

Rabih EI-CHEIKH ALI

Laboratoire ICI - Université de Bretagne Occidentale

Le financement bancaire des PME dans le contexte libanais : esquisse d'un programme de recherche

Résumé

Cette communication découle d'une recherche doctorale qui vise à identifier le nouveau cadre relationnel Banque-PME. Ce cadre suppose un renforcement des liens et des réseaux sociaux qui servent le banquier à se procurer les informations qualitatives nécessaires pour développer une relation de confiance intersubjective entre les parties. Cette démarche est justifiée par les particularités des PME libanaises dans un pays qui se distingue par un degré d'incertitude très élevé et par une diversité religieuse et ethnique. Dans ce sens, nous continuerons ultérieurement ce travail par un diagnostic qui nous servira à découvrir si ces particularités se traduisent par une vraie lésion ou une opportunité d'enrichissement et de renforcement de la qualité d'information comme support de confiance entre les banques et les PME. Nous esquissons ici les bases d'un programme de recherche appliqué aux relations Banques-PME au Liban.

Mots clés : banque, confiance, financement, information, PME, réseaux sociaux.

**Le financement bancaire des PME dans le contexte libanais:
Esquisse d'un programme de recherche¹**

Rabih El-Cheikh Ali

Doctorant
Rabih_elcheikh_ali@hotmail.com
Université de Bretagne Occidentale
Laboratoire ICI, IAE DE BREST
12, rue de Kergoat, CS93837 29238 BREST CEDEX 3

Résumé:

Cette communication découle d'une recherche doctorale qui vise à identifier le nouveau cadre relationnel Banque-PME. Ce cadre suppose un renforcement des liens et des réseaux sociaux qui servent le banquier à se procurer les informations qualitatives nécessaires pour développer une relation de confiance intersubjective entre les parties. Cette démarche est justifiée par les particularités des PME libanaises dans un pays qui se distingue par un degré d'incertitude très élevé et par une diversité religieuse et ethnique. Dans ce sens, nous continuerons ultérieurement ce travail par un diagnostic qui nous servira à découvrir si ces particularités se traduisent par une vraie lésion ou une opportunité d'enrichissement et de renforcement de la qualité d'information comme support de confiance entre les banques et les PME. Nous esquissons ici les bases d'un programme de recherche appliqué aux relations Banques-PME au Liban.

Mots clés : Banque, Confiance, Financement, Information, PME, Réseaux Sociaux.

¹ L'auteur remercie Stéphane Foliard pour ses conseils directifs sur une version préliminaire de cet article. Bien entendu, les éventuelles erreurs relèvent de sa seule responsabilité.

Introduction

L'économie libanaise est une économie fortement intermédiée et le rôle des banques dans le financement des PME² n'est plus à prouver. Or l'insuffisance des renseignements de base sur les PME est un obstacle majeur à leur financement. Une insuffisance sur la situation générale de l'entreprise qui influence significativement les conditions d'accès aux ressources financières des PME. La relation Banque-PME souffre en conséquence d'un certain décalage informationnel.

Par conséquent, et pour améliorer l'accès des PME au financement bancaire, la recherche académique met en évidence l'enjeu de l'établissement d'une relation de confiance entre les dirigeants de ces entreprises et les conseillers financiers des établissements de crédit. Cette relation est, au sens de Gambetta (1988) nécessaire dès que les hypothèses d'information parfaite ne fonctionnent plus.

L'objectif de cette communication est de proposer, à partir d'une revue de littérature, un cadre théorique qui pousse la PME et la banque, au Liban, à maintenir une relation sociale de financement basée en premier lieu sur la qualité d'information. D'après Granovetter (1995), la relation « Banque-Entreprise » passe obligatoirement par un renforcement de la qualité de l'information comme base indispensable à la constitution d'un réseau de confiance entre les deux parties.

Après ce succinct exposé sur les enjeux de la question, le présent travail vise à identifier, de manière exploratoire, les différents facteurs permettant de développer la confiance pour faciliter l'accès aux crédits bancaires des PME libanaises.

En effet, la justification de financement des PME ne se limite pas à une simple justification objective, mais elle dépend aussi d'autres aspects tant subjectifs qu'intersubjectifs. Il est à noter que les réseaux et les interactions sociales, au Liban, jouent un rôle de très haut niveau dans l'influence de la confiance dans la démarche de financement bancaire, surtout que ce petit pays est très hétérogène (la diversité religieuse et ethnique y est notoirement remarquable).

Dans un premier temps, nous nous proposons de revenir sur la nécessité d'un cadre relationnel «Banque-PME » permettant de réduire l'opacité informationnelle des PME. Dans un second temps, et en se basant sur une revue de la littérature, nous allons justifier, à travers des investigations exploratoires, la nécessité des informations qualitatives nées de la relation interpersonnelle. Enfin, nous présenterons l'approche de la confiance comme un facteur incontournable dans la relation de financement bancaire au Liban.

² Au Liban la seule loi qui esquisse une définition quantitative des PME considère comme PME toute entreprise employant au plus 20 salariés.

Un récent rapport préparé par Kafalat (une société financière libanaise d'intérêt public destinée à aider les PME/TPE à accéder au financement des banques commerciales) suggère que si l'on devait appliquer la définition européenne des PME au Liban, on pourrait en déduire que les PME libanaises comptent pour 95% du tissu industriel. Selon le dernier recensement, 90.2% des entreprises au Liban ont moins de 5 salariés et seulement 1% des entreprises ont plus de 1000 (2004).

I. Le financement bancaire des PME et l'insuffisance de la justification objective

Le sujet de notre travail concerne les difficultés de financement des PME qui, selon la littérature financière, se caractérisent par un accès limité aux différentes sources de fonds en raison de leur opacité.

En effet, la capacité des PME à produire l'information nécessaire à l'action des tiers est très faible pour ne pas dire inexistante. Simultanément le besoin d'information chez les banquiers est très fort. De ce fait, la relation qui s'établit entre les deux parties « Banque-Entreprise » est sujette à ce qu'on appelle l'«Asymétrie d'information³ » qui est considérée comme la principale cause de ce qu'on appelle le «Rationnement de crédit⁴ ».

La question relative au financement bancaire des PME se focalise sur la relation «Banques-Entreprises » et les difficultés qui freinent l'accès à ce type de financement. Dans ce cas et suivant le modèle de Williamson (1986, 1987), le manque d'information provoque un risque d'aléa moral (Moral Hazard) appelé aussi risque moral. Il s'agit de la forme ex-post d'opportunisme (ou opportunisme post-contractuelle).

Sinon, et suivant le modèle de Stiglitz et Weiss (1981), avant même la signature du contrat, on peut rencontrer de la sélection adverse, appelé aussi anti-sélection. Il s'agit cette fois-ci d'une forme ex-ante d'opportunisme (ou opportunisme précontractuelle).

Afin de nous éclairer sur la relation « Banque-PME » au Liban, une étude exploratoire d'une dizaine d'entretiens a été menée auprès d'acteurs de notre entourage professionnel (le secteur bancaire)⁵ ayant différentes positions hiérarchiques (conseillers financiers, directeurs d'agences, directeur de département PME et directeur régional) et qui sont implantés dans différentes zones géographiques. Dans le cadre de cette étude exploratoire, le recueil d'informations a été effectué grâce à la réalisation d'entretiens individuels non-directifs, une méthode qui nous semble cohérente avec notre intention exploratoire.

Bien évidemment une présentation préalable sur l'objectif principal de notre recherche a été exposée aux interviewés tout en insistant sur la confidentialité des informations recueillis. Ceci nous a permis d'avoir une représentation claire et objective sur les pratiques réelles de financement des PME libanaises. D'une manière générale, chaque entretien qui n'a pas dépassé une heure trente minutes, a été orienté selon un ordre précis de questions afin d'éviter de dévier de notre objectif de recherche.

Le avis des interviewés sont divergents mais convergent sur le fait que le financement des PME est le résultat d'un processus, recouvrant différentes étapes (allant des analyses économiques conjoncturelles, en passant par des analyses financières et prévisionnelles, etc...) dans lesquelles la relation interpersonnelle joue un rôle prépondérant dans l'octroi de crédit. En effet, il est marqué par une coexistence de procédés intuitifs et d'un certain feeling

³ En présence d'Asymétrie d'Information, une des parties contractantes détient des informations que l'autre partie n'a pas, ce qui engendre des coûts (appelés coûts d'agence) additionnels associés à l'information.

⁴Le Rationnement de Crédit désigne le refus de la banque de prêter à des individus ou à des entreprises, même si ces derniers sont prêts à supporter des charges d'intérêts élevés pour couvrir les frais supportés par la banque.

⁵ Pour des raisons de confidentialité, nous nous sommes engagés à ne pas dévoiler les noms des cinq banques interviewées.

qui peut se transformer ou s'orienter vers la confiance. C'est cette confiance qui permet de passer d'une situation de carence au niveau des informations à une logique de conviction.

Afin d'atténuer les problèmes liés à l'asymétrie d'information, la banque peut accéder à différents types d'informations. Chaque type d'informations présente des caractéristiques propres, qui lui confèrent des avantages et des inconvénients particuliers, lesquels influencent la gestion du risque dans la banque.

1.1. Asymétrie d'information et choix de la relation bancaire

Le fait que les PME dans de nombreux marchés émergents n'ont pas accès au financement par crédit est particulièrement inquiétant. Ces entreprises emploient généralement une part importante de la population active et comptent pour une large part du revenu national. Au Liban, les banques commerciales sont la principale source de financement pour les PME. Même si ces dernières représentent une part importante des entreprises, ils reçoivent une part très faible des crédits. En effet, la plupart d'entre elles se voient refuser tout accès aux marchés financiers formels.

Une étude réalisée en 2008 par l'ABL « Association des Banques au Liban » annonce que 55% des PME ont obtenu des crédits bancaires dont 13% seulement sont à long terme. De même, cette étude révèle que 35% des entreprises n'ont jamais sollicité de crédits bancaires à cause des taux d'intérêts très élevés et des conditions de crédit assez ardues surtout en matière d'hypothèque. Or, si les PME ne peuvent pas trouver le financement dont elles ont besoin, cela conduit certainement à une perte au niveau de la croissance potentielle de l'économie.

Par ailleurs, et suite à la crise financière de 2007, la publication en décembre 2010 du Nouvel Accord de Bâle « Bale III » devrait accroître et renforcer les réserves de liquidité (la trésorerie) des banques et redéfinir leur fonds propres. Limitant ainsi les prises de risques, le comité de Bâle indique, de ce fait, des façons différentes et plus difficiles pour traiter le sujet de financement des PME ce qui conduit, logiquement, à un taux d'intérêt élevé et une offre réduit de prêt.

L'asymétrie d'information suppose que l'une des parties contractantes détient des informations qui, volontairement ou non, ne les transmettent pas à l'autre. Au cours de la relation de crédit entre banque et PME, la banque peut se trouver, par manque d'information, dans l'impossibilité de vérifier exactement la qualité et les efforts fournis par l'entreprise. De même, elle peut être sujet au détournement de la part de l'entreprise d'une partie des gains liés à l'investissement ce qui conduit à des comportements opportunistes⁶.

L'opacité des PME revient principalement à la faiblesse du système d'information dans ce type d'entreprises, ce qui nécessite plus de transparence dans la relation de financement pour réduire la réticence et la frilosité bancaire.

Petersen et Rajan (1994), mettent en évidence une réduction des difficultés d'accès au financement bancaire pour les entreprises les plus opaques par l'instauration d'un

⁶ Williamson. S, (1970), « Costly monitoring, financial intermediation, and equilibrium credit-rationing», *Journal of Monetary Economics*, September, no.4.

financement relationnel bancaire. La mise en place d'une relation à long terme entre investisseur et PME permet d'atténuer les problèmes d'anti sélection (Fama, 1985).

Selon la littérature, la relation bancaire peut être gérée suivant deux méthodes différentes. Dans les relations transactionnelles (*transaction banking*), la banque dispose des informations standardisées sur son client. Dans ce cas, ses décisions de financement se basent sur les analyses les plus objectives possibles à partir des informations fournies par l'entreprise, l'entrepreneur ou collectées des acteurs de l'environnement.

Par contre, les relations de long terme (*relationship banking*) permettent à la banque d'accéder aux informations privées, ce qui permet de diminuer l'asymétrie d'information. Dans ce cas, la dimension humaine de la relation et l'interaction répétée dans le temps entre l'entreprise et l'investisseur permettent à celle-ci de développer une réputation et de réduire les coûts d'agence liée à l'asymétrie d'informations (Diamond, 1989).

Afin de réduire cette asymétrie informationnelle, il est utile alors de maintenir des relations de long terme avec les PME dans le but de pouvoir accéder aux informations spécifiques (transactionnelles et personnelles) et afin de remédier aux problèmes de l'opacité informationnelle tout en maîtrisant le risque. Selon Jensen (1976), les créanciers et les actionnaires sont engagés dans une relation d'agence spécifique qui peut se traduire par le risque du non remboursement des créanciers à l'échéance.

En effet, le financement bancaire des PME nécessite une certaine efficacité de contrôle bancaire que Diamond (1984) a éclairé sous deux angles :

- Contrôle ex-ante qui limite la prise de risque du prêteur, en excluant les entreprises faiblement dotées en capital-réputation sur le marché du crédit ;
- Contrôle ex-post qui incite l'emprunteur à respecter ses engagements.

L'utilisation par les banques de stratégies différenciées dans la gestion de leur risque client, traditionnelles ou relationnelles (Boot, 2000), est susceptible d'induire chez elles des comportements différents en termes de rationnement de crédit. Il en résulte une situation de déséquilibre structurel sur le marché que Meza et Webb (1992) définissent comme le fait qu'à un certain niveau de taux d'intérêt, la demande de crédit excède l'offre.

1.2. La relation objective et l'indispensable relation subjective

Une des explications retenues pendant nos entrevues exploratoires est que l'évaluation du risque par la banque repose et correspond à la nature même du risque qui doit être vue d'abord comme une réalité objective (calcul rationnel, ratio...), et puis comme une réalité subjective gouvernée par d'autres éléments difficilement saisissable (personnalité, expériences, liens...).

A ce risque provoqué par l'asymétrie d'information, il y a aussi l'« incertitude » qui, selon Rivaut-Danset D. et Salais R. (1992), apparaît au centre de la relation de financement. Daft et Lengel (1986) de leur part définissent l'incertitude comme l'écart entre l'information dont dispose un individu ou une organisation, et celle dont il a besoin pour accomplir une tâche ou prendre une décision. Cette incertitude peut être automatiquement réduite en obtenant davantage d'informations.

Le risque qui domine alors la relation de crédit provient d'une part de l'incertitude des revenus futurs qui conduit au risque de non remboursement par l'entrepreneur, et d'autre part du manque de l'information (une information fiable, précise et complète). Par conséquent, l'évaluation de toute demande de financement doit donc se baser sur ces deux facteurs dominant de la relation. Ceci implique, une relation de long terme indispensable entre les deux parties.

Tout projet de crédit contient différents types d'information, ce qui nous permet de distinguer l'influence spécifique des informations « Hard » et « Soft ».

L'évaluation des demandes de financement, et du risque, commence par une évaluation basée sur des informations objectives qui peuvent se résumer à des chiffres. Les banques ont essayé d'*instrumenter* cette évaluation en se fondant sur des données comptables, financières et sociales issues des documents de synthèses (bilan, compte de résultat ainsi que des annexes), ce qui en fait de l'information « Hard ». Le financement, dans ce cas, qui est du type *transactionnel* (Lamarque, 2002) est fondé sur une relation et sur un échange d'information moins intense et plus standardisées entre la banque et la PME. L'évaluation paraît ainsi être objective et la relation est impersonnelle et quasi anonyme dite « à l'acte »⁷. Cela signifie que chaque opération de crédit constitue un acte indépendant de la banque vis-à-vis de la PME. Cette procédure objective est également adoptée par la banque même pour évaluer la qualité des entrepreneurs, sa formation et son expérience, etc...

La difficile objectivation des informations apparaît plus particulièrement dans le cas des entreprises en phase de création pour lesquelles les conseillers financiers sont confrontés à un problème d'évaluation du risque dans l'incertain ce qui peut biaiser la décision de financement. Pour Stéphane Foliard (2008), *financer un nouveau projet concentre le risque sur un seul interlocuteur : le créateur*⁸.

L'évaluation du « risque » se trouve à la base de la difficulté d'obtention de financement des PME. A part la réalité objective, l'évaluation de ce risque dispose aussi d'une réalité subjective en vertu d'un jugement personnel. En d'autres termes, les banques en général mettent en place une gestion de l'information pour identifier le risque. Ce dernier ne peut pas se mesurer uniquement à travers des variables quantitatives car elle implique également la prise en compte de variables qualitatives.

Ainsi, compte tenu des limites de cette méthode instrumentale et pour obtenir les informations plus crédibles lors de l'évaluation du risque afin de réduire l'asymétrie d'information entre prêteurs et emprunteurs, les banques vont chercher de nouvelles méthodes d'évaluation où les conseillers financiers vont intégrer des réseaux sociaux. La qualité du lien social détermine la qualité de l'information obtenue et donc celle de l'évaluation des risques dans le cadre d'une gestion essentiellement relationnelle.

Cette première analyse nous amène à formuler notre première hypothèse :

Hypothèse 1 : Les méthodes objectives d'évaluation des risques sont insuffisantes pour lever de manière efficace les risques à éviter par la banque

⁷ M. Castel et Y. Ullmo (1990) sont à l'origine de cette expression (cité par Paturel et al., 2010).

⁸ Voir Foliard S. (2008), « L'envie de financer un créateur Néophyte », *Revue française de gestion*, vol.36/205, pp. 37-52.

II. Relation Banque-PME et justification subjective

Petersen et Rajan (1994), mettent en évidence une réduction des difficultés d'accès au financement bancaire pour les entreprises les plus opaques par l'instauration d'un financement relationnel bancaire. Il s'agit d'une relation durable et personnalisée entre prêteur et emprunteur dite « à l'engagement ».

La littérature sur les relations « Banque-Entreprise » met le point généralement sur le rôle de la banque dans la gestion de cette relation. Mais, des interactions entre banquier et PME doivent coexister afin que cette relation apporte ses fruits. A ce niveau, la gestion du risque exige le partage d'informations spécifiques et privées, qui dépassent de loin le type Hard, entre les deux parties.

2.1. Les informations du type « Soft » et le chargé de clientèle

Berger et Udell (2002) définissent la relation de long terme entre la banque et la PME comme une technologie d'octroi de crédit qui dépend de la production d'information Soft.

Pour Boot (2000), ce type de financement dit relationnel permet à l'intermédiaire financier de collecter des informations spécifiques, inaccessibles aux autres prêteurs. L'essentiel est encore de pouvoir assurer une relation de confiance à long terme entre les deux parties.

Contrairement à l'information du type Hard facilement quantifiable, l'information Soft n'est pas facile à quantifier et se compose d'informations recueillies, généralement sous formes de textes (opinions, idées, projets, commentaires...), au cours du contact avec l'entreprise, l'entrepreneur, les fournisseurs de l'entreprise et ses clients, ou autres. L'information Soft est une information qualitative liée à l'environnement dans lequel elle a été collectée. Sa collecte est donc personnelle ce qui rend possible les jugements d'opinions (subjectifs) lors de son traitement. Ce type d'information constitue un des principaux déterminants de la relation de long terme entre prêteurs et emprunteurs ce qui lui permet d'être qualitative, non vérifiables et donc plus manipulable.

Le rôle primordial du chargé de clientèle est assez explicite dans de nombreux modèles récents de financement relationnels (Stein 2002, Berger et Udell 2002, Liberti and Mian 2006). Les travaux théoriques et empiriques suggèrent que les chargés de clientèles jouent un rôle essentiel dans le financement relationnel en produisant des informations Soft sur leurs emprunteurs. En fait, ils établissent et encadrent le contact direct de la banque avec son client pour produire des informations Soft, et utilisent cette information pour prendre des décisions sur les octrois de crédit, les extensions de crédit, les renouvellements, les renégociations et les résiliations. Par conséquent, les informations, dans ce cas, se basent strictement et exclusivement sur l'effort personnel du chargé de clientèle. Une des principales raisons de la primauté de chargés de clientèles est que l'information se dégrade ou perd son importance lorsqu'elle est transmise à d'autres responsables au sein de l'institution. La littérature souligne que les informations Soft seront perdus lorsqu'elles doivent être transmises au sein des organisations, c'est à dire entre les différents hiérarchies de l'organisation à travers laquelle l'information est transmise (Radner 1993, Garicano 2000).

L'information du type Soft ne peut pas circuler aisément entre les intervenants dans une structure hiérarchique développée (Stein, 2002). Ainsi, la détention de l'information Soft sera

optimisée quand elle est déployée par le même individu qui a généré l'information, à savoir, le chargé de clientèle lui-même.

Si les chargés de clientèle jouent un rôle important dans le financement relationnel, il sera nécessaire de chercher le lien entre les attributs de ces agents de crédit et leurs activités dans la production de l'information Soft. En ce sens, la relation Banque-PME dans le financement relationnel se résume par la relation entre le chargé de clientèle et l'entrepreneur (voir Berger et Udell 2002).

Malgré l'importance théorique du rôle de chargé de clientèle dans le financement des PME, il n'y a, à notre connaissance, aucune recherche empirique qui traite le rôle de cet agent au Liban et surtout en ce qui concerne la génération des informations qualitatives. Par conséquent, est-ce le chargé de clientèle joue le rôle essentiel dans le processus de génération d'informations Soft? La génération et l'accumulation de l'information Soft sont-elles des facteurs importants dans la détermination de l'accès d'une PME au crédit?

Les variables supplémentaires qui peuvent, dans la littérature, avoir un impact sur la capacité des agents de crédit à produire des informations Soft sont nombreuses: la durée de la relation bancaire; la distance entre l'emprunteur et la banque ; la fréquence des contacts avec la banque (si l'agent de crédit se réunit habituellement avec l'entrepreneur à sa place d'affaires plutôt qu'à l'agence bancaire); et, enfin, si le contact avec l'emprunteur est généralement direct plutôt que par téléphone, e-mail ou d'autres méthodes indirectes. Bref, la relation inter-entreprises devient avant tout une relation interpersonnelle.

Une deuxième hypothèse peut donc être formulée :

Hypothèse 2 : Les chargés de clientèles sont-ils amenés à dépasser les relations strictement professionnelles afin de développer des relations amicales et informelles avec les dirigeants de PME ?

Nous partons de cette approche pour justifier des relations étroites qui conduisent à accumuler davantage d'informations Soft en les supposant bénéfiques pour établir la confiance recherchée.

2.2. L'encastrement des conseillers bancaires dans des réseaux sociaux

Plusieurs auteurs ont démontré l'impact des liens sociaux entre les parties sur la réussite des actions. Granovetter (1985, 1995, 2006), avec la notion d'« *embeddedness* », a démontré l'impact des réseaux sociaux pour asseoir la réussite économique. Cette approche d'encastrement considère que les relations économiques sont encastrees dans des rapports et des réseaux sociaux englobant des acteurs selon le type d'information qui circule entre eux tout en réduisant l'asymétrie informationnelle.

Ferrary M. (1999) 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* ».

Pour Laumann et al. (1978), les réseaux sociaux est un ensemble de nœuds (personnes, organisations) reliés entre eux par des relations sociales spécifiques. L'appartenance entre ces acteurs facilite la communication et l'échange dans des conditions de confiance réciproques.

Pour certains auteurs, comme Gambetta (2000), la coopération précède la confiance et non l'inverse. En fait, le manque d'information et de l'incertitude qui entoure la relation de financement entre banque et PME nécessite un climat de confiance. Mais cette confiance ne serait exigée que dans un environnement de coopération et interactions avec les autres dans des réseaux spécifiques.

Cependant, ces réseaux ne naissent pas organisationnels. Foliard S. (2008) démontre que le porteur de projet novice va d'abord travailler sur des relations interpersonnelles avant de les normaliser dans une relation d'affaires. La découverte de ces réseaux et nœuds créateurs des informations sera la tâche la plus importante du chargé de clientèle.

Petersen et Rajan (1994) et Boot et al. (1999) démontrent que les banques peuvent réaliser des économies d'échelle à travers des relations à long terme. Ceci est dû à travers un nombre élevé d'interactions produisant des informations qualitatives, ce qui réduit par conséquent le coût de chaque opération.

Un des interviewés nous a divulgué que notre terrain de recherche est réputé, au Liban, pour son opacité, sa confidentialité ainsi que ses systèmes de gestion officiels et officieux. En d'autres termes, les données disponibles pour le grand public sont différentes de celles conservées « dans les coulisses ». La difficulté et le risque d'inaccessibilité à ces données conduit les banques à opter pour consolider au maximum la notion de réseaux et de se référer à des personnes clés pour pouvoir accéder et obtenir des informations qualitatives pertinentes.

La notion de réseaux sociaux permet donc de lever l'incertitude liée au niveau de financement des PME surtout lorsque ces réseaux disposent des caractéristiques bien déterminées au niveau de la circulation de l'information entre leurs différents membres, de la solidarité et les interactions entre eux, et de l'interconnaissance basée sur plusieurs facteurs (professionnels, religieux, ethnique, sociale, etc..).

Selon Granovetter (1973), les réseaux se composent des liens forts et des liens faibles. Pour cet auteur, la force du lien dépend de « la fréquence et de la quantité de temps investi, de l'intensité émotionnelle, de l'intimité et de services réciproques caractérisant le lien ». Dans certaines sociétés, des caractéristiques communes peuvent créer des liens forts entre les individus. Ces liens relient les individus partageant les mêmes caractéristiques telles que la race, la religion, l'ethnie...

Or les liens faibles sont désignés comme des simples connaissances, entre voisins, amis ou collègues.... Ces liens supposent un minimum d'échange pour exister.

Quant aux Alesina et Ferrara (2000), les individus préfèrent interagir avec ceux qui leur ressemblent, sur la base de revenu, de la race ou de l'ethnicité. La société libanaise est fortement corrélée à une grande hétérogénéité culturelle et religieuse. A cet effet, dans le cas d'hétérogénéité liée à l'ethnie ou à la religion, les réseaux communautaires auraient tendance à défendre leurs appartenances (Alesina, la Ferrara, 2005). Dans notre recherche, nous nous

focaliserons sur cette diversité qui caractérise la société libanaise afin de mesurer son impact sur la génération de la confiance.

D'un autre côté, les valeurs familiales au Liban dominent la vie sociale, économique et même politique. Cette domination est encouragée par le facteur de proximité où la distance joue un rôle important dans le maintien des relations. Dans ce petit pays où la probabilité de se rencontrer est très élevée, il est normal que la proximité familiale devienne une caractéristique à prendre en considération.

En prenant la confiance comme facteur important dans le jeu de financement des entreprises (pour la plupart familiales⁹), au Liban, on prévoit que la similarité ethnique et religieuse, ainsi qu'un large réseau relationnel (et familial) joue leur rôle dans le développement de la confiance entre individus.

Lehmann et Neuberger (2001) montrent que les relations et les interactions sociales entre les chargés de clientèles et les chefs d'entreprises ont des effets positifs sur la disponibilité et les conditions du crédit ainsi que sur le niveau de risque assumé par le banquier.

Parmi les entretiens que nous avons effectué, deux interrogés ont pu dévoiler que le jugement du conseiller sur la décision de financement du projet ne se fonde pas uniquement sur des critères objectifs. En fait, d'autres critères sont pertinents qui permettent d'accroître la chance de financer le projet tout en intensifiant la confiance entre le conseiller et l'entrepreneur. La confiance, dans ce cas, ne se contente pas d'être un préalable à l'échange mais elle sera présente dans la démarche même de la relation de crédit. Le choix des dossiers par le conseiller se base sur certains critères objectifs, mais surtout sur des éléments subjectifs issus de la relation avec l'entrepreneur. En se basant sur des éléments manipulables non vérifiables, le conseiller peut influencer fortement le dossier auprès de sa hiérarchie.

A l'issue de ce qui précède, il paraît très logique de dire que ces interactions restent avant tout des indicateurs de confiance entre le banquier et l'emprunteur. Cependant, vu leurs expériences et leur expertises différentes, il nous semble raisonnable de supposer que leurs points de vue sont très divergents et même parfois contradictoires dans l'évaluation des projets. La question principale qui se pose ainsi est la suivante : *comment réussir à établir et consolider un rapprochement et entente entre les parties ?*

Une troisième hypothèse sera alors formulée :

Hypothèse 3 : Compte tenu de l'hétérogénéité de la population libanaise, il est probable que l'impact des réseaux sociaux sur l'émergence de la confiance puisse être très important au Liban.

III. Nécessite de confiance et justification intersubjective

Face aux contraintes informationnelles précitées, la question de renforcement de la qualité de l'information d'une part et de la consolidation des relations et interactions sociales d'autre part deviennent les facteurs essentiels à la constitution d'un réseau de confiance entre une PME et sa banque. Pour Dasgupta (2002), la confiance se fonde principalement sur des

⁹ Selon Fahed-Sreih J. (2006), les entreprises familiales au Liban constituent 85% du secteur privé.

réseaux et sur la réputation. Une réputation qui concerne à la fois les individus et les institutions.

La notion de la confiance a été abordé par plusieurs auteurs (on cite Zucker, 1986 ; Shapiro, 1987 ; Gambetta, 1988 ; Bradach et Eccles, 1989 ; Barney et Hansen (1994) ; Ring et Van DeVen (1994) ; McAllister (1995). Bien que tous soient d'accord sur l'importance de cette notion, on ne trouve pas un consensus sur la manière de la définir. Cela est dû principalement à la diversification des domaines d'études. Mais toutes ces études abordent la confiance comme un phénomène résultant principalement des interactions entre les parties. Elle a été assimilée à des attentes sociales ou à des relations interpersonnelles. Ainsi Granovetter (1985) a reconnu son influence sur le plan interpersonnel et organisationnel. En s'appuyant sur les travaux de ce dernier (1985), la confiance existe en tant que résultat des interactions fréquentes et précédentes des relations de confiance.

La relation interpersonnelle entre la banque et la PME n'est qu'une relation intersubjective entre le chargé de clientèle et l'entrepreneur. Zucker (1986) explique que la confiance entre une PME et une banque doit être considérée comme intersubjective. Cette intersubjectivité apparaît comme l'expérience qui se co-construit suite à la rencontre des deux parties.

En outre, même si nous acceptons que la confiance se construise à travers les interactions répétées, il convient d'étudier le fondement d'une telle relation de confiance et les modalités par lesquelles l'expérience vécue se communique.

Ce qui nous intéresse dans notre travail, c'est l'étude de la confiance dans le contexte des relations inter-organisationnelles, et plus particulièrement, dans le cadre de la relation Banque-PME. Dans une relation inter-organisationnelle, la confiance émerge d'un processus de communication dans laquelle les informations partagées se développent pour fournir la base nécessaire pour les comportements autres qu'opportunistes. Ce faisant, la confiance devient une réalité sociale intersubjective.

Différents types de la confiance sont étudiés dans l'analyse des comportements des entreprises, comme la confiance interpersonnelle et qui est mesurée en fonction des propres caractéristiques des interlocuteurs (*characteristic based trust*) ou bien la confiance relationnelle basée sur les échanges entre les deux parties (*process based trust*) (Zucker, 1986).

Bien que le premier type (interpersonnel) se désigne comme un des facteurs générant de la confiance, du fait des caractéristiques personnelles des interlocuteurs (âge sexe, religion...). Le deuxième facteur devient organisationnel lorsque la confiance entre les deux parties dépend de la disponibilité et de la qualité d'information communiquée et échangée. Notre question est ainsi : *En quoi la confiance peut-elle intervenir dans la relation entre la banque et la PME ? Et puis existe-t-il des modes d'organisation du travail précises qui favorisent l'émergence de relations de confiance ?*

3.1. L'environnement de la relation de financement et l'indispensable confiance

La notion de la confiance se construit dans un financement relationnel de long terme. Parfois, le chargé de clientèle ne s'engage pas dans une relation professionnelle durable que s'il fait confiance à son emprunteur. Elle nécessite d'abord l'acceptation du risque, ensuite l'attente

que l'autre partie ne tentera aucun comportement opportuniste, et enfin comme Baier l'indique (1986) l'acceptation de devenir vulnérable à un possible mais non probable manque de bonne volonté¹⁰.

En effet, l'environnement dans lequel la PME et la banque interagissent se caractérise par une incertitude évolutive. Cette incertitude implique une prise de risque en fonction de l'écart d'information échangée entre les deux parties.

La perception des risques provient de la probabilité du comportement opportuniste. Un comportement est opportuniste dans la mesure où il tire profit de la faiblesse de l'autre. Au sens de Williamson (1975), il est défini comme étant la recherche de l'intérêt personnel via la tromperie ou le fait de ne pas respecter une promesse implicite ou explicite. Dans ce cas, l'opportunisme devient l'inverse de la confiance. Kee et Knox (1970) affirment que la seule situation où l'on a besoin de la confiance est celle où au moins une des parties a quelque chose d'important à perdre en cas de trahison de l'autre partie.

Dans le cadre du développement des relations inter-organisationnelles et dans les relations Banque-PME en particulier, plusieurs études ont démontré ce rôle explicite et implicite de la confiance¹¹. Pour Ring et Van de Ven (1994), l'incertitude émane de la difficulté de prévoir les états futurs du monde d'une part, et d'autre part, de la difficulté de prédire si les deux parties disposent ou non de la même volonté initiale.

La perception du risque et de l'incertitude est donc inévitable dans toute relation de crédit. Par conséquent, plus le degré d'incertitude est élevé, plus le risque est élevé aussi. Le banquier aura, par conséquent, tout intérêt à trouver les remèdes nécessaires.

Moorman et al., (1993) avancent que c'est la confiance qui serait la solution idéale pour réduire la perception de l'incertitude (lié à l'environnement ou à un comportement opportuniste) et permettre en conséquence de mieux tolérer le risque (aléa moral et sélection adverse).

Au-delà des deux variables risque et incertitude, il y a aussi la vulnérabilité dont dispose l'une des parties pour faire confiance à l'autre. Pour Mishra (1996), en cas d'absence d'une telle vulnérabilité - vis-à-vis de la PME dans notre cas (du fait du risque de non remboursement) - le concept même de la confiance n'est plus nécessaire. C'est une des conditions de base de la confiance. Cette variable revêt un caractère très important dans le contexte libanais. En effet, compte tenu de l'incertitude de l'environnement et la forte dépendance des PME Libanaises vis-à-vis des banques, le sentiment de vulnérabilité devient plus fort. Selon Barney et Hansen (1994), le degré de vulnérabilité dépend du niveau de la confiance. Lorsque la confiance à un niveau faible (*Weakform of trust*) la vulnérabilité sera limitée. Or un fort niveau de la confiance (*Hard core trust worthiness*) apparaît en cas de sérieuses vulnérabilités. La relation Banque-PME nécessite un niveau de confiance qui s'exprime comme un raisonnement rationnel permettant de réduire les coûts de transaction, c'est ce que Williamson (1993) a décrit « Confiance calculée » et qui repose sur l'attente d'un comportement honnête de la part de l'entrepreneur surtout dans un environnement de risque, d'incertitude et de manque d'information.

¹⁰Cité par Charki H., (2005).

¹¹Harrisson et alii (1997), Howorth et Moro (2006), Delerue et Berard (2007)

En plus, plusieurs auteurs¹² sont d'accord sur le fait que l'échange régulier d'information permet la mise en place de la confiance entre les différentes parties.

Ceci constitue la base de notre quatrième hypothèse:

Hypothèse 4 : Les chargés de clientèle et les PME doivent maintenir une relation de confiance qui laisse supposer une optimisation d'information et atténuer le degré du risque, de l'incertitude et de la vulnérabilité

3.2. Les composantes de la confiance: Cognition et Affection, Relation et Expérience

Les auteurs fournissent des différentes approches de la notion de confiance : basée sur les processus, les personnes ou les institutions (Zucker, 1986), sur les relations sociales et d'agence (Shapiro, 1987), confiance faible, semi-forte ou forte chez Barney et Hansen (1994), sur l'affectif ou la cognition pour McAllister (1995)...Ce dernier distingue deux formes de confiance interpersonnelle : *La confiance cognitive*, fondée sur les informations individuelles sur la fiabilité et la dépendance à l'égard de l'autre, et la *confiance affective*, fondée sur l'attention et sur les émotions interpersonnelles entre individus. Bref, faire confiance nous amène à distinguer entre la raison et l'émotion.

Du point de vue cognitif, la confiance (*cognition-based trust*) apparaît comme inutile si on maîtrise tout et impossible si on ignore tout. Cela nécessite un certain minimum de connaissances, d'une partie sur l'autre, pour lui faire confiance. Or du point de vue affectif, elle sera rattachée aux attentions et aux émotions interpersonnelles.

Par ailleurs, Noteboom (2000) dit que la perception de la confiance est le résultat de l'expérience des individus, de leurs interactions avec eux et du traitement cognitif de catégorisation qu'ils réalisent et utilisent pour évaluer les situations nouvelles.

La décision cognitive sera guidée par des interactions affectives et la confiance se voit généralement comme un facteur essentiel pour la réussite des relations (Morgan et Hunt 1994) entre entrepreneurs et banquiers, surtout que ces derniers, suivant les avis des conseillers que nous avons rencontrés, font confiance à leurs intuitions. Cette confiance permet de réduire les risques inhérents à la relation entre prêteur et emprunteur.

Pour Alesina et Ferrara (2000) les déterminants principaux de la confiance sont :

- Les caractéristiques personnelles comme l'âge, le revenu, ou l'état civil,
- L'attitude culturelle ou morale comme l'éducation et la religion,
- Les expériences passées au niveau des individus et des institutions,
- La possibilité d'interactions répétées c.à.d. la répétition des actes avec les autres devient un synonyme de confiance.
- L'homogénéité de la société : les individus ont généralement confiance en ceux qui leur ressemblent, qui appartiennent à la même famille, même religion, même ethnie, même niveau de revenu, donc la confiance diminue avec l'hétérogénéité de la société.

La diversité religieuse est plus problématique dans certains pays que dans d'autres. Alesina et al. (2005) ont trouvé que l'hétérogénéité ethnique a plus d'impact négatif que l'hétérogénéité

¹²Nakamura (1999), Cieply et Grondin (1999), Levratto et alii (2002), Camuset Godlewski (2005)

due à la langue et finalement que l'hétérogénéité due à la religion n'a pratiquement pas d'effet négatif.

Alesina et al. (2005), trouvent aussi que l'effet négatif de l'hétérogénéité est moins fort dans les pays développés, et cela est dû au développement des institutions dans ces pays.

Le Liban est un pays émergent qui présente alors un cas d'application très intéressant puisqu'il représente un très haut degré d'hétérogénéité avec 4.1 millions de libanais, selon le FMI en 2007, répartis en deux religions principales et en 18 communautés sur une superficie de 10.452,- km².

Par ailleurs, la confiance, dans le cadre des relations de financement, peut être basée sur des interactions répétées, qui pourront augmenter la chance d'un échange d'informations qualitatives du type Soft. Le banquier établit dans ce cas, des liens avec l'entreprise, des liens qui peuvent : « aller au-delà des relations interpersonnelles cordiales à la fourniture d'informations techniques et économiques, en passant par des relations intimes... » comme le souligne Severin (2004)¹³.

Le facteur des interactions répétées est fondé sur l'importance de la réputation. Le Liban est un petit pays où tout le monde se connaît. Les interactions répétées sont très probables et les normes de réputation sont très importantes.

Cette relation se développe aussi lorsque la satisfaction entre les parties est forte. Une fois l'entreprise est satisfaite de la relation avec sa banque, ceci peut accroître la confiance et par conséquent la volonté de maintenir et pérenniser cette relation (Ganesan, 1994). Dans le même sens, Morgan et Hunt (1994) affirment que les entreprises qui sont satisfaites de leurs expériences passées avec leurs banques, s'engageront dans le futur des relations plus profondes avec ces dernières.

Les expériences passées des banques se résument dans ce cas par les expériences de leurs conseillers, en termes de compétences, et ses relations interpersonnelles. Le chargé de clientèle, d'après un conseiller interrogé lors de notre étude exploratoire, cherche dans la manière que cette expérience et ces compétences vont être investies par l'entrepreneur.

L'identification des compétences de l'entrepreneur est incontestablement le facteur le plus important de la création de la confiance. Plus l'entrepreneur a d'expérience, plus la banque lui accorde sa confiance et plus l'incertitude sera atténuée. A cet effet, le modèle de « 3E » (Paturel, 2006) explique la cohérence entre ces 3 E qui caractérise :

L'Entrepreneur (E1) et ses aspirations, en termes d'expériences et de compétences, l'Entreprise (E2), ses compétences et ses ressources financières, humaines... et l'Environnement (E3) en termes de mesure globale, locale et de proximité.

La cohérence entre ces 3E correspond à l'adéquation entre les aspirations de l'entrepreneur et les compétences de l'entreprise à l'environnement qui pourra ainsi leur faire confiance.

Dans le même sens, Levy-Tadjine (2004) explique le sujet de l'accompagnement des entrepreneurs suivant le modèle de « 3P » fondé sur un triptyque Porteur (du projet, soit P 1),

¹³Cité par Zraoula Siham

Portants (experts ou partenaires qui valideront le projet, soit P 2) et Portés (le projet lui-même, soit P 3).

La confiance sera certainement plus dure à obtenir en cas d'insatisfaction à l'égard des expériences passées. Par ailleurs la confrontation intersubjective découvre plus nettement l'inadéquation et l'incohérence et par la suite l'absence de la confiance.

A l'issue de ce qui précède, nous formulons nos dernières hypothèses :

H5: L'intuition du conseiller peut améliorer la confiance ou permet de porter un bon jugement sur le projet de son interlocuteur.

H6: L'expérience et la bonne connaissance du conseiller facilitent l'identification des compétences professionnelles de l'entrepreneur et par conséquent l'amélioration de la confiance entre les deux parties.

Et enfin, comme le Liban est un pays caractérisé par la diversité religieuse et ethnique, nous ferons le diagnostic de cette diversité pour déterminer si elle génère une vraie lésion ou une opportunité d'enrichissement et de renforcement de la qualité d'information comme base de la confiance entre les banques et les PME. D'où l'hypothèse suivante :

H7: La diversité religieuse et ethnique au Liban facilite l'accès aux informations et accroître la confiance entre les banques et les PME

Conclusion

Les PME sont caractérisées en général par une opacité informationnelle qui rend très difficile leur accès au crédit bancaire. L'atténuation de cette difficulté d'accès au financement bancaire dépend de la quantité et de la qualité des informations. Autrement dit, à part l'information quantitative du type Hard, la banque se fonde dans sa prise de décision sur l'information qualitative du type Soft qui apporte de la précision aux estimations de la qualité des projets et des emprunteurs. Cela passe notamment par l'appartenance à des réseaux identiques au sein desquels figurent des liens forts et faibles dont les implications ne sont pas identiques pour asseoir la confiance. L'établissement des relations entre la banque et la PME ne se limite pas, théoriquement, à une transaction financière mais à des interactions entre les deux parties dans un climat de confiance.

Et comme le dit Ferrary M. (1999) « le banquier accorde un crédit non 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 ». La justification intersubjective déterminée par l'entretien des liens sociaux consolidant la confiance pourra encadrer le financement bancaire des PME.

La littérature nous a inspiré quelques hypothèses qui n'ont pas été vérifiées formellement, mais ont guidé notre réflexion et supporteront nos futurs travaux. En s'appuyant sur la théorie de la confiance et sur les résultats de notre étude exploratoire, nous allons tester ces hypothèses sur le marché libanais pour voir dans quelle mesure on peut adopter les dimensions objectives et subjectives dans la prise de décision bancaire de financer ou non le projet. Nous essaierons aussi de voir quel est l'impact du type d'information sur la confiance entre les parties prenantes en matière de financement bancaire et plus explicitement, comment cette confiance affecte l'accès au financement bancaire.

Nous tenterons de répondre aux questionnements suivants :

- A quel niveau les informations du type Soft limitent les questions de l'asymétrie d'information et de rationnement de crédit ?
- Quels sont les éléments constitutifs de la confiance ? Comment la dimension humaine influe-t-elle la prise de décision bancaire en matière de financement des PME ?
- Quel est l'impact des réseaux sociaux, dans un pays hétérogène d'une part et dans une culture d' « officiels et d'officieux » des PME d'autre part, sur l'émergence de la confiance et puis sur la prise de décision de financement ?

Notre démarche exploratoire nous conduit à la vérification de la pertinence de nos hypothèses, qui passe nécessairement par la collecte de données empiriques.

Selon Mucchielli A. (1996), la recherche qualitative consiste à utiliser des méthodes de collecte et d'analyse qualitatives qui visent à comprendre, puis à décrire un comportement humain. De ce fait, la méthode de la recherche qualitative nous semble en cohérence avec la problématique de notre travail qui vise à comprendre puis à interpréter le comportement des conseillers financiers en matière de financement des PME.

Notre choix méthodologique émane de la nouveauté et de la rareté des travaux théoriques. Nous considérons que la compréhension des différents comportements de financement dans les établissements de crédits libanais passe nécessairement par l'étude du terrain et l'examen des pratiques vécues par les conseillers financiers.

Pour avoir une meilleure compréhension et illustration des relations de confiance et de leur constitution, notre objectif sera l'étude du comportement de plusieurs banques libanaises. Ainsi, la variété et la richesse des informations collectées constitueront un moyen de validation de nos résultats.

A notre connaissance, une telle étude n'a pas encore été faite sur le marché libanais ce qui devrait être riche d'enseignements pour élaborer des recommandations pour les banquiers (en précisant les difficultés et les opportunités d'une telle situation), les dirigeants de PME (en exposant les atouts ou prérogatives de financement) et les pouvoirs publics (en dévoilant les barrières qui entravent les projets d'entreprises et par la suite la croissance économique) du pays des cèdres.

Bibliographie

- Alesina A., La Ferrara E. (2000), « Participation in heterogeneous communities », *The Quarterly Journal of Economics*, pp.847-877.
- Alesina A., La Ferrara E. (2000), « The determinants of Trust », *National Bureau of Economic Research working of economics* No. 7621.
- Alesina A., La Ferrara E. (2002), « Who trusts others », *Journal of Public Economics*, 85, pp. 207-234.
- Alesina A., La Ferrara E. (2005), « Ethnic diversity and economic performance », *Journal of Economic Literature*, XLIII, pp.762-800.
- Barney J.B, M.H. Hansen (1994), « Trustworthiness as a source of competitive advantage », *Strategic Management Journal*, vol. 15, pp.175-190.
- Belletante B., N. Levratto et B. Paraque (2003), « Diversité économique et modes de financement des PME », *éditions l'Harmattan*.

Berger A., G. Udell (2002), « Small business credit availability and relationship lending: the importance and bank organisational structure », *The Economic Journal*, 112 (477), pp. 32-53.

Berger A., L. Klapper G. Udell (2001), « The ability of banks to lend to informationally opaque small businesses », *Journal of Banking Finance* (25), pp. 2127-2167.

Boot A. (2000), « Relationship banking: what do we know? », *Journal of Financial Intermediation*, vol.9, pp. 7-25.

Boot A., W. Arnoud, A. Thakor, (1999), « Can relationship banking survive competition », *The Journal of Finance*, vol.55, no.2, pp.679-713.

Bradach J.L., Eccles R.G. (1989), « Price, Authority and Trust, from ideal types of plural forms », *Annual Review of Sociology*, vol.15, pp.97-118.

Charreaux G. (1988), « Le rôle de la confiance dans le système de gouvernance des entreprises », *Economie et Société, série Sciences de Gestion*, n° 8-9, pp.47-65.

Charki H. (2005), « Le paradoxe de la confiance initiale », CNRS, Université Paris Dauphine.

Daft, R.L. et Lengel, R.H. (1986), « Organizational Information Requirements, Media Richness and Structural Design », *Management Science*, Vol. 32, N° 5, pp. 554-571.

Das T-K et Teng B-S. (1996), « Risk types and the inter-firm alliance structures », *Journal of Management Studies*, vol.33, pp.827.

Dasgupta P. (2002), « Social capital and economic performance: Analytics », in *Foundations of Social Capital 2010. Edward Elgar Publishing Limited*.

Diamond D. (1984), « Financial intermediation as delegated monitoring: A simple example », *Economic Quarterly*, Federal Reserve Bank of Richmond.

Diamond D. (1984), « Monitoring and Reputation: The choice between bank loans and privately placed debt », *Journal of Political Economy*, (99), pp.689-721.

Diamond D. (1989), « Reputation and acquisition in debt markets », *Journal of Political Economy*, vol.97, no.4, pp.828-868.

Fahed-Sreih J. (2006), « Distinctive trends, challenges, problems and opportunities facing family businesses in the Middle-East », *Institute of Family and Entrepreneurial Business Lebanese American University*.

Fama E., (1985), « What's Different About Banks? », *Journal of Monetary Economics*, vol.15, pp. 29-39.

Ferrary M. (2003), « Trust and Social Capital in the regulation of Lending Activities » *Journal of Socioeconomics*, (31), August, no.3, pp. 673-699.

Ferrary M. (1999), « Confiance et accumulation de capital social dans la régulation des activités de crédits », *Revue française de sociologie*, pp.559-586.

Foliard S. (2008), « Le financement bancaire des créateurs de très petites entreprises », *Thèse pour le Doctorat en Sciences de Gestion*, Lyon.

Gambetta D. (1988), « Can we trust Trust? », in Gambetta D. (ed.) *trust: Making and Breaking Cooperative Relations*, electronic edition, *department of sociology*, University Oxford, chapter 13, pp.213-237.

Ganesan S. (1994), « Determinants of long-term orientation in buyer-seller relationship », *Journal of Marketing*, vol. 58, no.2, pp.1-19.

Garicano L. (2000), « Hierarchies and the organization of knowledge in production », *the journal of political economy*, vol.108, no.5, pp.874-904.

Godbillon-Camus B., C.-J. Godlewski (2005), « Gestion du risque de crédit dans la banque : Information Hard, Information Soft et Manipulation », *Université Robert Schuman, IEP Strasbourg III*.

Godlewski C-J. (2004), « Rôle de la nature de l'information dans l'intermédiation bancaire », *Université Robert Schuman, IEP Strasbourg III*.

- Granovetter M. (1973), « The strength of weak ties », *American Journal of Sociology*, (78), 6, pp. 1360-1380.
- Granovetter M. (1985), « Economique Action and Social Structure: The problem of Embeddedness », *American Journal of Sociology*, (91), pp. 481-510.
- Granovetter M. (1995), « La notion d'embeddedness », in Jacob & Vérin (éd.), *l'inscription sociale du marché*, L'Harmattan, Paris, pp. 11-21.
- Granovetter M. (2006), « L'influence de la structure sociale sur les activités économiques », *Sociologies Pratiques*, no.13, pp.9-36.
- Howorth C. et A. Moro (2006), « Trust within Entrepreneur Bank Relationships: Insights from Italy », *Entrepreneurship, Theory and Practice*, (23), pp. 495-517.
- Jensen M.C., W.H. Meckling (1976), « Theory of the firm: Managerial behaviour, agency costs and ownership structure », *Journal of Financial Economics*, vol.3, n.4, pp.305-360.
- Kee Herbert W. Robert E. Knox (1970), « Conceptual and Methodological Considerations in the study of Trust and Suspicion », *Journal of Conflict Resolution*, vol.14, pp.357-366.
- Lamarque E. (2002), « Pour une approche organisationnelle de la relation Banque-Entreprise », *Revue Sciences de Gestion*, no.34.
- Laumann E.O., Galaskiewicz J. et Marsden P.V. (1978), « Community Structure as Interorganizational Linkages », *Annual Review of Sociology*, Vol.4, pp. 455-484.
- Lehmann E., D. Neuberger (2001), « Do lending relationship matter? Evidence from bank survey data in Germany », *Journal of Economic Behaviour and Organization*, vol.45, pp. 339-359.
- Levratto N. (1990), « Le financement des PME par les banques : Contraintes des firmes et limites de la coopération », *Revue Internationale PME*, vol.3, no.2, pp. 192-213.
- Levratto N. (2002), « L'intermédiation informationnelle: Un dispositif au service de la pérennité des petites entreprises », *Techniques Financières et Développement*, no.68, pp. 13-25.
- Levy-Tadjine T. (2004), « L'entrepreneuriat immigré et son accompagnement en France », *Thèse de Doctorat en Sciences de Gestion*, réalisée sous la direction du Professeur Robert Paturel, Université du Sud-Toulon-Var. Prix FNEGE de la meilleure thèse en entrepreneuriat
- Liberti J., A. Mian (2006), « Estimating the effect of hierarchies on information use », *Review of financial study*.
- Liberti J. (1999), « Initiative, Incentives and Soft Information: How does delegation impact the role of bank relationship managers? », *Job Market Paper*, University of Chicago.
- McAllister D.J. (1995), « Affect-and cognition-based trust as foundations for interpersonal cooperation in organizations », *Academy of Management Journal*, vol.38, pp.24-59.
- Meza D., D. Webb (1992), « Efficient credit rationing », *European economic review*, vol.36, n.6, pp. 1277-1290.
- Mishra A-K. (1996), « Organizational responses to crisis: the centrality of trust » in R.M Kramer & T.R. Tyler (ed). *Trust in Organizations: Frontiers of theory and research*, pp.261-287.
- Moorman C., Deshpande R., Zaltman G. (1993), « Factors affecting trust in market research relationships », *Journal of Marketing*, vol.57, pp. 81-101.
- Morgan R.M., Hunt S.S. (1994), « The commitment-Trust Theory of relationship Marketing », *Journal of Marketing*, vol.58, pp.20-38.
- Mucchielli A. (1996) : « Dictionnaire des méthodes qualitatives en sciences humaines et sociales », Paris, Arman Colin.
- Nakamura J-L. (1999), « La Relation Banque-PME », *Revue d'économie financière*, no.54, vol.4.

- Nooteboom B. (2002), « Trust: Forms, Foundations, Functions, Failures & Figures », *Le Vermont: Edward Elgar Publishing*.
- Paturel R. (2006), « Délimitation du champ de l'entrepreneuriat par ses caractéristiques, pratiques et paradigmes », 1^{er} colloque international du réseau méditerranéen des écoles de management, le management dans l'espace méditerranéen : Modèles et pratiques, 9 et 10 juin 2006, Beyrouth, actes.
- Paturel R., S. Foliard, M. Gharsalli (2010), « L'encastrement social des pratiques de gestion : le cas de la relation d'emprunt pour les PME », *10eme congres francophone en entrepreneuriat et PME CIFEPME*.
- Petersen M-A., R-G Rajan (1994), « The benefits of lending relationships: Evidence from small business data », *Journal of Finance*, (49), pp.3-37.
- Petersen M-A et R-G Rajan (1995), « The effect of credit market competition on lending relationships », *Quart. J. Economy*, (110), pp.407-443.
- Petersen M-A et R-G Rajan, (2002), « Does distance still matter: The information Revolution in small business lending », *Journal of Finance*, (57), pp. 2533-2570.
- Radner R. (1993), « The organization of decentralized information processing », *Econometrica*, vol.61, no.5, pp. 1109-1146.
- Ring P.S., A.H. Van de Ven (1994), « Developpmental processes of cooperative interorganizational relationships », *Academy of Management Review*, vol.19, no.1, pp. 90-118.
- Ring P.S., A.H. Van De Ven (1992), « Structuring Cooperative Relationships between Organizations », *Strategic Management Journal*, vol.13, no.7, pp. 483-498.
- Rivaut-Danset D. (1991), « La relation Banque-Entreprise : Une approche comparée », *Revue d'Economie Financière*, no.16, pp. 105-118.
- Rivaut-Danset D. (1995), « Le rationnement du crédit et l'incertitude », *Revue d'Economie Politique*, (105), N°2 mars-avril, pp. 226-247.
- Rivaut-Danset D. (1992), « Les conventions de financement : premières approches théoriques et empiriques », *Revue française d'Economie*, vol.7.
- Shapiro S.P. (1987), « The Social Control of Impersonal Trust », *American Journal of Sociology*, vol.93, no.3, pp. 623-658.
- Stein J-C (2002), « Information production and capital allocation: Decentralized versus Hierarchical Firms », *Journal of Finance*, vol. 57, pp. 1891-1921.
- Stiglitz J-E., A. Weiss (1981), « Credit Rationing in markets with imperfect information », *The American Economic Review*, (71), pp. 393-409.
- Williamson O, (1993), « Calculativeness, trust and economic organization », *Journal of Law and Economics*, vol.36, pp. 453-500.
- Williamson O. (1975), « Markets and Hierarchies: Analysis and Anti-Trust Implications », *The Free Press*, New York.
- Williamson S.D. (1986), « Costly Monitoring, Loan Contracts », *Journal of Economics*, (102), pp. 135-146.
- Williamson S.D. (1987), « Costly Monitoring, Financial Intermediation and Equilibrium Credit Rationing », *Quarterly Journal of Economics*, N° 102, February, pp. 135-146.
- Zraoula S. « Les déterminants d'une gestion relationnelle de la relation bancaire, cas des grandes entreprises marocaines non cotées », *CEREGE*, cermat.iae.univ-tours.fr/IMG/pdf/ZRAOULAS.pdf
- Zucker L.G. (1986), « Production of Trust: Institutional Sources of Economic Structure, 1840-1920 », *Research in Organisational Behaviour*, vol.8, pp.53-111.