

## Le financement relationnel : une réponse au rationnement de crédit des PME algériennes

*The relational financing: an answer to the rationing of credit of the Algerian SMEs*

**MADOUCHE Yacine**  
Université Mouloud Mammeri, Tizi-  
Ouzou, Algérie

**SI LEKHAL Karim**  
de l'Université de Versailles Saint  
Quentin en Yvelines

**BIA Chabane**  
Université Mouloud Mammeri,  
Tizi-Ouzou, Algérie

### Résumé :

L'Algérie ne peut espérer diversifier son économie tant qu'elle sous-estimera l'essor d'un système bancaire moderne privé, capable de jouer un rôle crucial dans le financement de l'activité économique et industrielle. C'est un préalable et une nécessité à toute politique de développement des PME.

Si ces entreprises se financent essentiellement auprès des banques dans les économies avancées, il ressort qu'en Algérie, dont le système bancaire est largement dominé par des banques publiques, elles recourent le plus souvent à l'autofinancement, avant de solliciter en dernier ressort un apport bancaire qui n'est aucunement facile à obtenir. Ce resserrement des conditions de crédit pénalise l'essor de ces entités économiques créatrices de richesses et d'emplois.

A cet effet, l'objectif principal de cet article est d'étudier la relation entre les entrepreneurs algériens et leurs banquiers : tenter de comprendre les fondements de l'ambiguïté qui caractérise cette relation, expliciter les causes du rationnement de crédit, et proposer une série de solutions de nature à réduire ce phénomène, notamment dans le cadre d'un financement bancaire relationnel.

**Mots clés :** Système bancaire, PME, Financement relationnel, information, Algérie.<sup>^</sup>

### Abstract:

Algeria cannot hope to diversify its economy as long as it will underestimate the development of a private modern banking system, capable of playing a crucial role in the financing of the economic and industrial activity. It is a prerequisite and a necessity in any development policy of the SME.

If these companies finance essentially with banks in the advanced savings, it appears that in Algeria, the banking system of which is widely dominated by public banks, they resort most of the time to the self-financing, before requesting as a last resort a banking contribution which is not at all easy to obtain. This contraction of credit terms penalizes the development of these creative economic entities of wealth and jobs.

For that purpose, the main objective of this article is to study the relation between the Algerian entrepreneurs and their bankers: try to understand(include) the foundations of the ambiguity which characterizes this relation, to clarify the causes of the rationing of credit, and to propose a series of solutions likely to reduce this phenomenon, in particular within the framework of a relational banking financing.

**Keywords:** banking System, SME, Financing interpersonal skills, information, Algeria.

### Introduction :

Si les grandes entreprises peuvent aisément se financer auprès des banques ou sur les marchés financiers, les petites et moyennes entités rencontrent souvent de sérieuses difficultés à trouver les capitaux nécessaires à leur fonctionnement et à leur développement. Ainsi, le système bancaire constitue, à côté des fonds propres, la principale source de financement pour les petites et moyennes entreprises. De nombreuses études ont montré que ce rationnement de crédit dont

souffrent les entreprises privées algériennes s'explique, en grande partie, par l'opacité informationnelle qui les caractérise, par leur gestion qui ne répond pas, le plus souvent, aux pratiques du management moderne, par l'asymétrie d'informations entre les dirigeants et les créanciers, ce qui complique l'étude des demandes de crédit et empêche de cerner les risques de remboursement. Et le manque de concurrence sur le marché bancaire algérien fortement dominé par les banques publiques<sup>1</sup> (Si lekhal, 2014) n'est pas propice à la disponibilité des capitaux.

Conséquence directe de ce resserrement dans les conditions d'octroi de crédits, des milliers de projets, pourtant économiquement viables, n'ont pas vu le jour. Le pays ne compte que quelques 960 000 PME dont 96% sont des TPE créées pour la plupart dans le cadre des dispositifs publics dédiés à la création d'entreprises et d'emplois, tels, Ansej, Andi, Angem... Il importe de souligner, ici, qu'en dépit des sommes colossales dépensées (plus 90 milliards de dollars), les résultats de ces différents programmes d'aide publique demeurent en deçà des attentes. Et le pays manque toujours cruellement d'entreprises. L'explication principale à cet échec se trouve dans la nature même de ces dispositifs, qui visaient en premier la lutte contre le chômage structurel qui touche l'économie nationale et non la promotion de activité économique et industrielle créatrice de la valeur ajoutée (Si lekhal, 2012).

Cela dit, les différentes mesures prises par les autorités publiques depuis 2001 pour promouvoir les PME, ont néanmoins permis de dynamiser, même timidement, le secteur privé longtemps marginalisé au profit du public. Certes, les opérateurs privés participent, aujourd'hui, d'une manière positive à l'activité économique nationale mais insuffisamment au regard des attentes du pays. Ils doivent impérativement développer leurs capacités productives, car la plupart d'entre eux demeurent cantonnés dans des activités réduites, excepté quelques entreprises, dans les secteurs de BTP et dans les services à faible valeur ajoutée. Par conséquent, ces acteurs économiques privés ne contribuent qu'à hauteur de 10% de la valeur ajoutée globale.

Pourquoi ce retard ? La contrainte financière conditionne le quotidien des entrepreneurs privés et de leurs entreprises. D'ailleurs, c'est le premier obstacle à leur développement, selon leurs constatations.

Au regard de tous ces éléments, cette recherche se propose d'étudier, dans le détail, la nature, les caractéristiques et les distorsions éventuelles de la relation banques/PME sur le marché bancaire algérien. L'objectif principal est double. Tout d'abord, tenter de mieux comprendre les principaux fondements du rationnement de crédit qui caractérise le marché bancaire algérien, et qui pénalise particulièrement les PME et l'économie nationale dans son ensemble. Ensuite, proposer des perspectives susceptibles d'améliorer les conditions de financement de ces entreprises créatrices de richesses et d'emplois.

Pour ce faire, notre démarche se décline en trois parties : dans une première, nous passerons en revue succincte les enseignements que nous propose la théorie financière sur le financement bancaire des entreprises, avant de mettre en exergue les principales contraintes qui pèsent sur le financement des PME. Dans la deuxième partie, nous aborderons le financement relationnel, ses propriétés essentielles, ses mécanismes et nous montrerons surtout comment cette relation bancaire entretenue pourrait favoriser les conditions d'accès aux crédits bancaires pour les petits entrepreneurs. Quant à la troisième partie, elle abordera l'aspect empirique de notre étude, sous forme d'une enquête de terrain et de ses conclusions. Bien évidemment, nous exposerons, dans un premier temps, la méthodologie de la recherche et analyserons ensuite les résultats obtenus.

## **1. Le financement des PME : une brève revue de littérature :**

### **1.1. Le financement bancaire des PME :**

Il faut dire qu'en dépit du développement de la finance et de ses instruments, le financement bancaire constitue encore la première source de financement des PME, car celles-ci ne peuvent pas

prétendre aux financements par les marchés. Le financement direct sur le marché boursier est réservé davantage aux grandes entreprises cotées. Conséquence directe, de nombreuses PME souffrent encore de la rareté de capitaux. Cette problématique de financement des PME, qui touche, certes à des degrés divers, les entreprises des économies avancées et celles des économies en voie de développement et émergentes, a mobilisé l'intérêt de nombreux chercheurs, depuis bien avant les années 1970. Et pour tenter de mieux la cerner et comprendre ses causes, certains économistes se sont intéressés de près aux pratiques des institutions bancaires. C'est le cas, notamment, de Berger, Frame et Miller (2005), Akhavein, Frame et White, (2005). Les conclusions de ces éminents chercheurs affirment qu'en effet ce sont les petites structures qui souffrent le plus du rationnement du crédit comparativement aux grandes entreprises, et voient dans la cotation des PME ou le *credit scoring* une sérieuse alternative pour réduire les asymétries d'information et favoriser l'accès aux financements pour ces unités de taille réduite.

D'autres chercheurs, pour expliquer les fondements du rationnement du crédit, se sont penchés sur les exigences des prêteurs en termes de garanties - des gages plus ou moins variés selon le stade de développement de l'entreprise - qui pénalisent sérieusement les entreprises en démarrage (Hanley et Girma, 2006). Ils se sont intéressés aussi à la structure de la propriété (Brau, 2002) et aux caractéristiques des différents secteurs d'activités dans lesquels les entrepreneurs exercent. Les spécificités d'une sphère économique peuvent expliquer, du moins en partie, les réticences des banquiers à financer certains projets. Le secteur des nouvelles technologies, par exemple, où le ratio élevé des actifs intangibles et le niveau de risque élevé des start-up expliquent les difficultés qu'ont ces entreprises jeunes à obtenir les prêts bancaires dont elles ont pourtant besoin (Bougheas, 2004).

Brièvement, on peut répartir les principaux facteurs qui influencent l'accès des entreprises aux financements bancaire en trois catégories<sup>2</sup>, comme suit :

Il y a d'abord les facteurs ayant trait aux *caractéristiques de l'entrepreneur* : son expérience, sa maturité, son engagement pour mener à bien son projet (Cressy, 1996), son patrimoine et les cautions qu'il peut assurer (Wamba et Tchamanbé-Djiné, 2002), son réseau (Le et al, 2006) et son apport en capital (Colombo et Grilli, 2007).

La deuxième catégorie d'éléments pouvant expliquer le difficile accès aux crédits pour les PME, concerne les *caractéristiques de l'entreprise* : le taux d'endettement, le niveau d'investissement et le taux de croissance (Niskanen et Niskanen, 2004), le stade de maturité (Le et al, 2006), les capacités à innover (Freel, 2007), la transparence de l'information comptable (Baas et Schrooten, 2006) et les relations développées avec les banques (Niskanen et Niskanen, 2004).

La troisième catégorie de facteurs découlent principalement des *caractéristiques du système bancaire* : la concentration et la concurrence interbancaire (Scott et Dunkelberg, 2003), les types de banques (De Bodt, Lobe et Statnik, 2005), leurs exigences en termes de taux d'intérêt et de garanties (Lehmann, Neuberger et Rähke, 2004), leur expérience et leur taille.

Aussi, la décision d'accorder ou non un financement dépend étroitement des liens, ou plus précisément, de la qualité des *relations que les entrepreneurs entretiennent avec leurs banquiers*. Ainsi, une relation saine peut naturellement être bénéfique pour l'entreprise prétendante à un prêt. Ajoutons, ici, que le coût du crédit et le niveau des garanties exigées sont largement tributaires de la longévité et de l'étendue de la relation banque/entreprise (Degryse et Van Cayseele, 2000).

Cela dit, contrairement à l'intuition qu'on peut y avoir, des relations personnalisées créent certes de la confiance, réduisent le rationnement de crédit, mais ne cela ne signifie pas forcément que les institutions de crédits accordent plus de financement aux petites entreprises (Vera et Onji, 2010). Ces dernières continuent à faire face à la rareté des ressources financières, comparativement aux grandes structures, et éprouvent souvent des difficultés à remplir les conditions d'obtention des

prêts bancaires, et le coût de celui-ci, quand il est disponible, pèse sérieusement sur leur trésorerie et donc sur leur essor.

### 1.2. Les principaux obstacles au financement des PME :

Roger Wuestenberghs répertorie dans son livre, *Guide du crédit au PME, paru en 2008*, de nombreux obstacles qui dissuaderaient sérieusement les banques à honorer les demandes de crédit émanant des petites et jeunes structures. L'auteur montre que le poids des ces contraintes diffère légèrement d'une banque à une autre, selon leurs fonctions et objectifs, et explique, dans son travail, que le rejet des demandes de financement, qui pénalise les PME, découle, en grande partie, des caractéristiques de la demande et du profil inadéquat de l'entrepreneur.

Ainsi, le premier obstacle au financement d'une PME serait relatif au secteur d'activité dans lequel exerce cette entreprise. L'auteur, pour étayer ces propos, donne l'exemple d'une activité débutante qui s'apparente à un secteur à risque élevé, comme la vente de matériel d'occasion ou le textile. Le risque à supporter, ici, expliquerait donc la frilosité du banquier, dans la mesure où le taux de sinistralité des entreprises de ces domaines est largement supérieur à la moyenne nationale. Les banques confrontées à des demandes émanant de ces secteurs (risqués), auront donc naturellement des exigences bien plus strictes en matière de garanties et de projets. Ce qui explique l'importance des gages réclamés aux jeunes PME.

Le second obstacle, qui se dresse face au PME, s'apparente à la qualité du demandeur du prêt et à sa compétence. La banque prend compte, cette fois-ci, dans son étude de demande de financement, la surface financière ou le patrimoine de l'entrepreneur-client, qu'il s'agisse d'une personne physique ou d'une personne morale. Pour cela, le banquier calcule le patrimoine net de la personne physique, c'est à dire les avoirs moins les dettes, ou l'actif net de la société, s'il s'agit d'une entreprise. La valeur de ce patrimoine représente pour la banque une marge de sécurité au cas où l'activité de l'emprunteur ne se lance suffisamment pas comme prévu initialement. Ainsi, une surface financière négative, faible ou disproportionnée par rapport au montant du prêt sollicité entraînerait fort probablement un refus de la banque.

Le troisième obstacle qui bloquerait l'aboutissement de nombreuses demandes de financement des PME est en relation avec le but ou la finalité du crédit sollicité. Avant toute transaction de financement, la banque doit être convaincue du bienfondé du projet et de l'intérêt économique de celui-ci pour l'entreprise. Il est donc évident qu'elle exige le plus souvent du demandeur d'un prêt d'apporter une contribution personnelle au capital que nécessite le projet d'investissement en question. Cette contribution personnelle correspond à l'apport en fonds propres, c'est-à-dire un certain pourcentage du coût total du projet. Ainsi sur certaines demandes de crédits, telles la reconstitution de fonds de roulement ou la reprise de dettes en litige n'ont pas bonne réputation auprès des banques, et se voient souvent rejetées.

Le quatrième obstacle de nature à dissuader les prêteurs de satisfaire une demande de prêt émanant des entreprises (PME) est d'ordre comptable, en rapport avec le coût du crédit. Il importe de rappeler que, tout prêteur subit, pour chaque crédit qu'il octroie, des coûts de transaction fixes, comme la prise en charge et le traitement des dossiers, et dans certaines situations un crédit peut ne pas être rentable pour la banque qui l'accorde : lorsque les montants en jeu sont faibles, il arrive que la banque refuse la demande de financement pour des raisons de rentabilité. On peut déduire, facilement, que la négociation des taux et des frais propres à la transaction est plus aisée lorsque les montants de celle-ci sont importants.

Le cinquième obstacle, plus récurrent, découle des garanties exigées des PME prétendantes aux crédits bancaires. Il est du bon sens que tout banquier cherche à limiter le risque qu'il fait supporter à sa banque. Pour ce fait, celui-ci dispose de nombreux outils, le plus utilisé est bien

évidemment le recours aux garanties, pour couvrir tout risque de non remboursement. Ainsi, l'absence ou l'insuffisance de garanties de la part d'un client-potentiel, impliquerait une prise de risque plus importante, et sans couverture, pour la banque et, nécessiterait donc une majoration des taux d'intérêt ou l'exigence d'une prime de risque. Ces frais supplémentaires augmentent le coût du crédit pratiqué pour la banque sollicitée, chose qui peut la désavantager face à la concurrence des autres institutions de prêts. Ainsi, et pour éviter toute transaction financière incertaine, les responsables de crédit préfèrent simplement rejeter les demandes de financement.

Au regard de tout ces éléments, on peut donc affirmer que la décision d'octroi d'un financement ou non, nécessite, des banques, une capacité technique (analyse du risque) et une information pertinente. Ces renseignements sur l'entreprise et les caractéristiques de ses projets, correspondent essentiellement à de l'information *soft*, qui peuvent être collectés, avec de moindres coûts, dans le cadre d'une relation (durable) entre l'entreprise et la banque.

## 2. Financement relationnel bancaire :

En plus d'être des intermédiaires financiers importants, les banques peuvent engager avec leurs clients une relation durable sur le long terme. Ce n'est qu'à partir des années 1980 que les économistes Diamond (1984) et Fama (1985) ont commencé à analyser les avantages d'une relation bancaire exclusive et durable sur les conditions d'accès des entreprises aux financements dont elles ont besoin. Les résultats de leurs recherches plaident pour la construction d'une relation privilégiée entre l'entreprise et la banque. Une proximité entre les deux entités réduirait les coûts des crédits, en établissant une confiance susceptible d'améliorer l'échange d'informations sur les caractéristiques des projets et des entreprises.

Dans le même champ de recherche, deux chercheurs, Ongena et Smith (2000) définissent cette relation bancaire comme « *la connexion entre une banque et un client qui va au-delà de la simple exécution de transactions financières anonymes* »<sup>3</sup>. Pour ces économistes, trois éléments permettent d'identifier un financement bancaire relationnel : la durée de la relation entre le banquier et l'entrepreneur, le degré d'exclusivité de la banque (nombre de banque avec lesquelles l'entreprise a des relations de financement) et le champ de la relation (nombre de services qui lie la banque et l'entreprise) (Vigneron, 2009).

Toujours dans le cadre du financement d'une entreprise, Berger (1999) souligne, quand à lui, trois conditions nécessaires à l'instauration d'un financement bancaire relationnel. Ces conditions mettent en avant la nature privée des informations provenant d'une relation de long-terme entre la banque et l'entreprise. Premièrement, les informations recueillies par la banque sur l'entreprise sont privées et ne doivent pas être publiquement disponibles. Deuxièmement, ces informations doivent provenir d'une relation durable entre les deux parties contractantes. Troisièmement, elles doivent rester confidentielles. De cette définition, ressortent deux aspects importants à notre sens. Le premier, c'est qu'on peut isoler l'aspect de la durée qui se conçoit par les nombreuses interactions entre la banque et l'entreprise sur une période étendue. Le second aspect, concerne l'aspect informationnel : l'existence d'informations privilégiées sur l'entreprise découlant de sa relation de long terme avec la banque (Vigneron, 2009).

Dans sa thèse, Djedidi-Kooli (2009) oppose le financement relationnel et le financement transactionnel. Il considère que ces deux types de financements requièrent une collecte d'informations différentes. En effet, un financement transactionnel nécessite des informations dites « *hard* » ou quantitatives. Celles-ci correspondent aux informations publiquement disponibles, qui peuvent être facilement traduites en chiffre et transmises de manière crédible. En d'autres mots, il s'agit ici d'informations objectives, telles que les antécédents de crédit (ou l'historique de crédit) et les données extraites du bilan (Petersen, 2004). Il faut dire que ce type de financement (transactionnel) est davantage approprié aux entreprises transparentes, matures dont la solvabilité et

la qualité des actifs peuvent être prouvées par de l'information publique. L'avantage de cette information *hard* réside particulièrement dans le faible coût de sa collecte, dans sa durabilité et sa vérifiabilité par le prêteur.

Pour construire une relation de financement durable avec son client, la banque s'appuie essentiellement sur des informations dites *soft* ou qualitatives correspondant à celles décrites ci-dessus par Berger (1999). La collecte de ce type d'information, contrairement à l'information *hard*, est souvent coûteuse et surtout basée sur un jugement humain subjectif (Kirschenheiter, 2002). La caractéristique principale de l'information *soft* est qu'elle ne peut être dissociée du contexte dans lequel elle est produite, et on considère qu'elle est difficilement traduisible en chiffres et donc compliquée à communiquer. Il s'agit en général de jugements ou d'opinions (Petersen, 2004). Ces informations sont fondamentales et décisives pour les jeunes entreprises en phase de lancement, ou pour des entreprises opaques (comptabilité non actualisée) comme les PME qui demandent un financement bancaire. Il n'est pas inutile de rappeler, ici, que l'objectif premier de la banque dans ce type de financement (de petits prêts) n'est pas forcément de rentabiliser son offre de financement sur le court terme mais plutôt de maximiser son profit sur l'ensemble de la période de la relation bancaire (Boot, 2000).

### **2.1. Les avantages d'un financement relationnel :**

Les banques et les entreprises peuvent tirer plusieurs avantages d'un financement relationnel. Vigneron, dans ces travaux (2009), les résume dans quatre principaux privilèges : la confidentialité, la flexibilité, le contrôle et la réputation.

Le premier bénéfice d'un financement bancaire relationnel réside dans la garantie d'une confidentialité des informations échangées entre les deux parties contractantes. L'entreprise va fournir à la banque l'information privée nécessaire à l'évaluation de sa qualité et à la mesure du risque associé au projet qu'elle souhaite entamer. Cette information, transmise dans la concertation, va permettre à la banque de réduire les asymétries d'informations, et d'éviter, de fait, le problème d'une sélection adverse. Ainsi, une relation coopérative remplace la supervision et la recherche d'information. Certes cette proximité ne peut qu'être bénéfique, mais elle peut permettre la formation d'un monopole informationnel en faveur de la banque concernée. Certains économistes voient en cela, le prix que l'entreprise-cliente est prête à payer pour éviter le risque de rationnement de crédit dû à l'asymétrie d'information (Bhattacharya et Chiesa, 1995). La garantie de confidentialité permet également d'éviter le phénomène du passager clandestin pour les institutions de crédits. En effet, il existe un risque qu'une information privée sur une entreprise se divulgue et devienne publique alors que la banque-partenaire avait déjà investi du temps et des moyens financiers, techniques et humains pour l'obtenir. Dans cette situation, d'autres institutions de prêts (les passagers clandestins) pourraient, ainsi profiter, et utiliser cette information pour financer l'entreprise à des taux plus faibles, car celles-ci n'ont pas en charge le coût nécessaire à l'obtention de ces informations, déjà prêtes et accessibles (Grossman et Hart, 1980).

La flexibilité dans la renégociation des contrats de crédit présente le second avantage du financement relationnel bancaire. En effet, la relation de long terme entre l'emprunteur et la banque permet de diminuer la rigidité des conditions des demandes de crédit grâce, notamment, à la confiance établie entre les deux entités (Vigneron, 2009). Dans le même sens, Boot et al (1993) expliquent que cette relation bancaire permet, non seulement, à l'entreprise une plus grande flexibilité dans la renégociation de ses contrats en cours avec la banque mais aussi la possibilité de les adapter (contrats) à sa situation actuelle et d'espérer ainsi réduire ses coûts de financement. Le troisième avantage du financement relationnel est lié au contrôle renforcé du débiteur (la fréquence des contrôles) par la banque. Jensen (1986) montre que l'endettement d'une petite entreprise a pour conséquence de renforcer la discipline de son dirigeant. Les banques bénéficient

d'économie d'échelles concernant la collecte des informations sur les caractéristiques de projets ciblés. En d'autres mots, le financement relationnel bancaire facilite l'obtenir ces informations et à un coût réduit.

L'autre privilège du financement relationnel bancaire se réfère à la réputation que l'entreprise pourrait acquérir à travers une relation durable avec une banque. Les entreprises peuvent, en quelque sorte, certifier leur solvabilité auprès du marché financier grâce aux contrôles fréquents exercés par leurs banques. En effet, par ces contrôles récurrents, les banques réduisent les risques d'aléas moraux et écartent les emprunteurs de mauvaise réputation (Diamond, 1991). Ainsi, la relation entretenue entre les deux acteurs (banque et PME) apparaît comme un signal positif envoyé aux autres investisseurs et acteurs économiques. Notons ici, que cet avantage confirme la théorie de Ross (1977) selon laquelle l'endettement envoie un signal de bonne santé de la firme.

## **2.2. Les conséquences du financement relationnel sur les conditions de financement des PME:**

De nombreuses études montrent que les caractéristiques d'une relation banque-entreprise, telles que la durée, l'exclusivité ou l'étendue ont des répercussions sur la disponibilité du crédit, sur son coût (taux d'intérêt) et sur le montant des garanties exigées par le prêteur. L'étude menée par Vigneron dans le cadre de sa thèse de doctorat (2009), sur la disponibilité du crédit par rapport à l'existence ou non d'une relation de clientèle, montre, qu'en général, le financement relationnel augmente la disponibilité des crédits envers les petites et moyennes entreprises. La même étude affirme, comme nous l'avons souligné précédemment, que la durée de la relation et sa profondeur permettent de réduire l'asymétrie d'information, et par conséquent, la réduction du rationnement de crédit. Au sujet de l'exclusivité de la banque principale dans le financement de l'entreprise-cliente, il ressort que l'accessibilité du crédit diminue avec le nombre de banques en relation avec l'entreprise. Car un nombre important de partenaires financiers pourrait induire et amplifier l'existence de passagers clandestins, c'est-à-dire le risque qu'une banque s'investisse nettement moins dans une relation de clientèle et dans la recherche d'information, sachant qu'elle pourrait utiliser gratuitement les renseignements collectés et traités par les autres créanciers (Cole, 1998).

La théorie bancaire nous enseigne que le coût du crédit est une fonction du risque perçu et supporté par le banquier. L'incertitude ne favorise pas la pertinence de l'analyse des demandes de crédit et complique l'appréhension du risque, par conséquent, les banques ont tendance à augmenter leurs taux d'intérêt, afin de se protéger des risques de non remboursement qu'elles n'arrivent pas à cerner avec exactitude. Pour ce qui est du financement relationnel, la perception du risque est plus transparente grâce, notamment, à la réduction des problèmes informationnels qui caractérise souvent les relations entre les banques et les PME. Dans ce contexte de confiance, le coût du crédit devrait être moins important, du moins théoriquement, pour les entreprises ayant déjà engagé un financement relationnel avec leurs banques, même si les résultats de certaines études tempèrent cet avantage (Vigneron, 2009) et notent, que dans certaines conditions les banques peuvent tirer profit de leur monopole informationnel pour d'augmenter les taux d'intérêt sur les crédits alloués. L'autre avantage du financement relationnel s'apparente au niveau de garanties réclamées par les banques avant d'accorder un financement, il permet de diminuer le montant des garanties exigées. L'échange d'information est plus rapide et l'étude de la demande de crédit est plus efficace.

Après avoir étudié les propriétés essentielles du financement relationnel et comment celui-ci améliore le financement bancaire des entreprises et des PME en particulier, nous aborderons à présent l'aspect empirique de notre recherche. Soulignons d'abord que l'objectif premier de notre enquête de terrain, auprès des responsables du crédit dans les banques algériennes, est de tenter de

comprendre les conditions dans lesquelles se financent les entrepreneurs algériens et la conception que se font leurs banquiers du financement relationnel.

### **3. Une enquête auprès des responsables du crédit : le cas des banques nationales :**

#### **3.1. Contexte de l'enquête et questions de la recherche :**

Dans la revue de littérature succincte parcourue précédemment, et qui a mis en exergue les propriétés principales du financement bancaire relationnel, on a vu, qu'on dépit des difficultés et de l'ambiguïté des relations de crédit, les banques continuent à être les principaux pourvoyeurs de fonds pour les PME. On peut aussi affirmer que ces entreprises, de taille réduite, sont les premières à subir le rationnement du crédit sur le marché bancaire national. En effet, les chargés de clientèle considèrent que le risque de défaillance est nettement plus important chez cette catégorie d'entreprises, faute d'une information suffisante et de qualité, nécessaire à l'analyse du risque de non remboursement. Pour réduire ce phénomène de rationnement de crédit des PME, la théorie bancaire propose des solutions, telle la mise en place d'un financement relationnel : une relation entre l'entrepreneur et le banquier dont la durée, l'exclusivité et l'étendue permettent un échange fluide d'une information complète et actualisée sur la situation de l'entreprise et les caractéristiques des projets soumis.

Afin de mieux comprendre l'essence (les avantages et inconvénients) du financement relationnel sur le marché bancaire algérien, nous avons réalisé une enquête de terrain dans la wilaya de Tizi-Ouzou, en Kabylie, auprès des différentes banques publiques et étrangères implantées sur le territoire national. Pour mieux appréhender la perception qu'ont les chargés d'étude des demandes de crédit de ce mécanisme (financement relationnel), considéré dans les marchés bancaires aboutis comme efficace dans la mesure où il améliore les conditions d'accès des PME au crédit, nous avons donc recouru, à travers un questionnaire, à des entretiens directs et indirects avec les responsables de crédit dans les banques nationales. Pour ce faire, nous avons posé des hypothèses théoriques sur le financement relationnel dans l'objectif est de tenter d'apporter des réponses empiriques à notre problématique de recherche.

#### **Les hypothèses théoriques :**

L'objectif étant d'analyser la relation banque-PME dans le cadre d'un financement relationnel, les hypothèses portent sur trois thèmes généraux : le premier thème porte essentiellement sur la structure de la banque et le processus que suit la demande de financement de la PME, en fonction de sa relation avec la banque (H1). Le second thème porte sur les éventuelles conséquences d'un financement relationnel sur la relation banque-PME, les conditions de financement et les coûts du crédit (H2 et H3). Quant au troisième thème, il s'intéresse à l'exclusivité du financement relationnel et les conséquences éventuelles d'une multi-bancarisation des PME sur leurs relations bancaires et leurs accès aux crédits (H4).

Afin d'aborder dans le détail ces trois thèmes, on a donc retenu quatre principales hypothèses :

- Hypothèse 1 : *Les banques décentralisées sont plus aptes à engager un financement relationnel avec les PME-clientes.*
- Hypothèse 2 : *Le financement relationnel réduit le rationnement de crédit d'une PME sur le marché bancaire.*
- Hypothèse 3 : *Le financement relationnel représente une réduction de coût et un gain en productivité pour les banques et les PME.*
- Hypothèse 4 : *La multi-bancarisation permet de réduire les coûts du crédit mais entraîne également une réduction de l'accès au financement.*

#### **3.2. Méthodologie de l'enquête de terrain :**

Dans ce qui suit, nous allons décrire la méthodologie suivie pour confirmer ou infirmer les hypothèses théoriques posées ci-dessus. Nous présenterons d'abord l'échantillon de l'étude.



Ensuite, nous développerons la méthode suivie pour la collecte des données. Enfin, nous avancerons les résultats obtenus, pour les discuter, par la suite, en conclusion (tester les hypothèses et répondre à la problématique de notre recherche).

#### - **Choix de l'échantillon de l'enquête :**

Afin d'analyser au mieux la relation entre les banques et les PME algériennes, ses caractéristiques et ses insuffisances, il nous paraît fort intéressant de recueillir le point de vue des banquiers dans les différentes banques nationales publiques et privées, sur le financement bancaire relationnel : la conception qu'ils se font de cet instrument financier et surtout leurs convictions ou incertitudes concernant les apports éventuel de celui-ci dans l'amélioration du financement des entreprises (PME).

Pour ce faire, il a été décidé de retenir trois banques nationales différentes. Le choix de ces institutions n'a pas été fortuit. Elles ont été choisies en fonction de leur statut juridique (banque publique et banque privée) et de leur structure organisationnelle (centralisée, décentralisées, présentes sur le territoire national). Sachant que la structure, centralisée ou décentralisée, d'une banque a des conséquences significatives sur le financement relationnel avec les entreprises en général et plus particulièrement avec les PME. Nous avons donc sélectionné une banque publique et deux banques privées à capitaux étrangers. Pour des raisons de confidentialité, nous nommerons, dans cet article, les trois banques. L'impératif de l'anonymat exigé par les banquiers interviewés, et pour recueillir davantage de données pertinentes auprès de ces responsables de crédit, nous avons opté pour l'attribution d'une lettre à chacune de ces banques, pour la distinguer des autres. Ainsi, à l'aide d'un questionnaire, nous avons réalisé des entretiens directs avec un directeur d'agence de la banque A<sup>4</sup> et deux chargés d'affaires des deux banques privées à capitaux étrangers B<sup>5</sup> et C<sup>6</sup>.

#### - **Collecte de données sur le terrain :**

Il faut dire que le financement relationnel est un phénomène difficilement mesurable sur le terrain. Comme nous l'avons noté précédemment, la littérature financière parle de trois caractéristiques permettant d'identifier l'existence ou non de ce type de financement lors d'une allocation de capitaux : la durée, l'exclusivité et l'étendue de la relation entre une banque et une PME. En Algérie, qui nous intéresse ici, il n'existe malheureusement pas de bases de données publiques prenant en compte ces trois caractéristiques. De plus, les banques nationales considèrent, plus qu'ailleurs dans des économies ouvertes, que ce genre de données sont confidentielles. Ce qui rend leur collecte pratiquement impossible. Il nous y est donc compliqué de mener une analyse quantitative, faute de données.

Pour collecter les données nécessaires pour tester les hypothèses de la recherche, nous avons formulé un guide d'entretien à l'attention des responsables de crédit dans ces banques retenues. Il est partagé en trois parties distinctes. Chacune d'elles se réfère à une ou à plusieurs hypothèses émises sur le financement relationnel (voir l'annexe). Les interviews se sont déroulées en face à face, afin de pouvoir traiter en profondeur certaines questions et interagir avec les chargés de clientèle rencontrés.

### **3.3. Présentation et discussion des résultats de l'enquête :**

Pour présenter les résultats de notre enquête, menée auprès de chargés d'étude des demandes de financement, nous commencerons, d'abord, par l'analyse des réponses obtenues auprès des responsables du crédit de la plus grande banque, c'est-à-dire la banque A<sup>7</sup>, nous aborderons, ensuite, les résultats de la banque B<sup>8</sup>, et terminer avec les données recueillies auprès de la plus petite, en taille, la banque C<sup>9</sup>. Et pour mieux cerner la nature et les caractéristiques de la relation bancaire entre les banquiers et les entrepreneurs algériens, nous présenterons, donc, nos résultats dans une démarche comparative entre les trois banques, pour tenter ensuite, de vérifier ou de réfuter les hypothèses théoriques déjà posées. Aussi, nous étudierons les différences et les

similitudes entre ces institutions financières, dans leurs pratiques bancaires (relation de financement) avec la clientèle-PME.

Comme le suggère la théorie financière, nous avons supposé précédemment, que la banque publique *A*, de part sa taille et sa forte implantation sur le territoire national, était la plus apte à engager un financement relationnel avec sa clientèle-PME. Les réponses obtenues confirment effectivement cette intuition, et ce contrairement à ce qu'on a pu observer auprès de la banque privée *B*, d'une taille plus modeste, qui a plutôt tendance à favoriser le développement d'un financement transactionnel envers les très petite entreprises. La raison principale à ce choix se trouve, à notre sens, dans le nombre important de clients-entreprises qui ne permet pas vraiment pour les banques privées d'engager facilement un financement relationnel durable. Ainsi, on peut affirmer que la banque *B* rentabilise son activité de prêts aux TPE plutôt par le nombre de projets, que par l'étendue de la relation de financement avec chacun de ses clients. Dans ce sens et afin d'atteindre des économies d'échelles, le processus de financement des très petits projets demeure centralisé dans cette institution privée. Néanmoins, pour plus de visibilité et d'efficacité dans le traitement des demandes de financement, cette dernière, et contrairement aux autres banques, segmente ses clients *corporate* (PME). Cela signifie qu'au-delà d'une certaine somme (crédit), la banque privée décentralise son processus décisionnel concernant le financement, pour envisager d'engager un financement relationnel.

Il n'est pas inutile de noter ici qu'au sein des banques *A* et *C*, dont les structures sont de tailles différentes (la banque *A* dispose plutôt d'un réseau d'agences très dense par rapport à la banque *C* dont l'implantation demeure limitée sur le territoire), les chargés de clientèles de chaque agence bancaire ont relativement une certaine marge de liberté dans la stratégie de financement à adopter envers les PME. La taille réduite des agences bancaires, en comparaison aux directions centrales, favorise l'émergence et le développement d'un financement relationnel avec les entreprises. L'avantage d'une banque décentralisée concernant le financement relationnel réside dans la proximité de sa relation avec ses clients. En effet, une relation de confiance se construit plus facilement entre l'agence du territoire et la PME, ce qui faciliterait la mise en place du financement relationnel. En revanche, pour les banques centralisées, la centralisation du pouvoir décisionnel rend quasiment impossible l'établissement d'une relation de confiance, les transactions sont dépersonnalisées. Car la centralisation bureaucratise davantage la décision, complique le transfert d'information entre l'entrepreneur et le banquier. Ce confirme donc, ici, notre première hypothèse qui postule que la taille d'une structure de crédit dont la décision est décentralisée est plus compétente à engager un financement relationnel.

Concernant l'amélioration des conditions d'accès des PME aux crédits. Les responsables de crédit rencontrés déclarent clairement que, pour eux, la durée, l'exclusivité et l'étendue de la relation ont une influence indirecte sur les conditions de financement, et donc sur leurs décisions d'accorder ou non un crédit. Ils ajoutent que ces trois caractéristiques permettent avant tout d'établir un historique de la relation entre la banque et son client. L'historique de crédit traduit les antécédents financiers du client et de ce fait sa qualité. Suivant cette logique, l'accès aux financements sera grandement facilité pour les bons clients, tandis que pour ceux qui ont un historique de crédit de qualité moindre, les conditions de crédit peuvent fortement se durcir. Il apparaît ainsi que la profondeur et la transparence de la relation de financement induisent donc une meilleure appréciation des risques et par la même occasion une diminution du rationnement de crédit des PME.

L'autre enseignement empirique que nous fournit ce travail de terrain est relatif à la relation causale entre l'asymétrie d'information et la rareté du crédit. Il ressort, comme nous l'avons précédemment postulé dans la revue de littérature, que le rationnement de crédit des PME

provenait, en grande partie, du problème d'asymétrie d'information. Pour remédier à ce phénomène, les responsables de crédit des trois banques étudiées s'accordent à dire que le financement relationnel, qui repose beaucoup sur la confiance entre les deux parties contractantes, peut constituer, en effet, une alternative sérieuse aux pratiques bancaires classiques. Il constitue un instrument financier capable d'améliorer l'accès des PME aux financements dont elles ont besoin pour financer leurs projets et leur développement. Ces chargés d'étude des demandes de crédit expliquent qu'une *relation de clientèle personnalisée permet de créer une proximité et d'installer la confiance*. Ce qui leur permet d'obtenir davantage d'informations sur les projets concernés. De tout cela, on peut donc affirmer que les entreprises ayant réussi à engager un financement relationnel avec leurs banques auront donc un meilleur accès aux financements bancaires, en comparaison, aux prétendants dont le financement est transactionnel. Au regard de ces deux derniers arguments, on peut donc facilement confirmer que notre deuxième hypothèse de recherche est vérifiée sur le marché bancaire algérien ou du moins auprès de notre échantillon d'étude.

En ce qui concerne l'hypothèse 3 : le financement relationnel entraînait une baisse des coûts du processus de financement ainsi qu'un gain en productivité pour les banques, la plupart des responsables chargés d'étudier des demandes de crédit interviewés estiment que le financement relationnel est susceptible de réduire plusieurs coûts liés à l'opération de financement d'un projet et en particulier, quant il s'agit d'un prêt à long terme. Ils citent par exemple, les coûts relatifs à la recherche des informations sur l'entrepreneur et les caractéristiques de son projet et les coûts de contrôle et de suivi une fois les fonds sont accordés (problème d'aléa moral). Dans la même optique, les responsables du crédit des trois banques étudiées estiment que le financement relationnel permet, sur le long terme, un gain en productivité pour leur établissement. Ce gain en productivité s'explique, en partie, par les informations acquises grâce à la relation durable entre la banque et la PME. Quand on sait qu'une meilleure connaissance de l'entreprise et de son fonctionnement permettrait à la banque de mieux cerner les risques et donc une gestion plus efficace des demandes de crédit. Ainsi, il apparaît clairement, du point de vue des responsables de crédit, que le financement relationnel représente une réduction des coûts et un gain en productivité pour les banques algériennes, comme nous l'avons supposé plus haut (hypothèse de travail n°3).

Concernant la multi-bancarisation de certaines entreprises sensée (du moins théoriquement) réduire les coûts de financement, il ressort, contrairement à notre hypothèse, que les trois banques concernées n'ont pas réellement tendance à augmenter leur taux sur les crédits des clients dont le financement se fait auprès de plusieurs prêteurs. Cependant, sur ce point, les chargés d'étude des demandes de crédit soulignent que c'est plutôt dans le cadre d'une mono-bancarisation d'une entreprise, qu'un financement relationnel pourrait être mis en œuvre. Ce qui revient à dire que ces responsables de crédit essaient plutôt de rentabiliser leur relation exclusive de financement avec l'entreprise-cliente, et ne se focalisent pas que sur les taux d'intérêt qu'ils lui appliquent. Cela dit, même si la plupart du temps, les banquiers rencontrés préfèrent une exclusivité dans le financement de leurs clients *corporate*, ils reconnaissent, tout de même, que dans certains cas, la multi-bancarisation peut être bénéfique pour la PME, comme pour la banque. Ils expliquent que cela est valable lorsque les entités (PME) atteignent une certaine taille et que les montants de leurs crédits deviennent importants. Les banques ne souhaitent pas prendre l'ensemble des risques et cherchent donc à les partager avec d'autres apporteurs de fonds. Néanmoins, une trop grande multi-bancarisation d'un client peut motiver, selon ces responsables de crédit, la réticence des banques à accorder un prêt. Ici notre quatrième hypothèse de recherche est clairement réfutée.

### Conclusion :

Au terme de cette recherche, il apparaît qu'effectivement les PME algériennes, ayant bénéficié de toute une batterie de mesures incitatives ces deux dernières décennies, participent

d'une manière significative à l'économie nationale, même si leur apport en termes de valeur ajoutée et d'innovation demeure relativement modeste. Les différents programmes publics d'aide à la création d'entreprises ont certes permis d'augmenter le parc national des PME, mais leur nombre reste néanmoins en deçà des standards internationaux. Les causes de cette faiblesse structurelle de l'économie algérienne sont multiples, et la question des financements, qui nous intéresse, ici, en est une, et pas des moindres ! Il ressort que les PME algériennes souffrent effectivement d'un rationnement de crédit, qui résulte, en grande partie, de l'opacité informationnelle et comptable de cette catégorie d'entreprises et de l'existence d'une forte asymétrie d'information entre créanciers et entrepreneurs. Une situation de défaillance d'information et de communication à laquelle la théorie bancaire apporte des réponses à travers notamment le financement relationnel, que les économies modernes se permettent et notre présente étude recherche à vérifier sur le marché du crédit algérien.

En effet, les résultats de notre enquête, auprès des responsables de crédit, valident trois des quatre hypothèses de recherche que nous avons posées : il ressort de nos interviews que les banques publiques sont plutôt disposées et œuvrent à construire des relations de confiance avec leurs clientèles-PME, et de ce fait, à engager un financement relationnel grâce, notamment, à l'attribution d'un chargé de clientèle identifié à chacun de leur client-PME. Cette identification permettrait de renforcer les liens et la confiance avec l'entrepreneur ; le second enseignement de l'enquête confirme - comme le soutient la théorie financière - que le financement relationnel constitue effectivement une solution sérieuse au rationnement de crédit des PME, sur le marché bancaire algérien, et ce grâce un meilleur transfert d'information entre les deux parties contractantes, à savoir la banque et les dirigeants des PME (H2). Les chargés de clientèle insistent aussi sur la nécessité d'améliorer la qualité des documents comptables et de former les jeunes entrepreneurs souvent sans expérience aux techniques de gestion. Aussi, les responsables de crédits interviewés confirment que le financement relationnel présente, en effet, un gain en productivité pour leurs institutions et pour les PME (H3). Ce gain en productivité proviendrait principalement de la simplification des conditions de financement et de la réduction des coûts d'agence et de suivi des crédits accordés. Concernant, le questionnement relatif à l'impact qu'aurait éventuellement la multi-bancarisation sur l'accès des PME à des lignes de crédit, les réponses obtenues réfutent notre hypothèse (H4) et montrent que la multi-bancarisation d'un client ne réduit pas forcément les coûts bancaires, et ne modifient pas significativement les conditions d'accès aux prêts.

Au total, le financement relationnel bancaire permet une amélioration de l'accès des entreprises aux financements : il réduit les exclusions des PME du marché de crédit et permet aux institutions de crédit de construire une relation bancaire durable, susceptible de renforcer la confiance et d'encourager l'échange des informations sur la qualité des projets. Le financement relationnel permettrait, ainsi, aux banques d'améliorer leur rentabilité, en diversifiant leurs revenus grâce, notamment, aux interactions d'une relation-clientèle durable et plus large. Au regard de tous ces éléments, et pour améliorer autant que possible l'accès des PME algériennes au financement bancaire, il est donc nécessaire d'approfondir la relation entre les banques et les PME, d'améliorer la gouvernance des banques publiques et d'insuffler impérativement de la concurrence dans le secteur bancaire national. Car un système bancaire suffisamment libéralisé saurait identifier les projets à financer.

**Notes et références bibliographiques :**

- <sup>1</sup>- Le secteur bancaire public comprend six grandes banques : le Crédit Populaire d'Algérie, la banque nationale d'Algérie, la banque extérieure d'Algérie, la banque de développement local, la banque de développement rural et la CNEP banque. Les banques privées à capitaux étrangers sont les filiales de la BNP, de la Société Générale et de Natixis. En dehors des quatre banques françaises et de l'américaine City Bank, les autres banques sont majoritairement à capitaux arabes et concentrées sur les activités de Corporate, finance de banque islamique et les activités de commerce international afin d'accompagner le courant des affaires de leur pays d'origine.
- <sup>2</sup>- Pour plus de détails sur ce point, voir , Wu, J, Song, J et Zeng, C : « An empirical evidence of small business financing in China », *Management Research News* , Vol. 31 Issue: 12, pp.959 - 975, 2008.
- <sup>3</sup>- Ongena, S. et Smith, D.C., (2000) *Bank relationships: A survey*, in HARKER, P, ZENIOS, S.A. (Eds.) : « The Performance of Financial Institutions », Cambridge University Press, London, p. 224.
- <sup>4</sup>- A : Banque publique algérienne (statut juridique SPA/ EPE) avec une structure organisationnelle centralisée.
- <sup>5</sup>- B : Banque privée à capitaux étrangers (Européens) avec un statut juridique SPA/100% filiale de la maison-mère, avec structure organisationnelle décentralisée.
- <sup>6</sup>- C : Banque privée à capitaux étrangers (Arabes) (statut juridique SPA/filiale de la maison mère) avec structure organisationnelle décentralisée.
- <sup>7</sup>- La banque publique A adopte le système de délégation de prise de décision d'octroi de crédit (niveau agence, niveau régional, niveau central) selon l'importance des crédits.
- <sup>8</sup>- La banque privée B a capitaux étrangers (Europe), a un réseau d'agences développé. Elle opère dans les régions du pays et ayant une structure organisationnelle particulière par rapport à celle de la banque publique A en séparant entre la clientèle professionnelle et la clientèle entreprise (corporate).
- <sup>9</sup>- La banque privée C à capitaux étrangers (arabe), dispose du réseau d'agences le moins développé. Elle opère dans certaines grandes villes du pays où le tissu des PME est important.
- <sup>10</sup>- BELLETANTE, B., LEVRATTO, N., & PARANQUE, B (2001) : « Diversité économique et modes de financement des PME ». L'Harmattan, Paris.
- <sup>11</sup>- CHERTOK, G., DE MALLERAY, P. A., & POULETTY, P. (2009) : « Le financement des PME », Conseil d'analyse économique.
- <sup>12</sup>- CIEPLY, S., & GRONDIN, M. (1999) « Expertise et contrôle des risques-PME par le chargé de clientèle entreprises : une alternative au rationnement ». *Revue d'économie financière*, 54(1), pp. 59-78.
- <sup>13</sup>- COLOT, V., & MICHEL, P. A. (1996) : « Vers une théorie financière adaptée aux PME : Réflexion sur une science en genèse », *Revue Internationale P.M.E.*, 9(1), pp. 144-166.
- <sup>14</sup>- DEBABIS, B., SELMI, N., & HAMMOUDA, B : « Asymétrie informationnelle et relation Banque-PME », *Maîtrise en Actuariat et Finance*, IHEC de Sousse.
- <sup>15</sup>- DIETSCH, M., & GOLITIN, V. (2002) : « L'évolution des relations banques- entreprises dans les années quatre-vingt-dix », *Bulletin de la Commission bancaire*, n° 27.
- <sup>16</sup>- DJEDIDI-KOOLI, S. (2009) : « L'accès au financement des PME en France : quel rôle joué par la structure du système bancaire ? », Thèse de doctorat en sciences économique, Université Paris-Dauphine.
- <sup>17</sup>- DUFOURCQ, N. (2014) : « Le financement des PME : un enjeu de compétitivité. *Revue d'économie financière* », 114(2), pp. 39-54.
- <sup>18</sup>- MADOUCHE, Y. (2011) : « La problématique d'évaluation du risque de crédit des PME par la banque en Algérie », Mémoire de magister en sciences économique, Université Mouloud Mammeri de Tizi-Ouzou. OCDE (2007). Synthèse : « le financement des PME et des entrepreneurs ». Edition OCDE.
- <sup>19</sup>- PEFFER, S., COLLET, C., DAUW, C., ABBELOOS, E., & ROLOUX, D. (2010) : « Vade-Mecum du financement des PME », 1ère édition, De Boeck et Larcier.

<sup>20-</sup> PSILLAKI, M. (1995) : « Rationnement du crédit et PME: une tentative de mise en relation », Revue internationale PME: Économie et gestion de la petite et moyenne entreprise, 8(3-4), pp. 67-90.

<sup>21-</sup> REFAIT, C. (2003) : « La multi-bancarisation des entreprises » Presse de Sciences Po, 54(3), pp. 649-661.

SI LEKHAL. K : « La place de la PME dans l'économie algérienne : réalités et perspectives de développement », Communication au colloque international « Entrepreneuriat et développement local », Rabat, le 29 & 30 avril 2011.

<sup>22-</sup> SI LEKHAL. K : « Le financement des PME en Algérie : difficultés et perspectives », in revue des Recherches Economiques et Managériales, n°12, Université de Biskra 2012.

<sup>23-</sup> SI LEKHAL. K : « La difficulté de financer les PME dans un contexte de forte asymétrie d'information : cas des PME algériennes », in Algerian Business Performance Review, n° 03, p.19-32, juin 2013.

<sup>24-</sup> SI LEKHAL. K. (2014) : « Le financement des Petites et Moyennes Entreprises en Algérie : réalités et perspectives », Thèse de Doctorat en Sciences Economiques en cours à l'Université de Versailles Saint Quentin en Yvelines (France).

<sup>25-</sup> TLILI, R. (2012) : « Comment justifier la multi bancarisation au sein des PME ? », Thèse de doctorat en sciences économiques, Université Paris Dauphine.

<sup>26-</sup> TRABELSI, A. (2006) : « Les déterminants de la structure du capital et les particularités du financement dans les PME: une étude sur données françaises », Thèse de doctoral en sciences de gestion, Université Paris-Dauphine.

<sup>27-</sup> VIGNERON, L. (2009) : « Conditions de financement de la PME et relations bancaires », Thèse de doctorat en sciences de gestion, Université de Lille II.

<sup>28-</sup> VIGNERON, L. (2014) : « Relations bancaires et crédits aux PME », Document de travail non publié, Université de Valenciennes.

<sup>29-</sup> WUESTENBERGHS, R. (2008) : « Guide du crédit au PME. Bruxelles », Dexia Banque.

**Annexe****Guide d'entretien avec les responsables de crédit****1. Structure de la banque et de son processus de décision :**

- Pouvez-vous nous présenter la structure de la banque et le processus du financement des PME ?
- Quel est votre rôle dans cette structure ?
- Quelle personne prend la décision d'octroyer le crédit ?
- Sur quel critère cette personne se base pour accepter ou refuser un crédit ? Sur des critères qualitatifs ou plutôt quantitatifs ?
- Dans le cas d'une très jeune PME ne possédant pas de chiffres publiés, comment procédez-vous ?

**2. Avantages et inconvénients de la relation banque-PME :**

- Quel type de relation recherchez-vous avec vos clients business (PME) ? Recherchez-vous une relation de confiance ou vous vous contentez de protéger votre risque au maximum par des garanties ou autres moyens ?
- Quels avantages et inconvénients trouvez-vous à engager ce type de relation avec les clients PME ?
- Comment la durée, l'exclusivité et l'étendue d'une relation que vous entretenez avec une PME influence son accès au financement ?
- Comment la durée, l'exclusivité et l'étendue d'une relation avec un client business (PME) influence vos coûts et votre productivité dans le processus de financement ?

**3. Exclusivité et multi-bancarisation du financement :**

- Comment votre exclusivité auprès d'une PME influence-t-elle les taux que vous lui appliquez ?
- Comment rentabilisez-vous la relation avec un client business (PME) ?
- Comment réagissez-vous face à la venue d'un client prospect (PME) sachant qu'il est client dans une banque concurrente ?
- Comment réagissez-vous au fait qu'un client (PME) fidèle engage une relation avec une nouvelle banque concurrente ?

