportunités d'affaires, et à une vue plus précise des perspectives de l'entreprise. Le banquier a une meilleure compréhension des besoins de l'entreprise et, in fine, un meilleur accompagnement (Gardes et Machat, 2013).

« Accompagner les difficultés suppose une relation plus proche, plus fréquente pour avoir les moindres détails nous permettant de prendre la bonne décision. La manière dont nous accompagnons dépend du problème mais également de l'entreprise. Nous n'allons pas faire des financements à moyen terme dès que l'entreprise a des problèmes de trésorerie. Nous devons savoir ce que nous finançons » (B21).

« Non, en situation de faillite on ne pourra pas soutenir abusivement l'entreprise, c'est d'ailleurs interdit par la loi. Mais, on peut prévoir cette faillite, nous les banquiers quand on est proche, on est des confidents, il y a ce côté intimiste. A certains moments, le chef d'entreprise a besoin de se confier, il peut le faire à son banquier et ça permet parfois d'éviter la faillite en trouvant des solutions ensemble » (B8).

De même, les banquiers reconnaissent également l'importance de la durée dans l'accumulation d'informations privées qualitatives permettant une meilleure connaissance de l'entreprise et de ses problématiques. Une relation transparente permet potentiellement de

prévoir en amont les problèmes rencontrés par l'entreprise et de prévoir les solutions nécessaires.

« C'est important, avec le temps on a des habitudes en termes de gestion, on sait comment gérer la personne en face et on sait aussi comment prévoir les difficultés des clients. La confiance ça demande aussi du temps dans le sens où le client va nous tester avant qu'il nous fasse confiance. Une durée moyenne, je dirais 6 mois pour bien connaître le client » (B9).

« Plus la relation s'inscrit dans la durée, plus j'ai d'informations sur mon interlocuteur, sur son comportement vis-à-vis de moi et des affaires en général. Je sais s'il est capable de rembourser puisqu'il l'a déjà fait mais je sais également comment il se comporte dans les moments un peu plus chauds, s'il me considère comme un partenaire en me tenant au courant sans rien avoir à me demander » (B17).

La majorité des interviewés confirme le rôle primordial de la confiance dans l'anticipation des difficultés rencontrées par l'entreprise ainsi que dans la façon avec laquelle, elles seront gérées. En effet, un dirigeant qui fait confiance à son banquier est plus susceptible de lui parler de ses difficultés pour l'aider à les résoudre. Un meilleur accompagnement est réalisé dès lors que les deux partenaires entretiennent une relation de confiance basée sur la transparence.

« Je pense que lorsqu'il y a un rejet c'est-à-dire un défaut de paiement, c'est parce qu'il n'y avait pas de communication. Reste rare le fait que le banquier n'accompagne pas le client dans un tel cas. La confiance joue un rôle important dans le sens où le client peut facilement informer son banquier de ses difficultés pour éviter tout risque de casse. Et inversement, si le client a des difficultés et ne veut pas en parler à son banquier, c'est qu'il ne lui fait pas confiance. Dans mon cas, c'était rare de faire confiance à un client et qui par la suite m'a cachée ses difficultés » (B6).

« Oui ça peut se faire, avoir confiance en quelqu'un c'est avoir souvent contact avec lui, c'est un accompagnement au quotidien. Ce qui nous permet de prévoir ses difficultés et de l'aider à les résoudre. Non la faillite c'est autre chose, on le sait ça directement et en avance, on a notre tableau de bord pour ça... » (B7).

« Oui, s'il y a une bonne relation et donc de la confiance, le client va anticiper et va me parler. Il y aura moins d'appréhension à me parler. La personne aura moins peur à passer la porte. De notre part, on fait au mieux pour l'accompagner et on finit généralement par trouver des solutions à ses difficultés. En ce qui concerne une faillite, on le sait d'avance et c'est souvent lié à la conjoncture. Généralement, on ne peut rien faire » (B14).

« Je dirais de la confiance, c'est-à-dire bien encadrer le client et bien l'accompagner en cas de difficultés. De sa part, s'il prend des engagements par rapport à des échéances et qu'il les respecte, en ce qui nous concerne on lui fait confiance. Il peut avoir des facilités de caisse voire des autorisations de découvert et vice versa. » (B17)

Néanmoins, certains banquiers considèrent qu'une relation de confiance construite dans la durée peut biaiser l'analyse du risque du dossier en acceptant d'accorder des financements qu'ils devraient refuser. En conséquence, le risque de défaillance de l'entreprise serait plus important. D'où la nécessité, selon certains banquiers, d'éviter d'être trop proche et d'avoir une confiance excessive dans les clients.

« Je serais même pour dire que dans une certaine mesure au-delà de 5 et 6 ans, je pense que c'est bien de changer. Alors pourquoi ? Tout simplement parce que c'est humain ; quand on connaît bien les gens, on peut passer à côté de quelque chose. Vous connaissez le client ; ça fait 4 ans qu'il vous amène des bilans extraordinaires, tous les ans vous lui renouvelez ces autorisations de caisses, ces autorisations de découvert etc. Là aussi c'est humain, après l'avoir renouvelé 2 fois, 3 fois, 4 fois et plus, la pertinence du regard, l'analyse s'émousse forcément parce que c'est un client qu'on connaît depuis longue date, il n'y a pas de soucis, il n'y a pas de problème et on lui renouvelle...ça va être mauvais pour le client et pour la banque. Parce qu'on connaît bien le client, on va regarder rapidement le bilan et là il n'y a pas quelque chose qui va attirer notre attention. Et là on engage un risque pour la banque c'est-à-dire renouveler des concours que logiquement on devrait s'interroger sur la nature de ces concours. C'est mauvais pour la banque mais c'est mauvais pour le client parce qu'il n'a pas conscience que la situation de son entreprise sur un poste est en train de se dégrader. Donc le fait de le connaître on passe à côté, c'est un risque pour la banque mais on est aussi déficient dans notre conseil pour le client. (...) La pertinence du conseil pourrait être réduite à force d'être répétitive dans le temps » (B1).

« La confiance est importante pour nous, elle l'est également pour eux et cela se construit sur la durée. Mais bon, il faut bien tenir compte des envies de carrière des uns et des autres, des départs ou des congés maternité etc. Il faut quand même éviter des relations trop proches qui peuvent faire perdre le fil et la vigilance. Les conseillers qui restent longtemps sont des personnes qui savent gérer cette situation, qui sont proches de leurs clients, qui savent récolter la bonne information mais qui savent aussi casser des chèques sur de vieilles relations. Il faut bien présenter les règles du jeu et les rappeler régulièrement pour que le message puisse passer. Ce n'est pas simple et de toute façon il faut garder une certaine distance » (B19).

Nous pouvons proposer une autre hypothèse enrichissant notre démarche :

H4.1 : les liens sociaux réduisent le risque de défaillance.
H4.2 : la confiance réduit le risque de défaillance.

Il semble, par conséquent, que du point de vue du banquier, une relation d'emprunt socialement encadrée marquée par une confiance mutuelle est extrêmement précieuse pour l'évaluation d'un dossier d'emprunt. Elle améliore le coût d'emprunt et réduit la demande des

garanties et le risque de défaillance. Elle reste néanmoins sans effet dans la décision d'accès au crédit. Là encore, ces résultats sont cohérents avec la littérature antérieure (Uzzi, 1999 ; Uzzi et Gillespie, 2002), même si l'hypothèse liée à l'accès à l'emprunt n'a pas été validée.

De façon similaire, Foliard (2008) présente l'importance des relations entretenues par un conseiller financier sur un territoire dans son processus de prise de décision d'accompagner ou non une très petite entreprise. Face à l'opacité de celle-ci, il va combler son déficit informationnel en utilisant une triangulation sommaire des données en exploitant son capital social. Il utilise sa connaissance du territoire et de ses acteurs pour donner une valeur d'ensemble au projet. Cependant, l'utilisation systématique de liens forts peut conduire à un effet d'étouffement effectivement contre productif puisque sclérosé. En situation d'incertitude, les conseillers utilisent leur réseau d'information pour qualifier l'entreprise et améliorer la rationalité de leur décision. Ils utilisent systématiquement les mêmes ressources et peuvent passer à côté de dossiers présentant un niveau de risque – rentabilité acceptable pour la banque.

Ainsi, ces différents résultats ne sont pas toujours conformes aux hypothèses initiales mais ils sont tous riches d'enseignements et susceptibles de faire progresser les débats sur les dimensions étudiées.

Il apparaît en tout cas clairement que les liens sociaux et la confiance exercent une influence significative sur les conditions d'emprunts pour une PME, même si l'influence directe et principale reste le fait de considérations quantitatives.

II. Le réseau personnel et les conditions d'emprunts

Dans notre cadre de recherche, il nous a paru plus avisé de raisonner en termes de réseau personnel. En effet, le dirigeant de PME rentre en contact avec de multiples individus appartenant à différentes sphères économiques et sociales (institutions, amis, famille, experts-comptables, conseiller juridique...). Délimiter son réseau pour répondre à notre question de recherche qui porte sur les effets du réseau du dirigeant du PME paraît difficile⁷⁸.

⁷⁸ Le réseau personnel étant l'ensemble des relations personnelles de l'individu, il n'est en rien exclusif. Il peut comprendre la famille, les amis, les autres chefs d'entreprise, les fournisseurs, les clients, les relations dans les institutions publiques ou privées, les relations très anciennes comme les très récentes, fréquentes et non fréquentes.

L'appréciation sociale du risque suppose de ne plus appréhender l'échange marchand comme une relation instantanée, strictement professionnelle et strictement individuelle, mais comme une relation durable, dans laquelle intervient une dimension informelle et personnelle entre les contractants et qui implique, au moins de manière indirecte, des relations avec l'ensemble des membres du groupe social (Ferrary, 1999).

Notre objectif est de montrer comment les banquiers emploient, dans un contexte incertain, des stratégies d'accumulation de capital social et de construction de liens de confiance pour sécuriser leurs futures opérations de financement.

1. L'impact du réseau personnel sur l'accès au crédit

L'existence d'un lien social entre le banquier et le chef d'entreprise donne aux deux partenaires un accès privilégié à des informations qui vont leur permettre, ex ante, d'apprécier le risque encouru et les conduire à réaliser ou non l'échange (Barden et Mitchell, 2007). Le lien social préexistant peut être un lien de confiance, mais également un lien de défiance construit et justifié par des interactions sociales passées (Ferrary, 2010).

« Développer une relation de proximité est très utile d'abord pour mieux connaître le professionnel mais également pour développer un réseau d'affaires indispensable dans le cadre d'une activité commerciale. Les meilleurs dossiers que j'ai à traiter sont ceux qui sont amener par mes bons clients, les bons amènent les bons, les mauvais amènent les mauvais. Ce n'est pas pour autant que je vais financer tous les dossiers apportés, je dois aussi être clair et pédagogue dans ma manière de présenter la relation future. Les conseillers les plus efficaces commercialement sont ceux qui ont le réseau le plus développé, ceux qui font partie d'associations sportives par exemple et qui connaissent des gens qui connaissent des gens » (B3).

« Un client de la banque peut nous recommander un prospect, ça nous permet d'avoir de nouveaux clients. On se sent plus confiant dans cette catégorie d'entreprise parce qu'elle a été recommandée par un client qu'on apprécie déjà » (B1).

L'encastrement social influence les transactions économiques car il détermine les informations qui sont accessibles aux agents (Jackson et Roger, 2007). Le lien social est un vecteur spécifique de circulation des informations économiques. Du fait de la multiplicité des rôles tenus par les agents, les relations économiques s'entremêlent avec des relations sociales (lien de parenté, lien amical, lien de voisinage,...) et les informations économiques circulent dans le cadre d'échanges sociaux extra-économiques. C'est en ce sens qu'est mobilisée la notion d'encastrement social (Ferrary, 2010). Les informations relatives aux clients (bons ou

mauvais) sont souvent obtenues par les banquiers à travers des réunions amicales ou familiales. Elles sont complémentaires à l'analyse quantitative du dossier.

La majorité des banquiers soulignent l'importance de la nature de l'information acquise par un réseau personnel dans l'évaluation de la fiabilité du client. Comme le note Granovetter (1974) sur le marché de travail, la nature des informations relatives aux offres d'emplois acquises par l'entremise de liens sociaux est différente de celles circulant sur le marché du travail et cela permet à leurs bénéficiaires d'accéder à de meilleurs emplois. Un ami donne plus d'informations qu'une simple connaissance ou une publication officielle.

« C'est la base du métier de récolter de l'information. Pour les chiffres, je demande systématiquement des bilans comme nous y oblige la banque (Bâle). Après, il faut connaître et comprendre votre interlocuteur et cela demande plus de temps et de pratique, ce que je vous disais précédemment. C'est plus délicat à obtenir ou à percevoir car tout n'est pas dit. Il faut également observer d'où l'intérêt d'aller chez le client, de voir comment il travaille et avec qui, les bons avec les bons, une fois de plus. Cela dit, (...) est un gros village et tout se sait. Quand on a compris ça, on peut utiliser les réseaux pour avoir plus d'information sur une personne et sur sa fiabilité puisque c'est avant tout ce qui m'intéresse, est-ce que je peux lui faire confiance ? » (B13).

« En ce qui concerne l'informel, je ne peux pas le demander mais je m'arrange pour avoir l'information soit par ma connaissance de la personne, soit en me renseignant ailleurs sur sa fiabilité. » (B22).

« Je m'explique, dans notre portefeuille de clients et dieu merci à majorité de bons clients même s'ils ont une activité plus ou moins développé, la démarche pour développer notre fond de commerce et la plus prisée et la plus rentable : c'est d'aller justement négocier avec nos clients, à partir du moment où on est reconnu, pour que ces clients nous orientent vers d'autres personnes qui sont des prospects et qui seront des clients. Ceci dit, il faut savoir qu'un bon client en principe vous amène un bon client. Donc à partir du moment où c'est nous qui allons taper à la porte du client que nous connaissons, en règle générale tous les prospects qui vous seront orientés seront de cette catégorie-là » (B5).

En ce qui concerne la décision d'emprunt, les informations collectées par le réseau personnel du banquier sur la fiabilité et la réputation d'un client paraissent importantes. L'interconnaissance réduit l'incertitude et instaure un climat de confiance avec le nouveau client. Un banquier isolé qui n'a pas son réseau personnel, pourra se limiter aux informations présentées par le client dans son dossier. Une partie des informations nécessaires à la réduction de l'incertitude lors de la prise de décision de financement, n'est pas contenue dans le dossier.

En ce sens, Foliard (2008) considère que la réputation du tiers est importante. En effet, le conseiller financier perçoit des signaux en provenance de son environnement. Parmi ces signaux figurent ceux provenant directement du professionnel dont il mesurera les compétences au gré de leurs expériences communes. Il peut également percevoir des signaux en provenance d'autres acteurs du territoire et relayant le professionnalisme et la qualité du tiers concerné. On parle de réputation. Le conseiller se forge une idée du tiers en question sans le connaître directement. Quand il est confronté à ce professionnel dans un dossier, il utilise cette réputation pour donner plus ou moins de poids au rôle supposé de cet acteur territorial. La réputation correspond aux signaux perçus par triangulation par les acteurs sur un territoire et elle permet au conseiller de prendre de décisions sans avoir à collecter lui-même de l'information.

Ainsi, un client qui jouit d'une bonne réputation ou qui a été recommandé par un autre bon client, pourrait bénéficier d'un traitement rapide de son dossier avec une forte probabilité d'avoir une décision favorable.

« Oui, un client qui a été recommandé par un ancien client, ça se passe généralement bien, on essaye de faire un effort par rapport à son dossier » (B12).

La confiance est également favorisée par l'intervention d'institutions faisant partie du réseau du banquier. Ces acteurs publics apportent un complément au dossier du porteur de projet. Elles jouent un rôle d'informateur, de mise en réseau des individus et favorisent une expertise à l'entrepreneur (REDIS, 2006). Elles servent également de caution au sens bancaire comme au sens de caution morale, dans la mesure où leur avis est dépourvu d'intérêt commercial et leur expérience en la matière reconnue. Elles permettent de diminuer les conflits d'agence susceptibles de naître lors de la relation de financement. Le conseiller étant dans une situation défavorable d'asymétrie d'information au profit du porteur de projet, l'intervention d'un tiers de confiance vient diminuer l'effet négatif de cette situation par son avis extérieur sur la qualité du projet. OSEO (ex SOFARIS) bénéficie à ce titre d'une image appréciable en termes d'analyse et le conseiller pense qu'un dossier accepté ou retravaillé avec cet organisme possède de bonnes chances d'être viable (Foliard, 2008).

Deux directeurs d'agence corroborent le témoignage précédent.

« Oui, le fait qu'un client soit recommandé aura plus de facilité à accéder aux crédits. Ça facilite les choses. Ça fait partie du climat de confiance dont on a parlé. On a tendance à privilégier les clients qui sont recommandés » (B13).

« Oui, un client recommandé bénéficie déjà d'un traitement de dossier plus rapide. On traite le dossier le mieux qu'on peut tout en gardant notre objectivité » (B18).

L'entretien avec un banquier d'un grand groupe bancaire a permis de recueillir une réponse forte quant à la place du réseau dans la décision d'attribution du crédit :

« Oui moi personnellement j'en tiens compte, si je connais bien la personne et si le réseau est favorable, j'aurais un avis moi aussi favorable. On peut faire aussi un effort sur le délai de traitement de dossier » (B24).

Comme Granovetter (1974), les banquiers distinguent les liens sociaux forts qui relèvent de la famille et des amis proches (réseau social) de ceux qui correspondent à des liens sociaux accumulés dans le cadre de l'activité professionnelle (réseau professionnel et institutionnel). Ils considèrent que les liens faibles permettent d'obtenir de meilleures informations sur la solvabilité des clients et sont donc plus efficaces que les liens forts dans la décision d'emprunts.

« Oui absolument. Malgré malheureusement, qu'on a un système normé et basé sur des ratio etc. J'essaye personnellement d'aller un peu plus loin...par exemple, j'ai reçu récemment un chef d'entreprise avec un projet qui a été mal noté par nos confrères et je lui ai donné un avis favorable parce qu'il m'a été recommandé par un autre collègue. Ce qui montre que j'ai donné un avis contraire à ce que le système m'a proposé (ça n'arrive pas souvent). Le système ne nous incite pas à avoir une vision objective mais à respecter le schéma. Je connais un chef d'entreprise qui a un projet qui ne fait que des pertes ; j'ai refusé de lui accorder du financement mais vu qu'il a un bon réseau de banquiers et de capital investisseurs, il a toujours réussi à renouveler ses concours bancaires » (B9).

Un banquier parle de l'importance du réseau institutionnel :

« On peut aussi passer par d'autres organismes, il y a ce qu'on appelle les créateurs d'entreprises, tout ce qui est boutique de gestion, tout ce qui est association d'aide à la création d'entreprises (Adi), les chambres de commerce, c'est du relationnel que nous entretenons. Nous quand on a un prospect qui vient frapper à notre porte, c'est pas toujours facile de dire à ce prospect que votre projet est bon et qu'on va vous ouvrir un compte. Ça ne sera pas pareil quand il s'agit d'un prospect qui passe par les boutiques de gestion et qui sont des gens qui connaissent le métier et qui ont déjà analysé le projet, je dirais c'est plus facile pour nous. On développe notre fonds de commerce avec les créateurs d'entreprises » (B5).

L'analyse des entretiens confirme nos propositions a priori :

***H5.1 : le réseau social favorise l'accès au crédit.
H5.2 : la confiance favorise l'accès au crédit.***

2. L'impact du réseau personnel sur le coût de crédit

Les effets du réseau personnel sur le coût d'emprunt sont peu étudiés. Etant encadré dans le même réseau social que son client, le banquier peut collecter des informations d'une façon indirecte en exploitant ses relations à l'intérieur de son réseau. Selon Ferrary (2003), le lien social qui se crée entre les deux partenaires dans la durée correspond à l'accumulation d'un capital social nécessaire dans l'évaluation du risque.

Selon la majorité des banquiers interviewés, un client recommandé est un client de confiance et donc solvable. Cette confiance implique des taux d'emprunts privilégiés pour cette catégorie de clients.

« Oui, s'il est recommandé par un client de chez nous, d'un expert-comptable, il peut avoir un taux sur une fourchette parmi les plus bas » (B19).

« Oui on fait confiance, on prête sur l'homme. On voit aussi son passé, son dossier. Si c'est un ancien client de la banque ça compte aussi. Un ancien client par exemple qui nous amène un prospect, on fait plus confiance à ce dernier que quelqu'un qu'on ne connaît pas » (B17).

Un banquier confirme que l'évaluation du risque sur la base de ratios financiers est complétée par la confiance générée par le réseau auquel il appartient.

« Dans le cas d'un nouveau prospect qui a été recommandé, on fait très attention à son dossier en termes de risque et de garanties. Mais, il se peut qu'on étudie le dossier avec moins d'appréhension et en faisant un effort sur le taux accordé » (B9).

« Oui, d'une manière marginale. Un bon client en général vous recommande un bon client. On fera un effort sur les taux proposés. Mais on fait toujours attention au coût du risque, aux fondamentaux de l'entreprise » (B8).

Un nombre limité de banquiers considèrent que les taux d'emprunts sont fixés uniquement en fonction du coût du risque. Ils nient ainsi toutes les formes de favoritisme entre des clients recommandés et d'autres qui ne le sont pas.

« Les conditions d'emprunts sont généralement fixées par rapport à la qualité du dossier et du projet. On ne fait pas de favoritisme entre de nouveaux prospects qu'on ne connaît pas et ceux qui sont recommandés par un tiers » (B10).

L'analyse des entretiens confirme nos propositions a priori :

H6.1 : le réseau personnel améliore le coût d'emprunt.
H6.2 : la confiance améliore le coût d'emprunt.

3. L'impact du réseau personnel sur la demande de garanties

Nous souhaitons explorer ici l'effet du réseau personnel du banquier sur le montant de garanties demandé. Les résultats que nous avons obtenus sont assez différents de ce que nous avons envisagé. En effet, la majorité des banquiers interviewés laissent présager que la quantité de sûretés est invariante, et est fixée en fonction du risque encouru. Si elle est suffisante et solide, le banquier peut accepter la garantie pour limiter les asymétries d'informations, mais elle n'a pas de lien avec le fait que le client soit recommandé ou non.

« La demande et le montant des garanties se fixent en fonction de ratios financiers et de la performance de l'entreprise » (B11).

« Non, les garanties sont le droit à l'erreur, elles sont secondaires pour nous. Nous on prête en fonction du modèle économique, de la viabilité du projet et non pas en fonction du montant des garanties offertes par le porteur de projet » (B25).

Un banquier va jusqu'à considérer que, dans le cadre d'une relation de financement, la garantie peut être accessoire :

« Moi, je préfère dire la chose suivante, la garantie est accessoire. Je m'explique : si je suis certain que l'entreprise ne pourra pas payer le prêt qu'elle me demande, si elle me présente la meilleure garantie du monde, je ne le ferai pas. Parce que je ne veux pas engager la banque dans quelque chose qui sera contentieux et parce que je ne veux pas entraîner le client dans une situation qui serait en droit à la limite de lui reprocher après. Si je prête à quelqu'un que je sais à l'avance qu'il ne pourra pas rembourser, il viendra me dire Mr vous m'avez donné un mauvais conseil ; si vous m'aviez dit non je ne serais pas dans cette situation. Donc ce n'est pas la garantie qui fait qu'on accepte un dossier, la garantie pour moi, c'est accessoire donc ça veut dire que quelle que soit la connaissance du client je vais appréhender le problème de garantie avec la même analyse. Ce n'est pas par ce que je le connais depuis longtemps que je ne prendrais pas de garantie » (B3).

En ce qui concerne l'impact de la confiance, il résulte de notre analyse une réduction de la quantité de sûreté conférée par le client. En effet, un client qui a fait ses preuves lors d'un premier emprunt, acquiert une bonne réputation auprès de son banquier. Cette réputation lui permet de bénéficier de certains privilèges sur les montants de garanties demandés.

« Oui, disons qu'on ne connaît pas le client, on a tendance à demander davantage de garanties. Une fois que le client a montré son savoir-faire et sa compétence, on peut accepter même en cours de crédit d'abandonner les garanties. C'est le côté confiance lié aux preuves par les résultats» (B8).

En résumé, les propositions suivantes pourront retenues.

***H7.1 : le réseau personnel n'affecte pas la quantité de garanties.
H7.2 : la confiance affecte la quantité de garanties.***

4. L'impact du réseau personnel sur le défaut de paiement

De notre analyse, il se dégage que le réseau personnel du banquier n'a aucun lien sur le défaut de paiement. Cette partie est très largement confirmée. Le fait que le client soit recommandé paraît sans impact sur son risque de défaut.

« Le fait qu'un client soit recommandé n'a pas d'effet sur son risque de défaut de paiement » (B11).

Si le client gère mal sa relation avec son banquier, souvent par manque d'expérience et une attitude défaitiste, il ne communique pas alors ses difficultés. Le dirigeant peut aussi masquer délibérément l'information ou tenter de la manipuler par opportunisme. Dans les deux cas, même s'il était recommandé, il finira par faire défaut.

« En ce qui concerne le défaut de paiement, ça dépend de la transparence de la personne mais aussi personne n'est à l'abri d'un défaut de paiement » (B6).

« Oui, quand on arrive à avoir des relations privilégiées avec les dirigeants, il nous informe très clairement de la situation de l'entreprise et de son évolution. On fait notre maximum pour garder l'entreprise en vie » (B10).

Les bonnes relations se construisent sur la transparence et la confiance. Les banquiers reconnaissent que la confiance permet une meilleure connaissance de l'entreprise et de ses problématiques. En effet, les flux d'informations et la communication fréquente aboutissent à une meilleure compréhension de l'environnement de l'entreprise, de ses opportunités d'affaires, et une vue plus précise des perspectives de l'affaire. Le banquier a une meilleure compréhension des besoins de l'entreprise et, in fine, un meilleur accompagnement (Machat

et Gardes, 2013). Ceci diminue le risque de défaillance perçu par le banquier au fur et à mesure que la relation de confiance se développe.

« Oui, mais d'abord on doit savoir l'origine de ses problèmes. S'il y a un rapport de confiance entre le banquier et l'entrepreneur, on peut prévoir ces moments-là. Il nous arrive d'augmenter le montant de découvert par rapport à la situation du client » (B1).

Autrement dit :

H8 : le réseau personnel du banquier ne réduit pas le risque de défaillance.

Les entretiens que nous avons réalisés auprès des banquiers ont permis de mettre en exergue l'importance de leur réseau personnel dans la relation de financement. Etant donné le degré d'incertitude associé au financement des PME, l'accès à une information riche et pertinente, via les réseaux de relations interpersonnelles du banquier, peut diminuer ses coûts de recherche et de contrôle. Cette recherche indique clairement que les relations qu'un banquier tisse avec d'autres acteurs de son territoire deviennent la source de telles informations. En d'autres termes, le réseau de relations interpersonnelles au sein duquel tout banquier est encadré sur son territoire d'implantation peut être le dépositaire d'une information riche et pertinente sur les opportunités et les contraintes associées à ce territoire.

Cet avantage informationnel lui permet de développer une relation de confiance et d'optimiser son processus d'évaluation du risque, ce qui, ex post, influe sur sa décision et sa tarification d'emprunt et sur la survie de l'entreprise. Dans notre étude, on révèle que les banquiers entretiennent des relations personnelles, tissent des liens d'amitié et de fidélité suffisamment récurrents avec les acteurs de leur territoire d'implantation pour voir émerger une structure relationnelle qui parcourt l'environnement local. Il semble donc impossible de comprendre les comportements des acteurs sans comprendre le contexte relationnel dans lequel ils fonctionnent. D'ailleurs, « la production de la confiance implique nécessairement des médiations sociales » (Orléan, 1995).

Cette mise en évidence a donc permis de rompre avec l'image du banquier traditionnel qui délègue tous ces dossiers à sa hiérarchie, puisque les relations personnelles interviennent

dans le processus de décision, dans la tarification et dans l'accompagnement des PME en difficultés.

Section 3. La structure sociale, la confiance et les conditions d'emprunts : le cas du chef d'entreprise

Pour lever l'incertitude liée à la fiabilité du projet et à la solvabilité de l'emprunteur, le banquier utilise deux méthodes d'évaluation. L'une préconise une approche instrumentale pour définir une méthode objective d'évaluation des risques. L'autre privilégie une évaluation sociale dans laquelle la perception subjective de l'emprunteur par l'évaluateur et la détention d'informations spécifiques acquises à travers des réseaux sociaux, vont être déterminantes dans la décision d'attribution des prêts (Ferrary, 1999).

En s'appuyant sur différents concepts sociologiques comme la structure sociale (Granovetter, 1974, 1985) et la confiance, nous proposons ici de présenter les résultats de l'étude qu'on a menée auprès de 11 chefs d'entreprises (PME). Néanmoins, il faut souligner que l'impact des liens sociaux et de la confiance sur les conditions d'emprunts de l'entreprise, a été l'objet d'un nombre limité de travaux.

En ce sens, Portes (1998) souligne que le capital social à travers l'instauration des relations de confiance entre différents partenaires, induit une diminution des coûts (coûts d'agence, coût d'influence, coûts de transactions) et un élargissement de l'espace discrétionnaire des dirigeants. On peut supposer que l'existence d'un niveau élevé de confiance tend à améliorer les conditions d'emprunts pour l'entreprise, car la banque considère alors que son risque est plus faible et est susceptible de réduire son recours à des mécanismes formels de protection (audits, prises de garanties,...).

I. Les liens sociaux, la confiance et les conditions d'emprunts

1. L'impact des liens sociaux et de la confiance sur l'accès au crédit

L'analyse du discours des chefs d'entreprises (les directeurs financiers et les comptables) a montré que les liens sociaux ont un impact sur l'accès au crédit. La multiplication des interactions, la bonne connaissance et l'ancienneté du conseiller bancaire encouragent le chef d'entreprise à transmettre les informations liées à son projet. En conséquence, il réduit

l'incertitude et favorise l'émergence d'une relation de confiance, facilitant ainsi au banquier la prise de décision (Luhmann, 2000).

« Un conseiller financier qui est là depuis trois ans, connaît mieux l'entreprise, comment elle respire, ses pics et son évolution. Je préfère une relation longue avec des conseillers financiers ; ça leur permet de mieux connaître l'entreprise (les perspectives de mes projets, la concurrence...etc.). Je me rappelle d'un banquier, Mr X, avec lequel je m'entendais très bien et il me faisait confiance ; il m'a bien défendu auprès de sa banque. Il était déterminant dans l'accord d'un emprunt que j'ai demandé» (CE3).

Une grande partie des chefs d'entreprises interviewés confirment que les relations sociales, considérés comme des indicateurs du degré de confiance avec les banquiers, facilitent leur accès au financement à court terme (Harhoff et Körting, 1998 ; Howorth et Moro, 2010, Moro et Fink, 2010). Les entrepreneurs qui sont liés à leurs banquiers par des relations interpersonnelles fortes peuvent ainsi avoir plus facilement des découverts et des lignes de crédits pour financer des investissements à court terme.

« La qualité de la relation et la confiance qui en découle, influencent surtout les décisions d'emprunts à court terme. Le banquier s'appuie sur des critères liés à sa bonne connaissance de l'entreprise et de son dirigeant : comment elle est gérée ? ; Elle tourne bien ou non ? Tout est lié à la qualité de l'information transmise» (CE1).

Le chef d'entreprise peut, notamment, compter sur ses relations privilégiées avec les banquiers pour obtenir un meilleur traitement de son dossier.

« La confiance est importante dans une relation bancaire mais personne ne peut négliger les éléments tangibles. C'est le chargé d'affaires qui va défendre mon dossier auprès de ses supérieurs et c'est la qualité de notre relation qui va le motiver à le faire» (CE7).

« Quand on a besoin d'accroître nos lignes de crédit, le banquier va examiner notre dossier auprès de son comité de crédit. Mais, s'il nous fait confiance (on a déjà tenu nos engagements), il va défendre notre dossier et même faire tout pour répondre à notre besoin» (CE10).

Pour souligner l'importance des relations sociales avec le banquier, un directeur financier d'une entreprise est allé plus loin en mettant fin à une relation bancaire qu'il a considérée trop technique et rigide.

« Le contact humain est très important pour la relation bancaire. On a, par exemple, un conseiller financier qui ne se déplace jamais pour nous rencontrer. Il répond souvent négativement à nos demandes. On a décidé alors de solder nos comptes et de rompre le contrat qu'on a avec cette banque» (CE5).

Certains chefs d'entreprises considèrent que le capital social demeure sans effet pour accéder au financement. Selon eux, la décision est prise par un comité de crédit au niveau du siège social de la banque et le conseiller bancaire n'est qu'un simple exécuteur.

«Le banquier qui est en face de moi est de moins en moins impliqué dans la prise de décision. Oui, il y a des relations amicales et informelles qui se créent. Mais ça empêche qu'elle va peu ou ne pas jouer dans la prise décision finale» (CE2).

« J'ai confiance dans mon chargé d'affaires, mais je sais qu'il n'a pas le plein pouvoir pour décider. C'est un simple commercial qui cherche à tout vous faire mais au-dessus de lui, il y a son propre responsable qui lui a le pouvoir décisionnaire. Il peut dépendre de son directeur d'agence ou d'un centre d'affaires ou d'une agence régionale» (CE6).

Les propositions qui découlent de cette analyse sont les suivantes :

H9.1 : les liens sociaux favorisent l'accès au crédit à court terme.
H9.2 : la confiance favorise l'accès au crédit à court terme.

2. L'impact des liens sociaux et de la confiance sur le coût de crédit

Rares sont les travaux qui ont examiné l'impact des liens sociaux et de la confiance sur le coût de crédit (Harhoff and Körting's ,1998⁷⁹ ; Howorth and Moro, 2010⁸⁰). A notre connaissance, aucune étude n'a été menée dans le contexte français.

Comme pour les banquiers, l'analyse des discours des chefs d'entreprises interviewés montre des résultats qui sont plus tranchés que ceux portant sur l'accès au crédit. En effet, la majorité des chefs d'entreprises affirment, en plus de l'analyse du risque du projet, que le coût du crédit négocié prend en compte la connaissance, l'ancienneté⁸¹ et l'importance des interactions avec le banquier. Ces éléments facilitent le transfert d'informations liées aux compétences du dirigeant ainsi que sur les différentes opportunités de son projet, favorisant une meilleure connaissance de l'entreprise de la part du banquier. Une relation de confiance s'installe alors entre les deux partenaires (Lewicki and Bunker, 1996). Ce climat de confiance

⁷⁹ Recherche effectuée sur le marché bancaire allemand.

⁸⁰ Recherche effectuée sur le marché bancaire italien.

⁸¹ Plusieurs auteurs ont déjà montré l'existence d'une relation négative entre la durée de la relation et le taux d'emprunt (Berger et Udell, 1995 ; Elsas et Krahen, 1998).

réduit les coûts de transactions et les problèmes d'agence (Nooteboom, 2002) et favorisent la coopération (Das and Teng, 1998).

Les chefs d'entreprises interviewés relèvent une amélioration des conditions des taux liés essentiellement au transfert d'informations ainsi aux possibilités d'amortir les frais d'investigations et de surveillance attachés au financement de l'entreprise.

« Je crois que la qualité de la relation avec le banquier peut affecter sa décision d'emprunt. Au début de mon engagement, la banque me proposait des taux inacceptables mais avec la confiance réciproque qui s'est développée dans le temps, j'ai réussi à avoir des prix privilégiés » (CE3).

« Le chef de notre entreprise a une relation extraprofessionnelle avec nos banquiers. Il fait du bateau à voile avec eux. En conséquence, ça lui permet de faire des bonnes affaires. Il a réussi à avoir des emprunts à taux privilégiés, voire à des conditions préférentiels» (CE8).

« Le contact humain est important. Pour la même banque, le conseiller financier qui a remplacé son prédécesseur, et avec lequel je m'entendais bien, m'a aidé à renégocier mes conditions d'emprunts et surtout le taux d'emprunt. On voit facilement la différence avec son successeur» (CE10).

D'où les propositions :

***H10.1 : les liens sociaux améliorent le coût d'emprunt.
H10.2 : la confiance améliore le coût d'emprunt.***

3. L'impact des liens sociaux et de la confiance sur la demande de garanties

Les garanties permettent aux banquiers de réduire leurs pertes en cas de défaut de paiement (Blazy et Weill, 2006). C'est pourquoi d'ailleurs, plusieurs auteurs ont montré un lien positif entre la probabilité de défaut de paiement et le montant des garanties (Jiménez et Saurina, 2004). D'autre part, la demande des garanties limite les comportements opportunistes des dirigeants et réduisent ainsi les coûts liés aux asymétries d'informations (les problèmes de sélection adverse et d'hasard moral).

Plusieurs études ont montré que la durée de la relation et l'âge de l'entreprise représentent les déterminants les plus importants de la demande de garanties par la banque (Harhoff et Körting, 1998 ; Degryse et Van Cayseele, 2000). En effet, les entreprises ayant une grande expérience ainsi qu'une longue relation avec leurs banques sont plus susceptibles de

transmettre de l'information privée. Ce type d'information permet à la banque de discriminer les entreprises selon leur niveau de risque (Diamond, 1984 ; Berger et al., 2005) et de baisser donc la demande des garanties.

S'ils permettent de réduire les difficultés liées aux asymétries d'information, les liens sociaux et la confiance devraient donc réduire la nécessité de fournir des garanties puisque les risques d'engagement seraient dans ce contexte mieux évalués. L'analyse de nos résultats montre que les chefs d'entreprises sont plus tranchés que les banquiers. Une grande majorité des interviewés affirment que la qualité de la relation avec le banquier et la confiance qui en découle, affectant négativement la demande de garanties surtout personnelles.

«Je pense que l'ancienneté joue dans la demande des garanties. Elle permet de baisser le montant au fil du temps» (CE4).

« La demande des cautions personnelles disparaissent avec le temps. Au début, on était obligé de les présenter» (CE10).

« Ils sont moins frileux par rapport à la demande des garanties personnelles, la qualité de la relation affecte cet aspect des conditions d'emprunt» (CE7).

Le banquier a tendance à faire un effort sur le montant demandé quand il s'agit d'un client connu de la banque pour sa transparence et sa solvabilité.

« Au début de la relation, le banquier nous demande beaucoup de garanties mais ça diminue dans le temps. Si le banquier voit qu'on a tenu nos engagements, il peut même nous supprimer les cautions personnelles» (CE1).

Un chef d'entreprise souligne que la demande des garanties est fixée en fonction de type de financement accordé. Le banquier a tendance à demander moins de garanties quand il s'agit d'un financement à court terme qu'un financement à long terme. Néanmoins, la confiance dans son aspect cohérence semble affecter négativement la demande des garanties personnelles.

« La qualité de la relation qu'on entretient avec notre banquier joue dans le financement à court terme qui demande moins de garanties, moins de formalisme et moins de documents. Pour un emprunt à moyen ou long terme, le banquier exige généralement beaucoup de garanties et surtout les cautions personnelles qui peuvent être restituées si le chef d'entreprise a déjà fait ses preuves en tenant ses engagements» (CE5).

Un directeur financier d'une entreprise nous a raconté qu'il avait besoin de contracter un emprunt pour financer une croissance externe et, malgré l'ancienneté de sa relation avec sa banque (banque historique), cette dernière a exigé des montants élevés de garanties. Ceci peut être expliqué par la conjoncture économique de l'époque.

« Dans les années 2000, il y avait une conjoncture économique difficile. On a contracté un emprunt pour financer une croissance externe mais en se garantissant, la banque historique était dure avec nous » (CE6).

Les propositions qui découlent de cette analyse peuvent être présentées comme suit :

***H11.1 : les liens sociaux réduisent la demande de garanties personnelles.
H11.2 : la confiance réduit la demande des garanties personnelles.***

4. L'impact des liens sociaux et de la confiance sur le défaut de paiement

Les chefs d'entreprises que nous avons interrogés insistent sur la nécessité d'une transparence de l'information et de la confiance pour obtenir le meilleur accompagnement possible surtout dans les moments difficiles. Multiplier les contacts et les interactions avec le dirigeant permet de collecter de l'information sur la situation financière de l'entreprise et d'alerter ainsi le banquier en cas de difficultés éventuelles. Celui-ci va pouvoir mettre en place et proposer des solutions en amont, dès lors que les difficultés sont identifiées comme étant passagères.

« Ce que déteste un banquier, c'est d'être mis devant le fait accompli. Si on a par exemple des difficultés de trésorerie et donc un risque d'impayé, il vaut mieux anticiper et parler avec le banquier. Ce qui lui permet de se préparer et de gérer le problème en amont. Les banquiers n'aiment pas les surprises. Il vaut mieux prévenir. C'est une question de crédibilité et de confiance » (CE3).

« En général, quand je sais que j'aurai des difficultés de trésorerie, je préviens mon banquier. Je l'appelle pour lui parler de mes problèmes. A son tour, mon banquier apprécie le geste et fait le nécessaire pour me trouver la solution. Ça fait partie de cette relation de confiance qu'on partage » (CE8).

« En cas de difficultés, c'est l'accompagnement qui compte. Si je fais confiance à mon banquier, je lui parlerai de mes problèmes. Il pourra ainsi anticiper et trouver les solutions adéquates : l'important dans la chute c'est l'atterrissage » (CE9).

Le découvert, considéré comme une solution à laquelle ont recours les PME pour faire face aux aléas de trésorerie, représente un mode de financement coûteux en raison des risques

auxquels il expose les établissements de crédit en l'absence de garanties spécifiques. Certains chefs d'entreprises confirment que la qualité de la relation qu'ils entretiennent avec leur banquier et la confiance qui en découle, surtout dans son aspect aptitude, facilite la mise en place de ce mode de financement et avec un taux privilégié.

« Si le banquier vous connaît très bien, il sait que vous avez déjà tenu vos obligations, il vous fera confiance. Si demain vous aurez des difficultés, il vous trouvera des solutions, il peut faire passer le dossier même s'il est de moins en moins décisif puisque il dépend de sa hiérarchie. Il peut par contre vous accorder un découvert avec un taux privilégié » (CE10).

« Un banquier qui vous fait confiance, il va sûrement vous accorder un découvert si votre entreprise connaît des difficultés. Par contre, le chef d'entreprise doit le prévenir en avance pour qu'il puisse s'organiser en amont » (CE11).

En cas de difficultés, une relation de confiance n'est pas toujours synonyme d'un bon accompagnement. Un chef d'entreprise nous a raconté qu'en pleine crise financière (2008), son banquier n'a pas réussi à prévoir ses difficultés malgré la confiance qu'il lui faisait. En conséquence, il n'a pas pris les bonnes décisions lui permettant d'éviter le dépôt de bilan.

« Malgré que je lui faisais confiance, mon banquier n'a pas pu prévoir mes difficultés. C'est vrai qu'il y avait la crise de 2008, mais quand même, il aurait dû réduire mes lignes de crédit à CT (les factor) puisque je n'avais pas assez de fonds propres » (CE6).

Les propositions directement issues des propos précédents sont donc les suivants :

***H12.1 : les liens sociaux réduisent le risque de défaillance.
H12.2 : la confiance réduit le risque de défaillance.***

II. Le réseau personnel et les conditions d'emprunts

1. L'impact du réseau personnel sur l'accès au crédit

En ce qui concerne la décision d'emprunt, les informations collectées par le réseau personnel du banquier sur la fiabilité et la réputation d'un client paraissent importantes. L'interconnaissance réduit l'incertitude et instaure un climat de confiance avec le nouveau client. Un chef d'entreprise isolé qui n'a pas son réseau personnel, pourra se limiter aux informations exigées par le banquier dans son dossier. Une partie des informations nécessaires

à la réduction de l'incertitude lors de la prise de décision de financement n'est pas contenue dans le dossier.

Ainsi, un client qui jouit d'une bonne réputation ou qui a été recommandé par un autre bon client, pourrait bénéficier d'un traitement rapide de son dossier avec une forte probabilité d'avoir une décision favorable. Cette idée a été largement vérifiée auprès des chefs d'entreprises.

« Un chef d'entreprise qui a été recommandé par une tierce partie peut bénéficier d'une étude bienveillante de son dossier de la part du banquier, mais ça ne peut pas jouer à mon avis sur les conditions d'emprunt » (CE5).

« J'ai un bon relationnel avec mes banquiers basé sur le réseau. Quand on est recommandé, on arrive facilement à trouver des contacts. Quand je suis venu à Marseille pour créer mon entreprise, je ne connaissais personne. C'est un ami à moi, un banquier de Paris, qui m'a beaucoup aidé au début. Il m'a mis en contact avec certains responsables de la direction régionale. Ils m'ont prêté facilement puisqu'ils considéraient que j'étais quelqu'un de rassurant » (CE10).

Les réseaux de relations des chefs d'entreprises leur permettent également de comparer les différentes offres de financement sur le marché bancaire. Ces relations sociales s'encastrent au sein de liens amicaux et professionnels (des amis chefs d'entreprise, des banquiers, des directeurs financiers). Ce sont précisément de telles relations qui ont permis à certains entrepreneurs de monter leur dossier d'emprunt, ils ont bénéficié du soutien de certains banquiers et directeurs financiers lors de leur demande de crédit.

« Oui, ma banque je l'ai prise par le réseau et c'est avec le réseau que je vais la quitter. Un ami chef d'entreprise m'a informé sur les avantages d'une offre chez une banque concurrente, c'est pour ça que je vais changer » (CE7).

« Oui, on fait jouer nos relations. Pour une demande d'emprunt à long terme, on fait appel à notre directeur financier qui va monter le dossier avec l'aide d'autres amis banquiers. Ils connaissent mieux que nous comment il faut présenter un dossier solide » (CE9).

Le réseau personnel du chef d'entreprise s'avère décisif dans certains cas. Une tierce personne qui connaît bien la banque, peut affecter sa décision en apportant son soutien au dossier du chef d'entreprise. L'intervention d'un tiers reconnu par le conseiller financier comme compétent facilite l'octroi de financement. L'exemple suivant est à cet égard éclairant :

« Je connais quelqu'un qui a voulu monté un restaurant arménien mais son dossier n'a pas été accepté. Il a fait recours à un expert comptable qui connaissait bien la banque, son dossier est passé» (CE11).

Le réseau personnel du dirigeant a donc des retombées favorables sous la forme de recommandations qui se traduisent, entre autres, par l'accès à de nouveaux emprunts. Ceci étant dit, tous les dirigeants n'ont pas les mêmes réseaux relationnels et certains d'entre eux parviennent à en tirer plus de bénéfices que d'autres.

On peut donc poser comme propositions :

H13.1 : le réseau social favorise l'accès au crédit.
H13.2 : la confiance facilite l'accès au crédit

2. L'impact du réseau personnel sur le coût de crédit

On a déjà montré que les banquiers considèrent qu'un chef d'entreprise recommandé est souvent synonyme de confiance. Une relation basée sur une confiance mutuelle réduit les coûts d'agence et les coûts de surveillance, ce qui réduira logiquement les coûts d'emprunts.

Plusieurs interviewés nous ont confirmé que leur réseau de relations leur facilitait la négociation du coût de l'emprunt. Le chef d'entreprise peut avoir le privilège d'entrer directement en contact avec la personne qui s'occupe de son dossier au niveau du centre d'affaires ou de la direction régionale.

« Être recommandé peut avoir une influence sur les conditions d'emprunts. On peut avoir des conditions privilégiées» (CE3).

« Pour créer mon entreprise, je suis passé par un ancien banquier. Le dossier a été accepté sans aucune difficulté. Je n'avais même pas à négocier les taux » (CE5).

« Quand un chef d'entreprise est recommandé, le dossier va être suivi par une personne plus décisionnelle au sein de la banque. Il peut facilement négocier les conditions de son prêt» (CE8).

« Si on est recommandé, c'est toujours bon. (...) ça peut jouer dans la négociation du coût d'emprunt» (CE7).

Certains chefs d'entreprises utilisent leur réseau de relations pour comparer les différentes offres sur le marché. En effet, ces réseaux confèrent un avantage informationnel aux dirigeants. Ces derniers reçoivent, d'abord, une information pertinente sur les offres de financement de la part de l'émetteur (un ami, un expert-comptable, un banquier) qui sait déjà que celui-ci pourra l'utiliser effectivement et d'une façon exclusive. Ensuite, ces informations sont considérées par les chefs d'entreprises comme des opportunités, ce qui accroît leur valeur anticipée. Les informations que ces réseaux pourvoient, ne détectent pas uniquement les opportunités disponibles, mais incluent fréquemment l'approbation réputationnelle du chef d'entreprise, ce qui influe non seulement sur la valeur prévue de l'échange, mais aussi sur la motivation d'un tel échange (Plociniczak, 2003).

« Souvent, on utilise le réseau de chefs d'entreprises et des experts-comptables pour obtenir les informations concernant les meilleures offres sur le marché bancaire. On étudie les meilleurs contrats de financement en prenant en compte les taux proposés ainsi que les garanties demandées. En utilisant notre réseau, on peut faire jouer la concurrence » (CE10).

« Pas vraiment, par contre j'utilise mon réseau (mes amis chefs d'entreprise, l'expert-comptable) pour comparer les taux proposés par d'autres banques » (CE11).

***H14.1 : le réseau personnel améliore le coût d'emprunt.
H14.2 : la confiance améliore le coût d'emprunt.***

3. L'impact du réseau personnel sur la demande de garanties

Conformément aux résultats que nous avons obtenus auprès des banquiers, la majorité des chefs d'entreprises interviewés laissent présager que la quantité de sûretés est invariante et est fixée en fonction du risque encouru. Si elle est suffisante et solide, le banquier peut accepter la garantie pour limiter les asymétries d'informations, mais elle n'a pas de lien avec le fait que le client soit recommandé ou non.

« Je dirais que la demande des garanties n'a pas de lien avec le fait qu'on soit recommandé ou non » (CE5).

Un nombre limité d'interviewés a souligné l'importance de l'intervention de certaines institutions. Ces entités publiques apportent un complément au dossier du porteur de projet.

Elles jouent un rôle d'information, de mise en réseau des individus et d'une expertise pour l'entrepreneur (Redis, 2006). Elles servent également de caution au sens bancaire comme au sens morale, dans la mesure où leur avis est dépourvu d'intérêt commercial et leur expérience en la matière reconnue (Foliard, 2008). Ces institutions favorisent donc la confiance sans néanmoins affecter la demande des garanties.

« On a acheté une entreprise en 2001, on a fait appel à une deuxième banque. OSEO s'est présenté comme contre garant des deux banquiers et en tant que financeur à taux zéro » (CE).

***H15.1 : le réseau personnel n'affecte pas la quantité de garanties demandées.
H15.2 : la confiance n'affecte pas la quantité de garanties exigées.***

4. L'impact du réseau personnel sur le défaut de paiement

Les bonnes relations se construisent sur la transparence et la confiance. Les banquiers reconnaissent que la confiance permet une meilleure connaissance de l'entreprise et de ses problèmes. En effet, les flux d'informations et la communication fréquente aboutissent à une meilleure compréhension de l'environnement de l'entreprise, de ses opportunités d'affaires, et offre une vue plus précise de ses perspectives et une appréciation du dirigeant. Le banquier a une meilleure compréhension des besoins de l'entreprise et, in fine, un meilleur accompagnement (Machat et Gardes, 2013). Ceci diminue le risque de défaillance perçu par le banquier au fur et à mesure que la relation de confiance se développe.

De notre analyse, il se dégage que le réseau personnel du chef d'entreprise n'a aucun lien sur le défaut de paiement. Cette idée est très largement confirmée. Le fait que le client soit recommandé paraît sans impact sur son risque de défaut.

Un chef d'entreprise nous a raconté que malgré la bonne relation qu'il avait avec son banquier et son expert-comptable, il a fini par déposer le bilan. Il a fait une reprise qui lui a beaucoup coûté. Il déplore le fait qu'il était très mal accompagné.

« J'ai pu acquérir une deuxième entreprise alors que j'étais endetté. C'était une mauvaise décision de leur part de me financer. Même l'expert-comptable était favorable à cette reprise.

C'était délirant. Je n'avais pas un bon accompagnement. Je considère ça comme un laxisme commercial» (CE6).

La proposition à dégager de l'analyse à ce niveau est donc :

H16 : le réseau personnel du chef d'entreprise ne réduit pas le risque de défaillance.

Pour résumer, l'enquête menée auprès des chefs d'entreprises démontre l'existence de relations personnelles avec les différents acteurs bancaires. Dans l'ensemble des discours, ce type de relation est présenté comme une source d'apports supplémentaires à l'analyse du dossier et un critère complémentaire d'évaluation des risques. En conséquence, la nature (et la qualité) des relations et la confiance qui en découle, semblent affecter certaines conditions d'emprunts. Le banquier accorde un crédit non pas pour satisfaire un ami emprunteur auquel il souhaite être agréable, mais parce que leurs relations amicales lui ont permis d'obtenir suffisamment d'informations pour lever le risque d'aléa moral que représente tout emprunteur (Ferrary, 2003). Il est raisonnable donc de penser que l'évaluation du risque ne dépend pas uniquement d'une évaluation instrumentale, mais elle dépend aussi de la qualité des relations sociales qu'entretiennent les chefs d'entreprise avec leur banquier.

Conclusion

A partir d'une revue de littérature, nous avons conduit des entretiens afin de mieux comprendre l'impact du triptyque précédent sur les conditions d'emprunts. L'étude menée auprès de 25 banquiers et de 11 chefs d'entreprises révèle qu'ils entretiennent des relations personnelles, tissent des liens d'amitié suffisamment récurrents entre eux pour pouvoir échanger des informations d'ordre privé et, donc, construire une confiance mutuelle.

Les résultats présentés permettent d'émettre les remarques suivantes. Les liens personnels, traduits ici par les interactions sociales (le partage de passions communes, les liens d'amitié, etc.), affectent positivement l'accès au crédit et la négociation du coût d'emprunt et permettent de prévoir les difficultés qu'un chef d'entreprise pourrait rencontrer, ainsi que de les résoudre. Les interactions sociales dont nous avons illustré en quoi elles sont à l'origine d'échange d'informations soft qui améliorent la transparence et la communication, ont un impact significatif sur le processus de financement.

La principale implication managériale de cette recherche est de considérer qu'un chef d'entreprise qui passe par ses réseaux personnels, peut avoir un accès plus facile au crédit et à des conditions meilleures qu'un autre chef d'entreprise qui se présente d'une façon spontanée. Nous avons également pu remarquer, à travers les entretiens conduits, que cette structure sociale joue un rôle important dans la formation de la confiance. Notre étude révèle ou confirme aussi que la confiance facilite l'accès au crédit et améliore les conditions d'emprunts (coût du crédit et montant des garanties demandées). En cas de difficultés, une relation confiante facilite la communication et permet au banquier de les gérer.

Nous proposons, en conclusion de ce chapitre, une nouvelle présentation synthétisant les effets de la structure sociale et de la confiance entre le chef d'entreprise et le banquier sur les conditions d'emprunts.

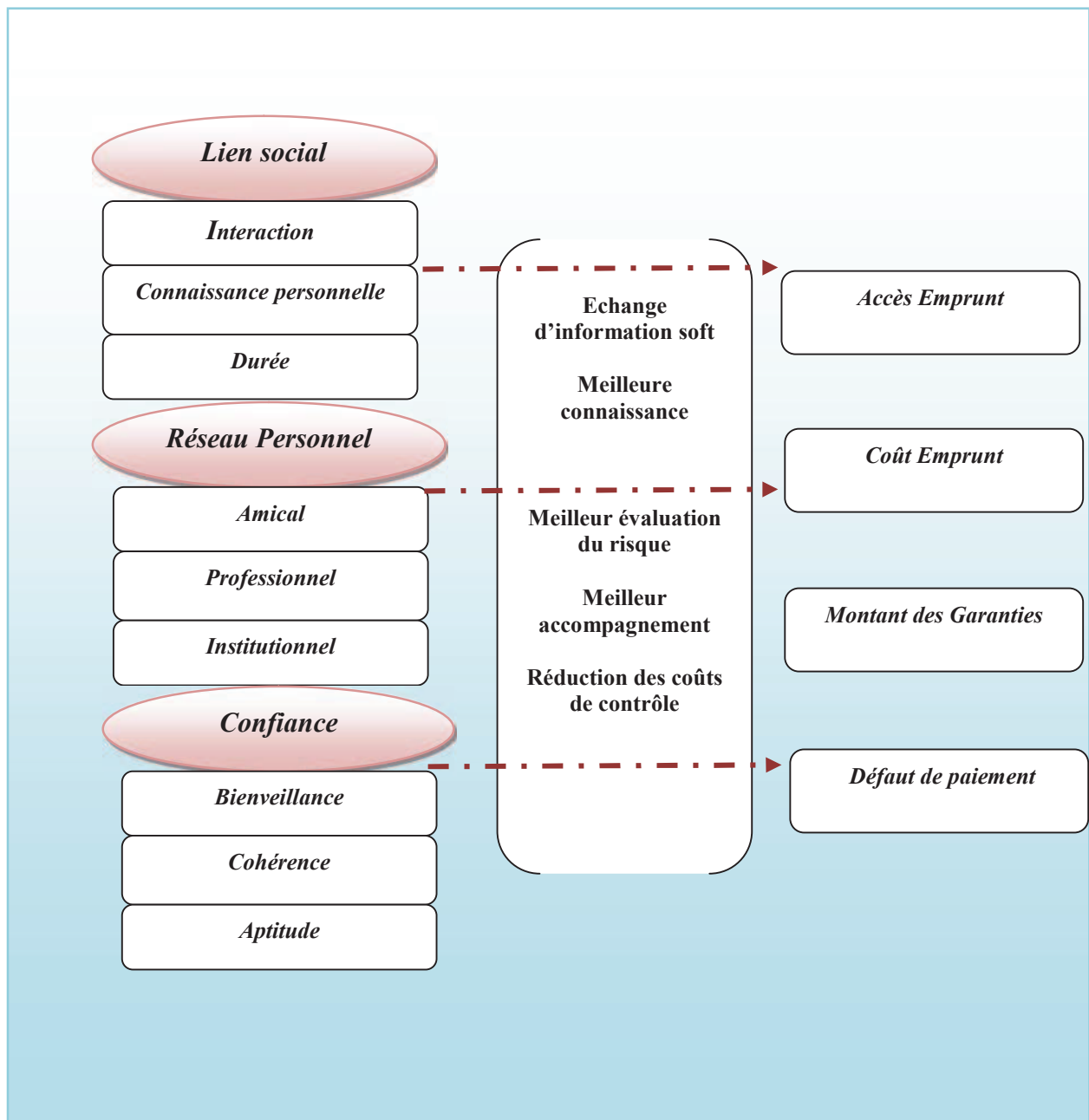


Figure 10 : Synthèse des effets de la structure sociale et de la confiance sur les conditions d'emprunt

Notre étude exploratoire du processus de financement ne nous permet pas, en l'état actuel, de donner un poids à chacun des éléments affectant les conditions d'emprunt. Un test de ce modèle dans le cadre d'une approche quantitative est un développement souhaitable de notre travail.

Conclusion de la Partie 2

Cette seconde partie de notre travail avait pour objectif de répondre à nos questionnements précédents sur les éléments susceptibles d'affecter les conditions d'emprunts d'une PME. Nous nous sommes attachés, dans un premier temps, à présenter l'approche de l'encastrement et son importance dans la relation d'emprunt et le concept de la confiance qui en paraît indispensable. Nous nous sommes concentrés sur cet aspect, car il nous aide à positionner notre question de recherche dans un cadre théorique plus riche, nous permettant de mettre en évidence nos propositions concernant l'impact de la structure sociale et de la confiance sur les conditions d'emprunts d'une PME. Nous avons ensuite réalisé un travail de terrain, sous forme d'entretiens avec 25 banquiers et 11 chefs d'entreprises, qui nous a permis de mettre en évidence les variables affectant les conditions d'emprunts.

Les entretiens que nous avons réalisés auprès des banquiers mettent en exergue l'importance de leurs relations personnelles (réseau personnel) dans la relation de financement. Etant donné le degré d'incertitude associé au financement des PME, l'accès à une information riche et pertinente, via les réseaux de relations interpersonnelles du banquier, peut diminuer ses coûts de recherche et de contrôle. Cet avantage informationnel lui permet de développer une relation de confiance et d'optimiser son processus d'évaluation du risque, ce qui, ex post, influe sur sa décision et sa tarification d'emprunt et sur la survie de l'entreprise.

Cette mise en évidence a donc permis de rompre avec l'image du banquier traditionnel qui délègue tous ces dossiers à sa hiérarchie, puisque les relations personnelles interviennent dans le processus de décision, dans la tarification, dans l'accompagnement des PME en difficultés.

Comme pour les banquiers, l'analyse des discours des chefs d'entreprises interviewés montre des résultats semblables. En effet, la majorité des chefs d'entreprises affirment que l'analyse du risque de leur projet prend en compte la qualité de leur relation avec le banquier. Ces relations facilitent le transfert d'informations liées aux compétences du dirigeant et aux différentes opportunités de son projet, favorisant une meilleure connaissance de l'entreprise de la part du banquier. Une relation de confiance s'installe alors entre les deux partenaires

(Lewicki et Bunker, 1996). Ce climat de confiance réduit les coûts de transactions et les problèmes d'agence (Nooteboom, 2002) et favorisent la coopération (Das et Teng, 1998).

Les chefs d'entreprises interviewés relèvent donc une plus grande facilité dans l'accès aux crédits, une amélioration des conditions de taux et une diminution des garanties, liées essentiellement au transfert d'informations ainsi qu'aux possibilités d'amortir les frais d'investigations et de surveillance attachés au financement de l'entreprise.

Cette recherche indique encore clairement que le processus de financement ne peut être limité à une simple transaction financière. Notre travail nous a renvoyé à des dimensions sociales et interpersonnelles de l'acte de financement, encore peu investies par les chercheurs académiques, alors qu'elles constituent des pistes d'investigations prometteuses pour qui veut mieux comprendre comment se dénoue une demande de crédit venant d'un dirigeant propriétaire d'une TPE ou PME ou d'une personne physique voulant entrer dans les affaires par création ex nihilo ou reprise d'une entreprise donnée (Gharsalli et Paturel, 2013).

Conclusion Générale

Cette recherche visait à mieux comprendre les effets des relations sociales et de la confiance qu'entretiennent les dirigeants d'entreprises avec les banquiers sur les conditions de financement. En effet, la littérature sur la relation banque-PME, notamment en financement relationnel, a consacré de nombreuses pages aux relations de clientèle sans néanmoins réussir à réduire les obstacles liés au financement bancaire qui constitue l'une des voies privilégiées du financement de cette catégorie d'entreprise. Cependant, alors que des auteurs remarquent l'importance de la prise en compte des relations sociales et de la confiance dans l'amélioration des conditions de financement bancaire des PME (Uzzi, 1999 ; Howorth et Moro, 2006), peu de recherches ont été consacrées à cette question. La rareté des études empiriques qui se sont intéressées au rôle joué par la structure sociale et la confiance dans le financement bancaire des PME, est due souvent au manque d'informations permettant de traiter d'une manière concrète cette question.

Si, au regard de la littérature, les effets des relations sociales et de confiance sont difficilement mesurables dans le cadre d'une relation de financement, cette première réflexion nous a permis de poser les bases pour les recherches ultérieures. En se basant sur une démarche interprétative, mise en œuvre de manière qualitative, nous avons tenté d'appréhender la complexité de la représentation de ces deux concepts dans la relation banque-PME, à l'aide de deux études exploratoires, tout en montrant leurs effets sur les conditions d'emprunts.

Cette recherche a fait appel à deux champs de littératures : d'une part, les travaux sur le concept des liens sociaux et, d'autre part, ceux sur le concept de la confiance. Ces axes d'investigation ont été enrichis par des travaux appartenant à des sciences connexes à la gestion, comme l'économie et la sociologie, avec notamment la théorie de l'encastrement social de Granovetter (1984). La réunion de ces différents domaines dans l'étude du financement bancaire des PME constitue un des principaux apports théorique de cette thèse. Dans cette conclusion générale, nous proposons une mise en perspective en exposant les contributions de cette recherche, en termes d'apports théoriques et empiriques, ses limites, ainsi que des pistes de prolongements ultérieurs.

➤ *La contribution méthodologique*

Sur le plan méthodologique, les variables retenues pour mesurer la confiance entre banquiers et dirigeants que nous avons élaborées à partir de travaux menés en théorie des organisations

et en marketing, pourraient être utilisées à l'avenir dans d'autres recherches visant à étudier le rôle de la confiance dans le financement des entreprises. Il en va de même pour les liens et les réseaux sociaux. Par ailleurs, nous avons établi une typologie du financement relationnel plus complète que celles qui préexistaient et qui n'incluaient pas à la fois les interactions sociales et la confiance, ce qui a permis de confirmer l'importance de ces dernières dans l'amélioration des conditions d'emprunts.

Bien qu'axé sur une approche qualitative à visée exploratoire, nous pensons que notre travail peut être complété par une démarche quantitative enrichissant la connaissance en testant le corps théorique que nous avons bâti.

➤ *Les contributions conceptuelles*

Cette recherche nous a, en premier lieu, permis de revisiter et de redéfinir avec précision des concepts pour lesquels il n'existe pas toujours un consensus au sein des sciences sociales en général et en sciences de gestion en particulier. Nous avons ainsi examiné et redéfini tour à tour les concepts de financement transactionnel et relationnel. Nous avons également mis en évidence les limites de ces deux approches dans le financement bancaire des PME. Nous avons proposé par la suite une revue de la littérature sur l'impact des liens sociaux sur la performance des entreprises qui nous a amené à aborder deux approches, à savoir la théorie de l'encastrement social et le capital social. Enfin, nous avons défini la notion de confiance et ses composantes fondamentales.

Dans le cadre de l'amélioration des conditions d'emprunts pour les PME, l'absence de résultats empiriques robustes relatifs à des hypothèses clés issues des enseignements de la théorie de l'agence, de la théorie des signaux et de la théorie relative aux mécanismes incitatifs, met en évidence les limites de ces théories, qui dominent le champ de la finance entrepreneuriale, et conduit certains chercheurs à tenter de la compléter ou de l'intégrer avec d'autres corpus. Nous situant dans cette optique, nous avons essayé d'enrichir les débats d'ordres théorique et empirique, en proposant un modèle d'analyse du financement bancaire des PME ainsi qu'une analyse plus approfondie de certains aspects de cette relation. Certains de ces approfondissements conduisent à la formulation de propositions de recherche. Nous proposons ainsi un élargissement théorique qui prend en compte les relations sociales et la confiance qui échappent à la grille d'analyse des autres théories, alors qu'elles peuvent avoir

un impact sur les conditions de financement des PME en améliorant la transparence et en facilitant la coopération.

Le regard plus sociologique qui a été porté, a permis d'étudier certains points clés, et parfois tabous, comme l'existence des liens sociaux entre banquier et dirigeant ou l'utilisation du réseau personnel pour l'accord de financement. Nous avons tenté de modéliser cette relation, afin de la tester ultérieurement. Il s'agit d'une approche originale puisque, comme nous l'avons vu, la confiance et le lien social ont été l'objet d'un nombre limité de travaux de ce type, tant en finance des entreprises que dans le domaine spécifique du financement bancaire. Cette recherche apporte aussi une contribution à la question d'actualité relative à l'indépendance des banquiers.

Enfin, il ne nous a pas été possible de tester les hypothèses qu'on a formulées, faute notamment de données permettant une opérationnalisation suffisante des variables.

➤ *Les résultats et recommandations managériales*

Les principaux résultats obtenus sont les suivants :

- Dans une grande partie des entretiens analysés, on a trouvé des éléments du discours qui soulignent l'importance des liens personnels dans la relation entre le banquier et le chef d'entreprise. Ils sont définis selon trois aspects : les interactions, la durée et la connaissance personnelle. Ce type de relations est synonyme de transparence et de confiance pour les deux partenaires.
- En ce qui concerne l'existence des réseaux et leurs différentes formes, le discours des interviewés montre bien que ces derniers utilisent trois types de réseaux : le réseau social, le réseau professionnel et le réseau institutionnel. Les banquiers considèrent que le réseau en termes de prospection et de collecte d'informations quantitatives et qualitatives est très important pour eux.
- Les banquiers et les dirigeants interviewés confirment l'importance de la confiance interpersonnelle dans la relation d'emprunt. Une confiance qui repose toutefois sur trois aspects : la bienveillance, la cohérence et l'aptitude. Il semble cependant que les

deux partenaires s'intéressent beaucoup plus à la confiance-cohérence et à la confiance-bienveillance qu'à la confiance-aptitude.

- Il existe bien un lien entre confiance et liens personnels pour la majorité des interviewés. On a pu constater que le lien entre la confiance et les liens personnels-interactions d'une part, et les liens personnels-durée d'autre part, apparaît comme très fort. Il semble un peu moins fort en ce qui concerne le croisement confiance et lien personnel-connaissance personnelle.
- Le lien entre confiance et réseau apparaît comme fort pour les banquiers et les chefs d'entreprises. Les deux formes de réseau (social et professionnel) jouent un rôle important dans l'instauration d'un climat de confiance. Il semble cependant que le réseau institutionnel joue un rôle moins important. Plus généralement, les banquiers semblent être plus intéressés que les chefs d'entreprises par la structure sociale pour développer un climat de confiance.
- Du point de vue du banquier, il apparaît qu'une relation d'emprunt socialement encadrée marquée par une confiance mutuelle est extrêmement précieuse pour l'évaluation d'un dossier d'emprunt. Elle améliore le coût d'emprunt et réduit la demande des garanties et le risque de défaillance. Elle reste néanmoins sans effet dans la décision d'accès au crédit.
- Cette recherche indique clairement que les relations qu'un banquier tisse avec d'autres acteurs de son territoire lui permettent d'acquérir une information riche et pertinente sur les opportunités et les contraintes associées à ce territoire. Cet avantage informationnel lui permet de développer une relation de confiance et d'optimiser son processus d'évaluation du risque, ce qui ex post influe sur la décision et la tarification d'emprunt et sur la survie de l'entreprise.
- L'analyse du discours des chefs d'entreprises (des directeurs financiers et des comptables) a montré que les liens sociaux ont un impact positif sur les conditions d'emprunts. Il semble qu'une relation d'emprunt socialement encadrée encourage la transparence et favorise la confiance du banquier. Elle facilite l'accès au crédit

(emprunt à court terme), améliore le coût d'emprunt et réduit la demande des garanties et le risque de défaillance.

- L'enquête menée auprès des chefs d'entreprises démontre que leur réseau personnel a des retombées favorables sous la forme de recommandations qui se traduisent, entre autres, par l'accès à de nouveaux emprunts et à des taux privilégiés. Il se dégage également que le réseau personnel du chef d'entreprise n'a aucun effet sur la demande de garanties, avis très largement partagé. Le fait que le client soit recommandé paraît aussi sans impact sur son risque de défaut.

Au vu de ces résultats, on peut recommander aux banquiers et aux dirigeants d'établir entre eux des relations confiantes et/ou des liens sociaux. Ce type de relations encourage la transparence, réduit les coûts de surveillance et de contrôle et facilite l'évaluation du risque. Ils peuvent contribuer à l'amélioration des conditions d'emprunts et, donc, à la réduction des problèmes de rationnement du crédit.

Nos résultats sont riches d'enseignements sur les différents aspects de la relation bancaire, en particulier, les informations recueillies sur la formation des liens sociaux et de la confiance et leur impact sur les conditions de financement. La création et le développement de liens sociaux peuvent être favorisés par des rencontres et activités extra-professionnelles, par une connaissance personnelle et par l'ancienneté. La confiance peut être créée en étant transparent, en adoptant un comportement prévisible et cohérent, et en donnant le sentiment à l'autre que l'on se soucie de son intérêt. La fiabilité et la capacité à tenir ses engagements vont dans le même sens. Une telle connaissance est utile aux candidats à la création d'entreprise ou à ceux qui, ayant déjà créé leur entreprise, souhaitent à présent accueillir des partenaires financiers pour se développer.

La principale implication managériale de cette recherche est de sensibiliser les chefs d'entreprises qu'au-delà des documents comptables et des ratios financiers de leur entreprise et de leur projet, ils seront eux même jugés. C'est donc leur capacité à inspirer confiance et leur capacité à entretenir une relation de qualité que dépendront en grande partie les réponses des acteurs quasi incontournables de leur environnement, à commencer par les banquiers. Dans le même esprit, cette recherche doit également permettre à ces derniers de compléter

leur évaluation procédurale par d'autres critères d'évaluation de type social. La prise en compte des relations interpersonnelles par les banquiers tout en cernant la portée et la limite de ce concept, permettra non pas de se méfier de tout le monde, mais plutôt d'avoir recours, au cas par cas, à des modes de gestion basés sur la confiance en toute connaissance de cause.

Après avoir présenté les principales contributions de notre travail sur le plan théorique et empirique, nous allons également indiquer ses principales limites.

➤ *Les limites de la recherche*

Les relations entre confiance et lien social, et conditions d'emprunts sont complexes. Nous sommes conscients que ni les hypothèses proposées, ni la méthodologie appliquée dans la partie empirique de ce travail ne permettent d'en rendre compte parfaitement.

Une première limite peut être adressée à la méthode employée qui se fonde presque exclusivement sur des entretiens. Une triangulation effectuée au travers de la lecture d'études réalisées par certains auteurs a permis d'apporter une certaine prise de recul. Mais il est certain que les pistes de réflexion qui ont émergé, demanderaient à être approfondies et confirmées. C'est dans ce sens qu'ont été rédigées des propositions destinées à être testées.

Une analyse quantitative qui aurait permis, de manière plus robuste, d'approfondir notre analyse n'a pu être menée à bien en raison des résistances rencontrées sur le terrain auprès des banques contactées. De la même manière, il n'a pas été possible d'étudier l'importance de certains liens culturels (maghrébins, corses, arméniens) entre certains banquiers et certains chefs d'entreprises qui auraient sans doute permis d'approfondir cette dimension relationnelle. Une deuxième limite de notre recherche a trait à la validité externe. Elle est liée au caractère ciblé de notre démarche : notre processus d'échantillonnage nous amène à se focaliser sur les PME et les banquiers. Les résultats mis à jour ne sont, par conséquent, pas nécessairement généralisables à d'autres populations. D'un point de vue géographique ou culturel, notre échantillon est également relativement spécifique. Notre recherche s'est attachée à étudier les banquiers et les chefs d'entreprises sur le marché bancaire de la région PACA. Il n'est pas certain qu'une recherche menée sur des banquiers et des chefs d'entreprises parisiens ou bretons aboutisse aux mêmes résultats. Elle a, par ailleurs, été effectuée sur une période temporelle, de 2010 à 2011 qui intègre les ressentis liés à la crise financière. Son adaptation à

d'autres contextes nationaux ou à d'autres évolutions des conditions d'environnement, demanderait à être étudiée.

La troisième limite concerne notre choix des cas et plus particulièrement, notre démarche d'accès à ce terrain qui limite le temps de collecte des informations. Des démarches d'observations non participantes en complément des entretiens contextualisés peuvent apporter un meilleur éclairage : le comportement du conseiller en action est sans doute différent de ce que nous avons pu relever.

La quatrième limite est liée à l'inexpérience de l'auteur. Comme ceci est souvent le cas, cette thèse a été notre premier travail de recherche. C'est, en particulier, certains aspects de la relation banque-PME qui auraient probablement pu être explorés d'une façon approfondie comme l'effet de la réputation ou l'interaction entre la personnalité et le réseau personnel. La richesse des entretiens réalisés rend parfois d'autant plus difficile la sélection à opérer dans les différents thèmes émergents. Notre souci a plutôt été d'essayer de structurer cette richesse et d'en conserver le maximum de dimensions.

➤ *Les pistes de recherche*

Les résultats de la présente recherche, couplés à l'étude de la littérature actuelle sur les liens sociaux, la confiance et le financement bancaire des PME, ont fait émerger plusieurs interrogations qui ne semblent pas avoir été examinées de façon appropriés -ou seulement partiellement- à ce jour. Pour conclure, nous présenterons quelques voies de recherche qui nous semblent prometteuses, tant sur un plan académique que managérial.

Ces voies de recherche peuvent prendre une dimension méthodologique en incluant, par exemple, des démarches quantitatives basées sur des questionnaires destinés à ordonner et à mesurer les variables liées aux interactions sociales et à la confiance, et favorisant les conditions d'emprunts pour les PME à un niveau national. Le but est de leur donner un poids respectif et ainsi orienter le travail managérial ultérieur.

Nous nous sommes intéressés qu'à un seul aspect du capital social (relationnel) dans le cadre du financement bancaire des PME. Il serait intéressant d'adopter une approche multidimensionnelle en intégrant l'aspect structurel et cognitif. Dans le même esprit, il serait

envisageable d'introduire d'autres formes de conditions d'emprunts comme la prime de risque et d'introduire l'échéance de la dette (crédit à court terme ou à long terme) pour mieux tester l'effet de notre approche.

De manière à mieux cerner l'effet des interactions sociales et de la confiance sur les conditions de financement, il serait utile d'examiner les relations entre des banquiers et leurs clients respectifs. Nous pourrions ainsi analyser d'une façon plus profonde notre approche à travers cette interactivité.

Différentes orientations peuvent être également proposées comme l'élargissement de cette analyse à d'autres acteurs intervenants dans l'étude des relations entre le capital investissement et les chefs d'entreprises ou l'étude d'autres partenaires financiers. La dépendance des PME par rapport au financement bancaire n'exclut pas d'étendre notre analyse aux grandes entreprises.

Finalement, nous espérons avoir permis aux sciences de gestion de progresser en cernant davantage l'influence de deux concepts, les interactions sociales et la confiance, sur les conditions d'emprunts. Un travail de thèse constitue également une maturation personnelle, notre sujet s'y prêtait tout particulièrement et nous permettra à terme rapproché de rebondir sur un travail reprenant une autre des pistes évoquées afin de continuer à participer au débat qui est loin d'être clos concernant le financement bancaire des PME.

Bibliographie

A

Abolafia, M.Y. (1996), «Making markets: Opportunism and restraint on Wall Street», Cambridge: *Harvard University Press*.

Adler P., et Kwon S.-W., (2002), « Social capital: prospects for a new concept », *Academy of Management Review*, vol. 27, n° 1, p. 17-40.

Agarwal, S., et Hauswald, R. (2008), «The choice between arm's-length and relationship debt: Evidence from e-loan», Unpublished *working paper*.

Akerlof, G.A. (1970), «The Market for Lemons: Quality Uncertainty and the Market Mechanism», *Quarterly Journal of Economics*, vol. 84, pp. 488-500.

Akerlof, G. A. (1983), «Loyalty filters», *American Economy Review*, Vol.63, pp73-54.

Aldrich, H.E, Rosen, B., et Woodward, W. (1987), «The impact of social networks on business foundings and profit: a longitudinal study. In *Frontiers of Entrepreneurship Research*», Churchill N. et al. (eds). *Babson College: Babson, MA*; pp.154-168.

Aldrich, H. et Zimmer, C. (1985), «Entrepreneurship through Social Networks», In DL Sexton, RW Smilor (Eds.), *The art and science of entrepreneurship*. Ballinger Publishing Company: 3-24.

Allard-Poesi, F., et Maréchal, C.G. (2003), « Construction de l'objet de la recherche ». Dans R.-A. Thiétart (Dir.), *Méthodes de recherche en management* (2eéd.) (p. 34-56). Paris : Dunod.

Anderson, J-C. et Narus, J-A. (1990), "A Model of Distributor Firm and Manufacturer Firm Working Partnerships," *Journal of Marketing*, Vol.54, pp.42-58.

Andersson, P., (2001), «Expertise in credit granting: studies on judgment and decision-making behavior », *Ph.D. thesis*, Stockholm School of Economics, Stockholm.

Ang, J.S., (1991), « Small business uniqueness and the theory of financial management », *The Journal of Small Business Finance*, vol.1, p. 1-13.

Ang, J.S, (1992), « On the theory of finance for private held firms », *The Journal of Small Business Finance*, vol. 1, p. 185-203.

Angelini, P., Salvo, R.D., et Ferri, G., (1998), « Availability and cost for small businesses: Customer relationships and credit cooperatives», *Journal of Banking and Finance*, Vol.22, pp.929-954.

Apoteker, T., (1996), « Les relations banques-PME : un éclairage théorique sur les stratégies pour les banques françaises », *Revue Banque et Stratégie*, n°130, Septembre.

Arrow, K., (1974), «The Limits of Organization», New York: W.W. Norton & Co.

Arrow, K., (1998), « What Has Economics to Say About Racial Discrimination», *Journal of Economic Perspectives*, Vol.12 (2), p. 91-100.

Arrow, K.J. et Borzekowski, R. (2004), « Limited Network Connections and the Distribution of Wages », mimeo.

Aubier M. et Cherbonnier, F. (2007), « L'accès des entreprises au crédit bancaire », Trésor-Eco, Direction générale du Trésor et de la Politique économique, n° 7.

Aydi, G. (2003), « Capital social entrepreneurial, performance de l'entreprise et accès aux ressources externes », Actes de la XIIème Conférence de l'Association Internationale de Management Stratégique, Les Côtes de Carthage, 4,5 et 6 juin.

B

Baas, T., et Schrooten, M. (2006), « Relationship banking and SMEs: a theoretical analysis », *Small Business Economic*, Vol. 27(2-3), pp.127-37.

Baker, W. (1984), « The Social Structure of a National Securities Market », *American Journal of Sociology*, 89 (4): 775-811.

Baker, W. (1990), « Market Networks and Corporate Behaviour », *American Journal of Sociology*, Vol. 96, pp. 589-625.

Baker, W. (1994), « Networking Smart: How to Build Relationships for Personal and Organizational Success », McGraw-Hill: New York.

Bhattacharya, S., et Chiesa, G., (1995), « Proprietary information, financial intermediation and research incentives », *Journal of Financial Intermediation*, vol. 4, pp. 328-357.

Bhattacharya, S. et Thakor, A.N. (1993), « Contemporary banking theory », *Journal of Financial Intermediation*, Vol.3, pp.02-50.

Barber, B. (1995), « All Economics are "embedded": the career of a concept and beyond », *Social Research*, Vol.62 (2), p. 387-414.

Bardin, L., (1986), « L'analyse de contenu », Presses Universitaires de France (PUF).

Bauer, M. (1995), "PME : un patronat aux trois visages", *Sciences Humaines*, n°48, p. 34-37.

Baumard P., Donada C., Ibert J. et Xuereb J.-M., (1999), « La collecte des données et la gestion de leurs sources », in R. A. THIÉTART (coord.), *Méthodes de recherche en management*, Paris, Dunod.

Bayad, M., Nebenhaus D. (1994), « Recherches sur la GRH en PME : propositions en vue d'un modèle théorique », 5ème Congrès de l'AGRH, Montpellier.

Beck, T. et Demirguc-Kunt, A. (2006), « Small and medium size enterprises: access to finance as a growth constraint », *Journal of Banking and Finance*, vol. 30, no 11, p. 2931-2943.

Belletante, B., (1991), « Pour une approche des spécificités financières de la PME au travers du concept de territoire financier », *Revue Internationale PME*, vol. 4, n° 1.

Belletante, B., et Desroches, J. (1994), "L'impact de la cotation en bourse sur le comportement financier des moyennes entreprises", *Annales du Management*, XIIème Journées Nationales des I.A.E, Montpellier, p. 309-329.

Benamour, Y. (2000), « Confiance interpersonnelle et confiance institutionnelle dans la relation client entreprise de service – une application au secteur bancaire français », *Thèse de Doctorat en Sciences de Gestion*, Université Paris IX Dauphine.

Behr, P. et Güttler, A. (2007), « Credit risk assessment and relationship lending: an empirical analysis of German small and medium-sized enterprises », *Journal of Small Business Management*, vol. 45, no 2, p. 194-214.

Berger, A.N., et Udell, G.F. (1992), «Some Evidence on the Empirical Significance of Credit Rationing», *Journal of Political Economy*, 100(5), 1047–1077.

Berger, A.N., et Udell, G.F., (1995). «Relationship lending and lines of credit in small firm finance », *Journal of Business*, vol.68, pp.351-382.

Berger, A.N., et Udell, G.F., (1996), « Universal Banking and the Future of Small Business Lending », In *Universal Banking: Financial System Design Reconsidered*, Chicago, IL: Irwin, p. 558-627.

Berger, A.N., et Udell, G.F., (1998), « The economics of small business finance: the roles of private equity and debt markets in the financial growth cycle», *Journal of Banking and Finance*, vol. 22(6/8), pp.613-673.

Berger, A.N., et Udell, G.F. (2002), «Small business credit availability and relationship lending: The importance of bank organizational structure», *Economic Journal*, vol. 112, pp. 32-53.

Berger, A.N., et Udell, G.F (2006), «A more complete conceptual framework for SME finance », *Journal of Banking & Finance*, vol. 30 (11), pp. 2945-2966.

Berger, A. Demsetz, R. et Strahan, P. (1999), « The consolidation of the financial services industry: Causes, consequences, and implications for the future», *Journal of Banking and Finance*, Vol. 23(1), pp. 135-194.

Berger, A., Miller N., Petersen M., Rajan R., et Stein J. (2001), « Does Function Follow Organizational Form? Evidence from the Lending Practices of Large and Small Banks? », Kellogg School of Management, *Working Paper* n°288.

Berger, A. Miller, N. Petersen, M. Rajan, R. et Stein, J. (2005), «Does Function follow Organisational Form? Evidence from the Lending Practices of Large and Small Banks», *Journal of Financial Economics*, vol. 76, pp. 237-269.

Berger, A., Klapper, L. et Udell, G.F., (2001), «The Ability of Banks to Lend to Informationally Opaque Small Businesses», *Journal of Banking and Finance*, Vol. 25, pp. 2127–2167.

Berger, A.N., Rosen, R.J. et Udell, G.F., (2003), «Does Market Size Structure Affect

Competition? The Case of Small Business Lending. », Board of Governors of the Federal Reserve System Working Paper.

Berger, A.N, Rosen R, et Udell G.F., (2007), «Does market size structure affect competition? The case of small business lending», *Journal of Banking and Finance*, Vol. 31(1), pp.11–33

Berlin, M. (1996), «For better and for worse: Three lending relationships», *Business Review*, December, 3–12.

Bernheim, B.D. et Whinston, M.D. (1998), «Incomplete Contracts and Strategic Ambiguity», *American Economic Review*, vol. 88(4), pp. 902-32, September.

Berry, A., et Renny, R. (2006), «Overseas Bankers in the UK and their Use of Information for Making Lending Decisions: changes from 1985». *British Accounting Review*, Vol.38 (2). pp. 175-191.

Berry, A., et Robertson, J. (2006), «Overseas bankers in the UK and their use of information for making lending decisions: Changes from 1985», *The British Accounting Review*, Vol. 38, pp.175-191.

Bertaux, D. (1997), « Les récits de vie. Perspectives ethno-sociologiques », Nathan, Paris.

Bertrand, M., Schoar, A. et Thesmar, D. (2007), «Banking deregulation and industry structure: evidence from the French banking act of 1985», *Journal of Finance*, vol. 62, n° 2, pp. 597-628.

Bikourane, S., Lamarque, E. et Maque, I., (2008), « La Relation Banque-Entreprise : Etat des Lieux et Perspectives ». In: Lamarque Eric (coord.). *Le management de la banque : risques, relation client, organisation*. Paris: Pearson Education France, pp.111-131.

Binks, M., et Ennew, C., (1997), «The relationship between UK banks and their small business customers», *Small Business Economics*, Vol. 9, pp.167–178.

Blazy, R. et Weill, L. (2006), «Le rôle des garanties dans les prêts des banques françaises », *Revue d'Economie Politique*, vol.4, pp. 501-522.

Blumberg, B. et Letterie, W., (2008), « Business starters and credit rationing », *Small Business Economics*, Vol.30, pp. 187–200.

Bodenhorn, H., (2003), « Short term loans and long term relationships: relationship lending in early America », *Journal of Money, Credit and Banking*, vol. 35, p. 485-505

Bonnet, C. (2004), «Confiance et liens sociaux entre capital social-investisseurs et dirigeants d'entreprise : conséquence comportementales et influence sur la performance financière», *Thèse de Doctorat en Sciences de Gestion* sous la direction de Philippe Desbrières, Université de Bourgogne, Dijon, France.

Boissin, O. (1999), « La construction des actifs spécifiques : une analyse critique de la théorie des coûts de transaction », *Revue d'Économie Industrielle*, n° 90, p. 7-24.

Boltanski, L., et Thevenot L. (1991), « De la justification, les économies de la grandeur », Paris : NRF Essais, Gallimard.

Bolton, P. et Scharfstein, D. S. (1996), « Optimal debt structure and the number of creditors », *Journal of Political Economy*, Vol. 104, No. 1, pp. 1-25.

Bonaccorsi di Patti, E., et Gobbi, G. (2001), «The changing structure of local credit markets: Are small businesses special? », *Journal of Banking and Finance*, Vol. 25 (December), pp.2209-2237.

Boot, A. W. A., Greenbaum, S. I., et Thakor, A.V. (1993), « Reputation and discretion in financial contracting», *American Economic Review*, Vol. 83, pp. 1165–1183.

Boot, A., (2000), «Relationship banking: What do we know? », *Journal of Financial Intermediation*, Vol.9, pp. 7-25.

Bourdieu, P. (1980), «Le capital social, notes provisoires», *Actes de la recherche en sciences sociales*, Vol. 31, pp. 2-3.

Bourdieu, P. (1986), «The Forms of Capital», in Richardson, John G., ed., *Handbook of Theory and Research for the Sociology of Education*, New York: Greenwood.

Bourdieu, P. (1997) , « The forms of capital», in A.H. Halsey, H. Lauder, P. Brown et A.S. Wells (eds), *Education: Culture, Economy, Society*, Oxford: Oxford University Press.

Bourdieu, P. (2000), « L'inconscient d'école », *Actes de la recherche en sciences sociales*, Vol. 135, pp.3-5.

Bouzlama, G. et Nekhili M., (2006) « L'impact des fusions-acquisitions bancaires sur les accords de crédit aux PME, *Revue Française de Gestion*, n°163, p59-72.

Bouzlama, G. et Nekhili, M. (2007), « Restructurations bancaires, changements organisationnels et relation Banque-PME », *Revue des Sciences de Gestion*, n° 228, pp. 85-92.

Bradach, J., et Eccles. R. (1989), « Price, Authority, and Trust: From Ideal Types to Plural Forms," *Annual Review of Sociology*, Vol.15, pp.97-118. Bradach, J-L. et Eccles, R-G (1989), "

Brickley, J.A., James S. L et Clifford W. Smith, (2003), «Boundaries of the firm: Evidence from the banking industry», *Journal of Financial Economics*, Vol. 70, pp.351-383.

Brockner, J. et Siegel, P. (1996), «Understanding the interactions between procedural and distributive justice: The role of trust. In R.M», Kramer & T.R. Tyler (eds). *Trust in organization: Frontiers of theory and research*. 331-356. Thousand Oaks, CA: Sage.

Broecker, T. (1990), « Credit-Worthiness Tests and Interbank Competition», *Econometrica*, Vol. 58, pp.429-452.

Bromiley, P., et Harris, J. (2006), «Trust, transaction cost economics, and mechanism», In R.Bachmann & A. Zaheer(Eds.), *Handbook of Trust Research* (pp. 124-143). Cheltenham, UK - Northampton, MA, USA: Edward Elgar Publishing Limited.

Brousseau, E. (1996), « Contrats et comportements coopératifs : le cas des relations interentreprises », communication au séminaire du CREUSET, Saint-Etienne, 29 avril.

Brousseau, E., Geoffron, P. et Weinstein O. (1997), « Confiance, connaissances et relations interfirmes », in P. Guilhon B., Huard P., Orillard M., Zimmerman J.B., (eds), *Economie de la connaissance et Organisation ; Entreprises, territoires, réseaux*, L'Harmattan, Paris, pp. 402-433.

Brown, M. et Zehnder, C. (2007), «Credit Reporting, Relationship Banking, and Loan Repayment», *Journal of Money Credit and Banking*, Vol.39, pp.1883-1918.

Bruns, V., Holland, D., Shepherd, D., et Wiklund, J. (2008), «The Role of Human Capital in Loan Officers' Decision Policies», *Entrepreneurship Theory and Practice*, Vol. 32, No. 3, pp. 485-506.

Burt, R.S. (1992), «Structural Holes: the social structure of competition», Harvard University Press: Cambridge.

C

Caille, A. (1994), « Don, intérêt et désintéressement », La Découverte/MAUSS, Paris

Callon, M., (1998), « The Laws of the Markets», Blackwell publishers, Oxford.

Callon, M. et Muniesa, F., (2003) « Les marchés économiques comme dispositifs collectifs de calcul », *Réseaux*, vol. 21, n° 122, p. 189-234.

Candau, P. (1981), "Pour une taxonomie de l'hypofirme", *Revue d'Economie Industrielle*, n°16, p. 16-33.

Carpenter, M.A., Sanders, W.G., et Gregersen, H.B., (2001), « Bundling human capital with organizational context: the impact of international assignment experience on multinational firm performance and CEO pay», *Academy of Management Journal*, Vol.44, pp.493–511.

Carroll, G.R. et Teo, A.C. (1996), «On the Social Network of Managers», *Academy of Management Journal*. Vol.39 (3), pp. 421-440.

Chabaud, H.D. (2002), « Granovetter et la théorie des coûts de transaction : de la controverse à la fertilisation croisée ? », in Huault Isabelle éd., *La construction sociale de l'entreprise : autour des travaux de Mark Granovetter*, Colombelles, éditions EMS, pp. 155-177.

Chambost, I. (2007), « Contribution à l'analyse de la formation du jugement des analystes financiers sell-side », *Thèse de Doctorat en Sciences de Gestion*, soutenue à l'Université Paris-1X.

Chan, Y.S. et Thakor, A.V. (1987), «Collateral and competitive equilibria with moral hazard and private information», *Journal of Finance*, Vol.42, pp.345-363.

Chantelat, P. et Bénédicte V., (2002), « L'intermédiation du marché de l'occasion Échange marchand, confiance et interactions sociales », *Sociologie du travail*, Vol.44, n°3.

Charreaux, G. (1990). « La théorie des transactions informelles : une synthèse », *Économie et Sociétés, série Sciences de Gestion*, Vol. 15, pp. 137-161.

Charreaux, G., (1998), « Le rôle de la confiance dans les systèmes de gouvernance des entreprises », *Economies et Sociétés*, <http://www.u-bourgogne.fr/LEG/wp/0980501.pdf>.

Chase, W., et Simon, H. (1973), « Perception in Chess ». *Cognitive Psychology*, Vol.4, pp.55–81.

Chauvet, V., (2004), « Les Déterminants de la Performance des PME Technologiques. Une Analyse Basée sur l'Apprentissage Organisationnel et le Réseau Social du Dirigeant », *Thèse de doctorat*, Université Paul Cézanne- Aix Marseille III.

Choo, F., et Trotman, K.T. (1991), « The relationship Between Knowledge Structure and Judgments for Experienced and Inexperienced». *Accounting Review*, Vol.66(3), pp.464–485.

Chollet, B. (2005), « Le rôle du réseau personnel de l'ingénieur en R&D : le cas du secteur des micros et nanotechnologies », *Thèse de doctorat en Sciences de Gestion*, UPMF, Grenoble 2.

Chollet B., et Géraudel M., (2010), « Réseau personnel, personnalité du dirigeant de PME et accès aux informations sur les marchés », *Finance Contrôle Stratégie*, vol.13, n°2, p.5-32.

Coase, R.H. (1937), "The nature of the firm", *Economica*, n° 4, N.s., novembre, p. 386-405; traduction française "La nature de la firme", *Revue Française d'Economie*, (1987), n°1, p. 135-157, (Commentaires de X. Gillis, p. 157-161).

Cole, R. (1998), « The importance of relationships to the availability of credit », *Journal of Banking and Finance*, vol. 22, pp. 959-997.

Cole, R., Goldberg, L. et White, L. (1999), « Cookie-cutter vs. character: The microstructure of small business lending by large and small banks », In *Business Access to Capital and Credit* (eds. J. Blanton, A Williams, and S. Rhine), *Federal Reserve Research Conference*, pp. 362-389.

Cole, R., Goldberg L.G. et White L.J., (2004), « Cookie-cutter versus character: the micro structure of small business lending by large and small banks », *Journal of Financial and Quantitative Analysis*, vol. 39, p. 227–251.

Coleman, J.S. (1990), «Foundations of Social Theory», Cambridge, MA: *Havard University Press*.

Coleman, J.S. (1988), «Social capital in the creation of human capital», *American Journal of Sociology*, Vol. 9, pp.95-120.

Cook, L.D. (1999), «Trade Credit and Bank Finance: Financing Small Firms in Russia», *Journal of Business Venturing*, Vol.14, pp. 493-518.

Coriat, B. et Guennif, S. (1996), « Incertitude, confiance et institution ». In « *La confiance en question* », Conférence A.D.S.E., Aix en Provence, Mars 1996.

Coriat, B. et Guennif, S. (2000), « Incertitude, confiance et institution », Laufer R. et Orillard M., *La confiance en question*, 215-243, L'harmattan, Paris.

Cosh, A. et Hughes, A. (1994), «Size, financial structure and profitability: UK companies in the 80s», in Hughes, A. et Storey, D.J. (1994), *Finance and the small firm*, Routledge, London.

Cieply, S. (1997), « Spécificité financière des PME et nouvelles théories du financement », *Thèse de doctorat Lyon II Lumière*, (18/12/1997).

Cieply, S. et Dejardin, M.A.F.G., (2009), « Entrepreneurial Finance in France: The Persistent Role of Banks », *Research Paper ERS-2009-056-ORG*, Erasmus Research Institute of Management, (ERIM),

Comité de Bale sur le contrôle bancaire, (2006). «International convergence of capital measurement and capital standards: a revised framework », *Bank for International Settlements*.

Craig S. G. et Hardee P., (2007), « The impact of bank consolidation on small business credit availability », *Journal of Banking and Finance*, Vol. 31, pp. 1237-1263.

Cull, R., Davis, L.E., Lamoreaux, N.R. et Rosenthal, J.-L. (2006), « Historical financing of small and medium size enterprises », *Journal of Banking and Finance*, vol. 30, no 11, pp. 3017-3042.

Cummings, L. et Bromiley, P. (1996), “The organizational trust inventory (OTI): development and validation”, in Kramer R. et Tyler T. (eds), *Trust in organizations - Frontiers of theory and research*, Thousand Oaks (California), Sage Publications, p.1-15.

D

De Ketele, J.M. et Roegiers, X. (1993), « Méthodologie du recueil d'informations. Fondements des méthodes d'observation, les questionnaires d'interviews et d'études de documents », Bruxelles. De Boeck.

De la Torre, A., Martinez Peria, M.S. et Schmukler, S.L. (2010), « Bank Involvement with MEs: Beyond Relationship Lending », *Journal of Banking and Finance*, vol. 34, pp. 2280–2293.

De Meza, D. et Webb, D.C. (1987), «Too Much Investment: a Problem of Asymmetric Information», *The Quarterly Journal of Economics*, vol. 102(2), pp. 281-292.

Demers, C. (2003), « L'entretien, in Giordano Y ». (coord.), *Conduire un projet de recherche, une perspective qualitative*, Collombelles : EMS, pp. 174-210.

Deschenaux, F., (2007), « Guide d'introduction au logiciel QSR Nvivo 7 », *Les cahiers pédagogiques de l'association pour la recherche qualitative*, Bibliothèque nationale du Québec.

Deschenaux, F., Bourdon, S. avec la collaboration de Colette Baribeau (2005), « Introduction à l'analyse qualitative informatisée à l'aide du logiciel QSR Nvivo 2.0 », Trois-Rivières: Association pour la recherche qualitative. ISBN 2-9809005-0-8.

Dewatripont, M. et Maskin, E. (1995), «Credit and efficiency in centralized and decentralized economies», *Review of Economic Studies*, Vol. 62, pp. 541-555.

Diamond, D.W. (1984), «Financial Intermediation and Delegated Monitoring », i *Review of Economic Studies*, Vol. 51, pp. 393-414.

Diamond, D. (1991), «Monitoring and reputation: The choice between bank loans and privately placed debt», *Journal of Political Economic*, Vol. 99, 689–721.

Dietch, M. et Atisseyre, A. (2005), «Bâle II et les PME : Prospective sur les Conditions d'Accès au Crédit des PME », *Revue banque*, vol. 669.

Di Maggio, P., (1990), «Cultural aspects of economic action and organisation», In : Friedland, R., Robertson, A.F. (Ed.), *Beyond the marketplace, Rethinking economy and society*. Aldine de Gruyter, New York.

Di Maggio P. (1992), «Nadel's paradox revisited: relational and cultural aspects of organizational structure», in Eccles, R.G., Nohria, N., *Networks and Organizations Structure, form and action*, Boston: Harvard Business School Press.

Di Maggio, P. et Louch, H. (1998), « Socially Embedded Consumer Transactions: for what kinds of Purchases do People most often Use Networks». *American Sociological Review*, Vol. 63, pp. 619–637.

Dimov, D., Shepherd, D.A., (2005), « Human capital theory and venture capital firms: Exploring “home runs” and “strike outs” », *Journal of Business Venturing*, Vol.20, pp.1–2.

Doney, P.M., et Cannon J.P. (1997), «An Examination of the Nature of Trust in Buyer-Seller Relationships », *Journal of Marketing*, vol. 61, April, p 35-51.

Dubini, P. et Aldrich, H. (1991), « Personal and Extended Networks Are Central to the Entrepreneurial Process», *Journal of Business Venturing*, Vol. 6(5), pp. 305.

Duffner, S., Schmid, M. M., et Zimmermann, H. (2009), «Trust and success in venture capital financing-An empirical analysis with German survey data. *Kyklos*», Vol.62(1), pp.15–43.

Dupuy, J-p. (1989), «Convention et commun knowledge », *Revue économique*, n°2, p. 361-400.

E

Eber, N. (1996), « Relations de crédit de long terme et structure des marchés bancaires

locaux », *Revue Economique*, vol. 47, n° 3, p. 755-764.

Eber, N. (1999), « Les Relations de Long Terme Banque-Entreprise », Paris, Vuibert.

Eber, N. (2001), « Les relations bancaires de long terme : Une revue de la littérature », *Revue d'Economie Politique*, Vol. 111, N°2, pp. 195-246.

Eisenhardt, K. M. (1989), «Building theories from case study research», *Academy of Management Review*, Vol.14 (4), pp. 532-50.

Elsas, R. (2005), «Empirical Determinants of Relationship Lending », *Journal of Financial Intermediation*, Vol.14, pp.32-57.

Elsas, R., Krahnert, J.P. (1998), «Is relationship lending special? Evidence from credit-file data in Germany », *Journal of Banking and Finance*, Vol. 22, pp. 1283-1316.

Elyasiani, E. et Goldberg, L. G. (2004), «Relationship Lending: a Survey of the Literature», *Journal of Economics and Business*, Vol. 56, pp. 315-330.

Emibrayer, M. et Goodwin, J. (1994), «Network analysis and the problem of agency», *American Journal of Sociology*, Vol.99 (6), p. 1411-1454.

Espeland, W. et Stevens, M.L. (1998), «Commensuration as a Social Process», *Annual Review of Sociology*, Vol. 24, pp.313-343.

Evrard Y., Pras B. et Roux E. (2003), « Market : études et recherches en marketing », Dunod, 672p.

F

Fabi, B., Garand, D., et Petersen, N., (1993), "La gestion des ressources humaines en PME : proposition d'un modèle de contingence", *communication au Congrès Francophone de la PME*, Carthage, Vol. 28-30, p. 216-229.

Fama, E.F. et Jensen, M.C. (1983), « Agency Problems and Residual Claims», *Journal of Law and Economics*, Vol. 26, no. 2, pp. 327-349.

Feakins, M. (2004), « Commercial bank lending to SMEs in Poland », *Small Business Economics*, vol. 23, no 1, p. 51-70.

Fenneteau, H., et Guibert N., (1997), «Trust In Buyer-Seller Relationships: Towards A Dynamic Classification Of The Antecedents», *Actes Du Congrès Du Groupe IMP*, Lyon, p. 217-247.

Ferrary, M. (1999), « Confiance et accumulation de capital social dans la régulation des activités de crédit», *Revue Française de Sociologie*, Vol XL-3, pp. 559-586.

Ferrary, M. (2003), « Trust and Social Capital in the Regulation of Lending Activities », *Journal of Socioeconomics*, Vol. 31, pp. 673-699.

Ferrary, M. et Pesqueux Y. (2004), « L'organisation en réseau. Mythes et réalités », Paris,

Presses Universitaires de France.

Fligstein, N. (1990), «The transformation of corporate control», Cambridge, Mass: *Harvard University Press*.

Foliard, S. (2008), «Le financement bancaire des créateurs de très petites entreprises», *Thèse pour le Doctorat en Sciences de Gestion*, Lyon.

Foliard, S. (2010), «L'envie de financer un créateur néophyte », *Revue française de gestion*, Vol.6, n°205, p.192.

Fontana, A. et Frey, F. (2000), «The Interview: From Structured Questions to Negotiated Text», pp. 645–672 in *Handbook of Qualitative Research*, 2nd ed., edited by N. Denzin and Y. Lincoln. Thousand Oaks, CA: Sage.

Frisou, J. (2000), «Confiance interpersonnelle et engagement: une réorientation behaviouriste », *Recherche et Applications en Marketing*, vol. 15, n° 1, p.63-80.

Froehlicher T. (1999), « La dynamique de l'organisation relationnelle : conventions et réseaux sociaux au regard de l'enchevêtrement des modes de coordination, GREFIGE, Université Nancy 2, Cahier de recherche n°1999-07.

Fukuyama, F. (1995), « Trust: Social Virtues and the Creation of Prosperity», NY: *Free Press*.

G

Gabrielli, D. (2007), « L'accès des PME aux financements bancaires », *Bulletin de la Banque de France*, n°165, septembre, pp. 188-226.

Gambetta, D. (2000), «Can we trust trust», *Trust Making and Breaking Cooperative Relations*, chapter13p:213–237.

Gardes, N. et Machat, M., (2011), « L'enjeu du financement relationnel dans l'appréciation du risque de défaillance de la PME » *Revue du Financier*, mai-juin, n°189.

Garcia, M.F., (1986), « La construction sociale d'un marché parfait : le marché au cadran de Fontaine-en-Sologne », *Actes de la Recherche en Sciences Sociales*, n° 65.

Géraudel, M. (2008), « Réseau personnel du dirigeant de PME et accès aux ressources : Le rôle modérateur de la personnalité », *Thèse du doctorat en Sciences de Gestion*, Université de Savoie, Institut de Recherche en Gestion et en Economie.

Gervais, M. (1978), "Pour une théorie de l'organisation-PME", *Revue Française de Gestion*, n°15, p. 37-48.

Geyskens, I., Steenkamp, J.E.M et Kumar, N. (1998), "Generalizations About Trust in Marketing Channel Relationships Using Meta-analysis," *International Journal of Research in Marketing*, Vol. 15 (3), pp.223-48.

Glais, M. (1992), « Les stratégies concurrentielles des firmes », éd. Litec.

Glaser, B., et Strauss, A., (1967), «The Discovery of Grounded Theory. Aldine Publishing Company», Hawthorne, NY.

Giddens, A. (1990), «The Consequences of Modernity», Cambridge: Polity.

Golitin V., « Le financement des PME et la réforme de Bâle II », *numéro spécial "Petites et Moyennes Entreprises" du Bulletin mensuel de la Banque de France*, n° 165, septembre 2007.

Gomez P.Y., (1995), « Des règles du jeu pour une modélisation conventionnaliste », *Revue Française d'Economie*, Eté, Oct.

Granovetter, M. (1973), «The Strength of Weak Ties», *American Journal of Sociology*, Vol.78 (6), pp. 1360-1380.

Granovetter, M. (1974), «Getting a Job. A Study on Contacts and Career», Chicago, *The University of Chicago Press* (1995).

Granovetter, M. (1985), «Economic Action and Social Structure: The Problem of Embeddedness», *American Journal of Sociology*, vol. 91, pp. 481–510.

Granovetter, M. (1990), «Interview», in Swedberg R. (Ed.), *Economics and Sociology: Redefining their Boundaries*, p. 96-114, Princeton, Princeton University Press.

Granovetter, M. (1990b), «The Old and the New Economic Sociology: A History and a Agenda», in Friedland R. et A.F. Richardson (Eds.), *Beyond the Marketplace: Rethinking Economy and Society*, p. 89-112, New York, Aldine de Gruyter.

Granovetter, M. et Swedberg, R. (1992), «The Sociology of Economic Life», Boulder et a.: *Westview Press*.

Granovetter, M. (1993), «The Nature of Economic Relationships», in Swedberg R. (Ed.), *Explorations in Economic Sociology*, p. 3-41, New York, Russell Sage Press.

Granovetter, M. (1994), «Business groups», In N.J. Smelser et R. Swedberg (eds.) *Handbook of Economic Sociology*: 453-475. Princeton NJ: *Princeton University Press*.

Granovetter, M. (1995), «La Notion d'Embeddedness», in Jacob & Vérin (éds.), *L'inscription sociale du marché*, L'Harmattan, Paris, pp. 11-21.

Granovetter, M. (2000), «Introduction pour le lecteur français», in : *Le marché autrement*, Paris : Sociologie économique, Desclée De Brouwer.

Granovetter, M. (2002), «A Theoretical Agenda for Economic Sociology», in M. F. Guillén, R. Collins, P. England, et M. Meyer M (eds.), *The New Economic Sociology. Developments in an emerging field*, New York, Russell Sage Foundation, pp. 35-60.

Granovetter, M., (2006), «L'influence de la structure sociale sur les activités économiques», *Sociologies Pratiques*, N°13, p. 9-36.

Green, G-P., Kwong, T.M. et Tigges, L.M (1995), « Embeddedness and Capital Markets: Bank Financing of Businesses », *Journal of Socio-Economic*, Vol.3, pp.127-147.

Geertz, C. (1962), «The rotating credit association: A “middle rung” in *development*. *Economic Development and Cultural Change*, Vol.10, pp.241-263.

Grossetti, M., Barthe J-F. et Beslay C. (2006), « La mobilisation des relations sociales dans les processus de création d'entreprises. Aperçus à partir d'une enquête en cours ». *Sociologies Pratiques*, Vol.13, pp.47-59.

Guigou, J.D. et Vilanova L. (1999), « Les vertus du financement bancaire : fondements et limites », *Finance Contrôle Stratégie*, vol. 2, n° 2, juin, pp. 97-133.

Gulati R., (1995), «Does Familiarity Breeds Trust? The Implications of Repeated Ties for Contractual Choices in Alliances », *Academy of Management Journal*, p. 85-112.

Gulati R., (1998), « Alliances and networks », *Strategic Management Journal*, vol. 19, n° 4, p. 293-317.

Guseva, A. et Rona-Tas, K. (2001), «Uncertainty, Risk, and Trust: Russian and American Credit Card Markets», *American Sociological Review*, Vol.66, pp. 623–46.

H

Håkansson H., et Snehota, I., (1990), « No business is an island: the network concept of business strategy », *Scandinavian Journal of Management*, vol. 4, n° 3, p. 187-200.

Håkansson, H. et Snehota, I. (1995), «Developing Relationships in Business Networks», *London: Routledge*.

Han, L, Fraser, S. et Storey, D. (2009), « Are good or bad borrowers discouraged from applying for loans? Evidence from US small business credit markets », *Journal of Banking & Finance*, vol. 33, pp. 415–424.

Harhoff, D. et Körting, T. (1998), « Lending Relationships in Germany: Empirical Results from Survey Data », *Journal of Banking and Finance*, Vol. 22, pp. 1317–1353.

Hansen, M., (1998), «Combining network centrality and related knowledge: Explaining effective knowledge sharing in multiunit firms», *Working paper*, Harvard Business School, Boston.

Hansen M., (1999), « The search-transfer problem: the role of weak ties in sharing knowledge across organization subunits », *Administration Science Quarterly*, vol. 44, p. 82-111.

HASSOUN, J-P, (2000), « Trois interactions hétérodoxes sur les marchés à la criée du Matif. Rationalité locale et rationalité globale. », *Politix*, vol. 52, 99-119.

Hauswald, R. et Marquez, R., (2006), «Competition and Strategic Information Acquisition in Credit Markets», *Review of Financial Studies*, Vol. 19, pp. 967-1000.

Hernandez-Canovas, G., et Martinez-Solano, P. (2010), «Relationship Lending and SME Financing in the Continental European Bank-based System», *Small Business Economics*, Vol. 36, pp. 465-482.

Hertz, L. (1982), «In search of a small business definition ; an exploration of the small-business definitions of U.S, the U.K., Israël and the People's Republic of China», Washington, University Press of America, 454p.

Höhmann, H.-H. & Malieva, E. (2005). The concept of trust: Some notes on definitions, forms and sources. In H.-H. Höhmann & F. Welter (Eds), *Trust and entrepreneurship: A West-East perspective* (pp. 7–23). Cheltenham: Edward Elgar.

Howorth, C. et Moro, A. (2006), «Trust within Entrepreneur Bank Relationships: Insights from Italy», *Entrepreneurship, Theory and Practice*, Vol. 23, p. 495-517.

Howorth, C. et Moro, A. (2012), «Trustworthiness and interest rates: an empirical study of Italian SMEs», *Small Business Economics*, vol. 39 issue 1. p. 161 – 177.

Huault, I., (1998), « Embeddedness et théorie de l'entreprise, autour des travaux de Mark Granovetter, Enquête de théories », *Annales des Mines*.

Huberman A. M. et Miles, M.B., (2003), « Analyse des données qualitatives », (2ème éd.), Bruxelles, Éditions De Boeck.

Hudson, L. A. et Ozanne, J. L. (1988), “Alternative Ways of Seeking Knowledge in Consumer Research”, *Journal of Consumer Research*, Vol.14(4), pp.508-521.

Hughes, P., Bellamy, J. et Black, A. (2000), «Building social trust through education», in I.Winter (ed.) *Social Capital and Public Policy in Australia*, Australian Institute of Family Studies, Melbourne, pp. 225-249.

Hyytinen A. et Pajarinen M., (2007), « Is cost debt capital higher for young firms? », *Scottish Journal of Political Economy*, vol. 54, p.55-71.

Hyytinen, A., Pajarinen, M., (2008). «Opacity of young businesses: evidence from rating disagreements», *Journal of Banking and Finance* 32, 1234–1241.

Hyytinen, A. et Väänänen, L. (2006), «Where Do Financial Constraints Originate from? An Empirical Analysis of Adverse Selection and Moral Hazard in Capital Markets», *Small Business Economics*, vol. 27(4), pp. 323-348.

Hwan, S.G., et Kolari, J.W. (2004), «Do Some Lenders Have Information Advantages? Evidences from Japanese Credit Market Data», *Journal of Banking and Finance*, Vol.28, pp.2331-2351.

I

Inderst, R. et Mueller, H.R., (2007), « A lender-based theory of collateral », *Journal of Financial Economics*, vol. 84, no 3, p. 826-859.

J

Jackson, T.H. et Kronman, A.T., (1979), «Secured financing and priorities among creditors», *The Yale Law Journal*, Vol. 88, pp.1143-1182.

James, C. (1987), «Some evidence on the uniqueness of bank loans», *Journal of Financial Economics*, Vol. 19, pp. 217–235.

Jensen M. et Meckling W. (1992), «Specific and General Knowledge, and Organizational Structure», in L. Werin et H. Wijkander (Éds.), *Contract Economics*, Blackwell, p. 251-274.

Jiménez G., Salas V. et Saurina J., (2006), «Determinants of collateral », *Journal of Financial Economics*, Vol. 81(2), pp. 255-282.

Joffre P., (1998), « De nouvelles formes d'organisation pour l'entreprise, de l'entreprise aux réseaux marchands », *Les Cahiers Français*, n° 287.

Johannisson, B. (1986), « Network strategies: management technology for entrepreneurship and change», *International Small Business Journal*, Vol. 5(1), pp. 19-30.

Johannisson, B., Alexanderson, K.N. et Senneseth, K. (1994), « Beyond anarchy and organisation: entrepreneurs in contextual networks», *Entrepreneurship and Regional Development*, Vol. 6, pp. 329-356.

Johnson, C.A. (2007), « Social Capital and the Search for Information: Examining the Role of Social Capital in Information Seeking Behavior in Mongolia», *Journal of the American Society for Information Science and Technology*, Vol.58, no. 6, pp. 883-94.

Julien, P.A. (edited), (1994), «Les PME, bilan et perspectives», *Economica*, Paris.

Julien, P.A. et Marchesnay, M. (1988), «La petite entreprise», Paris, Editions Vuibert, 288p.

Julien, P.A. (1996), «Entrepreneuriat, développement du territoire et appropriation de l'information », *Revue internationale PME*, vol. 9, n° 3-4, pp. 149-178.

Julien, P.A., Lahance, R., et Morin, M. (2004), «Signaux forts et signaux faibles: une enquête sur les liens réticulaires dans les PME dynamiques», *Géographie, économie et société*, vol. 6, n°2, p. 179-202.

K

Karpik, L., (1989), « L'économie de la qualité », *Revue Française de Sociologie*, pp. 187–210.

Kaufmann, J.-C. (1996), «L'entretien compréhensif», Paris: Nathan.

Keeton, W. (1979), « Equilibrium Credit Rationing, Garland Press», New York.

Kerlinger, F.N. (1973), «Foundations of Behavioral Research», 2nd edition. Holt, Rinehart and Winston.

Kuhn, T.S. (1970), "The structure of scientific revolutions", *Chicago University Press*.

Kirman, A., (2001), «Market Organization and Individual Behavior: Evidence from Fish Markets», in Rauch J.E. et Casella A. (Eds), *Networks and Markets*, p. 155-195, New York, Russell Sage Foundation.

Kœnig, G., (2004), « Management stratégique ; projets, interactions et contextes », Dunod, Paris.

Kon, Y. et Storey, D.J., (2003), «A Theory of Discouraged Borrowers», *Small Business Economics*, vol. 21(1), pp. 37-49.

Kreps, D.M. (1990), « Corporate culture and economic theory», in Alt J. et Shepsle K. (eds), *Perspective on positive political economy*, Cambridge University Press, Cambridge.

Krieger, E. (2001), « L'influence respective de la confiance et des approches instrumentales dans l'évaluation des nouvelles entreprises: une application aux professionnels du capital-investissement », *Thèse de Sciences de Gestion*, Université Paris IX Dauphine (312 pages).

Krippner, G. (2001), «The Elusive Market: Embeddedness and the Paradigm of Economic Sociology», *Theory and Society*, Vol. 30, pp. 775-810.

L

Lamarque, E. (2002), « Pour une Approche Organisationnelle de la Relation Banque-Entreprise », *Revue Sciences de Gestion*, n° 34.

Lambin, J.-J. (1990), *La recherche marketing*, Paris : McGraw-Hill.

Le Moigne J.L. (1990), «Épistémologies constructivistes et sciences de l'organisation », in A.C. Martinet (Coord.) *Épistémologies et sciences de gestion*, *Économica*, chapitre 3, p. 81-141.

Le Moigne, J-L. (1995), « Les épistémologies constructivistes », Paris: Presses Universitaires de France, p.70-78.

Le, N. et Nguyen, T. (2009), « The Impact of Networking on Bank Financing: The Case of Small and Medium-Sized Enterprises in Vietnam », *Entrepreneurship Theory and Practice*, Vol. 33, Issue 4, pp. 867-887.

Le Velly, R. (2004), « Sociologie du marché. Le commerce équitable : des échanges marchands contre le marché », *Thèse pour le doctorat de sociologie*, Université de Nantes, Nantes.

Leclerc, Y. (1990), « De la sous-traitance au partenariat : le Japon, "modèle" de référence ? », communication au colloque TETRA sur le thème "La PME : objet de recherche pertinent ?", Lyon.

Lehmann, E. et Neuberger, D. (2002), «Do lending relationships matter? Evidence from bank survey data in Germany», *Journal of Economic Behavior and Organization*, vol. 45, pp. 339-359.

Lemel, Y. and Paradeise, C., (1976), « La sociabilité », Paris: INSEE.

Lepley, B. (2002), "Le conflit est-il possible dans les PME ?", *Problèmes Economiques*, n° 2742, p.13-16.

Levenson, A. R. et Willard, K.L. (2000), «Do Firms Get the Financing They Want? Measuring Credit Rationing Experienced by Small Businesses in the US», *Small Business Economics*, vol. 14(2), pp. 83–94.

M

Macaulay, S. (1963), «Non contractual relations in business: a preliminary study», *American Sociological Review*, vol.45, pp. 151- 175.

Machauer, A. et Weber, M. (1998), «Bank Behaviour based on Internal Credit Ratings of Borrowers », in: *Journal of Banking and Finance*, Vol. 22, pp. 1355– 1383.

Macneil, I-R. (1978), «Contracts: Adjustment of Long-Term Economic Relations under Classical, Neoclassical and Relational Contract Law», *Northwestern University Law Review*, vol.72, n°6, pp. 854-905

Mahe De Boislandelle H. (1994), « Esquisse d'une théorie de la GRH en PME », *Actes du 5e Congrès de l'AGRH*, Montpellier, pp. 259-269.

Mahérault L., (2005), « Étude sur les conditions de financement de l'innovation dans les Petites et Toutes Petites Entreprises du Grand Lyon », *Rapport de l'agglomération du Grand Lyon*, 2005.

Mann, R.J., (1997), «Explaining the pattern of secured debt», *Harvard Law Review*, vol. 110, pp. 625-683.

Manchon, E. (2001), « Analyse bancaire de l'entreprise », 5° Édition, Paris : Economica, 541p.

Mangematin, V. (1999), «La confiance: un mode de coordination dont l'utilisation dépend de ses conditions de production», dans la confiance : approche économique et sociologiques, coord. par Thuderoz C., Mangematin V. et Harrisson D., Gaëtan Morin Europe, Boucherville (Québec).

Maque, I. (2007), « Les relations bancaires d'une entreprise : fonctionnement et organisation : Une application à la PME », *Thèse de Doctorat*, Université Montesquieu, Bordeaux 4.

Marchesnay, M. (a). (1982), «Pour un modèle d'hypofirme», in *Entreprise et organisation*, mélanges en l'honneur du professeur Aubert-Krier, Paris, Editions Economica, p.71-91.

Marchesnay, M. (1991), "La PME : une gestion spécifique ?", *Economie Rurale*, n°206, p.11-17.

Mayer, C. (1988), «New issues in corporate finance», *European Economic Review*, Vol. 32, pp. 1167–1183.

Mayer, R. C., Davis, J. H., et Schoorman, F. D. (1995), «An integrative model of organizational trust», *Academy of Management Review*, Vol.20, pp.709 –734.

Mbengue, A., et Vandangeon Derumez, I., (1999), « Positions épistémologiques et outils de recherche en management stratégique, Actes de la 7ème Conférence Internationale de l'A.I.M.S., Paris 1999.

Mc Allister, D.J (1995), «Affect and Cognition Based Trust as Foundation for Interpersonnal Cooperation in Organizations», *Academy of Management Journal*, Vol 38, pp. 24 – 59.

Mercklé, P. (2004), « La sociologie des réseaux sociaux ». La Découvertes & Syros: Paris.

Mian, A. (2006), «Distance Constraints: The Limits of Foreign Lending in Poor Economies», *Journal of Finance*, Vol. 6, pp. 1465-1505.

Michun, S. (1994), "Phénomènes de proximité et petite entreprise", 39ème Conférence Mondiale de l'ICSB, 27 juin, Strasbourg, p. 227-235.

Miles, M. B., et Huberman, M. A. (2003), «Analyse des données qualitatives», (2eéd.). Paris De Boeck.

Miller, M. (1995), « The Role of Social Relationships in Financial Intermediation: Empirical Evidence from the United States Small-Business Credit-Market », Thèse de doctorat, Université de Californie-Berkley.

Mintzberg, H., (1973), «The Nature of Managerial Work », New York, NY: Harper & Row.

Mintzberg, H. (1989), « Mintzberg on management», New York, The Free Press.

Mintzberg, (1996), « Managing government, governing management», *Harvard Business Review*, pp. 75-83.

Misztal, B. (1996), «Trust», Cambridge: Polity Press.

Mizruchi, M., Han.S.H., et Dordick, G.A. (1995), « Flux de ressources et réseaux interorganisationnels: Prêts bancaires et représentation au conseil d'administration », *Revue Française de Sociologie*, vol. 36, n° 4, p. 655-684.

Mizruchi, M. et Stearns, L. (2001), «Getting Deals Done: The use of Social Networks in Bank Decision-Making». *American Sociological Review*, Vol. 66, pp. 647–671.

Moles, A., et Rohmer, E. (1972), «Psychologie de l'espace, Paris», Casterman.

Moles, A., (1976), « Micropsychologie et vie quotidienne », Editions Denoël/Gonthier, Paris, 112p.

Morin, E. (1990), « Introduction à la pensée complexe », Paris : ESF Éditeur.

Morgan, R.M. et Hunt, S.D. (1994), « The Commitment-Trust Theory of Relationship Marketing », *Journal of Marketing*, Vol. 58, n°3, pp. 20-38.

Morgan, M., Rime, B. et Strahan, P.E. (2004), « Bank integration and state business volatility », *Quarterly Journal of Economic*, Vol. 119, pp. 1555-85.

Moro, A. et Fink, M. (2013), «Loan managers' trust and credit access for SMEs», *Journal of Banking and Finance*, Vol.37, pp. 927-936.

Mucchielli A. (2004), « Dictionnaire des méthodes qualitatives en sciences humaines et sociales ». 2ème édition, Armand Colin.

N

Nascica, E. et Dufour, D. (2007), « Incertitude, rationalité et confiance dans les choix d'investissement : une analyse de la relation entre marchés financiers et capital-risque ». *Revue d'Economie Industrielle*, n ° 119. Septembre 2007. pp. 103-124.

Nahapiet, J. et Ghoshal, S. (1998), «Social Capital, Intellectual Capital, and the Organizational Advantage», *Academy of Management Review*, Vol.23 (2), pp.242-266.

Nakamura, L.I. (1994), « Small Borrowers and the Survival of the Small Bank: Is Mouse Bank Mighty or Mickey? », Federal Reserve Bank of Philadelphia, *Business Review* (November–December), pp. 3–15.

Nakamura, J-L. (1999), « la Relation Banque-PME », *Revue d'économie financière*, n°54, Vol 4.

Negura, L., (2006), «L'analyse de contenu dans l'étude des représentations sociales», *Sociologies*, Vol.1(1), pp.1-16.

Nekhili, M. et Derbel, M. (2007), « L'Importance des Variables Structurelles et Comportementales dans la Décision d'Accord de Crédit aux PME », *Revue internationale P.M.E.*, Vol. 20, N°. 3-4, pp. 191-218.

Neuberger, D. et Rathke, S. (2009), «Microenterprises and multiple bank relationships: the case of professionals», *Small Business Economics*, Vol. 32 No. 2, pp. 207-29.

Nguyen, V.T., Le, N.T.B., et Freeman, N.J. (2006), « Trust and uncertainty: A study of bank lending to private SMEs in Vietnam », *Asia Pacific Business Review*, Vol.12 (4), pp. 547–568.

Nooteboom, B., Berger, H., et Noorderhaven, N.G. (1997), «Effects of trust and governance on relational risk», *The Academy of Management Review*, Vol. 40(8), pp.308-338.

North-Douglass, C. (1990), «Institutions, Institutional Change, and Economic Performance», New York: Cambridge University Press.

O

Observatoire européen des PME (2003), «Les PME en Europe en 2003 » ; N°7.

Observatoire européen des PME (2003), « L'Accès au Financement Pour les PME » ; N°2.

Ochi, F., (2008), « La confiance et ses fondements interpersonnels : Réalité de la relation banque tunisienne-client », *Thèse de doctorat en Sciences de gestion*, Université Paris Est.

O'Donnell, A. Gimore, A., Gummins, D. et Carson, D. (2001), «The network construct in entrepreneurship research: a review and critique», *Management Decision*, Vol. 39(9), pp. 749-760.

OECD (2009), « L'impact de la crise mondiale sur le financement des PME et de l'entrepreneuriat et les réponses en termes d'actions des pouvoirs publics »

Ogien, A. et Quere, L. (2006), «Les Moments de Confiance, Connaissances, Affects et Engagements», *ECONOMICA*.

Ogura, Y., and Uchida, H., (2007), «Bank Consolidation and Soft Information Acquisition in Small Business Lending», *RIETI Discussion Paper Series 07E037*.

Ongena, S. et Smith, D. (2000), «What determines the number of bank relationships? Cross-country evidence», *Journal of Financial Intermediation*, Vol. 9, pp. 26-56.

Ongena, S., et D.C. Smith, (2001), «The duration of bank relationships», *Journal of Financial Economics*, Vol. 61, pp.449-475.

Orléan, A. (1994), « Analyse des phénomènes d'influence ; de la psychologie sociale et cognitive à l'économie financière », *Revue économique*, n°3, p ; 652-672.

Orléan, A. (2000), «La théorie de la confiance et ses limites», *Cahiers de socio-économie*, L'Harmattan, p59-77.

Orléan, A., (2002), «Pour une Nouvelle Approche des Interactions Financières : L'Economie des Conventions Face à la Sociologie Economique», in I. Huault (dir.), *La construction sociale de l'entreprise. Autour des travaux de Mark Granovetter*, Colombelles, Ed. Ems Management & Société, pp. 205-227.

Osteryoung, J.S., Newman, D.L. et Davies, L.G., (2001), « Small firm finance: an entrepreneurial analysis», South-Western, Thomson Learning.

P

Pallas, V. (2000), « Confiance et procédures : un essai d'approche méthodologique appliqué à la relation banque-entreprise », sous la direction de Yves Dupuy et Daniel Barbe, à l'Université Montpellier II.

Panetta, F., Angelini P., Albertazzi U., Columba F., Cornacchia W., Di Cesare A.,

Pilati A., Salleo C. et Santini G. (2009), «Financial Sector Pro-Cyclicality: Lessons from the Crisis», Bank of Italy Occasional Papers No. 44 .

Pantin, F. (2005), « La conduite du processus d'internationalisation par l'équipe dirigeante : entre compétences stratégiques et compétences opérationnelles », XIVème conférence de l'AIMS, Pays De La Loire, Angers.

Paillé, P. (1996 [2004 et 2009]), « Qualitative (analyse) », dans MUCCHIELLI A. (dir.), Dictionnaire des méthodes qualitatives en sciences humaines et sociales, Paris, Éditions Armand Colin, pp. 180-182.

Patton, M.Q. (2002), «Qualitative Evaluation and Evaluation Methods», 3rd edition, Thousand Oaks CA: Sage.

Paturel, R., Richomme, K., et De Freyman J. (2005), «Du capital social au management relationnel, XIVème Conférence de l'Association Internationale de Management Stratégique (AIMS), Angers.

Peek, J., et Rosengren, E.S., (1998), «Japanese banking problems: Implications for Southeast Asia», *Federal Reserve Bank of Boston Working Paper* No. 98-7.

Perret, V., et Séville, M. (2003), «Fondements épistémologiques de la recherche », in Thiétart, RA. (Dir.), *Méthodes de recherche en management*, Paris: Dunod, pp. 13-33.

Petersen, M.A. et Rajan. R-G. (1994), «The Benefits of Lending Relationships: Evidence from Small Business Data». *Journal of Finance*, Vol. 49, pp. 3–37.

Petersen, M.A. et Rajan. R-G. (1995), «The Effect of Credit Market Competition on Lending Relationships». *Quarterly Journal of Economy*, Vol. 110, pp. 407–443.

Petersen, M.A. et Rajan. R-G. (2002), «Does Distance Still Matter: The Information Revolution in Small Business Lending». *Journal of Finance*, 57 2533–2570.

Petersen, M.A., (2004), « Information: Hard and soft », Mimeo, Kellogg School of Management, North western University.

Ponthieux, S. (2006), « Le capital social », *La Découverte*, coll. « Repères », 121 p.

Plociniczak, S. (2003), « La Construction Sociale du Marché de Très Petites Entreprises. Des Réseaux Sociaux ou Capital Social Local des Entrepreneurs : l'Exemple de l'Arrondissement Lensois », *Revue d'économie régionale et urbaine*, n°3.

Plociniczak, S. (2008), « L'encastrement social des marchés : éléments théoriques et empiriques pour une analyse en termes de réseaux relationnels», *Thèse de doctorat : Sciences économiques : Paris 13*.

Podolny, J.M. (1994), « Market uncertainty and the social character of economic exchange», *Administrative Science Quarterly*, Vol.39, pp.458-483.

Portes, A. (1998), «Social Capital: Its Origins and Applications in Modern Sociology»,

Annual Review of Sociology, Vol. 24(1), pp. 1-24.

Porter M., (1997), « L'avantage concurrentiel », Dunod, Paris.

Portes, A. et Sensenbrenner, J. (1993), «Embeddedness and Immigration: Notes on the Social Determinants of Economic Action», *American Journal of Sociology*, Vol. 98, pp.1320–50.

Powell, W., (1987), « Hybrid organizational arrangement: new form of transitional development », *California Management Review*, vol. 30, p. 67-87.

Prinz, E., (2010), «Les effets des liens personnels interconseils sur la performance de l'entreprise : une analyse comparée entre France et Allemagne », *Thèse de Doctorat en Sciences de Gestion*, Université de Bourgogne.

Psillaki, M. (1995), « Rationnement du crédit et PME », *Revue Internationale PME*, vol. 8, pp. 67-90.

Putnam, R. (1993), «Making Democracy Work: Civic Tradition in Modern Italy», Princeton University Press. Princeton.

Putnam R. (1995), «Bowling alone: America's declining social capital», *Journal of Democracy*, Vol. 6(1), pp.65-78.

Q

Quivy R. et Van Campenhoudt, L. (2006), « Manuel de recherche en sciences sociales », Paris, Éditions Dunod.

R

Rajan, R., (1992), « Insiders and Outsiders: The Choice between Informed and Arm's-Length Debt », *Journal of Finance*, Vol. 47, pp. 1367-1400.

Rauch, J.H, et Hendrickson, J.M. (2004), «Does bank consolidation hurt the small business borrower? », *Small Business Economic*, Vol.23 (3), pp.219–26.

Rempel, JK, Holmes, JG, et Zanna, M-P. (1985), «Trust in close relationships», *Journal of Perspective Sociology and Psychology*, Vol.49 (1), pp. 95 – 112.

Rivaud-Danset, D. (1991), « la relation banque-entreprise : une approche comparée », *Revue d'économie financière*, n°16, pp.105-118.

Rivaud-Danset, D. (1995), « Le Rationnement du Crédit et l'Incertitude », *Revue d'économie politique*, Vol.105(2), pp. 223-247.

Rivaud-Danset D. (1996), «Les contrats de crédit dans une relation de long terme De la main invisible a la poignée de main», *Revue économique*, Vol. 47, n°4, pp. 937-962.

Rivaud-Danset, D. et Salais, R. (1992), « Les Conventions de Financement : Premières Approches Théoriques et Empiriques », *Revue Française d'économie*, Vol VII.

Romelaer, P. (1996), « Rôles des dirigeants et structure de l'entreprise », *Revue Française de Gestion*. n° 111, pp.65-75.

Romelaer, P. (1999), « L'entretien semi – directif centré », Miméo.

Rotter, J. B. (1967). « A new scale for the measurement of interpersonal trust», *Journal of Personality*, Vol.35, pp.651– 665.

Rouleau, L. (2003), « La méthode biographique », in Giordano, Y. (Coord.), *Conduire un projet de recherche. Une perspective qualitative*, Editions EMS, Chapitre 4, p.133-171, 2003.

S

Saieilles, S. (2007), « l'entrepreneur néo rural et son réseau personnel : une étude exploratoire », *thèse de doctorat en Sciences de Gestion*, Université de Montpellier 1.

Sanner, L. (1997), «Trust between entrepreneurs and external actors. Sensemaking in organizing new business ventures», Doctoral thesis N°67, Uppsala University.

Saparito, A., Chen, C., et Sapienza, H. (2004), « The role of relational trust in bank-small firm relationships », *Academy of Management Journal*, Vol. 47, No. 3, 400–410.

Sausbesty-Vallier, C. (2006), « Quels apports du codage de données qualitatives? Analyse et propositions à partir du codage de données relatives aux processus de développement des coopérations en management de projet. XVème Conférence Internationale de Management Stratégique: Genève, 13-16 juin.

Savoie-Zajc, L. (2004), « Validation des méthodes qualitatives ». Dans A.Mucchielli (Éd.), *Dictionnaire des méthodes qualitatives en sciences humaines et sociales* (3eéd. pp. 288-289). Paris : Armand Colin.

Smith, C.W. (1989), «Auctions: the social construction of value»,New York: The Free Press.

Sirdeshmukh, J., Singh, J., et Sabol, B. (2002), « Consumer trust, value, and loyalty in relational exchanges», *Journal of Marketing*, Vol.66, pp.15 – 37.

Sonnenfeld, J.A. (2002), « What makes boards great», *Harvard Business Review*, September 2002, vol.80, no 9, p106–113.

Steijvers, T. (2008), « Existence of credit rationing for SME's in the Belgian corporate bank loan market », Working Paper.

St-Pierre, J. (1999), « La gestion financière des PME. Théorie et pratique », Québec, Presses de l'Université du Québec.

Stein, J-C. (2002), «Information Production and Capital Allocation: Decentralized vs. Hierarchical Firms», *Journal of Finance*, vol. 57, pp. 1891–1921.

Steiner, P., (2005), « L'école durkheimienne et l'économie. Sociologie, religion et

connaissance », Genève, Droz.

Stephany, E. (1993), "Contribution à l'étude de la liaison structure du capital, relation d'agence et performance financière : le cas des PME familiales d'Aquitaine financées par capital risque développement", Thèse de Doctorat, Université de Bordeaux I, 378p.

T

Taketa, K., et Udell, G.F. (2007), «Lending Channels and Financial Shocks: The Case of SME Trade Credit and the Japanese Banking Crisis», *Monetary and Economic Studies*, 25(2), 1–44.

Takats, E., (2004). «Banking consolidation and small business lending», *ECB Working Paper*, No. 407.

Torrès, O., (1997), « Pour une approche contingente de la spécificité de la PME », *Revue Internationale PME (RIPME)*, Vol 10, n°2, p. 9-43.

Torrès, O. (1998), "PME : de nouvelles approches", Editions Economica, 187p.

Torrès, O. (1999), « Les PME », Flammarion, Paris.

Torrès, O. (2000), « Du rôle et de l'importance de la proximité dans la spécificité de gestion des PME », 5ème Congrès International Francophone PME (CIFPME).

Torrès, O. (2003), « Petitesse des entreprises et grossissement des effets de proximité », *Revue Française de Gestion*, n°144, p. 119-138.

Torrès, O. (2011), « Proxémies financières des PME – Les effets collatéraux de la financiarisation des banques », *Revue Française de Gestion*, n° 213, 16 p.

U

Usunier, J-C. (2000), « Confiance et performance – un essai de management comparé », France Allemagne, Vuibert.

Usunier, J-C. et Roger, P. (2000), « Confiance et performance économique : comparaison France-Allemagne au sein de l'Europe, in Confiance et performance – un essai de management comparé France Allemagne », coordonné par J-C. Usunier, Vuibert, 31-48.

Uzzi, B. (1996), «The Sources and Consequences of Embeddedness for the Economic Performance of Organizations: The Network Effect», *American Sociological Review*, Vol. 61, pp. 674–698.

Uzzi, B. (1997), «Social Structure and Competition in Interfirm Networks: The Paradox of Embeddedness», *Administrative Science Quarterly*, Vol.42, pp.35–67.

Uzzi, B. (1999), «Social Relations and Networks in the Making of Financial Capital». *American. Sociology Review*, Vol. 64, pp. 481–505.

Uzzi, B. et Gillespie, J. (2002), « Knowledge Spillover in Corporate Financing Networks: Embeddedness and the Firm's Debt Performance». *Strategic Management Journal*, Vol. 23, pp. 595–618.

Uzzi, B. et Lancaster, R. (2003), «Relational Embeddedness and Learning: The Case of Bank Loan Managers and Their Clients». *Management Science*; Vol. 49, No. 4, pp. 383–399.

V

Vega-Redondo, F. (2006). 'Building up Social Capital in a Changing World', *Journal of Economic Dynamics and Control*, Vol. 30, pp. 2305–2338.

Velthuis, O. (2002), «Talking prices. Contemporary arts, commercial galleries and the constitution of value», PhD Dissertation, Erasmus University Rotterdam.

Vera, D., et Onji, K. (2010), «Changes in the Banking System and Small Business Lending», *Small Business Economics*, Vol.34 , pp. 293-308.

Verges, P. (1989), « Représentations sociales de l'économie : une forme de connaissance », in Jodelet D. (éd.), Les représentations sociales, Paris : *Sociologie d'aujourd'hui*, PUF.

Verstraete, T., (1997), « Modélisation de l'organisation initiée par un créateur s'inscrivant dans une logique d'entrepreneuriat persistant : Les dimensions cognitive, praxéologique et structurale de l'organisation entrepreneuriale », *Thèse de doctorat de l'Université en Sciences de Gestion*, Université des Sciences et Technologies de Lille (Lille I), I.A.E. de Lille, juillet 1997.

Vingeron, L., (2008), « Conditions de financement de la PME et relations bancaires », *Thèse de doctorat en Sciences de Gestion*, soutenue à l'Université de Lille 2 le 21 novembre 2008.

Von Thadden E., (2004), «Asymmetric information, bank lending and implicit contracts: the winner's curse », *Finance Research Letters*, vol.1, p. 11-23.

Von Rheinbaben, J. et Ruckes, M. (2004), « The number and the closeness of bank relationships' », *Journal of Banking & Finance*, vol. 28(7), pp.1597-1615.

W

Wacquant, L.J.D. (1992), « Note de lecture sur Granovetter et Swedberg, "The sociology of economic life" », *Cahiers internationaux de Sociologie*, Vol. XCIII, p. 423-424.

Wacheux, F. (1996), « Méthodes qualitatives et recherche en gestion ». Ed *Economica Gestion*.

Weber, M. (1905), « The Protestant Ethic and the Spirit of Capitalism », Translated by Talcott Parsons. Los Angeles: Roxbury.

Westphal, J. D. (1999), « Collaboration in the boardroom: Behavioral and performance consequences of CEO board social ties », *Academy of Management Journal*, Vol.42, pp. 7–

25.

Wicks, A. C., Berman, S. L., et Jones, T. M. (1999), « The Structure of Optimal Trust: Moral and Strategic Implication », *Academy of Management Review*, Vol.24 (1), pp. 99–116.

Williamson, O.E. (1975), «Markets and Hierarchies: Analysis and Antitrust Implications», Free Press, a division of Macmillan, Inc., New York.

Williamson, O.E. (1985), «The Economic Institutions of Capitalism: Firms, Markets and Relational contracting», The Free Press, a Division of Macmillan, Inc., New York, traduit en français (1994) Les institutions de l'économie, InterEdition, Paris.

Williamson, O.E. (1991), « Comparative Economic Organization: The Analysis of Discrete Structural Analysis », *Administrative Science Quarterly*, vol.36, n°2, pp.269-296.

Williamson, O.E. (1993), « Calculativeness, Trust, and Economic Organization », *Journal of Law and Economics*, Vol.36.

Williamson, S.D. (1986), «Costly monitoring, financial intermediation, and equilibrium credit rationing », *Journal of Monetary Economics*, volume. 18(2), pp. 159-179.

Williamson, S.D. (1987), «Costly Monitoring, Loan Contracts, and Equilibrium Credit Rationing», *Quarterly Journal of Economics*, volume. 102, pp. 135-145.

Wingreen, S.C. et Baglione, S.L. (2005), «Untangling the Antecedents and Covariates of E-Commerce Trust: Institutional Trust vs. Knowledge-Based Trust», *Electronic Markets*, Vol. 15(3), pp. 246-260.

Witt, P. (2004), « Entrepreneur's networks and the success of start-ups », *Entrepreneurship and Regional Development*, Vol.16, pp.391-12.

Y

Yosha, O., (1995), « Information disclosure and the choice of financing source », *Journal of Financial Intermediation*, vol. 4, pp. 3–20.

Z

Zardkoohi A., et Kolari J., (2001), « The effect of bank mergers and acquisitions on the credit decision process in small business lending », *Finance India*, vol. 15, n° 1, p. 19-141.

Ziane, Y. (2004), « Structure Financière, Relations Bancaires de Long Terme et Financement Inter-entreprise des PME Françaises », *Thèse de doctorat*, Paris X Nanterre (16/11/2004).

Zimmer, C. et Aldrich, H-E. (1987), «Resource mobilization through ethnic networks: Kinship and friendship ties of shopkeepers in England », *Sociological Perspectives*, Vol.3, pp. 422–445.

Zraoula S., Bikourane N., (2009), « Comment les fusions acquisitions bancaires affectent-elles la relation banque-PME », Conférence sur le management bancaire : enjeux et nouveaux défis, organisée par l'IAE de Tours (CERMAT) et l'IAE d'Orléans (LOG).

Zuker, L.G. (1986), « The production of trust: Institutional sources of economic structure», 1840-1920. In B.M. Staw & L.L. Cummings (Eds.), *Research in organizational behavior*, Vol. 8:53-111, Greenwich, CT : JAI Press.

Zukin, S., et Di Maggio, P., (1990), « Structures of capital: The social organization of the economy», Cambridge University Press, Cambridge, MA.

ANNEXES

Liste des Figures.....	345
Liste des tableaux	346
Annexe 1 : Lettre de demande d'entretien.....	347
Annexe 2 : Mail envoyé aux chefs d'entreprises	349
Annexe 3 : Exemple de codage	350

Liste des Figures

Figure 1: Poids des dettes bancaires dans le financement des PME/PMI	6
Figure 2 : le redlining sur le marché de crédit.....	34
Figure 3: Plan de recherche	213
Figure 4: Guides d'entretiens avec les banquiers (Première vague).....	218
Figure 5: Guides d'entretiens avec les banquiers (Deuxième vague).....	220
Figure 6: Guide d'entretien avec les chefs d'entreprises.....	221
Figure 7 : les différents aspects du lien social.....	257
Figure 8: les différents aspects du réseau personnel	260
Figure 9 : Les différentes formes de confiance	265
Figure 10 : Synthèse des effets de la structure sociale et de la confiance sur les conditions d'emprunt.....	304
Figure 11 : Exemple d'arbre de codage	350
Figure 12 : Autres applications	351
Figure 13 : Autre exemple d'arbre de codage.....	351

Liste des tableaux

Tableau 1 :L'historique de recherche en PME	86
Tableau 2 : Rôles des managers selon Mintzberg (1973)	87
Tableau 3: Les différents types de proximité	98
Tableau 4: Dimensions du capital social et leurs caractéristiques	131
Tableau 5: Les positions épistémologiques des différents paradigmes.....	209
Tableau 6: Les différents types d'entretiens.....	215
Tableau 7: Calendrier des 36 entretiens réalisés	225
Tableau 8: Description de l'échantillon des banquiers rencontrés	227
Tableau 9: Caractéristiques des entreprises rencontrées	230
Tableau 10: Les qualités d'une bonne catégorisation	241
Tableau 11: Les grands thèmes du plan de codage	244
Tableau 12: Les sous-thèmes	245
Tableau 13: Le croisement des occurrences entre confiance, liens personnels et réseau	266

Annexe 1 : Lettre de demande d'entretien



Mazen GHARSALLI
Chercheur au laboratoire ICI
Université de Bretagne Occidentale
06 99 51 ** **
GHARSALLI.MAZEN@GMAIL.COM

A l'attention de Madame, Monsieur

Objet : Participation à une recherche universitaire

Madame, Monsieur,

Doctorant à l'Université de Bretagne Occidentale et membre du laboratoire Incitation, Coopération et Information, je réalise actuellement une thèse sur le financement bancaire des PME sous la direction du Professeur Robert Paturel. Mon objectif est d'explorer et d'analyser les déterminants, autres que financiers, de la décision de financement et plus particulièrement les variables liées à l'interaction entre le conseiller financier et le chef d'entreprise.

Au-delà des aspects financiers généralement retenus par les banques pour l'attribution des financements aux PME (Analyse financière, Scoring, Système expert), nous souhaitons explorer sur le terrain l'impact de la relation entre le conseiller financier et le chef d'entreprise dans le processus de financement, ce qui va nous permettre par la suite de recenser les variables susceptibles d'influencer les conditions de financement de cette catégorie d'entreprise et donc de faciliter la décision d'emprunt.

Dans le cadre d'une première phase exploratoire, je souhaiterais pouvoir vous rencontrer afin d'échanger sur ce thème et bénéficier de votre expérience et de votre réflexion sur ce sujet. Afin d'avoir une vision globale de l'entretien de financement et de ses déterminants, la méthodologie que nous avons choisi est la suivante :

1. Entretiens avec des chefs d'entreprises ayant récemment fait appel à des financements bancaires pour connaître leurs attentes préalables et leur ressenti sur la relation avec le conseiller.

2. Parallèlement, des entretiens seront menés auprès des conseillers financiers pour explorer leur perception de cette relation en identifiant les éléments autres que financiers qui vont influencer la décision de financement.

Cette pré-étude exploratoire vise à identifier les variables influençant la relation de financement. Elle sera suivie d'un travail de modélisation nécessitant de nouveaux entretiens :

3. Les acteurs clés de cette relation à savoir le chef d'entreprise et le conseiller financier seront interviewés parallèlement autour de ces variables.
4. De nouveaux entretiens pourront être administrés pour d'éventuels traitements de données.

Ces discussions et leur utilisation ultérieure remplissent les conditions d'anonymat et de confidentialité requises, comme le prévoit la Charte Nationale des Thèses. Si vous le souhaitez, vous serez tenu informé au cours des phases ultérieures de cette recherche. Je me tiens à votre disposition pour toute demande de précisions complémentaires.

En vous remerciant de l'attention que vous voudrez bien porter à ma demande, je vous prie de croire Madame, Monsieur, en mes sentiments les plus respectueux.

Mazen GHARSALLI

Annexe 2 : Mail envoyé aux chefs d'entreprises

Mail envoyé aux chefs d'entreprises

Madame, Monsieur

Je mène actuellement une thèse de Doctorat sur le financement bancaire des PME françaises sous la direction du Professeur Robert Paturel. Nous souhaitons explorer sur le terrain l'impact de la relation entre le conseiller financier et le chef d'entreprise (le directeur financier) sur le processus de financement. Ce travail nous permettra par la suite de recenser les variables susceptibles d'influencer les conditions de financement de cette catégorie d'entreprise et donc de faciliter la décision d'emprunt.

Dans le cadre d'une première phase exploratoire, je souhaiterais pouvoir vous rencontrer afin d'échanger sur ce thème et bénéficier de votre expérience et de votre réflexion sur ce sujet (entretien de quarante minutes).

En vous remerciant de l'attention que vous voudrez bien porter à ma demande, je vous prie de croire Madame, Monsieur, en mes sentiments les plus respectueux.

GHARSALLI Mazen
Tél : 06 99 51 ** **

Annexe 3 : Exemple de codage

Nœuds

Nom	Sources	Références	Créé le	Créé par	Modifié le
Confiance	3	73	06/01/2012 12:12	GM	10/01/201
Aptitude	2	16	06/01/2012 12:49	GM	10/01/201
Bienveillance	3	34	06/01/2012 12:49	GM	10/01/201
Cohérence	3	16	06/01/2012 12:50	GM	14/05/201
Liens sociaux	3	43	06/01/2012 12:50	GM	10/01/201
Interaction	3	20	06/01/2012 12:51	GM	10/01/201
Connaissance personnelle	3	15	06/01/2012 12:52	GM	10/01/201
Durée	2	12	06/01/2012 12:52	GM	06/01/201
Réseau personnel	3	23	06/01/2012 12:55	GM	10/01/201
Réseau social	1	1	06/01/2012 12:55	GM	14/05/201
Réseau institutionnel	1	5	06/01/2012 12:56	GM	10/01/201
Réseau Professionnel	1	12	10/01/2012 13:46	GM	10/01/201

Figure 11 : Exemple d'arbre de codage

Nom: Nœuds | Confiance | Bienveillance

Éléments internes | La confiance - § 20 références encodées [Couverture 35,14%]

Référence 1 - Couverture 1,77%

Oui, la durée est importante c'est comme une amitié. Plus on reste sur notre poste, plus on instaure une relation de confiance avec le client. Ça permet d'apprendre à connaître le client et vice versa. La durée permet de faciliter l'échange avec le client.

Référence 2 - Couverture 2,57%

La confiance dans nos clients signifie qu'ils nous fournissent des vrais éléments, que le client ne nous cache pas la situation réelle de son entreprise, la situation réelle de ce que se passe chez lui. A partir du moment où on a cette relation de confiance et on se connaît, une connaissance réciproque, pouvoir le joindre facilement, pouvoir le reconnaître au téléphone...

Référence 3 - Couverture 2,04%

Ah oui, c'est facile d'échanger d'informations avec le client. A partir du moment où on se connaît, on a de la confiance et la confiance est réciproque c'est très facile de communiquer avec le client y compris quand les choses difficiles sont dures à dire, y compris dans ces moments difficiles.



Figure 12 : Autres applications

Éléments internes

Nom	Nœuds	Références	Créé le	Créé par	Modifié le
Réseau Personnel	0	0	10/01/2012 15:53	GM	10/01/2012
La confiance	10	142	02/01/2012 15:33	GM	02/01/2012
Accès au crédit	0	0	02/01/2012 16:00	GM	02/01/2012
Coût d'emprunt	0	0	02/01/2012 16:04	GM	02/01/2012
Défaut de paiement	0	0	02/01/2012 16:05	GM	02/01/2012
Demande des garanties	0	0	02/01/2012 16:05	GM	02/01/2012
liens sociaux	9	87	02/01/2012 15:30	GM	02/01/2012

Figure 13 : Autre exemple d'arbre de codage

Exemple de codage thématique :

<Éléments internes\\La confiance> - § 39 références encodées [Couverture 59,86%]

Référence 1 - Couverture 1,87%

Oui, faire confiance au client c'est important mais d'abord on demande les documents comptables nécessaires. La confiance se construit dans la durée, on est plus enclin à prêter à certains anciens clients que d'autres. Pour prêter l'ancienneté est un gage de confiance.

Référence 2 - Couverture 1,77%

Oui, la durée est importante c'est comme une amitié. Plus on reste sur notre poste, plus on instaure une relation de confiance avec le client. Ça permet d'apprendre à connaître le client et vice versa. La durée permet de faciliter l'échange avec le client.

Référence 3 - Couverture 2,57%

La confiance dans nos clients signifie qu'ils nous fournissent des vrais éléments, que le client ne nous cache pas la situation réelle de son entreprise, la situation réelle de ce que se passe chez lui. A partir du moment où on a cette relation de confiance et on se connaît, une connaissance réciproque, pouvoir le joindre facilement, pouvoir le reconnaître au téléphone...

Référence 4 - Couverture 2,04%

Ah oui, c'est facile d'échanger d'informations avec le client. A partir du moment où on se connaît, on a de la confiance où la confiance est réciproque c'est très facile de communiquer avec le client y compris quand les choses difficiles sont dures à dire, y compris dans ces moments difficiles.

Référence 5 - Couverture 3,69%

J'essaie de ne pas avoir à faire trop confiance car elle peut rendre aveugle. Il faut toujours être vigilant aux possibilités d'abus. Pour moi un bon professionnel, c'est quelqu'un de transparent, qui communique et qui m'apporte de l'information avant de me retrouver devant le fait accompli. C'est aussi quelqu'un qui a fait ses preuves, qui m'a montré qu'il était capable de faire ce qu'il dit. Je ne vois pas pourquoi son comportement changerait, surtout si j'ai toujours une garantie personnelle sur le fonctionnement des comptes.

Référence 6 - Couverture 1,98%

C'est une relation basée d'abord sur la confiance mutuelle, c'est-à-dire que chacun doit tenir ses engagements. Le respect mutuel est aussi important dans cette relation, chacun a son métier. De notre part, on doit respecter et préserver les informations liées à la vie privée du client.

Référence 7 - Couverture 0,55%

La durée est importante dans le sens où la confiance se construit dans la durée.

Référence 8 - Couverture 0,79%

Il y en a qui nous font confiance et qui se livrent complètement, ils nous racontent même leur histoire familiale.

Référence 9 - Couverture 2,15%

La confiance c'est de pouvoir échanger, je dirais, d'une façon libérale, de point de vue économique comme de la gestion de l'entreprise. Et de ne pas mettre uniquement les points positifs mais d'essayer d'aborder les points les plus délicats, c'est-à-dire de se livrer et avoir donc une information assez large.

Référence 10 - Couverture 2,60%

La durée est importante ça c'est évident. Un client c'est quelqu'un qui se déshabille et qui va vous faire des confidences sur sa vie professionnelle et des confidences sur sa vie privée. Pour se déshabiller, il faut avoir confiance et on n'aime pas se déshabiller tout les années ou tous les deux ans face à des personnes qu'on les connaît pas et qu'on ne peut pas les juger.

Référence 11 - Couverture 1,71%

Il y en a des gens qu'on les voit souvent et d'autres que vous ne voyez pas toute l'année si vous les appelez pas. Je pense qu'il faut les voir deux fois au minimum par an. Ces échanges sont importants dans le sens où ça développe la confiance.

Référence 12 - Couverture 2,96%

Ce n'est pas une pratique courante mais ça se fait. Je dirais un client ça entre dans sa reconnaissance de vous inviter dans un restaurant une fois ou deux fois par année selon son importance. Je pense aussi que si un banquier invite un client pour ce dernier c'est un signe supplémentaire de confiance. On peut aussi partager le plaisir d'une activité sportive ça peut être un tour de circuit de Bowling ou une partie de Golfe.

Référence 13 - Couverture 3,06%

Le client est tout sauf un numéro de compte. Le contact pour un client c'est le sentiment qu'il est valorisé. Le fait par exemple de se déplacer pour visiter une entreprise ça permet aussi de voir les coulisses, d'avoir certaines informations qu'on ne voit pas sur le papier (si c'est une entreprise familiale, ça se parle bien ou non). C'est aussi un signe de confiance envers le client qui va lui permettre aussi d'avoir confiance en nous.

Référence 14 - Couverture 1,69%

La confiance c'est comme l'information ça s'acquiert. On ne peut pas avoir confiance du jour au lendemain, elle s'acquiert avec des relations et avec de l'ancienneté. Pour moi, la confiance c'est l'honnêteté et la droiture de part et d'autres.

Référence 15 - Couverture 2,73%

Si le client a confiance dans son banquier, il se dévoile facilement. Je dirais même que le niveau de responsabilité du banquier affecte directement cette confiance dans le sens où un client a tendance à se dévoiler complètement face à un directeur d'agence ou à son adjoint qu'à un jeune conseiller. Il est plus capable de se donner à un conseiller qui a mon âge qu'à un conseiller de 25 ans.

Référence 16 - Couverture 0,97%

Oui facilement, ça dépend aussi du comportement du client. S'il tient ses engagements, oui on lui fait confiance.

Référence 17 - Couverture 0,87%

Oui ça peut se faire, avoir confiance en quelqu'un c'est avoir souvent contact avec lui, c'est un accompagnement au quotidien.

Référence 18 - Couverture 2,26%

Bien sûr que c'est importante, la durée nous permet de mieux connaître le client ainsi que ses coutumes comme personne. C'est dans le temps quand on arrive à collecter des informations d'ordre privée (combien il fait travailler dans le black par exemple). La confiance ça s'inscrit dans le temps, on la construit dans la durée.

Référence 19 - Couverture 1,43%

C'est de la confiance réciproque c'est-à-dire que le chef d'entreprise puisse se reposer sur son banquier. Le chef d'entreprise attend de son banquier qu'il comprenne vite sa problématique et qu'il le suive.

Référence 20 - Couverture 0,81%

Ce qui crée la confiance c'est la compétence et l'efficacité, quand le client a un problème, il faut le régler vite.

Référence 21 - Couverture 2,19%

Elle est essentielle. Avec la durée on a du recul sur la relation, c'est-à-dire un client qu'on a depuis vingt ans, qu'il a toujours tenu ses engagements et qui vient nous demander un geste, ça peut se faire, on peut le faire. La confiance s'inscrit dans la durée. Les mots sont bien, les chiffres c'est encore mieux.

Référence 22 - Couverture 1,06%

(...) la confiance facilite le transfert d'information d'ordre privé que je garde dans un coin de ma tête pour les utiliser ultérieurement si nécessaire.

Référence 23 - Couverture 2,47%

C'est important, avec le temps on a des habitudes en termes de gestion, on sait comment gérer la personne en face et on sait aussi comment prévoir les difficultés des clients. La confiance ça demande aussi du temps dans le sens où le client va nous tester avant qu'il nous fasse confiance. Une durée moyenne, je dirais 6 mois pour bien connaître le client.

Référence 24 - Couverture 1,71%

Je dirais de la confiance, c'est-à-dire bien encadrer le client et de bien l'accompagner en cas de difficultés. De sa part, s'il prend des engagements par rapport à des échéances et qu'il les respecte, en ce qui nous concerne on lui fait confiance

Référence 25 - Couverture 0,88%

Une confiance mutuelle ça implique une meilleure transparence, de l'échange et ça facilite le fait de prévoir des difficultés.

Référence 26 - Couverture 1,48%

Il faut que le client fasse confiance au banquier et qu'il l'aide pour l'aider. Pour moi, faire confiance à un client c'est de pouvoir échanger des informations correctes et crédibles pour pouvoir collaborer ensemble.

Référence 27 - Couverture 1,17%

La durée est importante, elle est fondamentale dans le sens où la confiance ça se construit dans le temps. Plus vous restez avec le client, plus vous avez des retombées.

Référence 28 - Couverture 0,79%

Il faut que le chef d'entreprise comprenne que le banquier mettra tout en œuvre pour bien accompagner l'entreprise

Référence 29 - Couverture 0,33%

La relation bancaire est basée sur la confiance.

Référence 30 - Couverture 1,41%

La confiance est un atout important de la relation bancaire, la confiance c'est la capacité du chef d'entreprise à expliquer sa stratégie financière et ses bienfaits. Tout ça dans la transparence totale.

Référence 31 - Couverture 0,41%

La durée est importante puisque elle instaure la confiance.

Référence 32 - Couverture 0,41%

La confiance c'est le rigueur et le respect des engagements.

Référence 33 - Couverture 1,01%

Une relation de confiance est liée à la transparence et à la fluidité d'informations. Elle permet l'anticipation des problèmes et de les résoudre.

Référence 34 - Couverture 1,10%

La confiance est un élément important de la relation bancaire. Il faut avoir une relation régulière de proximité. Pour nous la confiance c'est la transparence.

Référence 35 - Couverture 1,25%

La confiance se construit à travers le respect des engagements, la transparence dans le transfert d'informations, une bonne connaissance et l'anticipation de ce qui va se produire.

Référence 36 - Couverture 1,24%

La confiance facilite le transfert des informations de type qualitatives ou privées. Si on a un langage de proximité avec le chef d'entreprise on a aussi ce type d'informations.

Référence 37 - Couverture 0,32%

La confiance c'est le respect des engagements.

Référence 38 - Couverture 1,51%

La confiance est l'élément le plus important de la relation bancaire. La confiance c'est la transparence, c'est la loyauté de part et d'autres. C'est la bonne connaissance, un banquier serein c'est un banquier éclairé.

Référence 39 - Couverture 0,63%

La proximité créée par la fréquence de contacts engendre des échanges de plus en plus précis

<Éléments internes\liens sociaux> - § 14 références encodées [Couverture 27,72%]

Référence 1 - Couverture 1,08%

Ça peut être effectivement très agréable et très convivial et cette convivialité là va créer un climat de confiance

Référence 2 - Couverture 0,96%

C'est donc une relation humaine et cette confiance peut être amplifiée par des relations de sympathie.

Référence 3 - Couverture 0,66%

On bâtit une relation sur le temps, on bâtit une relation dans la durée

Référence 4 - Couverture 1,41%

Cette connaissance, cette sympathie et cette qualité de relation se bâtissent avec le temps au fil des rdv, au fil des entretiens et au fil des visites

Référence 5 - Couverture 0,66%

Après il arrive bien évidemment que nous soyons à l'origine du contact

Référence 6 - Couverture 1,72%

Demander à un client de nous donner rdv au sein de son entreprise pour connaître ses besoins pour l'année prochaine. Comment il envisage son développement et comment il va le financer.

Référence 7 - Couverture 2,32%

Nous avons comme règle de voir au moins une fois tous les six mois nos clients professionnels pour faire le point. Ce sont des contacts physiques soit en agence, soit sur leur lieu de travail. Bien sûr, je suis amené à leur téléphoner régulièrement

Référence 8 - Couverture 4,19%

Ce sont des moments importants et agréables. C'est là que je récupère de l'information sur le comportement de mon interlocuteur et c'est là que je flaire les nouvelles affaires, ils sont

souvent informés bien avant moi ce qui me permet de me positionner très tôt face à un porteur de projet et c'est très important. C'est aussi l'occasion de passer un bon moment, plus détendu et de resserrer la relation avec le client, de l'habituer à me parler,

Référence 9 - Couverture 1,11%

C'est du ressenti, de feeling et de la confiance. La confiance c'est communiquer, échanger et tenir ses engagements.

Référence 10 - Couverture 1,44%

En général, j'ai des relations amicales. C'est plutôt facile de travailler quand on a une bonne entente. Ça permet de faciliter l'échange avec le client.

Référence 11 - Couverture 4,40%

Nous à la caisse d'épargne on a beaucoup de manifestations, on a une loge de football à l'OM, une loge de Rugby, on a des activités artistiques (vernissage, des soirées de théâtre, musicales...), des parties de Golf etc. C'est important pour la relation parce que les clients se livrent, en partageant une partie de golf avec le client, il ne peut pas bleffer, la nature va prendre le dessus. C'est intéressant de voir si le client garde son sang froid, comment il réagit.

Référence 12 - Couverture 2,17%

Oui, la nature de la relation affecte l'échange d'informations d'ordre privée. Nous on s'intéresse certes à l'aspect financier du dossier mais aussi sur l'aspect personnel du chef d'entreprise (est ce que la personne est capable...).

Référence 13 - Couverture 3,10%

Des amis non ; on se tape pas sur les mains, mais je dirais une relation cordiale voir amicale. Ça m'était arrivé d'aller au resto avec des clients mais il faut savoir garder la bonne distance.

En ce qui concerne nos clients, je dirais que 80% avaient déjà des comptes particuliers dans notre banque. On les connaissait déjà.

Référence 14 - Couverture 2,48%

Je connais personnellement les chefs d'entreprise et c'est avantageux dans le sens où cette connaissance est à l'origine de la confiance ce qui peut faciliter les choses par la suite. C'est un jugement objectif basé sur la connaissance personnelle du dirigeant.

<Éléments internes\Réseau Personnel> - § 20 références encodées [Couverture 14,25%]

Référence 1 - Couverture 0,62%

Un client de la banque peut nous recommander un prospect, ça nous permet d'avoir de nouveaux clients. On se sent plus confiant dans cette catégorie d'entreprise par ce qu'elle a été recommandée par un client qu'on l'apprécie déjà.

Référence 2 - Couverture 1,90%

Développer une relation de proximité est très utile d'abord pour mieux connaître le professionnel mais également pour développer un réseau d'affaires indispensable dans le cadre d'une activité commerciale. Les meilleurs dossiers que j'ai à traiter sont ceux qui sont amenés par mes bons clients, les bons amènent les bons, les mauvais amènent les mauvais. Ce n'est pas pour autant que je vais financer tous les dossiers apportés, je dois aussi être clair et pédagogue dans ma manière de présenter la relation future. Les conseillers les plus efficaces commercialement sont ceux qui ont le réseau le plus développé, ceux qui font partie d'associations sportives par exemple et qui connaissent des gens qui connaissent des gens.

Référence 3 - Couverture 0,68%

Cela dit, Roanne est un gros village et tout se sait. Quand on a compris ça, on peut utiliser les réseaux pour avoir plus d'information sur une personne et sur sa fiabilité puisque c'est avant tout ce qui m'intéresse, est-ce que je peux lui faire confiance ?

Référence 4 - Couverture 0,50%

En ce qui concerne l'informel, je ne peux pas le demander mais je m'arrange pour avoir l'information soit par ma connaissance de la personne soit en me renseignant ailleurs sur sa fiabilité.

Référence 5 - Couverture 0,70%

On a des clients de la banque qui nous amènent de nouveaux clients. On a une préférence à travailler avec cette catégorie là, par ce qu'un bon client nous amène généralement un bon prospect. Il y en a d'autres apporteurs comme les courtiers, les experts comptables...

Référence 6 - Couverture 1,87%

Je m'explique, dans notre portefeuille de clients et dieu merci à majorité de bons clients même s'ils ont une activité plus moins développé, la démarche pour développer notre fond de commerce et qui est la plus prisée et la plus rentable c'est d'aller justement négocier avec nos clients, à partir du moment où on est reconnu, pour que ces clients nous orientent vers d'autres personnes qui sont des prospects et qui seront des clients. Ceci dit, il faut savoir qu'un bon client en principe vous amène un bon client. Donc à partir du moment où c'est nous qui vont taper à la porte de notre client que nous connaissions, en règle générale tous les prospects qui vous seront orientés seront de cette catégorie là

Référence 7 - Couverture 1,90%

On peut aussi passer par d'autres organismes, il y a ce qu'on appelle les créateurs d'entreprises, tout ce qui est boutique de gestion, tout ce qui est association d'aide à la création d'entreprises (Adi), les chambres de commerce, c'est du relationnel que nous entretenons. Nous quand on a un prospect qui vient frapper à notre porte, c'est pas toujours facile de dire à cet prospect que votre projet est bon et qu'on va vous ouvrir un compte. Ça ne sera pas pareil quand il s'agit d'un prospect qui passe par les boutiques de gestion et qui sont des gens qui connaissent le métier et qui ont déjà analysé le projet, je dirais c'est plus facile pour nous. On développe notre fond de commerce avec Les créateurs d'entreprises.

Référence 8 - Couverture 0,22%

Oui, d'une manière marginale. Un bon client en général vous recommande un bon client.

Référence 9 - Couverture 0,66%

En ce qui me concerne, le meilleur chemin pour un client, c'est le banquier, l'expert comptable et le conseiller juridique. Un client qui passe par ce réseau est synonyme d'une grande transparence. Il est bien accompagné, il a des bons partenaires.

Référence 10 - Couverture 0,70%

Oui on fait confiance, on prête sur l'homme. On voit aussi son passé, son dossier. Si c'est un ancien client de la banque ça compte aussi. Un ancien client par exemple qui nous amène un prospect, on fait plus confiance à ce dernier que quelqu'un qu'on ne connaît pas.

Référence 11 - Couverture 0,29%

Un bon client nous prescrit un bon prospect. Donc il bénéficie de la confiance qu'on a déjà dans notre client.

Référence 12 - Couverture 0,33%

Oui, un client qui a été recommandé ça se passe généralement bien, on essaye de faire un effort par rapport à son dossier.

Référence 13 - Couverture 0,60%

Oui, le fait qu'un client soit recommandé aura plus de facilité à accéder aux crédits. Ça facilite les choses. Ça fait partie de climat de confiance dont on a parlé. On a tendance à privilégier les clients qui sont recommandées.

Référence 14 - Couverture 0,55%

Oui moi personnellement j'en tiens compte, si je connais bien la personne et si le réseau est favorable, j'aurais un avis moi aussi favorable. On peut faire aussi un effort sur le délai de traitement de dossier.

Référence 15 - Couverture 0,62%

Un client de la banque peut nous recommander un prospect, ça nous permet d'avoir de nouveaux clients. On se sent plus confiant dans cette catégorie d'entreprise par ce qu'elle a été recommandée par un client qu'on l'apprécie déjà.

Référence 16 - Couverture 0,44%

Oui, le fait qu'un client soit recommandé aura plus de facilité à accéder aux crédits. Ça facilite les choses. Ça fait partie de climat de confiance dont on a parlé.

Référence 17 - Couverture 0,27%

Oui, effectivement c'est plus facile pour un client qui a été recommandé parce que lui fait confiance.

Table des matières

Remerciements	2
Sommaire	3
Introduction Générale.....	4
Partie1. Le financement bancaire des PME dans la littérature.....	15
Introduction de la partie 1	16
Chapitre 1. La relation banque PME : un état des lieux.....	18
Introduction	19
Section1. La relation banque –PME : une relation problématique	21
1. La banque et le risque de crédit PME.....	21
1.1 La définition du risque de crédit	21
1.2 Le risque de défaut comme principal risque des PME.....	24
2. L’endettement des PME et les problèmes informationnels.....	26
2.1 L’aléa moral dans la relation de financement	26
2.2 La sélection adverse dans la relation de financement	28
3. Le rationnement du crédit sur le marché des PME	29
3.1 Le rationnement des PME dans le modèle Stiglitz et Weiss (1981).....	33
3.2 La réalité empirique du rationnement du crédit des PME	35
Section 2. Le financement bancaire des PME après Bâle II : quelles conséquences ?	37
1. Les accords de Bâle et le ratio Cooke	37
2. Les accords de Bâle II et le ratio Mc Donough.....	38
3. Les PME risquent-elles d’être pénalisées par Bâle II ?.....	41
Section 3. La relation banque-entreprise : d’une approche transactionnelle à une approche relationnelle et d’une relation standardisée à une relation partenariale	43
1. L’approche transactionnelle ou standardisée	44
1.1 La relation à l’acte : une gestion purement transactionnelle.....	45

1.2	Les limites de l'approche transactionnelle.....	49
1.3	Les limites des mécanismes contractuels.....	50
2.	L'approche relationnelle	53
2.1	Les relations de long terme banque-entreprise	54
2.2	Les avantages du financement bancaire relationnel.....	56
2.3	Les inconvénients du financement bancaire relationnel	60
Section 4. Les restructurations du secteur bancaire et la relation Banque-PME.....		64
1.	Les opérations de croissance externe et le rôle du chargé de clientèle dans la décision d'accord de crédit	67
2.	Les croissances externes bancaires : quel effet sur la mise en place d'un financement relationnel ?	69
Conclusion.....		73
Chapitre 2. Les PME, la structure sociale et la confiance.....		75
Introduction		76
Section 1. Les caractéristiques des PME.....		78
1.	La PME : un objet de recherche à définir.....	78
1.1	Le courant de la spécificité	79
1.2	Le courant de la diversité	80
1.3	Le courant de la synthèse	82
1.4	Le courant de la dénaturation.....	84
2.	Le dirigeant de la PME.....	86
2.1	La typologie de Mintzberg (1973, 1989).....	87
2.2	Un rôle relationnel accru du dirigeant de PME.....	89
Section 2. La proximité pour éclairer la gestion de la PME.....		91
1.	La loi proxémique et la gestion de la PME	91
1.1	La loi proxémique	91
1.2.	La loi proxémique en PME : une amplification par les effets de grossissement	93
1.3	La gestion de la PME comme un mix de proximité.....	97

2.	La finance des PME : une multitude de proxémies.....	100
2.1	La proximité spatiale et le financement des PME.....	100
2.2	La proximité patrimoniale et le financement des PME	102
2.3	La proximité informationnelle et le financement des PME	102
2.4	La proximité temporelle et le financement des PME.....	103
Section 3. La notion d'encastrement et le marché : conséquences sur le comportement et influence sur la performance		105
1.	Les différents types d'encastrement et leurs conséquences sur le marché.....	105
1.1	L'encastrement structurel.....	105
1.2	L'encastrement institutionnel formel	107
1.3	L'encastrement culturel.....	109
2.	L'approche de l'encastrement selon Granovetter : ses définition et ses limites	112
2.1	L'encastrement relationnel.....	113
2.2	L'encastrement structural.....	114
2.3	Le marché et l'approche de Granovetter : cas d'applications	114
2.4	Les limites de l'approche de l'encastrement de Granovetter	119
Section 4. Les conséquences de l'encastrement : la formation du capital social et le développement des réseaux sociaux.....		122
1.	Les réseaux sociaux.....	122
1.1	L'analyse structurale et la sociabilité.....	123
1.2	Le réseau personnel et l'entrepreneuriat	125
2.	Le capital social.....	127
2.1	Quelle approche du capital social ?.....	127
2.2	Les dimensions du capital social.....	131
2.3	La formation du capital social.....	134
3.	Le capital social, le réseau personnel et la performance	137
3.1	La relation avec la performance de l'entreprise.....	137
3.2	Les relations avec la performance de la PME.....	140

Section 5. La confiance	144
1. La confiance dans les sciences sociales	144
1.1 La confiance dans la théorie économique standard	144
1.2 La confiance en sciences de gestion	146
1.3 La confiance : une construction sociale ?	149
2. Les définitions et les dimensions de la confiance	151
2.1 Les définitions.....	151
2.2 Les facettes de la confiance	153
2.3 Les conséquences de la confiance.....	155
3. La confiance et la performance financière de l'entreprise	158
Conclusion.....	164
Conclusion de la première partie.....	166
Partie 2. L'approche exploratoire du financement bancaire des PME	168
Introduction de la partie 2	169
Chapitre 3. La confiance et les liens sociaux dans la relation d'emprunt	170
Introduction	171
Section 1. La conception de l'encastrement développée par Granovetter à l'épreuve du marché bancaire des PME	173
1. La relation banque-PME	173
2. La relation d'emprunt : une approche sociale ?	175
3. L'encastrement social et le financement bancaire : quels impacts pour les PME ?....	178
4. L'encastrement social et la relation bancaire : « un paradoxe » !	187
Section 2. La confiance appliquée à la relation bancaire	190
1. Le banquier : un acteur sous socialisé ?	190
2. La synthèse de la littérature sur le rôle de la confiance dans la relation d'emprunt ...	192
Conclusion.....	202
Chapitre 4. La stratégie de recherche et la collecte des données	204

Introduction	205
Section 1. Le positionnement épistémologique et méthodologique.....	206
1. Le positionnement épistémologique.....	206
2. Le choix d'une méthodologie exploratoire	210
Section 2. La méthodologie de l'étude exploratoire.....	214
1. Le choix des entretiens semi-directifs	214
2. Le guide d'entretiens	217
2.1 Le guide d'entretiens utilisés auprès des conseillers financiers.....	217
2.2 Le guide d'entretiens utilisé auprès des chefs d'entreprises	221
2.3 Le déroulement des entretiens	222
3. La sélection des échantillons	223
3.1 Le choix et la taille des échantillons	223
3.2 L'échantillon des banquiers interviewés.....	225
3.3 L'échantillon des entreprises rencontrées	228
4. La validation de la recherche et la triangulation	232
4.1 La validité interne	233
4.2 La validité externe.....	234
4.3 La triangulation.....	235
Section 3. La méthode d'analyse utilisée et le codage	237
1. La méthode d'analyse retenue.....	237
2. La classification et la restructuration des données	239
3. Le choix d'un codage assisté par un logiciel d'analyse thématique.....	242
Conclusion.....	248
Chapitre5. Les résultats obtenus et la modélisation élaborée.....	249
Introduction	250
Section 1. L'origine et la constitution de la structure sociale et le développement de la confiance	251

1.	L'origine et la constitution des liens personnels et des réseaux.....	251
1.1	Les liens sociaux.....	251
1.2	Les différents types de réseaux.....	258
2.	Le développement de la confiance.....	260
3.	Les liens entre relations personnelles, réseau et confiance.....	265
Section 2. La structure sociale, la confiance et les conditions d'emprunts : le cas du banquier.....		269
I.	Les liens sociaux, la confiance et les conditions d'emprunts.....	269
1.	L'impact des liens sociaux et de la confiance sur l'accès au crédit.....	269
2.	L'impact des liens sociaux et de la confiance sur le coût de crédit.....	273
3.	L'impact des liens sociaux et de la confiance sur le montant des garanties demandées 275	
4.	L'impact des liens sociaux et de la confiance sur le risque de défaut.....	277
II.	Le réseau personnel et les conditions d'emprunts.....	281
1.	L'impact du réseau personnel sur l'accès au crédit.....	282
2.	L'impact du réseau personnel sur le coût de crédit.....	286
3.	L'impact du réseau personnel sur la demande de garanties.....	287
4.	L'impact du réseau personnel sur le défaut de paiement.....	288
Section 3. La structure sociale, la confiance et les conditions d'emprunts : le cas du chef d'entreprise.....		291
I.	Les liens sociaux, la confiance et les conditions d'emprunts.....	291
1.	L'impact des liens sociaux et de la confiance sur l'accès au crédit.....	291
2.	L'impact des liens sociaux et de la confiance sur le coût de crédit.....	293
3.	L'impact des liens sociaux et de la confiance sur la demande de garanties.....	294
4.	L'impact des liens sociaux et de la confiance sur le défaut de paiement.....	296
II.	Le réseau personnel et les conditions d'emprunts.....	297
1.	L'impact du réseau personnel sur l'accès au crédit.....	297
2.	L'impact du réseau personnel sur le coût de crédit.....	299

3. L’impact du réseau personnel sur la demande de garanties	300
4. L’impact du réseau personnel sur le défaut de paiement.....	301
Conclusion.....	303
Conclusion de la Partie 2.....	305
Conclusion Générale	307
Bibliographie.....	316
ANNEXES	344
Liste des Figures.....	345
Liste des tableaux	346
Annexe 1 : Lettre de demande d'entretien	347
Annexe 2 : Mail envoyé aux chefs d'entreprises	349
Annexe 3 : Exemple de codage	350

Social ties, trust and bank financing of SMEs: an exploratory study

Abstract: In the French context, banks play an essential role in financing firms, especially small and medium enterprises (SMEs) since they have more difficulties accessing equity capital markets. The process used by banks to decide whether and how much to lend relies on different lending technologies and banks usually tend to use more than one technology at a time (Berger and Udell, 2006). Among the various lending technologies, relationship lending has a peculiar role. However, research on relationships lending pays only marginal attention to the role of social ties and trust on financing conditions for SMEs. Social relationships literature suggests that the more commercial transactions between a firm and the bank it borrows from are embedded in social attachments, the more expectations of trust and reciprocity shape transacting. Thereby, it would promote governance benefits and transfers of soft information (Uzzi, 1999). Thus, these relationships can play an important role in reducing agency problems, moral hazard, adverse selection and transaction costs as well as the costs of monitoring and control. The present exploratory study is an attempt to fill this gap by investigating how social interaction affects the terms of loan financing for SMEs (credit access, interest rate, guarantees, defaults). It is based on a survey of bank lending managers and entrepreneurs.

Keywords: credit; network; small firms; social relationship; trust

Le rôle des liens sociaux et de la confiance sur le financement bancaire des PME: une approche exploratoire

Résumé : Dans une perspective d'étude du financement bancaire des PME, nous proposons un examen de la relation bancaire dans le contexte français caractérisé par une culture bancaire développée et des évolutions récentes très marquées, qui ne peuvent être sans conséquence sur le comportement financier des entreprises. L'attention est portée sur un élément central, à savoir les interactions sociales entre le banquier et le chef d'entreprise. Ces interactions permettent l'échange d'informations soft, condition nécessaire à l'instauration d'un climat de confiance et, donc, à l'évaluation de la qualité des projets pour faciliter leur financement par la suite. Sur le plan théorique, notre analyse s'inscrit dans la continuité des études portant sur les difficultés de financement des PME. Après avoir souligné l'insuffisance des deux approches traditionnelles que constituent l'approche transactionnelle (standardisée) et l'approche relationnelle (relation de long terme), nous mobilisons la théorie de l'encastrement social et le concept de la confiance pour mieux appréhender la relation d'emprunt. Sur le plan méthodologique, l'étude consiste en une enquête exploratoire menée auprès d'un échantillon composé de banquiers et de chef d'entreprises. L'enjeu est de montrer la pertinence du triptyque -encastrement social, confiance, spécificités des PME-, en tant que référentiel théorique à la problématique du processus de financement bancaire.

Mots clés : Confiance, Liens sociaux, PME, Relation bancaire, Réseaux.