

Influence du financement relationnel sur la disponibilité de crédit : Proposition d'un modèle conceptuel

Influence of relationship financing on credit availability: Proposal of a conceptual Model

Rym TAIFI, (Doctorante)

*Laboratoire de Recherche en Sciences de Gestion des Organisations
ENCG Kenitra*

Université Ibn Tofail de Kénitra, Maroc

Azzouz ELHAMMA, (Enseignant Chercheur)

*Laboratoire de Recherche en Sciences de Gestion des Organisations
ENCG Kenitra*

Université Ibn Tofail de Kénitra, Maroc

Adresse de correspondance :	École Nationale de Commerce et de Gestion ENCG Kenitra B.P. 1420,14000 Université Ibn Tofail Maroc (Kenitra) 05373-29421
Déclaration de divulgation :	Les auteurs n'ont pas connaissance de quelconque financement qui pourrait affecter l'objectivité de cette étude et ils sont responsables de tout plagiat dans cet article.
Conflit d'intérêts :	Les auteurs ne signalent aucun conflit d'intérêts.
Citer cet article	TAIFI, R., & ELHAMMA, A. (2025). Influence du financement relationnel sur la disponibilité de crédit : Proposition d'un modèle conceptuel. <i>International Journal of Accounting, Finance, Auditing, Management and Economics</i> , 6(5), 293–306.
Licence	Cet article est publié en open Access sous licence CC BY-NC-ND

Received: 21/11/2024

Accepted: 08/05/ 2025

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

ISSN: 2658-8455

Volume 6, Issue 05 (2025)

Influence du financement relationnel sur la disponibilité de crédit : Proposition d'un modèle conceptuel

Résumé

De nos jours, le défi majeur des PME demeure l'accès au crédit bancaire. En raison de leur opacité informationnelle, ces entreprises se confrontent à une réticence des banques en termes d'allocation de crédits. La problématique de financement est attisée par les comportements opportunistes des deux parts. Dans la littérature, le financement relationnel a été mis en avant comme une solution à la difficulté d'accès au crédit bancaire. Au niveau de notre article, nous présenterons une revue synthétique nous permettant d'appréhender l'influence du financement relationnel bancaire sur l'accès des entreprises aux ressources financières. Dans un premier temps, nous exposerons la réalité de la relation problématique entre la PME et la banque et ensuite nous contournerons les apports théoriques du financement relationnel notamment son rôle dans l'atténuation du phénomène du rationnement du crédit. Après avoir exploré la littérature conceptuelle, nous proposons un modèle de recherche examinant l'influence de l'approche relationnelle sur la disponibilité du crédit.

Mots clés : PME-Financement-Relation-Crédit-Rationnement

Classification JEL : G21

Type de l'article : Recherche théorique

Abstract

Nowadays, the major challenge for SMEs remains access to bank credit. Due to their opacity in terms of information, these companies are confronted with a reluctance on the part of banks to allocate credit. The financing problem is exacerbated by opportunistic behavior on both sides. In the literature, relationship financing has been put forward as a solution to the difficulty of accessing bank credit. In this article, we present a synthetic review of the influence of relationship banking on companies' access to financial resources. First, we will outline the reality of the problematic relationship between the SME and the bank, then we will outline the theoretical contributions of relationship financing, in particular its role in alleviating the phenomenon of credit rationing. After exploring the conceptual literature, we propose a research model examining the influence of the relationship approach on credit availability.

Keywords: SMEs - Financing - Relationship - Credit - Rationing

JEL Classification: G21

Paper type: Theoretical Research

1. Introduction

L'accès au financement octroyé par les institutions financières constitue un déterminant central de la survie, du développement et de la croissance des organisations, en particulier les petites et moyennes entreprises (PME). Ces dernières, souvent dépourvues de ressources internes suffisantes, dépendent fortement des capitaux externes pour maintenir leur activité.

Le financement externe des PME reste en réalité majoritairement tributaire des banques. Nonobstant, les relations entre la banque et les PME sont complexes et souvent teintées d'insatisfaction de part et d'autre. Selon le rapport (HCP, 2019), 70% des PME ont souffert de difficultés d'accès au financement et nombreuses sont celles qui n'ont pas reçu de réponse favorable à leurs demandes de crédits en raison de l'insuffisance de garanties pour 62% des PME ou du manque de confiance en l'entreprise pour 24% des cas.

Cette réalité soulève des défis significatifs aussi bien pour les entreprises que pour les institutions bancaires. En effet, les PME souffrent de discrimination en matière d'accès aux ressources et les banques considèrent le financement de ces firmes comme étant plus risquées que celui des grandes entreprises (Berger et Udell, 2002).

À travers la théorie des contrats incomplets, Hart et Holmstrom (1986) démontrent que toute relation contractuelle est entachée d'asymétrie d'information en soulignant qu'il est impossible de prévoir toutes les éventualités futures au niveau d'un contrat dans un contexte d'écart informationnel entre les parties. Cette incomplétude qui découle de la rationalité limitée des acteurs économiques (Simon, 1957) ne pouvant anticiper tous les scénarios possibles, favorise l'adoption de comportements opportunistes des deux parts. En effet, les clauses ambiguës ou absentes dans un contrat entre la banque et l'entreprise peuvent pousser une partie à maximiser son intérêt au détriment de l'autre, exacerbant la problématique de financement dans la relation entre l'entreprise et sa banque.

L'analyse de (Myers et Majluf, 1984) met en lumière l'incidence de l'asymétrie d'information sur les décisions de financement des entreprises, en particulier lorsque les dirigeants de ces entreprises disposent d'informations internes privilégiées dont les apporteurs de capitaux ne disposent pas. Les banques, manquant de données fiables pour évaluer le risque, privilégient les entreprises bénéficiant d'un historique solide ou de garanties matérielles, ce que les PME peinent à fournir. L'incompatibilité entre les spécificités financières des PME et les critères d'évaluation des établissements bancaires, amplifiée par l'asymétrie d'information sur le marché du crédit conduit à un rationnement du crédit en défaveur des PME (Adair et Fhima, 2009).

Dans un but de combler le déficit informationnel, l'établissement d'une relation étroite de long terme avec la banque devrait optimiser l'accès des entreprises aux crédits bancaires (Berger et Udell, 2002) et aussi limiter le risque de défaillance en réduisant les problèmes d'asymétrie d'informations (Stigilitz et Weiss 1981). Ceci étant, l'approche relationnelle s'avère être un dispositif pertinent pour pallier aux imperfections informationnelles et au rationnement qui en résulte en améliorant l'évaluation du risque et optimisant la possibilité de remboursement de crédit (Brown et Zehder 2007). En effet, le financement relationnel, s'appuyant sur l'accumulation de l'information à travers les différents crédits ou les produits placés auprès de la firme, est un élément favorisant son accès au financement (Petersen et Rajan, 1994).

Plusieurs courants théoriques considèrent les avantages de ce mode de financement d'une part pour la banque à travers la production d'informations qualitatives spécifiques permettant l'évaluation de l'entreprise en réduisant l'écart informationnel (Bhattacharya et Chiesa, 1995 ; Scott, 2004) et d'autre part pour l'entreprise en menant à l'assouplissement des taux d'intérêt et des garanties exigées, facilitant l'accès à un crédit adapté (Uzzi et Lancaster, 2003; Agarwal et Hauswald, 2010).

Cet article vise à démontrer que la gestion de la relation bancaire permet de favoriser la disponibilité de crédit. La première partie présente la problématique de l'opportunisme dans la relation banque-entreprise en développant les formes de comportements opportunistes des deux côtés. La deuxième partie se penche sur la définition du financement relationnel et son incidence sur l'atténuation de l'asymétrie informationnelle, l'appréciation du risque crédit et la réduction du rationnement. La troisième partie sera consacrée à la présentation du modèle conceptuel proposé.

2. L'opportunisme au cœur de la relation banque-entreprise

D'après (Macneil, 1978 ; Jost, 2004), face à la rationalité limitée des agents économiques et une incomplétude des contrats conclus entre eux, ils peuvent naturellement se tourner vers des comportements opportunistes consistant à profiter au mieux des circonstances en se souciant peu des principes moraux. Nous étalerons dans cette partie les aspects d'opportunisme de l'entreprise et la banque pouvant surgir dans une transaction de crédit.

2.1. Opportunisme de l'entreprise

2.1.1 Sélection adverse

La sélection adverse désigne l'asymétrie d'information entre la banque et l'emprunteur avant l'octroi de crédit. Elle est basée sur le fait que la banque offre un contrat à un client dont elle n'est pas certaine de la qualité. Dans cette situation, la relation bancaire vise à identifier les emprunteurs mauvais qui souhaitent être perçus comme de bonne qualité ou peu risqués. La banque met en place un taux d'intérêt élevé afin de dissuader les emprunteurs inefficaces. Néanmoins, les plus risqués d'entre eux demandent des prêts, car ils ne se préoccupent pas du remboursement et les moins risqués abandonnent le marché. Ainsi, les prêteurs rencontrent des difficultés à repérer efficacement les emprunteurs de bonne qualité. Dans le cadre du modèle d'(Akerlof,1970) la banque est confrontée à une situation où elle ne parvient pas à faire la distinction entre les projets pertinents et les projets risqués proposés par l'emprunteur.

2.1.2 Aléa moral

Après l'octroi du crédit s'installe un second type d'asymétrie d'information : l'aléa moral. Selon (Holmström,1979), l'aléa moral est causé par une situation où des actions personnelles de l'emprunteur peuvent se produire et influencer son comportement. Le problème d'aléa moral se manifeste lorsque des personnes s'engagent dans un partage de risque où des actions privées peuvent influencer la répartition des bénéfices. Pour (Bassolé,2006), une fois le prêt accordé, le rendement du projet dépend de l'action de l'emprunteur, de son comportement et de l'effort fourni. Partant du fait qu'après l'attribution du crédit, l'emprunteur peut adopter un comportement opportuniste et prendre des risques responsables de l'échec du projet financé soit en optant pour un projet plus risqué que celui financé (Stiglitz et Weiss, 1981) soit en faisant volontairement défaut au moment d'honorer ses engagements (Jensen et Meckling, 1976), nous pouvons considérer que l'aléa moral résulte au manquement des termes du contrat de crédit.

Ces risques s'expliquent à la fois par le fait que les investisseurs potentiels sont moins connaisseurs que leurs emprunteurs quant aux perspectives des projets qui leur sont présentés, et par le fait que les intérêts des parties à la transaction ne sont pas totalement alignés.

2.2 Opportunisme de la banque

2.2.1 Le phénomène du « Hold-up »

La banque relationnelle accumule des informations privilégiées et confidentielles grâce aux relations qu'elle entretient avec la firme, ce qui lui permet de détenir un monopole

informationnel par rapport à ses confrères. Ce phénomène nommé le « hold-up problem » a été étudié par (Sharpe,1990) qui a expliqué que la banque peut exploiter le monopole informationnel en surtaxant les taux de crédits . À ce constat se joignent (Longhofer et Santos,2000) en stipulant que les informations privilégiées obtenues par la banque l'orientent à exiger des coûts de crédit et garanties élevés à l'entreprise . D'une autre part , les autres banques, dépourvues de relation approfondie avec l'entreprise, ne peuvent offrir une offre concurrentielle. Selon les contributions d'Angelini et al. (1998),la banque a tendance à offrir des conditions assouplies à l'entreprise durant les premières années de la relation afin de l'attirer, mais augmente leurs taux d'intérêt et garanties avec l'étalement de la relation dans le temps. Par conséquent, l'entreprise se trouve bloquée dépendante de sa banque, ce qui peut mener à un sous-investissement en raison du coût excessif du crédit proposé par la banque principale et l'absence d'offres compétitives de la part des banques externes. Selon (Mbama,2021a), les informations recueillies grâce à la relation avec l'entreprise pousse la banque à renchérir les conditions de financement entraînant une insuffisance de financement de l'entreprise qui ne peut supporter le cout de changement de banque. Ainsi, l'exclusivité des relations développées à long terme peut engendrer un verrouillage entravant l'allocation efficiente des ressources financières.

2.2.2 Rupture abusive de la relation financière

Le statut privilégié du créancier par rapport au débiteur ainsi que la dépendance de la PME à l'égard de sa banque peuvent pousser celle-ci à adopter des comportements opportunistes affectant l'entreprise ainsi que ses parties prenantes. L'habileté de négociation limitée chez les dirigeants de la PME peut également mener le banquier à adopter un comportement opportuniste (Gardes et Machat, 2013) . Selon (Park,2000), la banque peut obtenir, en cas de difficultés financières, une reconsidération des termes de contrats par une renégociation favorable grâce aux garanties et au statut prioritaire de sa créance, généralement au détriment de ses clients. Au-delà des difficultés financières, la position privilégiée de la banque dans les procédures de faillite peut les inciter à privilégier une liquidation rapide d'entreprises potentiellement viables, plutôt que de soutenir leur restructuration, même si elles disposent d'un potentiel de redressement (Aghion et al.,1992). (Franks et Sussman,2001) ont mis en exergue la tendance de la banque à revoir les montants de crédits à la baisse en cas d'imprévus financiers contrairement aux fournisseurs qui accroissent leur soutien. Malgré que les relations banque-entreprise sont régies par des normes relationnelles et transactionnelles impliquant le respect des engagements contractuels (Calme et Polge,2018), les comportements opportunistes de la banque peuvent constituer un défi majeur à l'entreprise étant donné qu'ils peuvent l'exposer à la rupture abusive de la relation financière ainsi le non-renouvellement de ses conditions d'accès au crédit dans l'avenir (Mbama,2021a).

2.3 Implication de l'asymétrie informationnelle sur le rationnement

La disparité d'informations s'illustre dans le fait que les deux parties du contrat de crédit ne disposent pas du même niveau informationnel. En évidence, les pourvoyeurs de fonds sont toujours désavantagés en termes d'information, ce qui pourra accentuer le risque de non-remboursement de crédit. De cela, les banques privilégient un comportement prudent vis-à-vis des demandes de crédit de ces entreprises menant à leur rationnement. Selon (Binks et Ennew, 1992), le rationnement de crédit dont souffrent plusieurs emprunteurs n'est que la conséquence directe du contexte informationnel opaque qui les caractérise.

La décision d'octroi de crédit exige au préalable un diagnostic de la qualité de l'entreprise sollicituse de crédit et sa capacité de remboursement ainsi que sa bonne moralité. Pour y parvenir, la banque est tenue de collecter et traiter minutieusement les informations des entreprises à la recherche de crédit.

Depuis les contributions de (Stein,2002) puis de (Petersen,2004), nous remarquons un affinement de l'information adoptée dans la relation banque-entreprise. Les auteurs distinguent deux sortes d'information : l'information Hard qui correspond aux données quantitatives stockables et transmises sans perdre de la qualité et l'information Soft soit les données qualitatives qui ne sont véhiculées et transmises à la banque que par l'entreprise à travers l'établissement et le développement d'une relation.

3. Le financement relationnel et l'accès au crédit

Avant de se pencher sur l'impact du financement relationnel sur les conditions permettant la l'octroi de crédit, il paraît judicieux de mettre en lumière les particularités de ce type de financement.

3.1 Définition du financement relationnel bancaire

Selon (Ongena et Smith,2000) , le financement relationnel bancaire est la connexion entre une banque et un client qui va au-delà de la simple exécution de transactions financières anonymes mettant en avant la relation globale entre la banque et son client et ne se limitant pas à l'intermédiation financière . Pour (Petersen et Rajan,1994), le financement relationnel désigne le mécanisme d'accumulation de l'information provenant de l'entreprise dont la source est l'ensemble des crédits préalablement octroyés et les divers produits placés.

(Berger et Udell,1995) ont été les pionniers à considérer l'accumulation d'information comme un constituant capital de la relation bancaire et non seulement un but en décelant une technologie de financement relationnel où la banque tend à explorer une information privée sur l'entreprise et une autre technologie de financement transactionnel où la banque va accumuler des informations en se basant sur des éléments tangibles tels que le bilan, CPC et ratios financiers.

(Berger et al,2004) exigent la confidentialité de l'information afin de maintenir la confiance du client. Quant à (Boot,2000), il définit le financement relationnel bancaire comme des services financiers fournis par un intermédiaire financier qui investit dans l'obtention d'informations spécifiques à son client, souvent propres à la firme et confidentielles, et évalue la rentabilité de ses investissements via de multiples contacts avec le même client à travers le temps ou grâce à d'autres produits.

Dans le cadre d'une relation bancaire (Berger et Udell,2002) distinguent trois niveaux d'informations ; initialement la banque recueille des informations qui vont au-delà des renseignements publics aisément disponibles. Par la suite, une base d'informations est formée au fil du temps par diverses interactions avec le prêteur, généralement en offrant une variété de services financiers. À terme, une collecte d'informations confidentielles est effectuée.

De ces définitions, nous retenons que le financement relationnel se caractérise par l'instauration d'une relation à long terme dépassant la simple intermédiation financière à travers l'accumulation d'une information privée et confidentielle qui sera utilisée dans la décision d'octroi de crédit.

3.2 Réduction du rationnement à travers le financement relationnel

Reposant sur des relations à long terme, le financement relationnel vise à optimiser la rentabilité de la relation. Plusieurs études ont affirmé que ce type de financement favorise l'échange d'informations personnelles (Bhattacharya, Chiesa, 1995), permet une meilleure gestion des crises de liquidité (Longhofer, Santos, 2000) et contribue à un amortissement des chocs conjoncturels (Okun, 1991) .

3.2.1 Atténuation de l'asymétrie informationnelle

En ce qui est des recherches de (Kane et Malkiel,1965) et de (Fama,1985), il est démontré

qu'une banque en relation avec ses emprunteurs détient un avantage informationnel sur eux par rapport à ses confrères. Cet avantage en matière d'information contribue à diminuer l'asymétrie d'information entre la banque et son client.

L'entreprise fait face à des difficultés de financement dues à l'asymétrie informationnelle aigue caractérisant tout financement à l'acte. Dans le cadre de ce type de financement, l'absence d'information préalable perturbe la répartition efficace des ressources financières aux entreprises et entraîne un faible financement pour leurs projets les plus prometteurs (Leland et Pyle, 1977). La relation de financement est donc suggérée afin de résoudre cette problématique. Il s'agit d'une relation particulière qui se développe au-delà de la simple conduite de transactions financières anonymes (Boot 2000). Elle repose sur un double aspect essentiel : les interactions multiples et la protection de l'information privée. Les caractéristiques telles que l'exclusivité, l'étendue et la durée sont essentielles pour encourager la transparence de l'entreprise.

L'ancienneté des contacts soit la répétition dans le temps (Eber, 1999) et l'étendue de la relation soit le nombre de services dont bénéficie l'entreprise permettent de développer une relation capable de réduire l'asymétrie d'information précontractuelle à savoir la sélection adverse (Uzzi et Lancaster, 2003, Gardes et Machat, 2013) et par conséquent alléger les conditions d'octroi de prêt (Jonsson, 2008).

En considérant que les investisseurs sont ainsi tributaires des aléas moraux des entrepreneurs qu'ils financent, la relation bancaire est cruciale afin de détecter tout potentiel comportement opportuniste. Selon (Holmström, 1979), l'effet d'incertitude est amoindri et les comportements dysfonctionnels sont réduits au fur et à mesure de la répétition de la même situation dans le temps.

Dès lors, en fournissant des données confidentielles et spécifiques, l'entreprise participe considérablement à la dilution de l'écart informationnel avec la banque qui mise à minimiser la sélection adverse et l'aléa moral.

Censément, le financement relationnel permet de réduire l'asymétrie d'information et contribue à l'instauration d'une certaine transparence informationnelle.

3.2.2 Appréciation du risque crédit

En termes d'octroi de crédit, le défi majeur de la banque demeure l'évaluation du risque de défaillance des demandeurs du financement. Ce défi s'accroît quand il s'agit du financement de la PME compte tenu de la défiance qu'elle inspire. En effet, la banque est tenue d'appréhender la qualité de l'entreprise en considérant l'incertitude quant à sa rentabilité et encore plus, sa survie. Afin de réduire l'incertitude, une communication intense et un échange continu d'informations crédibles sont nécessaires (Ingrid Gröbl & Nadine Levratto, 2004).

Pour une juste évaluation du risque, il paraît crucial de considérer l'environnement de l'entreprise tel son positionnement sur le portefeuille d'affaires, sa stratégie de développement, ses opportunités d'affaires, sa politique d'innovation, ses relations avec ses clients et fournisseurs.

Or, ces éléments indispensables à une estimation adéquate du risque ne sont pas mentionnés dans les états financiers. Seule l'adoption d'un mode innovant de financement peut permettre d'intégrer ces éléments à une appréciation juste du risque de défaillance de la PME (Gardes et Machat, 2013). Par conséquent, face à l'insuffisance des méthodes d'évaluation financières dans l'appréciation du risque, il y a intérêt de mettre en place un financement relationnel.

(Paranque, 2003) relève la nécessité d'une intermédiation informationnelle à savoir la collecte, le traitement, la valorisation, la validation et la diffusion de l'information nécessaire pour évaluer une entreprise. Il insiste sur la constitution d'un capital relationnel en misant sur le développement d'une relation de confiance durable entre les dirigeants d'entreprise et les

chargés d'affaires des établissements de crédit afin de solutionner les défis de l'évaluation du risque crédit.

Pour (Boot 2000), le financement relationnel incite les banques à surveiller plus attentivement les entreprises, réduisant ainsi le risque de défaut.

En quête d'amélioration des capacités de prévision, la confiance mutuelle est fondamentale dans le développement d'une relation incitant le dirigeant à divulguer ses plans d'affaires ayant un impact significatif sur sa rentabilité, sa compétitivité et sa pérennité.

3.2.3 Modération du rationnement

Les PME peuvent se trouver sujettes à un rationnement en termes d'accès aux ressources financières, c'est-à-dire qu'ils ne peuvent pas subvenir à leurs besoins en crédits même en présentant les ressources nécessaires au remboursement de l'emprunt demandé. Selon (Petersen et Rajan, 1994), les liens à long terme entre les banques et ces entreprises facilitent considérablement l'accès au financement, même en périodes de difficultés et que les coûts du crédit, notamment les taux d'intérêt tendent à baisser pour les entreprises bénéficiant d'une relation stable avec leur banque. En effet, l'impact des relations bancaires sur les lignes de crédit pour les PME se reflète sur la possibilité de bénéficier de meilleures conditions de crédit avec des plafonds plus élevés et des taux d'intérêt plus avantageux (Burger et Udell, 1995). Dans cette même voie, les travaux de (Diamond, 1991) confirment le rôle des relations bancaires dans l'allègement du rationnement en expliquant que les entreprises entretenant des relations stables et longues avec leur banque jouissent d'une bonne réputation leur permettant de bénéficier de prêts avec des échéances plus longues, réduisant ainsi leur risque de liquidité.

Le rationnement de crédit peut être atténué par l'instauration de relations permettant aux banques de mieux évaluer le risque de défaillance et donc d'ajuster les conditions de crédits proposés (Freixas et Rochet, 2008).

En effet, les banques ayant recours au financement relationnel sont susceptibles d'adapter les conditions de crédit en fonction des performances antérieures et des perspectives futures des entreprises sollicitantes de crédit révélées grâce à la proximité relationnelle, la durée de la relation et l'accumulation des informations publiques et confidentielles.

Le développement et le maintien de relations étroites entre l'emprunteur et sa banque paraissent être la stratégie idéale afin de limiter les défis d'informations entravant l'évaluation efficiente du risque et par conséquent menant au rationnement.

De cela, nous déduisons que l'avantage du financement relationnel est la réduction de l'asymétrie d'information ce qui permet une évaluation plus juste de l'entreprise par la banque. Ainsi, le financement relationnel aura pour effet de pallier l'opacité de certaines firmes initialement considérées comme des entités sibyllines et sont assujetties à l'augmentation de leur rationnement soit par leur exclusion des offres de crédit ou en leur proposant des taux d'intérêt plus élevés.

4. Cadre conceptuel de la recherche

• La durée de la relation

L'idée selon laquelle les relations de long terme favorisent l'accès des entreprises au crédit a été largement examinée à travers diverses études empiriques. Petersen et Rajan (1994) montrent, sur des données concernant des PME américaines, que l'accès au crédit est d'autant plus facile que la durée de la relation banque-entreprise est longue.

Ce résultat est corroboré par (Harhoff et Körting, 1998) dans le contexte allemand : leurs travaux révèlent également une corrélation positive entre la durée de la relation banque-entreprise et la probabilité d'accéder au financement bancaire. Dans la même veine, (Kysucky et Norden, 2016) apportent une perspective complémentaire en montrant que les relations

bancaires durables sont associées à un volume de crédit plus élevé et à des taux d'intérêt plus bas. Cette observation est en accord avec les conclusions de (Berlin et Mester, 1992), qui démontrent que les banques ajustent leurs taux en fonction du risque perçu. Ce dernier tend à diminuer au fil du temps, à mesure que la relation bancaire se consolide, permettant ainsi une réduction des coûts de financement pour l'emprunteur. Les travaux de (Jiménez et Saurina, 2004) approfondissent l'idée selon laquelle la durée de la relation banque-entreprise a un impact significatif sur la disponibilité du crédit, en démontrant que la probabilité de défaut diminue au fil du temps. Par conséquent, les banques sont plus disposées à financer les entreprises avec lesquelles elles ont une relation durable, vu que la durée permet une accumulation de l'information et une meilleure évaluation des risques (Elsas et Krahnen, 1998)

H1 : Il existe une relation positive entre la durée de la relation et la disponibilité du crédit

- ***La fréquence des interactions***

Nombreuses sont les études soulignant que la relation banque-entreprise ne se limite pas à des transactions financières, mais s'appuie sur une relation construite via des échanges répétés. Les travaux de (Berger et Udell, 1995) mettent en évidence qu'au-delà de la durée de la relation banque-entreprise, la fréquence des contacts annuels entre le chargé de compte et l'entreprise à travers des réunions et des échanges téléphoniques influence significativement la probabilité d'obtention d'un crédit. Ainsi, les entreprises communiquant régulièrement avec leur banque bénéficient d'une probabilité accrue d'octroi de crédit, en raison d'une asymétrie d'information réduite. En termes de conditions de crédit, une fréquence élevée de rencontres entre l'entreprise et le chargé de clientèle renforce la confiance réciproque menant à une diminution du coût du crédit et à des termes contractuels plus flexibles (Moro et al., 2014), traduisant des conditions de crédit plus favorables, notamment des taux d'intérêt plus bas et une exigence moindre en garanties (Elsas, 2005). Dans une étude sur les PME italiennes, (Cenni et al., 2014) prouvent que la fréquence des communications informelles est corrélée à une diminution du coût du crédit et à une augmentation des montants accordés, en raison d'une meilleure connaissance des risques opérationnels. : À partir d'une base de données de lignes de crédit accordés aux entreprises espagnoles, (Jiménez et al., 2009) montrent que les rencontres régulières entre banquiers et dirigeants d'entreprise réduisent les asymétries d'information et permettent des décisions de crédit plus précises, même dans un contexte de crise économique. Renforçant les résultats en contexte de crise, (Carvalho et al., 2015) montrent que durant la crise financière de 2008, les entreprises ayant maintenu des relations actives avec leurs banques ont obtenu plus rapidement des crédits d'urgence, avec des conditions moins restrictives.

H2 : Il existe une relation positive entre la fréquence des interactions et la disponibilité du crédit

- ***La multibancarité***

Les études empiriques convergent pour valider l'idée que la multibancarité atténue les risques de dépendance relationnelle et limite les comportements opportunistes (hold-up). À travers une étude empirique sur des entreprises belges, (Degryse & Ongena, 2001) démontrent que les firmes entretenant des relations multiples avec des banques bénéficient de taux d'intérêt plus bas et de garanties moins contraignantes. Selon (Von Thadden, 2004), les relations bancaires multiples atténuent le risque d'exploitation de l'information privée par une banque dominante. Les entreprises ayant des relations bancaires diversifiées sont moins exposées à des hausses de taux injustifiées, en raison de la possibilité de se tourner vers d'autres créanciers, ce qui confirme que la multibancarité réduit les abus de pouvoir, voire incite les banques à proposer des offres plus compétitives pour conserver leur part de marché. Analysant les PME italiennes pendant la crise de 2008, (Cenni et al., 2014) observent que les entreprises avec des relations bancaires multiples ont mieux résisté aux chocs de liquidité. La possibilité de négocier avec

plusieurs partenaires a permis de restructurer les dettes et d'éviter les défauts de paiement. Corroborant ces constats en période de crise économique, (Detragiache et al.,2000) révèlent que les entreprises dépendant d'une seule banque subissent un rationnement du crédit plus sévère lors de périodes de contraction économique quand les banques réduisent leur exposition au risque alors que les firmes diversifiées bénéficient d'un accès plus stable au crédit (Bolton et al., 2016)

H3 : Il existe une relation positive entre la multibancarité et la disponibilité du crédit

- ***La qualité de l'information***

Plusieurs contributions s'accordent que la qualité de l'information véhiculée par l'entreprise à sa banque influence significativement la disponibilité et les conditions de prêts. Sur une base de données de prêts syndiqués aux États-Unis et en Europe, (Bharath et al., 2011) ont conclu que les entreprises divulguant des informations stratégiques voient leurs coûts d'emprunt diminuer, car la banque perçoit moins de risques cachés. Par une analyse comparative dans douze pays en développement (Beck et al. 2018) établissent un lien direct entre la transparence financière, via des rapports audités, et l'accès au crédit pour les PME en soulignant que les banques réduisent les primes de risque exigées lorsque l'information est fiable et accessible. En pointant l'information financière (Sengupta,1998) démontre que la transparence informationnelle réduit le coût de la dette en atténuant les asymétries d'information. Ce constat est corroboré par (Francis et al.,2008) qui lie la clarté des rapports financiers à une perception abaissée du risque par les prêteurs. Bushman & Smith (2001) étendent ce raisonnement en alliant qualité comptable, gouvernance d'entreprise et confiance des bailleurs de fonds.

H4 : Il existe une relation positive entre la qualité de l'information et la disponibilité de crédit

- ***La confiance***

La confiance entre l'entrepreneur et son banquier constitue un mécanisme essentiel pour réduire les asymétries informationnelles qui caractérisent leur relation (Levratto et al., 2002). Cette confiance influence directement la fidélité des entreprises envers leurs banques, soulignant ainsi l'importance de l'approche relationnelle dans le secteur bancaire (Bergeron et al., 2003). Par ailleurs, la confiance joue un rôle clé dans la fixation du taux d'intérêt des lignes de crédit (Harloff & Körting Meyer, 1998) et facilite l'accès au financement en réduisant son coût (Hernandez-Canovas & Martinez-Solano, 2007). L'asymétrie informationnelle tend ainsi à s'atténuer progressivement à mesure que la confiance se consolide, grâce à un processus d'apprentissage mutuel où la fréquence et la qualité des interactions bancaires transforment l'incertitude en prédictibilité (Akerlof, 1970).

H5 : La confiance modère l'effet de la durée et l'intensité de la relation sur la disponibilité du crédit .

L'idée que la durée de la relation client-banque constitue un prérequis pour la concrétisation des conventions de financement fondées sur la confiance trouve ses racines dans les travaux de (Gwinner et al.,1998). En soulignant les bénéfices d'une relation durable dans le secteur des services, ces auteurs mettent en avant que les relations de long terme génèrent des avantages relationnels qui dépassent la simple transaction financière, instaurant les bases d'un climat de confiance mutuelle. Des bénéfices psychologiques liés à un sentiment de confort et de confiance dans la relation entre le client et son fournisseur de service ne sont pas immédiats, mais se construisent progressivement au fil du temps. Dans ce sens, Cole (1998) souligne que la durée de la relation entre la banque et l'emprunteur peut compenser un niveau faible de garanties, car la confiance de la banque envers l'emprunteur augmente avec le temps.

Les travaux de (Berry,1995) confirment le lien entre la durée relationnelle et la confiance en démontrant qu'une relation où la confiance et l'engagement surpassent la simple satisfaction

transactionnelle s'inscrit dans la durée. En effet, la confiance établie dans le cadre de relations à long terme permet à la banque d'accorder des conditions de crédit plus avantageuses, en facilitant le processus de contrôle et de gestion du risque (Haubrich, 1989)

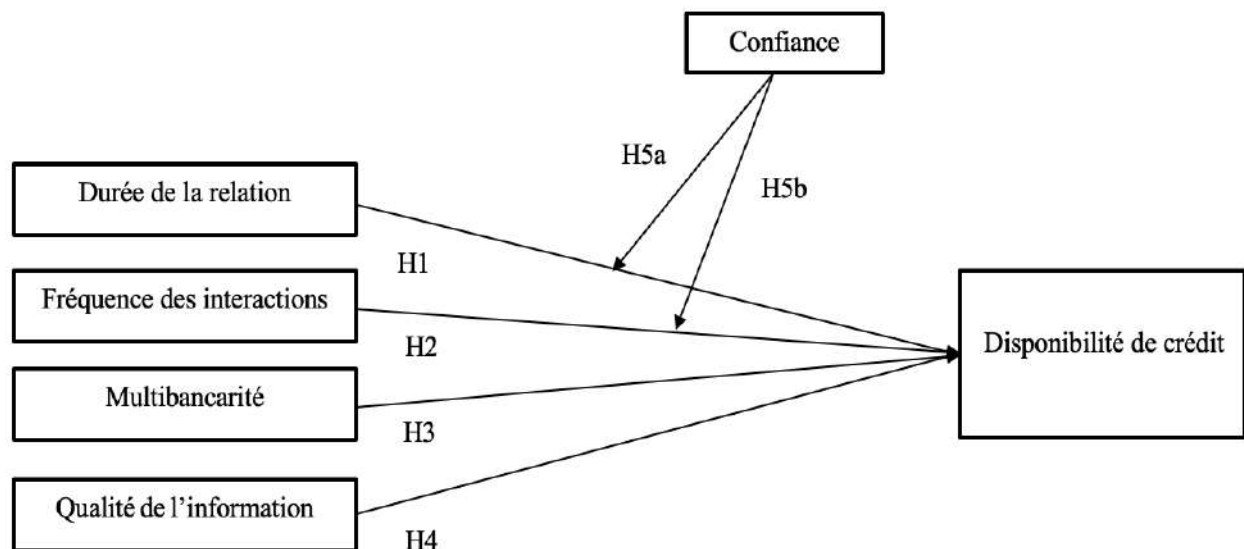
H5a : La confiance, construite à travers des relations long terme renforce l'effet positif de la durée sur l'accès au crédit

Selon (Gardés . & Maque , 2012) , même si la durée relationnelle constitue une condition indispensable pour le développement d'un capital de confiance, elle ne suffit pas, à elle seule, à ancrer la relation bancaire dans une approche relationnelle. Comme le démontrent (Mayer et al.,1995) la confiance ne découle pas mécaniquement du temps, mais de la démonstration répétée de compétence, d'intégrité et de bienveillance. Cette démonstration répétée s'opérationnalise par un échange récurrent d'informations pertinentes incluant des données sensibles ou confidentielles entre les parties prenantes (Anderson & Narus, 1984) . Selon (Petersen et Rajan, 1994), une communication intense atténue les asymétries informationnelles, réduisant ainsi le risque perçu par la banque tout en consolidant la confiance mutuelle.

H5b : La confiance, instaurée grâce à des interactions répétées, renforce l'effet positif de l'intensité de la relation sur l'accès au crédit

À la lumière de ce qui précède, nous pouvons concevoir un modèle conceptuel de cette recherche comme illustré ci-dessous, où nous mettons en exergue les relations entre les différentes variables de notre recherche.

Fig. 1 : Modèle conceptuel de l'influence du financement relationnel sur la disponibilité de crédit



Source : Nous-mêmes

5. Conclusion

L'objectif de cet article était d'exposer l'impact du financement relationnel bancaire sur l'approvisionnement en ressources financières. Indéniablement, la relation de financement est perçue comme étant problématique dans la mesure où les agents peuvent adopter des comportements opportunistes dans un univers où, du fait de la rationalité limitée des agents économiques, les contrats sont certainement incomplets (Williamson, 1971 ; Jost, 2004).

Au cœur de cette relation problématique entachée d'opportunisme des deux parts, le développement d'un financement innovant reposant sur l'instauration d'une relation de confiance semble être un dispositif efficient permettant de favoriser l'octroi de crédit. En multipliant les échanges, la banque accumule des informations confidentielles sur la firme lui

permettant de réduire le déficit informationnel et donc de mieux évaluer le risque de défaillance ce qui limite la probabilité de rationnement de crédit.

Dans l'objectif d'illustrer l'impact de la relation banque-entreprise sur l'accès au prêt, nous avons élaboré un modèle conceptuel mettant en lumière les mécanismes phares par lesquels les relations bancaires influencent la disponibilité au crédit. La durée de la relation a un impact significatif sur la réduction des asymétries informationnelles ce qui explique que plus une entreprise a une relation de long terme avec sa banque plus ses opportunités d'accès au crédit sont favorisées. La fréquence des interactions à travers des échanges réguliers intensifie la relation entre l'entreprise et sa banque permettant ainsi une évaluation plus affinée des risques et une meilleure accessibilité au crédit.

Par ailleurs, la multibancarité constitue une stratégie clé pour renforcer la résilience des entreprises, en atténuant les risques de dépendance excessive vis-à-vis d'un seul créancier et en garantissant un accès stable au crédit, y compris lors de crises économiques. La qualité de l'information demeure un levier important pour faciliter la disponibilité du crédit en ancrant la relation banque-entreprise dans une transparence mutuelle.

L'intégration de la confiance en tant que variable modératrice influençant à la fois les effets de la durée et de la fréquence relationnelle enrichit la compréhension des mécanismes sous-jacents à l'accès au crédit.

D'un côté, la confiance, construite sur le temps à travers une relation prolongée, amplifie l'effet de la durée de la relation sur l'accès au crédit. De l'autre, la confiance générée par des interactions récurrentes favorise l'accès au crédit.

Cette double modulation, agissant sur les effets conjugués de la durée et l'intensité relationnelle, met en évidence le rôle crucial de la confiance comme catalyseur de la dynamique relationnelle et affirmant son rôle modérateur dans l'accès au crédit.

Au-delà de la modeste contribution de cet essai, bien qu'éclairante sur les mécanismes théoriques liant relation bancaire et accès au crédit, présente plusieurs limites notamment une investigation empirique mettant en avant des variables explicatives de l'influence de la relation banque-entreprise sur l'accès au crédit ou encore un modèle économétrique capable de mesurer cet impact. L'intégration de variables technologiques prenant en considération la disruption digitale qui transforme la relation banque-entreprise serait un levier de modernisation du modèle proposé.

Références :

- (1). Akerlof, G. A. (1970). 4. The market for 'lemons': quality uncertainty and the market mechanism. *Market Failure or Success*, 66.
- (2). Angelini, P., Di Salvo, R., & Ferri, G. (1998). Availability and cost of credit for small businesses: Customer relationships and credit cooperatives. *Journal of Banking & Finance*, 22(6-8), 925-954.
- (3). Bassolé, L. (2006). Responsabilité conjointe et performance des groupes de crédit, en le développement face à la pauvreté: Réseau analyse économique et développement. *Economica, Paris*.
- (4). Beck, T., Degryse, H., De Haas, R., & van Horen, N. (2018). When arm's length is too far: Relationship banking over the credit cycle. *Journal of Financial Economics*, 127(1), 176–194.
- (5). Berger, A. N., & Udell, G. F. (1995). Relationship lending and lines of credit in small firm finance. *Journal of business*, 351-381
- (6). Berger, A. N., & Udell, G. F. (2002). Small business credit availability and relationship lending: The importance of bank organisational structure. *The economic journal*, 112(477), F32-F53.

- (7). Bernard, P. (2003). *Quelle « Intermédiation Informationnelle » pour les PME ? ou comment une démarche théorique a fertilisé une évolution stratégique* (No. 0306005). University Library of Munich, Germany
- (8). Bhattacharya, S., & Chiesa, G. (1995). Proprietary information, financial intermediation, and research incentives. *Journal of financial Intermediation*, 4(4), 328-357.
- (9). Bolton, P., Freixas, X., Gambacorta, L., & Mistrulli, P. E. (2016). Relationship and transaction lending in a crisis. *Review of Financial Studies*, 29(10), 2643–2676
- (10). Boot, A. W., & Thakor, A. V. (2000). Can relationship banking survive competition? *The journal of Finance*, 55(2), 679-713.
- (11). Brown, M., & Zehnder, C. (2007). Credit reporting, relationship banking, and loan repayment. *Journal of Money, Credit and Banking*, 39(8), 1883-1918.
- (12). Calmé, I., & Polge, M. (2018). The importance of the banker-very small business owner relationship in financing developing small businesses. A proposed model. *Revue de l'Entrepreneuriat/Review of Entrepreneurship*, 17(2), 35-61.
- (13). Carvalho, D., Ferreira, M. A., & Matos, P. (2015). Lending Relationships and the Effect of Bank Distress: Evidence from the 2007–2009 Financial Crisis. *Journal of Financial and Quantitative Analysis*, 50(6), 1165–1197.
- (14). Cenni, S., Monferrà, S., Salotti, V., Sangiorgi, M., & Torluccio, G. (2014). Credit rationing and relationship lending. Does firm size matter? *Journal of Banking & Finance*, 53, 249–265
- (15). Detragiache, E., Garella, P., & Guiso, L. (2000). Multiple versus Single Banking Relationships: Theory and Evidence. *The Journal of Finance*, 55(3), 1133–1161.
- (16). Dewatripont, M., & Maskin, E. (1995). Credit and efficiency in centralized and decentralized economies. *The Review of Economic Studies*, 62(4), 541-555.
- (17). Diamond, D. W. (1991). Monitoring and reputation: The choice between bank loans and directly placed debt. *Journal of political Economy*, 99(4), 689-721.
- (18). Elsas, R., & Krahnen, J. P. (1998). Is relationship lending special? Evidence from credit-file data in Germany. *Journal of Banking & Finance*, 22(10-11), 1283-1316.
- (19). Fama, E. F. (1985). What's different about banks?. *Journal of monetary economics*, 15(1), 29-39.
- (20). Freixas, X., & Rochet, J. C. (2008). *Microeconomics of banking*. MIT press.
- (21). Gardes, N., & Machat, K. (2013). Pour une approche innovante du financement relationnel en PME. *Innovations*, (1), 83-99.
- (22). Gardès, N., & Maque, I. (2012). La compétence relationnelle de l'entreprise. *Revue Internationale P M E Économie Et Gestion De La Petite Et Moyenne Entreprise*, 25(2), 129–157
- (23). Gompers, P., Kovner, A., Lerner, J., & Scharfstein, D. (2008). Venture capital investment cycles: The impact of public markets. *Journal of financial economics*, 87(1), 1-23.
- (24). Größl, I. (2004). Problems of Evaluating Small Firms' Quality.
- (25). Haubrich, J. G. (1989). Financial intermediation: Delegated monitoring and long-term relationships. *Journal of Banking & Finance*, 13(1), 9-20.
- (26). Haut-Commissariat au Plan (2019), « Enquête Nationale auprès des Entreprises » pp.3-27.
- (27). Hernández-Cánovas, G., & Martínez-Solano, P. (2006). Effect of the Number of Banking Relationships on Credit Availability: Evidence from Panel Data of Spanish Small Firms. *Small Business Economics*, 28(1), 37–53
- (28). Holmström, B. (1979). Moral hazard and observability. *The Bell journal of economics*, 74-91.

- (29). Jonsson, S. (2008). Industry-embedded financial decision making: The case of a fashion firm. *International Journal of Bank Marketing*, 26(1), 42-56.
- (30). Jost, S. (2004). *La théorie des coûts de transaction de Williamson et la surveillance des banques dans l'UE*. Institut européen de l'Université de Genève.
- (31). Kysucky, V., & Norden, L. (2016). The benefits of relationship lending in a cross-country context: A meta-analysis. *Management Science*, 62(1), 90-110
- (32). Lehmann, E., & Neuberger, D. (2001). Do lending relationships matter?: Evidence from bank survey data in Germany. *Journal of Economic Behavior & Organization*, 45(4), 339-359.
- (33). Leland, H. E., & Pyle, D. H. (1977). Informational asymmetries, financial structure, and financial intermediation. *The journal of Finance*, 32(2), 371-387.
- (34). Longhofer, S. D., & Santos, J. A. (2000). The importance of bank seniority for relationship lending. *Journal of financial Intermediation*, 9(1), 57-89.
- (35). Macneil, I. R. (1980). Economic analysis of contractual relations: Its shortfalls and the need for a rich classificatory apparatus. *Nw. UL Rev.*, 75, 1018.
- (36). Malécot, J. F. (1981). Les défaillances: un essai d'explication.
- (37). Mbama, P. C. (2021). Financement relationnel bancaire et faible financement des entreprises en zone CEMAC: peut-on indexer l'opportunisme bancaire. *Revue internationale de management et de stratégie*.
- (38). Meckling, W. H., & Jensen, M. C. (1976). Theory of the Firm. *Managerial Behavior, Agency Costs and Ownership Structure*.
- (39). Moro, A., Fink, M., & Kautonen, T. (2014). How do banks assess entrepreneurial competence? The role of voluntary information disclosure. *International Small Business Journal Researching Entrepreneurship*, 32(5), 525–544.
- (40). Okun, L. (1991). Relations of particles world. *Scientific Pub co inc*.
- (41). Ongena, S., & Smith, D. C. (2000). What determines the number of bank relationships? Cross-country evidence. *Journal of Financial intermediation*, 9(1), 26-56.
- (42). Petersen, M. A., & Rajan, R. G. (1994). The benefits of lending relationships: Evidence from small business data. *The journal of finance*, 49(1), 3-37.
- (43). Psillaki, M. (1995). Rationnement du crédit et PME: une tentative de mise en relation. *Revue internationale PME*, 8(3), 67-90.
- (44). Sharpe, S. A. (1990). Asymmetric information, bank lending, and implicit contracts: A stylized model of customer relationships. *The journal of finance*, 45(4), 1069-1087.
- (45). Stein, J. C. (2002). Information production and capital allocation: Decentralized versus hierarchical firms. *The journal of finance*, 57(5), 1891-1921.
- (46). Stiglitz, J. E., & Weiss, A. (1981). Credit rationing in markets with imperfect information. *The American economic review*, 71(3), 393-410.
- (47). Uzzi, B. (1999). Embeddedness in the making of financial capital: How social relations and networks benefit firms seeking financing. *American sociological review*, 64(4), 481-505.
- (48). Vigneron, L. (2008). *Conditions de financement de la PME et relations bancaires* (Doctoral dissertation, Université du Droit et de la Santé-Lille II).