

UNIVERSITE MOULOUD MAMMERI DE TIZI-OUZOU
FACULTE DES SCIENCES ECONOMIQUES, COMMERCIALES ET DES SCIENCES DE
GESTION
DEPARTEMENT DES SCIENCES FINANCIERES ET COMPTABILITE



Mémoire de fin de cycle

**En vue de l'obtention du diplôme de Master en Sciences
Financières et Comptabilité**

Option : Finance d'Entreprises

Thème

**L'analyse de la relation Banque-Entreprise à travers
l'accompagnement bancaire : cas du crédit d'exploitation
au sein de la Société Générale Algérie, agence de Tizi-
Ouzou (00851).**

Réalisé Par

AMARI Leticia

SMAIL Laeticia

Dirigé Par

M. MOKRANE Ali

Devant le jury composé de

Président : M. CHENANE Arezki, Maître de conférences classe « A », UMMTO.

Rapporteur : M. MOKRANE Ali, Maître de conférences classe « A », UMMTO.

Examineur : M. SEDIKI Abderrahmane, Maître assistant classe « A », UMMTO.

Année Universitaire : 2020/2021

Remerciements

La réalisation de ce mémoire a été possible grâce au concours de plusieurs personnes à qui nous voudrions témoigner toute notre reconnaissance.

Nos remerciements s'adressent tout d'abord à notre encadrant M. MOKRANE Ali maître de conférences à l'université Mouloud MAMMERI de Tizi-Ouzou. Tout au long de ce travail, il a su nous apporter un soutien constant, une disponibilité, une écoute, une confiance et des conseils précieux et avisés à la hauteur de ses compétences et qualités pédagogiques et scientifiques.

On exprime également toute notre reconnaissance aux membres du jury pour avoir accepté de participer à l'examen et l'évaluation de notre travail de recherche.

Nos sincères remerciements iront également au personnel la Société Générale Algérie, agence de Tizi-Ouzou (00851) pour leur accueil, tout particulièrement Madame DALI A. et Madame HAMIDI A., nos encadrants en stage pratique, qui ont su nous orienter et nous aider dans la réalisation du cas pratique.

Dédicaces

A mes très chers parents, qui m'ont soutenue et encouragée tout au long de mes études.

A mon frère et à ma sœur.

A ma famille.

A mes amis (es).

A tous ceux et toutes celles qui me sont chers.

A la mémoire de mon grand-père qui a toujours souhaité me voir réussir dans la vie.

Laetitia

Dédicaces

A toute ma famille, particulièrement mes chers parents.

A mes frères.

A tous mes amis (es).

A tous ceux et toutes celles qui me sont chers.

Liticia

Liste des abréviations

ACP : Agence Clientèle Patrimoniale

AGB: Gulf Bank Algeria

ASM: Asset Management

ATD : Avis à Tiers Détenteur

BDL : Banque de Développement Local

BFE : Le besoin de financement d'exploitation

BFI : Banque de Financement d'Investissement

BFR : Besoin en Fond de Roulement

BHFM : Banque hors France Métropolitaine

BNP : Banque Nationale de Paris

BTPH : Société de bâtiments, travaux public et hydraulique

CA : Chiffre d'Affaire

CACOBATH : Caisse Nationale des Congés Payés et du Chômage-Intempéries des Secteurs
du Bâtiment, des Travaux Publics et de l'Hydraulique

CAF : Capacité d'Autofinancement

CASNOS : Caisse d'Assurance Sociale pour les Non-salariés

CIB : Corporate & Investment Bank

CMT : Crédit à Moyen Terme

CNAS : Caisse Nationale d'Assurance Salariés

CPA : Crédit Populaire d'Algérie

CSP : Catégorie socioprofessionnelle

DAT : Dépôt à terme

DCT : Dettes à Court Terme

DGEI : Direction Grandes Entreprises Internationales

DGEN : Direction Grandes Entreprises Nationales

DLMT : Dettes à Long et Moyen Terme

EBE : Excédent Brut d'Exploitation

EI : Entreprise individuelle

EURL : Entreprise Unipersonnelle à Responsabilité Limitée

FR : Fonds de Roulement

GTB : Global Trade Banking

PME : Petites et Moyennes Entreprises

PNB : Produit National Brut

PVC : Poly Chlorure de Vinyle

RC : Responsabilité Civile

RIB : Relevé d'Identité Bancaire

SA : Société Anonyme

SARL : Société à Responsabilité Limitée

SAS : Société Par Actions Simplifiées

SFI : Société Financière Internationale

SGA : Société Générale Algérie

SHS : Sciences Humaines et Sociales

SIG : Soldes Intermédiaires de Gestion

SMC : Société Marseillaise de Crédit

SNC : Société En Nom Collectif

T : Trésorerie

TCR : Tableau des Comptes de Résultat

TN : Trésorerie Nette

TPE : Terminal de Paiement Électronique

TPE : Très Petites Entreprises

TVA : Taxes Sur La Valeur Ajoutée

Sommaire

REMERCIEMENTS

DEDICACES

SOMMAIRE

INTRODUCTION GENERALE 10

1. Intérêt et choix du sujet 10
2. Objet de la recherche 12
3. Méthodologie de recherche 13
4. Plan de recherche 13

CHAPITRE I : Notion de base sur le financement bancaire

INTRODUCTION 16

SECTION 1 : Aperçu général sur les banques, les entreprises et les crédits bancaires 17

1. Notions de base sur les banques 17
2. Quelques éléments sur les entreprises 24
3. La notion du crédit 28

SECTION 2 : Le financement bancaire des entreprises 30

1. Définition du financement et besoin de financement des entreprises 31
2. Les différents types et principales sources de financement 32
3. Typologie des crédits bancaire 39
4. Les risques du crédit et les moyens de prévention 44

SECTION 3 : Les crédits d'exploitation 61

1. Le cycle d'exploitation 61
2. Typologie des crédits d'exploitation 64

CONCLUSION 81

CHAPITRE II : La relation Banque-Entreprise et l'accompagnement bancaire

INTRODUCTION 83

SECTION 1 : Approche globale sur la relation Banque-Entreprise 84

1. Aperçu Général sur la relation banque-entreprise 84
2. Typologie de la relation banque-entreprise 85
3. Les déterminants de la relation banque-entreprise 87
4. La relation banque-entreprise et l'asymétrie informationnelle 98
5. La relation bancaire au quotidien 104

SECTION 2 : Financement relationnel bancaire et accompagnement bancaire	111
1. Aperçu sommaire sur le financement relationnel bancaire	111
2. Financement relationnel bancaire et asymétrie informationnelle des entreprises	120
3. Notions de base sur l'accompagnement bancaire	125
4. L'accompagnement comme dimension relationnelle et opérationnelle	129
CONCLUSION	136
 CHAPITRE III : L'accompagnement bancaire des crédits d'exploitation au sein de la Société Générale Algérie, agence de Tizi-Ouzou (00851)	
INTRODUCTION	138
SECTION 1 : Présentation de la Société Générale Algérie agence de Tizi-Ouzou 00851 ..	139
1. Présentation du groupe Société Générale	139
2. Présentation de la Société Générale Algérie	141
3. Présentation de la Société Générale de Tizi-Ouzou (00851)	146
SECTION 2 : Les crédits d'exploitation au sein de la société générale Algérie	156
1. Financement de l'exploitation au sein de la société générale	156
2. Le montage d'un dossier de crédit	160
3. L'étude du dossier de crédit	168
SECTION 3 : Étude d'un dossier de crédit d'exploitation et accompagnement bancaire .	176
1. Étude d'une demande de crédit d'exploitation.....	177
2. Présentation de l'enquête.....	195
3. Discussion et interprétation des résultats des deux enquêtes auprès de la banque et de l'entreprise.....	197
CONCLUSION	203
CONCLUSION GENERALE	205
ANNEXE	209
LISTE DES TABLEAUX ET DES FIGURES	213
BIBLIOGRAPHIE	215
TABLES DES MATIERES	222

Introduction Générale

1. Intérêt et choix du sujet

Dans le contexte actuel de la globalisation, il devient inconcevable de parler de développement économique durable sans soulever au préalable la question du financement de l'économie. Comme les dépenses à engager nécessitent bel et bien un financement dont les entreprises ne disposent pas toujours, elles sont parfois contraintes de se tourner vers la sphère financière. Ainsi, lorsque cette dernière va mal, l'économie court un grand risque d'asphyxie puisque les entreprises sur lesquelles elle repose manquent de ressources financières nécessaires à leur fonctionnement et leur développement. De ce fait, l'entreprise doit trouver des sources de financement pour son cycle d'exploitation et chercher à optimiser les coûts liés à ce financement.

L'insuffisance des capitaux propres se manifeste lors de la réalisation des événements importants dans la vie de l'entreprise tels que des projets d'investissements ou restructurations divers. Le financement de ces opérations nécessite couramment un apport important de capitaux propres, car d'une part, les ressources d'autofinancement, si elles existent, ne leur permettent pas de faire face à leurs besoins financiers et d'autre part, les associés sont incapables d'apporter les fonds nécessaires. L'appel à l'extérieur, tel que le secteur bancaire, pour une augmentation des fonds propres apparaît comme une fatalité à l'égard de l'insuffisance des sources internes de financement.

Le financement bancaire est donc l'une des conditions essentielles de l'activité, du maintien et de la croissance de l'entreprise. Il a toujours été au centre des débats et des préoccupations de cette dernière pour assurer son développement. Pour cela, plusieurs modes de financement ont été mis à la disposition des entreprises. Au-delà de leurs ressources internes, chaque entreprise adopte un ou plusieurs modes de financement, selon ses besoins et ses stratégies qui vont l'aider à minimiser les coûts relatifs aux capitaux investis.

Cependant, il est important de signaler que la banque fait face à un espace économique ouvert où tous les clients utilisateurs de crédit sont des partenaires à risques. La banque se voit alors obligée d'appliquer et mettre en place certaines conditions et d'être prudente pour assurer la finalité de ses opérations de crédits. A cet effet, on parle de la notion de sécurité qui impose à la banque de sélectionner judicieusement ses débiteurs. De ce fait découle l'importance accordée à l'étude de crédit sur le plan comptable et financier pour un meilleur gage de sécurité. Ainsi, les garanties sont réellement que des accessoires aux crédits, la

Introduction Générale

banque doit se soucier non seulement de la couverture du risque, mais aussi de la notoriété de l'entreprise qui est un client potentiel.

Historiquement, l'étude du rôle de la relation Banque-Entreprise remonte aux années 1950 et au développement de la théorie bancaire. En effet, R.Roosa (1951) et D.Hodgman (1963) furent les premiers à discuter l'effet de la relation Banque-Entreprise dans un environnement caractérisé par un rationnement de crédit. Plus explicitement, selon la théorie de l'agence, cette relation fait apparaître des conflits d'intérêts entre les deux parties et qui ont des impacts non négligeables sur la situation de l'entreprise. Après un long hiatus, la recherche s'est massivement orientée vers l'explication des différents aspects de la relation entre la banque et l'entreprise.

A cet égard, en plus d'être un simple intermédiaire financier, les banques peuvent engager avec leurs clients une relation durable basée sur le long terme. C'est dans les années 1980 que Diamond (1984) et Fama (1985) commencent à analyser les avantages d'une relation bancaire exclusive et durable. Selon eux, cette relation privilégiée entre l'entreprise et la banque va permettre de réduire les coûts en établissant une confiance, afin d'améliorer l'accès des capitaux. La raison est simple, un financement relationnel permettrait à la banque de bien connaître l'entreprise, accumuler de l'information sur sa fiabilité et son niveau de risque, et par conséquent réduire au maximum les problèmes d'anti-sélection et d'asymétrie informationnelle inhérents à la relation de crédit.

Dans ce même contexte, Ongena & 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 ». En effet, les relations entre les banques et les entreprises ont évolué de façon considérable au cours des dernières années. Le développement des marchés financiers, les progrès technologiques et les innovations financières ont modifié les besoins des entreprises, accru la concurrence entre établissements de crédits et élargi l'offre des services bancaires.

A ce titre, la banque, en plus de son rôle d'émetteur de crédit joue un rôle d'accompagnateur, puisque l'une des fonctions essentielles de l'institution financière est de conseiller ses clients et être à leur entière disposition, cet accompagnement est considéré comme un élément clé du financement des entreprises. Il conforte les chances de réussite du projet de l'emprunteur, il aide à prévenir ou à résoudre les éventuelles difficultés de

Introduction Générale

remboursement et permet d'accroître la maîtrise budgétaire et bancaire quand cela s'avère nécessaire.

L'accompagnement constitue un suivi de l'activité de l'entreprise au niveau de certaines tâches qui ne sont pas en rapport direct avec l'activité de l'entreprise. C'est une assistance lors du montage des projets au niveau de la gestion logistique, financière, fiscale et sociale, ainsi que du suivi. Il s'agit donc de piloter l'analyse et la préparation du projet de l'entreprise, notamment en ce qui concerne l'analyse de son environnement (marché, clientèle, etc.) et des besoins sollicités par l'activité par rapport à cet environnement, mais aussi en les orientant vers tel type d'opération adaptée à leurs besoins.

Il s'agit également d'une aide à l'élaboration d'un plan d'affaire et d'un budget prévisionnel, notamment au niveau de la gestion comptable de l'entreprise (financements, déclarations fiscales, gestion des cotisations et des bilans, etc.), mais aussi une aide en termes d'orientation et de conseil des clients vers des opérations adaptées à leurs besoins. Ceci permet de mettre en place une organisation de travail stable et particulière à l'activité de l'entreprise.

2. Objet de recherche

Notre travail de recherche consiste donc à analyser la relation banque- entreprise à travers les dispositifs d'accompagnement bancaire de l'entreprise.

Le choix du sujet est motivé d'une part, par la volonté d'évaluer le rôle de l'accompagnement lors du financement accordé par les banques, à travers la mesure des différents outils et mécanismes d'accompagnement. D'autre part, le sujet présente une originalité car la plupart des banques (classiques) se limitent à octroyer une enveloppe de crédit, sans pour autant aller vers un accompagnement réel et poussé.

L'objectif de notre recherche consiste à fournir des éléments d'analyse sur la relation Banque-Entreprise en termes d'accompagnement bancaire au sein de la Société Générale Algérie. En d'autres termes l'objectif de notre mémoire est double : nous voulons décrire d'une part, la notion de partenariat qui existe entre la banque et l'entreprise, et de l'autre, nous comptons mettre l'accent sur le concept de financement relationnel et d'accompagnement bancaire de l'entreprise en matière de suivi, d'orientation et de conseil. A cet effet, plusieurs interrogations méritent réflexion :

- Quelles sont les démarches et procédures du financement bancaire ?

Introduction Générale

- En quoi consiste la relation banque-Entreprise ?
- Quels sont les déterminants de la mise en place d'un financement relationnel ?
- Quels sont les mécanismes d'accompagnement bancaire de l'entreprise en matière de suivi d'orientation et de conseil ?
- Peut-on dire qu'il existe un accompagnement bancaire réel et efficace au sein de la Société Générale Algérie ?

3. Méthodologie de recherche

Pour répondre aux questions posées en problématique, nous comptons d'abord sur une approche théorique concernant d'une part, le financement bancaire des entreprises et d'autre part, l'analyse de la relation Banque-Entreprise à travers l'accompagnement bancaire. Ensuite, nous aborderons notre cas pratique au sein de la Société Générale Algérie agence de Tizi-Ouzou (00851), à travers un certain nombre d'études et enquêtes, afin de démontrer les dispositifs mis en place par la banque pour accompagner efficacement une entreprise lors de son financement.

4. Plan de recherche

Afin de bien présenter notre travail, nous avons opté pour un plan comprend trois chapitres à savoir :

Le premier chapitre intitulé : « **Notion de base sur le financement bancaire** », nous exposerons quelques notions sur le financement bancaire des entreprises. Le chapitre est composé de trois sections, la première aura pour objectif de présenter quelques généralités sur les banques, les entreprises et les crédits bancaires ; la deuxième section, quant à elle, sera destinée à l'explication du financement des entreprises, à savoir, les besoins des entreprises, les types de financement, les risques encourus ainsi que les moyens de prévention ; enfin, la troisième section sera consacrée au financement de l'exploitation.

Le deuxième chapitre intitulé « **la Relation banque-entreprise et l'accompagnement bancaire** », vise à identifier d'une part, la nature de la relation Banque-Entreprise, d'autre part, analyser le phénomène du Financement Relationnel Bancaire, en mettant l'accent sur l'accompagnement bancaire.

Enfin, le dernier chapitre intitulé « **L'accompagnement bancaire des crédits d'exploitation au sein de la Société Générale Algérie agence de Tizi-Ouzou (00851)** », »

Introduction Générale

comprend trois sections, la première sera consacrée à la présentation de la Société Générale Algérie agence de Tizi-Ouzou (00851) ; la deuxième section, illustre les différentes étapes à suivre par le banquier afin de mettre en place un crédit d'exploitation et la troisième, consistera en l'examen d'un cas pratique à travers l'analyse financière d'un dossier de crédit d'exploitation et d'une enquête auprès de la banque et de l'entreprise cliente afin de ressortir quelques éléments inhérents à l'accompagnement bancaire de l'entreprise X étudiée par la banque.

Chapitre 1

*Notions de base sur le financement
bancaire*

INTRODUCTION

Dans toutes les économies du monde, les entreprises éprouvent continuellement des besoins de capitaux pour financer leurs différentes activités et assurer leur présence sur les marchés et leur développement. En effet, pour exercer son activité, une entreprise doit d'abord engager des dépenses avant de prévoir des recettes ; réalisation des investissements matériels, achat des matériels et fournitures, prévoir la rémunération de la main d'œuvre, ...

À l'issue de la production et la commercialisation, les recettes seront encaissées après la réalisation des ventes. Donc, il y a un décalage entre l'encaissement et le paiement, ce décalage va créer des besoins de financement que l'entreprise devra couvrir, en se procurant des fonds selon différentes modalités.

Parmi les choix qui se présentent à l'entreprise, la banque est, par excellence, la première source de financement à laquelle elle peut recourir. Ce choix est motivé par la panoplie de services offerts par les banques, qui peuvent couvrir aussi bien les besoins de fonctionnement que ceux d'investissement.

Le présent chapitre traite des principales fonctions de la cellule crédit, notamment le crédit d'exploitation, mais avant d'arriver à cela, nous avons jugé plus rationnel de présenter en premier lieu quelques notions de base relatives à l'activité bancaire, en second lieu, nous aborderons le concept de financement bancaire des entreprises, ainsi que les risques encourus et les garanties liées aux crédits, pour enfin mettre l'accent sur le financement de l'exploitation.

Autrement dit, nous examinerons dans ce chapitre les sections suivantes :

SECTION 1 : Aperçu général sur les banques, les entreprises et les crédits bancaires.

SECTION 2 : Le financement bancaire des entreprises.

SECTION 3 : Le financement de l'exploitation.

SECTION 1 : Aperçu général sur les banques, les entreprises et les crédits bancaires

Dans le domaine financier, le secteur bancaire agit comme l'épine dorsale de l'entreprise moderne. Le développement économique d'un pays dépend principalement de son système bancaire. En effet, les banques sont essentielles à notre économie. La principale fonction des banques consiste en la réserve de l'argent des titulaires de comptes et l'utiliser en le prêtant à d'autres personnes qui peuvent ensuite les utiliser pour financer des entreprises.

De ce fait, nous aborderons dans cette section trois principales notions, en l'occurrence la notion de la banque, la notion de l'entreprise et la notion du crédit.

1. Notions de base sur les banques

Les banques ont un rôle spécifique dans le cycle économique. L'importance des besoins des agents économiques en matière d'investissement donne à l'épargne un rôle stratégique dans la politique de financement de ces opérations.

1.1. Définition de la banque

Il existe plusieurs définitions de la banque, parmi les principales définitions nous citons :

1.1.1. Définition économique

« La banque est une entreprise qui reçoit les fonds du public, sous forme de dépôts ou d'épargne, elle réemploie l'argent des déposants en distribuant des crédits et en effectuant diverses opérations financières. Elle gère et met à la disposition de ses clients des moyens de paiement (chèque, carte bancaire, virement...). Elle joue le rôle d'intermédiaire sur les marchés financiers, entre les émetteurs d'actions et d'obligations (entreprise, État, collectivités locales) et les investisseurs (épargnants, fonds communs de placement, caisses de retraite, compagnies d'assurances), elle crée de la monnaie par les crédits qu'elle octroie, et en achetant ceux que s'accordent entre eux les agents non financiers (traites, effets de commerce)». ¹

La banque peut aussi être définie comme : « Les banques sont des organismes qui gèrent dans leurs passifs les comptes de leur clientèle qui peuvent être utilisés par chèque ou

¹ BEZBAKH P., GHERARDI S., « Dictionnaire de l'économie », Edition Larousse, 2011, pp.117-118.

virement dans les limites de la provision disponible. Elles sont prestataire de services, assurant les règlements et les transferts des fonds. Elles distribuent des crédits »¹.

1.1.2. Définition juridique

Dans une définition plus juridique, « les banques sont des personnes morales qui effectuent à titre de progression habituelle et principalement des opérations de banque telle que définie par la loi et qui sont soumises aux dispositions législatives et réglementaire correspondants »².

Aux termes de la loi 10-90 du 14 avril 1990 relative à la monnaie et le crédit, sont considérées comme banques toutes personnes morales qui ont pour profession habituelle les opérations de banque qui sont :

- La collecte des fonds publics ;
- l'octroi des crédits ;
- la mise à disposition de la clientèle des moyens de paiement et la gestion de ceux-ci.

1.2. Les différents types de banques

Les banques œuvrent dans le domaine du commerce de l'argent et dans la réalisation des opérations et interventions monétaires sur les marchés financiers. Il en existe plusieurs qui peuvent être classées en différentes catégories selon leur statut juridique et leurs activités. La découverte de ces catégories permet de mieux connaître les principales activités et les rôles d'une banque. Il existe plusieurs catégories de banques à savoir :³

1.2.1. Selon les apporteurs de capitaux

Selon ce critère, on distingue :

- **Les banques publiques**

Dans ces banques l'État est propriétaire de la totalité des actions, il prend part à toutes les décisions.

¹ PATAT J-P., « Monnaie, institution financière et politique monétaire », éd economica, Paris 1993, p.33.

² Article 110 à 113 de la loi n°90-10 du 14 avril 1990 relative à la monnaie et au crédit.

³ KHALED S., MESSALI K., « Financement Bancaire des Investissement Cas : Société Générale Algérie », Mémoire de fin de Cycle En vue de l'obtention d'un diplôme de Master en Finance et Comptabilité Option : Comptabilité et Audit, UMMTO, 2017/2018, pp.4-5.

- Les banques privées

Une personne ou un groupe de personne, est propriétaire des actions. Elles peuvent avoir la forme d'une société anonyme. Les décisions sont prises par les actionnaires qui ont un titre de propriété sur la banque.

- Les banques mixtes

Une participation publique et privée combinée. L'État comme les particuliers qui sont actionnaires ont le même droit de décision dans cette banque.

1.2.2. Selon l'extension du réseau

Sur la base de ce critère, on distingue trois catégories de banques : les banques à réseaux, les banques sans réseaux et les banques à distance.

- **Banque à réseaux :** Ce sont des banques qui ont plusieurs agences sur le territoire.
- **Banque sans réseaux :** Ce sont des banques uniques qui n'ont pas des agences.
- **Banque à distance :** Ce sont des banques à accès sur internet.

1.2.3. Selon la nature de l'activité

Selon ce critère, les banques sont classées en :

1.2.3.1. Banque de dépôt ou banque commerciale

Les banques de dépôt, sont définies comme étant des banques dont l'activité principale consiste à octroyer des crédits et recevoir des dépôts de fond à vue ou à terme. Elles sont spécialisées dans le financement des opérations à court terme et à moyen terme. Elles travaillent essentiellement avec leurs clients, particuliers, professionnels et entreprise. Elles reçoivent des dépôts et accordent des prêts.

1.2.3.2. Banque d'investissement ou banque d'affaire

Ce sont des banques qui sont spécialisées principalement dans le financement des opérations à long terme. Elles travaillent essentiellement sur les marchés, elles s'occupent aussi d'assurance et d'autres activités financières comme l'achat et la vente des titres. Elles octroient des crédits dont la durée est égale à deux ans, elles doivent affecter des ressources stables, fonds propres ou produits d'émission obligataire à l'exclusion des dépôts. Elles n'ont

d'ailleurs le droit de recevoir des dépôts que d'une clientèle industrielle ou commerciale, et ne peuvent pas consentir des crédits qu'aux entreprises dont lesquelles elles ont une participation.

1.2.3.3. Banque universelle ou banque généraliste

Ce sont des banques qui exercent toutes les activités, c'est-à-dire qui n'ont pas de spécialité. Elles sont appelées aussi des banques généralistes. Ce sont de grands conglomérats financiers regroupant les différentes banques : les banques de détail, des banques de financement et d'investissement et banque de gestion d'actifs.

1.2.3.4. Banque Islamique

Le système bancaire islamique est basé sur des préceptes de l'islam, il est organisé autour de trois principes fondamentaux :

- Interdiction de fixation de taux d'intérêt ;
- partage de profit ou des pertes résultant d'investissement ;
- promotion des investissements productifs, créateur de richesses et d'emplois.

1.3. Le rôle de la banque

Une multitude de chercheurs ont essayé de définir le rôle exercé par les banques dans l'économie. La résultante de ces travaux était une diversité d'opinions concernant le rôle de ces institutions financières, en s'intéressant à quelques exemples de chercheurs pour présenter leurs réflexions dans ce sujet.

Selon Smith (1776)¹, Les banques jouent un rôle important au niveau microéconomique. Elles sont le lieu du mécanisme de régulation du crédit offert. Elles sont un maillon central, car elles doivent jouer un rôle essentiel d'évaluateur et de contrôleur des emprunteurs. En effet, le bien-être social et la croissance passent nécessairement par une bonne organisation du marché de crédit. Ceci se fait grâce à une sélection des financements les moins risqués pour garantir le remboursement du capital prêté.

¹DIATKINE S., « les fondements de la théorie bancaire : Des textes classiques aux débats contemporains », DUNOD, Paris 2002, pp.19-20.

Cette activité d'octroi des crédits est la vocation principale des banques. C'est pourquoi leur rôle est déterminant dans la minimisation des risques bancaires, à travers la sélection des « marchands prudents ».

Selon Fisher (1935)¹. Les banques constituent des intermédiaires financiers qui font redistribuer la monnaie entre les agents qui opèrent sur le marché : donner la liquidité renoncée par un individu à un autre qui désire sa consommation immédiate en rémunérant le premier et l'intermédiaire (qui est la banque) moyennant des intérêts. L'ensemble des banques forme un marché qu'on appelle « marché des prêts ». Sur ce marché vont se déterminer les opportunités de prêts et les taux d'intérêts.

Les banques, remplissent des rôles irremplaçables dans l'allocation des ressources, elle offre à ses clients la sécurité contre le risque de perte ou de vol comme elle joue le rôle d'informateur et de conseiller, on peut identifier le rôle de la banque dans ce qui suit : ²

1.3.1. La banque traite l'information

Les banques et leurs clients, particuliers et entreprise, entretiennent des relations de long terme, ce qui signifie que la relation banque-client est une relation durable. En effet les deux parties ont tout intérêt à la stabilité de cette relation, car autres raisons évidentes des commodités, le crédit signifie confiance et cette confiance ne peut se manifester qu'à l'issue d'une longue période de contrats fréquents. De ce fait, les banques accumulent sur leurs clients, déposants et emprunteurs, des informations dites prisées, qu'elles sont les seuls à détenir, comme par exemple, les incidents de paiement, les besoins de financement, la compétence des dirigeants d'une entreprise.

Les banques ne divulguent pas ces informations, elles les conservent pour elle-même et les utilisent pour affirmer leur connaissance des clients et pour leur vendre les produits dont ils ont besoin. Nous observerons que les clients sont avertis de la non divulgation des informations les concernant et que cela les incite à révéler à leurs banquiers toutes les données utiles à la bonne marche de leurs relations. Avant qu'une banque accorde un crédit à un client, l'opération doit être analysée comme une signalisation à distinction des tiers,

¹FISHER I., «100% Money », New York Adelphi, réédité in The Works of Irving Fisher, Vol 11, cite par : OUAKED L., OUAZAR S., « Essai d'analyse des déterminants de l'efficacité bancaire : cas des banques Algérienne », Mémoire de fin d'étude en vue de l'obtention du diplôme de Master en sciences commerciales, option : Finance, 2017, p.11.

²DE COUSSERGUES S., BOURDEAUX G., « Gestion de la banque », 7^{ème} édition Dunod, Paris 2013, pp.6-8.

banquiers estime que l'emprunteur est « un bon risque », la réputation de l'emprunteur est confortée.

1.3.2. La banque et l'assurance de liquidité

Les contrats de dépôts comme ceux de crédit fournissent aux clients une assurance de liquidité.

1.3.2.1. Les dépôts bancaires

Les ménages font preuve d'une préférence pour la liquidité et d'une aversion plus ou moins manifeste pour le risque. Le dépôt bancaire est un actif parfaitement liquide. Divisible en unités de faible montant, il est accepté par tous comme moyen de paiement d'autant plus qu'il est associé des modes de transfert commodes comme le chèque, le virement ou le paiement par carte bancaire. Des systèmes de compensation assurent la transférabilité entre banque des dépôts collectés. Enfin, ces actifs présentent un risque en capital faible et ne se manifestant qu'en cas de faillite de l'établissement de crédit¹.

1.3.2.2 Les crédits bancaires

Le contrat de crédit garantit à l'emprunteur une fourniture immédiate de liquidités pour engager sans délai des dépenses². Ainsi, c'est l'imperfection des marchés qui explique l'existence d'intermédiaires financiers et la spécificité de l'un d'eux, la banque, qui réduit les couts et l'incertitude en transformant l'information et les risques en liquidités.

1.4. Les fonctions de la banque

Parmi les principales fonctions de la banque, on distingue :

1.4.1. La collecte de dépôt

La collecte des dépôts est une mission essentielle des banques, elle représente un enjeu considérable pour chaque établissement, car elle détermine pour chaque banque sa part de marché, sa capacité à distribuer des crédits, sa trésorerie, son rôle sur le marché en tant que prêteur ou emprunteur.

La collecte des dépôts s'est développée à la fois grâce à une série d'éléments techniques et commerciaux : mensualisation totale des salaires qui oblige les salariés à ouvrir un compte

¹DE COUSSERGUES S., BOURDEAUX G., *Op.Cit*, p.07.

²*Ibid*, p.08.

bancaire, paiement très fréquent par chèques ou par virement pour toute une série d'opérations, ouverture des guichets bancaire qui rapproche le client de sa banque.¹

1.4.2. Distribution du crédit

La distribution des crédits est l'activité principale des banques. Les banques ne distribuent des crédits que si elles disposent de dépôts suffisants. Lorsqu'elles n'ont pas les ressources nécessaires, elles peuvent faire appel au marché interbancaire, au marché obligataire, au marché des titres négociables ou à la Banque centrale pour se refinancer.²

La loi 86/12 du 19 août 1986 10 définit le crédit comme étant tout acte par lequel un établissement habilité à cet effet met ou promet de mettre temporairement et à titre onéreux des fonds à la disposition d'une personne morale ou physique pour le compte de celle-ci, un engagement par signature. On peut les classer comme suite :

- Les crédits aux entreprises : Crédits de fonctionnement et crédits d'investissement
- Les crédits aux particuliers : Crédits de trésorerie et crédits de l'habitat ou crédits immobiliers.

1.4.3. Les opérations financières

La banque intervient souvent pour conclure des opérations financières, soit pour le compte de ses clients moyennant une rémunération qui est matérialisée par des commissions sur l'opération elle-même, soit pour son propre compte. En général il est recensé les opérations financières suivantes :

- L'émission d'obligations et leurs négociations.
- L'émission d'actions et leurs négociations.
- Les opérations de changes entre les différentes devises.

Les opérations de placements ainsi que la gestion et le suivi d'un portefeuille de la valeur pour le compte de sa clientèle et /ou pour son propre compte³.

¹NARASSIGUIN P., « monnaie, banques et banque centrales dans la zone EURO » éd De boeck, 1^{ère} éd, mars 2004, pp.85-86.

² *Ibid.* p.86

³ ADGHAR. A., « étude analytique d'un financement bancaire cas de la CNEP », mémoire fin d'étude, licence en science économique, UMMTO, 2009, p.07.

1.4.4. Les opérations de trésorerie

L'activité de la banque est basée sur la monnaie dont les mouvements sont de différents sens. C'est pour ces raisons que la notion de trésorerie est fondamentale dans son activité et sa gestion. Ainsi, elle se trouve sollicitée par ses clients pour le recouvrement de valeur au niveau national et international.

Afin de prendre les opérations de trésorerie au sens large, il faut inclure les opérations effectuées par la banque au niveau des marchés monétaires en tant qu'offreurs ou demandeurs de fonds¹.

2. Quelques éléments sur les entreprises

Le développement économique et social et la prospérité d'un pays dépendent essentiellement du niveau de croissance de l'entreprise et l'accomplissement de ses relations par ces dernières.

2.1. Définition de l'entreprise

La notion de l'entreprise n'est pas encore clairement dégagée, pas plus en droit positif qu'en économie politique². Il en résulte que les auteurs ont donné de l'entreprise un grand nombre de définitions plus ou moins large.

« L'entreprise est une unité économique dotée d'une autonomie juridique qui combine des facteurs de production (travail et capital) pour produire des biens et des services destinés à être vendus sur un marché »³

« Une organisation dont l'activité consiste à produire des biens ou des services pour les vendre sur un marché (production marchande) afin de réaliser un profit »⁴

¹ ADGHAR. A., *Op Cit*, p.07.

² VAN RIJN J., cité par CRUTZEN A., Cours d'Economie politique, éd. Wesmael.

³ BEITONE, CAZORLA, DOLLO & DRAI, 2001, p. 169, cité par : PLOTON G., « La définition de l'entreprise dans les manuels de sciences économiques et sociales de seconde : actualisation de l'analyse d'Alain Beitone et d'Estelle Hemdane menée en 2005 réflexion sur les enjeux en termes de transposition didactique », Master MEEF parcours FSTG, École Supérieure du Professorat et de l'Éducation de l'académie de Paris, 2018, p.5.

⁴ FRAISSE - D'OLIMPIO, 2014, page 177, cité par : PLOTON G., « La définition de l'entreprise dans les manuels de sciences économiques et sociales de seconde : actualisation de l'analyse d'Alain Beitone et d'Estelle Hemdane menée en 2005 réflexion sur les enjeux en termes de transposition didactique », Master MEEF parcours FSTG, École Supérieure du Professorat et de l'Éducation de l'académie de Paris, 2018, p.11.

« Une unité économique dotée d'une autonomie juridique qui combine des facteurs de production (travail et capital) pour produire des biens et des services destinés à être vendus sur un marché »¹

2.2. Classification des entreprises

Il n'est pas facile d'établir des distinctions ou des analogies suffisamment claires pour obtenir une classification des entreprises : la raison en est l'innombrable variété des activités dans la société. Cependant, pour des raisons d'études, certaines caractéristiques homogènes permettent de faire une classification.

2.2.1. Classification selon le secteur et l'activité

Cette branche ne regroupe que les entreprises fabriquant, à titre principal, la même catégorie de biens, ce qui leur permet de regrouper certaines de leurs activités et de créer des services communs, notamment de recherche, d'achat ou de vente, filiales communes, groupement d'intérêts économiques, On distingue :²

- **Les entreprises agricoles** : Entreprises dont l'activité est en lien direct avec l'exploitation de la nature et est soumise aux aléas climatiques.
- **Les entreprises industrielles** : Entreprises transformant les matières premières en produits finis ou semi-finis (barres de fers, fil acier, ...).
- **Les entreprises commerciales** : Acheter pour vendre sans véritable activité de transformation.
- **Les entreprises de services** : Caractère immatériel de leur production, mais peuvent avoir activité de transformation ou présentation physique de produits (films, pub, transport, ...).

¹ BEITONE & HEMDANE, 2005, page 30, cité par : PLOTON G., *Op Cit*, p.11

² <https://www.marketing-etudiant.fr/cours/e/lentreprise-et-ses-frontieres.php>, consulté le : 15/06/2021.

2.2.2. Classification selon la taille ou la dimension

La classification des entreprises selon la taille jusqu'à certain point, est une fonction claire. Cependant, le chiffre d'affaire, le nombre de salariés, les capitaux propres et la capacité d'autofinancement sont des indicateurs de taille privilégiés et souvent très utilisés pour apprécier la dimension et la performance des entreprises pour les classer.

Selon l'effectif employé et le chiffre d'affaire on peut les classer en ordre suivant :¹

2.2.2.1.L'effectif employé

Ce critère permet de regrouper les firmes en :

- Très petites entreprises (TPE) : moins de 10 salariés ;
- petites et moyennes entreprises (PME) : de 10 et moins de 500 salariés ;
- grandes entreprises : de 500 à 1000 salariés ;
- très grandes entreprises : plus de 1000 salariés.

2.2.2.2.Le chiffre d'affaire

Le chiffre d'affaire est un critère pratique qui permet d'apprécier le poids économique des firmes. Puisqu'il présente l'un des facteurs essentiels qui mesure la valeur annuelle des ventes d'une entreprise.

2.2.3. Classification selon la forme juridique

Cela va avoir une importance sur la répartition des pouvoirs au sein de l'entreprise, sur le lien qui va exister entre l'entreprise et ses salariés, sur la manière dont elle va répartir la richesse, sur ses obligations vis-à-vis de la société.

Selon ce critère, on peut les classer en :²

2.2.3.1.L'entreprise individuelle (EI)

Est la forme la plus répandue, puisqu'elle représente 60% des entreprises. L'entrepreneur est le seul dirigeant et il n'y a pas de capital social. La responsabilité est illimitée sur les biens de l'entrepreneur, ce qui peut avoir de graves conséquences en cas de faillite.

¹ ANIAC J-M., BOUGANLT H., « économie d'entreprise » techniplus édition N°3 paris, 1994, pp.6-7.

² <https://www.marketing-etudiant.fr/cours/e/lentreprise-et-ses-frontieres.php>, consulté le 15/06/2021.

2.2.3.2. La SARL (Société Anonyme à Responsabilité Limitée)

Elles représentent 2/3 des sociétés commerciales et doivent compter entre 2 et 100 associés. Ici, la responsabilité des associés est limitée à leur apport.

2.2.3.3. La SAS (Société par Actions Simplifiée)

Ce type d'entreprise existe depuis 1994. Elle doit comporter au moins 2 associés et là encore, leur responsabilité est limitée à leur apport.

2.2.3.4. La SNC (Société en Nom Collectif)

Dans le cas d'une SNC, il n'y a pas de minimum pour le capital social et le nombre d'associés doit être d'au moins 2. Leur responsabilité est indéfinie et solidaire.

2.2.3.5. La SA (Société Anonyme)

Cette forme d'entreprise existe depuis 1867. Comme pour une SAS, le nombre d'associés doit être supérieur ou égal à 2 et leur responsabilité est limitée à leur apport.

2.3. Rôle de l'entreprise

L'entreprise est le lieu où se crée la richesse. Elle permet de mettre en œuvre des moyens intellectuels, humains, matériels et financiers pour extraire, produire, transformer ou distribuer des biens et des services conformément à des objectifs fixés par une direction et faisant intervenir, selon des dosages divers, des motivations de profit et d'utilité sociale.

Il ne fait pas de doute que l'entreprise joue un nombre important de rôles dans notre économie. Elle peut :¹

- Répondre à la demande des consommateurs.
- Créer de nouveaux produits ou services.
- Aider à maintenir ou à diminuer par la compétition, les coûts et les prix à leur plus bas niveau.
- Procurer de l'emploi.
- Contribuer à la croissance économique.
- Encourager à la production pour que le pays soit présent sur les marchés étrangers.

¹<https://wikimemoires.net/2013/04/lentreprise-role-definition-et-caracteristiques-de-pme/>, consulté le : 15/06/2021.

- Une entreprise n'a pas besoin d'être de grande dimension pour jouer tous ces rôles. Une petite entreprise peut le faire.

2.4. Mission de l'entreprise

Chaque organisation existe pour produire quelque chose dans son large environnement. C'est ce qu'on appelle sa mission, son objectif primaire ou ultime. C'est aussi sa finalité.

Faire du profit est l'une des principales finalités des entreprises (Missions). Mais toutefois, il ne faut pas oublier que d'autres finalités sont aussi possibles comme : Satisfaire son client ; Assurer le revenu ; Assurer l'épanouissement individuel à ses salariés ; Faire gagner de l'argent à ses actionnaires.

La mission de l'entreprise d'une manière générale est aussi de produire des biens et services dont l'économie a besoin. Une autre définition de la mission est la définition de la raison d'être, l'aspiration suprême qu'elle tente continuellement d'atteindre.

Il faut souligner ici que la mission d'une entreprise n'est pas sa vision, car la vision sert à décrire un état futur désiré. Son énoncé doit donc être précis et ayant une validité déterminée dans le temps. La vision peut être amenée à être changée pour s'adapter aux circonstances conjoncturelles et en termes, alors que la mission elle, est identique à la fin.

3. La notion du crédit

Si nous supposons qu'un agent économique doit disposer des revenus suffisants pour assurer sa consommation et ses investissements, pour constituer une épargne, il arrive souvent que les revenus dont il dispose ne suffisent pas à satisfaire ses besoins d'où la nécessité de recourir au crédit. Dans ce cas, les banques jouent un rôle primordial en tant qu'intermédiaires financières chargées de prêter l'argent à ceux qui en ont besoin.

3.1. Définition du crédit

En cas d'insuffisance de liquidité au cours de son activité ou lorsque on veut créer une nouvelle entreprise, cette dernière demande des crédits auprès d'un établissement de crédit. La fonction principale de la banque est l'octroi des crédits conforme à tous les pays du monde.

Le crédit est défini comme étant « ...tout acte à titre onéreux par lequel une personne met ou promet de mettre des fonds à la disposition d'une autre personne ou prend, dans

l'intérêt de celle-ci, un engagement par signature tel qu'un aval, un cautionnement ou une garantie. Sont assimilées à des opérations du crédit, les opérations de location assorties d'options d'achat notamment, le crédit-bail »¹.

Le crédit est l'opération par laquelle un établissement de crédit met ou promet de mettre à la disposition d'un client une somme d'argent, moyennant intérêts et frais, pour une durée déterminée ou indéterminée et que le client doit rembourser. Il existe plusieurs catégories de prêts ou du crédit.

3.2. Les caractéristiques du crédit

Le crédit est une expression de « CONFIANCE », d'origine Grecque, le mot crédit découle du mot grec « CREDERE » c'est-à-dire « Croire », autrement dit « Faire confiance ».

C'est une «CONFIANCE» qui s'acquière par une «PROMESSE»².

Ainsi peut-on affirmer et mettre en équation la combinaison des trois factures :³

$$\text{Confiance} + \text{Temps} + \text{Promesse} = \text{Crédits}$$

En effet, cette équation permet de mettre en évidence les trois supports du crédit : la confiance, le temps, et la promesse, car il ne peut pas y avoir de crédit en l'absence de ces trois factures.

- **La confiance** : comme on a dit le mot crédit vient du mot grec « CREDERE » qui signifie « faire confiance », c'est la base de toute décision de crédit qui existe entre le prêteur et l'emprunteur.
- **Le temps** : le crédit est consenti pour un certain temps, une certaine durée. L'acte de crédit se traduit par un décalage dans le temps de deux prestations, celle de prêteur et de l'emprunteur. Cette durée est d'ailleurs un des critères de classification des opérations de crédit ; ainsi on distingue :
 - Le crédit à court terme : lorsque la durée ne dépasse pas 2ans.
 - Le crédit à moyen terme : la durée est comprise entre 2ans et 7ans.
 - Le crédit à long terme : la durée est supérieure à 7 ans.

¹L'article 68 de l'ordonnance n° 03-11 du 26/08/2003 relative à la monnaie et au crédit.

² HADJ SADOK T., « Les risques de l'entreprise et de la banque », éditions DAHLAB, M'silla, 2007, p.11.

³ *Idem*.

- **La promesse de remboursement** : qui est la contrepartie de la confiance que le banquier fait à l'emprunteur. Cette promesse signifie que ce dernier s'engage à rembourser le capital emprunté majoré d'intérêts.

3.3. Le rôle du crédit

Le crédit est un moteur de l'économie, c'est un facteur important du développement des entreprises. Il permet de faire face à tous les décalages entre les recettes et les dépenses quelques soit leurs origines. Le crédit joue un rôle considérables dans les économies modernes car il :¹

- Permet d'accroître la qualité de production.
- Met à la disposition d'une personne un pouvoir d'achat immédiat, ce qui facilite les échanges entre les entreprises et entre les entreprises et les particuliers.
- Permet d'assurer la continuité dans un processus de production et de commercialisation.
- Est un moyen de création monétaire.

SECTION 2 : Le financement bancaire des entreprises

Lors de sa création, et puis au cours de son développement, l'entreprise au moment opportun doit détenir les ressources nécessaires pour faire face à ses échéances, et utiliser au mieux les moyens dont elle dispose. Pour exercer son activité, l'entreprise doit d'abord engager des dépenses avant de percevoir des recettes : réalisation des investissements matériels, achat des matières et fournitures, prévoir la rémunération de la main d'œuvre. Ce n'est qu'ultérieurement, à l'issue de la production et de la commercialisation, que des recettes seront encaissées après la réalisation des ventes. Il y a donc un décalage dans le temps entre les paiements et les encaissements concernant aussi bien les investissements que l'exploitation. Ce décalage crée des besoins de financement que l'entreprise devra couvrir en se procurant des fonds selon différentes modalités. L'entreprise peut faire face à ses besoins en faisant recours à deux principales sources de financement : elle peut utiliser ses ressources propres, mais aussi celles qui lui n'appartiennent pas (ressources externes).

Ainsi, cette section portera essentiellement sur la notion du financement bancaire, types et sources de financement. Ensuite, nous déterminerons les principales formes de crédits

¹ PETIT DUTALLIS G., « Le risque du crédit bancaire », Edition Dunod ; Paris, 1999, p.20.

proposées par la banque à sa clientèle. Enfin, nous allons énumérer les risques de crédits et les moyens de prévention.

1. Définition du financement et besoins de financement des entreprises

Tout au long de leur existence, d'abord lors de leur création, puis pour assurer leur fonctionnement et leur développement, les entreprises ont besoin de fonds. L'entreprise doit se doter d'un outil de production et financer son cycle d'exploitation, notamment ses stocks et ses créances clients.

1.1. Définition du financement

Pour bien appréhender et comprendre les rouages du financement des entreprises, il nous apparaît judicieux et utile d'en donner une définition, d'abord restreinte le terme et ensuite dans le contexte global des entreprises. Le financement est l'ensemble des techniques et des moyens de règlement mis en œuvre pour la réalisation d'un projet économique et les moyens financiers nécessaires à la création, au fonctionnement ou au développement d'une entreprise.

« **Financer** » : C'est réunir les moyens à bonne fin de réaliser une opération, c'est donc faire en sorte que soient couverts en fin de période, les besoins de ressources en argents ou en moyens de paiement. Une partie du financement est destinée à l'acquisition de moyens de production, c'est-à-dire l'investissement. Une autre partie permet de satisfaire les besoins financiers nés du cycle d'exploitation¹.

Le financement est composé d'une part de moyens financiers que l'entreprise dégage de son activité même, c'est ce que l'on appelle « financement interne ou autofinancement », d'autre part, de moyens financiers à court terme simplement induits par cette activité, tel que le crédit fournisseur. Le reste est obtenu par la voie d'augmentation de capital ou par endettement à long, moyen et court terme. Lorsqu'on parle de structures financières de l'entreprise, au sens large du terme, on fait référence à l'ensemble des ressources qui financent l'entreprise, qu'il s'agisse des capitaux propres, des dettes à long terme, des dettes à court terme, ou des ressources d'exploitation.

¹ BERNARD Y., COLLI J-C., Dictionnaire économique et financier, Seuil, Paris, 1996, p.698.

1.2. Les besoins de financement des entreprises

Une entreprise, si elle est mal gérée, risque à tout moment de se retrouver en situation d'insolvabilité, ce qui se traduirait par une cassation de son activité et une mise en liquidation. On entend par insolvabilité, l'incapacité qu'aurait une entreprise à s'acquitter à un moment donné d'une dette par manque de liquidité. Cette situation peut arriver à toute entreprise qui ne prend pas suffisamment conscience de l'importance d'une gestion saine de ses finances, et ce même dans le cas où l'entreprise connaît une bonne activité économique. Pour éviter de se trouver dans l'incapacité d'honorer une dette ; l'entreprise doit établir une analyse financière qui consiste à étudier la capacité d'une entreprise à respecter les échéances qui lui sont imposées par ses créanciers. Par son activité, une entreprise est confrontée à deux types de besoins de financement : un besoin de financement à long terme et un besoin de financement à court terme¹.

1.2.1. Les besoins de financement à long terme

Pour pouvoir exercer son activité, une entreprise doit tout d'abord se doter d'un certain nombre d'actifs qui vont être utilisés sur une longue période tel qu'un terrain pour construire une usine, des locaux où seront entreposées, les machines utilisées dans le processus de production. En comptabilité, ces éléments particuliers d'une entreprise sont appelés actifs immobilisés, ils sont comptabilisés en haut du bilan dans les comptes de classe 2. Le financement de cet actif immobilisé suppose que l'entreprise dispose de ressources à long terme appelées aussi ressources stables.

1.2.2. Les besoins de financement à court terme

Une fois que l'entreprise a acquis les immobilisations qui lui sont indispensables, elle va devoir financer son activité quotidienne c'est-à-dire, financer la constitution des stocks de matière première qui seront utilisés tout au long d'une période donnée pour être intégré dans le processus de production. C'est ce qu'on appelle en comptabilité l'actif circulant. (Ce point sera développé dans la Section 3 du chapitre 1).

2. Les différents types et principales sources de financement

Pour un fonctionnement optimal, les entreprises ont besoin de financement. Pour la

¹ BOUKROUS. D., « Le circuit de financement des PME en Algérie : étude d'un crédit bancaire », université d'Oran, 2007, p.79.

création ou pour le développement, ces ressources sont indispensables. Les sources de financement sont nombreuses, diverses et accessibles dans des conditions spécifiques. Selon la taille de l'entreprise, selon son marché ou encore selon son secteur d'activité, l'entreprise a des options spécifiques. De fait, afin d'identifier une ou plusieurs sources de financement, il convient de tenir essentiellement compte de son projet.

2.1. Les différents types de financement

L'entreprise doit donc rechercher des ressources, c'est-à-dire des moyens de financement adaptés à ses besoins de financement : investissement ou exploitation.

2.1.1. Le financement d'investissement

A sa création, l'entreprise doit se procurer un ensemble de biens destinés à rester dans la firme pour plusieurs années. Tout au long de son existence, l'entreprise devant réaliser des investissements de nature variée correspondant à des objectifs multiples, en vue d'assurer sa survie (par le renouvellement et l'adaptation de ses matériels) et son développement (par l'accroissement de ses installations).

« On appelle investissement, l'engagement d'un capital dans une opération de laquelle on attend des gains futurs, étalés dans le temps »¹. Il est également « le nerf » et « le muscle » en matière de développement et de croissance de l'entreprise. Quel que soit sa taille, l'entreprise peut engager quatre types d'actions donnant lieu à des investissements : ²

- Maintenir les capacités de production existantes en procédant à des investissements de remplacement (remplacement d'un matériel ancien, amorti, usé ou obsolète par un matériel neuf). Ces investissements sont très fréquents.
- Améliorer la productivité et pousser à la modernisation et à l'innovation. Ce qu'on appelle les investissements d'expansion ou de capacité. Ils ont pour but d'accroître la capacité de production ou de commercialisation des produits existants et de vendre des produits nouveaux (l'installation d'une capacité nouvelle ou additionnelle).
- Rationaliser la production : ce sont les investissements de rationalisation ou de productivité qui visent la compression des coûts de fabrication.

¹MOURGUES N., « Le choix des investissements dans l'entreprise », édition Economica, 1994, p.15.

²GINGLINGER E., « gestion financière de l'entreprise, édition Dalloz », 1991, p.45.

- Valoriser le capital humain, il s'agit des investissements humains et sociaux tels que les dépenses de formation, dépenses pour l'amélioration des conditions de travail.

Donc, dans sa conception générale, l'investissement est considéré comme la transformation des ressources financières en biens corporels ou incorporels, autrement dit, c'est un sacrifice de ressources financières aujourd'hui dans l'espoir d'obtenir dans le futur des recettes supérieures aux dépenses occasionnées par la réalisation de cet investissement¹.

2.1.2. Le financement d'exploitation

Toute entreprise quel que soit son efficacité ou quel que soit sa structure financière, peut se trouver confrontée à un problème de trésorerie de façon conjoncturelle ou structurelle. Ce problème peut survenir car, à court terme, l'entreprise doit de manière permanente chercher à assurer le financement de son actif circulant (stock, crédits accordés aux clients, créances diverses). A cet égard, l'entreprise recourt à des crédits appelés « crédits de fonctionnement » permettant l'équilibrage financier dans un court délai. Ces crédits de fonctionnement financent de manière générale les actifs circulants du bilan. Lorsque ces derniers ne sont pas intégralement financés par des délais de paiement que l'entreprise obtient de ses fournisseurs et de ses créances diverses et lorsque cette insuffisance n'est pas couverte par le fond de roulement (FR). Ainsi, on peut résumer les besoins de financement liés à l'exploitation comme suit : ²

2.1.2.1. Les stocks

Pour assurer son fonctionnement normal, toute entreprise doit avoir un stock pour faire face soit à la demande de la clientèle (stock de produits finis), soit pour des fins de production (matières premières). Mais la détention des stocks implique un coût pour l'entreprise ce qui rend ainsi nécessaire une gestion efficace et rationnelle de ces stocks afin de limiter les coûts et donc minimiser les besoins de financement.

¹ BANCEL F., les choix d'investissement, méthodes traditionnelles, édition Economica, 1995, cité par : BERKAL S., « Les Relations Banques /Entreprises Publiques : Portées et limites (Cas de la Banque Nationale d'Algérie et l'entreprise Leader Meuble Taboukert) », Mémoire en vue de l'obtention du diplôme de Magister en sciences économiques Option : Gestion des entreprises, juin 2012, pp.8-9.

² ROUSSELOT P., Vérdié J-F, «la gestion de la trésorerie », 2^{ème} édition Dunod, 1999, pp.11-22.

2.1.2.2. Les besoins de trésorerie

L'entreprise doit faire face à des dépenses importantes tels que : les salaires, entretien de matériels, impôts et taxes, frais divers de gestion,....Le paiement de ces charges peut troubler le fonctionnement normal de l'activité de l'entreprise. Il s'avère donc que cette activité entraîne la naissance des besoins de trésorerie qui dépendent des délais de paiement de décaissement des charges et d'encaissement des recettes.¹

Sans ressources financières, l'entreprise ne produit pas, ne vend pas et donc ne peut survivre que si elle a réussi à mobiliser les ressources nécessaires au maintien de son cycle d'exploitation et au financement de ses investissements.

2.2.Les sources de financement

Les sources de financement de l'entreprise peuvent être classées selon leur origine en deux principales catégories : internes (propriétés de l'entreprise) ou externe à l'entreprise.

2.2.1. Le financement interne

Toutes les entreprises peuvent recourir à leurs moyens propres et à ceux de leurs associés pour financer partiellement ou totalement leurs besoins en équipement ou en fonds de roulement. Dans une entreprise, les bénéfices après impôts sont utilisés de deux façons : une partie de ces bénéfices est distribuée aux actionnaires sous forme de dividendes, l'autre partie est conservée par l'entreprise, reprise pour investir, c'est l'autofinancement.

2.2.1.1.Notion de l'autofinancement

L'autofinancement est l'ensemble des ressources nouvelles engendrées par l'activité de l'entreprise et conservées durablement par celle-ci pour financer ses opérations à venir. Il est parfois appelé résultat brut ou profit brut.

Toutefois, pour lever toute l'ambiguïté que suscite le mot résultat E. COHEN propose la définition suivante : « l'autofinancement est le surplus monétaire dégagé par l'entreprise sur son activité propre et conservé par elle pour financer son développement futur »².

¹BANCEL F., *Op Cit*, p.47.

²COHEN E., « Gestion financière de l'entreprise et développement financier », édition EDICEF/AUPELF, 1991, p.194.

J. Pierre et al définissent L'autofinancement comme « la rétention de tout ou une partie des rémunérations annuelles des actionnaires en vue de couvrir les divers besoins de l'entreprise. Il s'agit donc d'un processus d'épargne réalisé au niveau de la société »¹.

D'un point de vue comptable, les sommes non distribuées sont mises en réserves, ces dernières lorsqu'elles sont suffisamment importantes, peuvent donner lieu à la distribution gratuite d'actions. Autrement dit, l'autofinancement est la part de la capacité d'autofinancement (CAF) consacrée au financement de l'entreprise. C'est la ressource interne disponible après rémunération des associés.

Sa définition résultant du tableau de financement du plan comptable national est la suivante : Autofinancement = Capacité d'autofinancement - dividendes distribués au cours de l'exercice.

2.2.1.2. Les Avantages et inconvénients de l'autofinancement

Les avantages et les inconvénients de l'autofinancement se présentent comme suit : ²

A. Les avantages de l'autofinancement

L'autofinancement présente des avantages certains sur un plan stratégique et sur un plan financier :

- Sur le plan stratégique : L'autofinancement confère à l'entreprise des degrés de liberté en matière de choix des investissements.
- Sur le plan financier : L'autofinancement constitue un facteur d'indépendance financière appréciable, en particulier en période d'encadrement du crédit, il permet à l'entreprise de limiter le recours à l'endettement et d'améliorer donc sa rentabilité, en réduisant le poids des charges financières.

¹GILLET R., JOBERD J-P., NAVATTE P., RAMBOURG P., « Finance d'entreprise, finance de marché, diagnostic financier », édition Dalloz 1994, p.143.

² BERNET-RALLAND L., « principes de techniques bancaire », édition Dunod, 2002, cité par : BERKAL S., *Op Cit*, pp.11-12.

De plus, l'amélioration de la situation nette (capacité d'autofinancement) de l'entreprise s'accompagne généralement d'une appréciation par le marché de la valeur boursière de l'action pour les sociétés cotées.

B. Les inconvénients de l'autofinancement

Les principaux inconvénients de l'autofinancement sont les suivants :

- L'autofinancement limite la croissance de l'entreprise à sa capacité bénéficiaire diminuée de l'impôt qui affecte les résultats.
- L'autofinancement constitue un frein à la mobilité du capital dans la mesure où les bénéfices secrétés sont automatiquement réinvestis dans la même activité, il contribue ainsi à une mauvaise allocation des ressources.
- Une politique d'autofinancement trop volontariste peut léser à court terme les actionnaires de l'entreprise.
- Un autofinancement trop élevé peut susciter la mise en œuvre d'investissements inutiles.
- Trop d'autofinancement peut amener l'entreprise à négliger l'endettement.
- L'autofinancement est insuffisant pour couvrir tous les besoins de fonds de l'entreprise. Si cette dernière ne fait pas appel à l'épargne extérieure, elle peut être conduite à étaler ses dépenses sur une période trop longue ou à choisir des investissements de taille modeste.

2.2.2. Le financement externe

Dans un monde globalisé, où la concurrence est devenue très rude entre les entreprises, où les crédits clients sont nécessaires pour s'accaparer de nouvelles parts de marché, et où le développement des marchés financiers est extraordinaire, l'entreprise doit trouver des sources de financement pour son cycle d'exploitation et chercher à optimiser les coûts liés à ces financements. L'insuffisance des capitaux propres se manifeste lors de la réalisation des événements importants dans la vie de l'entreprise tels que des projets d'investissements ou restructurations diverses.

Le financement de ces opérations nécessite couramment un apport important de capitaux propres car d'une part les ressources d'autofinancement, si elles existent, ne leur permettent pas de faire face à leurs besoins financiers et d'autre part les associés sont incapables d'apporter les fonds nécessaires. L'appel à l'extérieur, tel que le secteur bancaire, le marché

financier et à d'autres moyens de financement, pour une augmentation des fonds propres apparaît comme une fatalité à l'égard de l'insuffisance des sources internes de financement¹.

2.2.2.1. Le financement externe direct : via marché financier

Pour répondre à ses besoins de financement, l'entreprise peut solliciter directement les agents à capacité de financement. Le lieu où s'effectue cette rencontre est le marché financier. Celui-ci constitue en effet, le moyen par lequel l'entreprise dispose des capitaux nécessaires lui permettant de couvrir ses besoins de financement.

A. Définition du marché financier

Le marché financier peut être définie comme étant le lieu qui permet aux agents à capacité de financement de prêter directement des fonds aux agents à besoins de financement (entreprises), au moyen d'instruments financiers appelés titres.

B. Les fonctions du marché financier

En tant que marché primaire, le marché financier permet de lever le capital et de transformer directement l'épargne des ménages en ressources longues pour les entreprises ; en contre partie de ces capitaux, les entreprises émettent des valeurs mobilières, essentiellement des actions et des obligations.

En tant que marché secondaire, les marchés financiers assurent la liquidité et la mobilité de l'épargne investie en actions ou en obligations. La bourse assure le bon fonctionnement du marché secondaire. Sans le marché financier, les valeurs mobilières ne seraient qu'un piège dans lequel les épargnants pourraient entrer sans pouvoir en sortir lorsqu'ils le désirent. C'est la négociabilité des obligations et surtout des actions sur un marché qui en font un placement séduisant pour l'investisseur. Cette liquidité du marché permet de réaliser rapidement des arbitrages de portefeuille sans devoir attendre les échéances des titres qui le composent ou rechercher individuellement une éventuelle contrepartie.

Le marché financier permet également la valorisation des actifs financiers qui y sont cotés. En effet, chaque actif financier a un prix qui dépend des anticipations des investisseurs sur les revenus futurs qu'il rapporte. Si le marché financier est efficient, le prix d'un bien est à

¹BERKAL S., « Les Relations Banques /Entreprises Publiques : Portées et limites (Cas de la Banque Nationale d'Algérie et l'entreprise Leader Meuble Taboukert) », mémoire en vue de l'obtention du diplôme de Magister en sciences économiques Option : Gestion des entreprises, UMMTO, 2012, p.12-13.

chaque instant une estimation de sa vraie valeur. Dans ces conditions, le marché financier donne des indications concrètes à la fois aux chefs d'entreprises et aux investisseurs.

Pour l'investisseur, le prix des valeurs mobilières dans un marché efficient est tel que les espoirs de rentabilité sont proportionnels aux risques perçus. Selon ses revenus et ses besoins de consommation futurs et sa plus ou moins grande aversion pour le risque, l'investisseur choisira de se porter sur les actifs financiers qui lui conviennent. De même, pour le chef d'entreprise qui doit réaliser des investissements, une valorisation correcte lui permet de déterminer les anticipations de revenu et donc la rentabilité exigée par les actionnaires. Celle-ci lui permet de déterminer le cout du capital de la société qu'il dirige et indique le montant des investissements qu'il peut entreprendre.

2.2.2.2.Le financement externe indirect ou bancaire

Le financement bancaire est un autre moyen de financement externe permettant d'atténuer les insuffisances des capitaux propres sur l'équilibre financier des entreprises. Selon sa maturité le crédit bancaire peut être accordé à court, moyen ou long terme.

3. Typologie des crédits bancaire

Il existe plusieurs types de crédit, nous citons :

3.1.Le crédit d'exploitation

Les crédits d'exploitation sont des concours bancaires destinés à faire face aux tensions de trésorerie nées des décalages entre les dépenses et les recettes. Ils peuvent être utilisés pour financer les actifs circulants (valeurs d'exploitation, crédits -clients) et pour régler des dettes à court terme¹.

3.2.Les crédits d'investissement

Ce sont des crédits destinés à financer les immobilisations de l'entreprise et qui peuvent être au nombre de trois : le crédit à moyen terme, le crédit à long terme et le crédit-bail (leasing).

¹CAUDAMINE G., MONTIER J., « Banque et marchés financiers », Edition Economica, 1998, p.204.

3.2.1. Les crédits à moyen terme

Ce sont des crédits d'une durée de deux à sept ans, ils sont utilisés pour financer des biens dont la durée est moyenne tels que : les véhicules, les machines, et de façon plus générale la plupart des biens d'équipement et moyens de production de l'entreprise. Il doit exister une liaison entre la durée de financement et la durée de vie du bien financé, donc il faut éviter dans tous les cas que la durée de financement soit plus longue que la durée d'utilisation du bien que le crédit à moyen terme financé¹.

Ce crédit peut être perçu sous trois formes selon la possibilité de refinancement :

3.2.1.1. Les crédits à moyen terme mobilisables

Ce sont des crédits qui permettent aux banques qui les accordent de se refinancer auprès de certains établissements financiers spécialisés et ceci selon l'objet de l'emprunt ou les caractéristiques de l'entreprise emprunteuse.

3.2.1.2. Les crédits à moyen terme non mobilisables

Il s'agit d'emprunts d'une durée inférieure à sept ans qui ne peuvent être, par définition mobilisés auprès d'un établissement spécialisé de crédit ou de la banque centrale.

3.2.1.3. Les crédits à moyen terme réescomptables

Pour pouvoir financer des crédits d'une durée de sept ans, il faut donner aux banques de dépôt la possibilité de réescompter leurs crédits à moyen terme auprès de la banque d'Algérie.

3.2.2. Les crédits à long terme

Il s'agit de crédits destinés à financer les immobilisations lourdes en particulier les constructions dont la durée d'amortissement fiscal est supérieure à sept ans. Leurs durées sont comprises entre huit et vingt ans avec un différé de remboursement allant de deux à quatre ans. En Algérie, les crédits à long terme sont pratiqués par des institutions financières spécialisées qui disposent de ressources à long terme (emprunts obligatoires). Les banques commerciales, elles, pratiquent peu cette forme de crédit du fait que les principales ressources dont elles disposent sont des ressources à court terme.

¹ALBOUY M., « Décisions financières et création de valeur », Collection Gestion, édition Economica, 2^{ème} édition, 2005, p.235.

3.2.3. Les crédits bail (leasing)

Le crédit-bail est une technique de financement d'une immobilisation par laquelle une banque ou une société financière acquiert un bien meuble ou immeuble pour le louer à une entreprise. Cette dernière ayant la possibilité de racheter le bien loué pour une valeur résiduelle, généralement faible en fin de contrat. Ce n'est pas une vente à tempérament car l'utilisateur n'est pas propriétaire du risque financé. Ce n'est pas une simple location car le locataire dispose d'une faculté de rachat. Ce n'est pas une location-vente car le locataire n'est pas obligé d'acquérir le bien loué après un certain délai.¹

On peut distinguer deux formes principales de crédit-bail :

- **Crédit-bail mobilier** : Il porte sur des biens d'équipement qui doivent être utilisés pour les besoins de l'entreprise ou à titre mixte et participé à la productivité de l'entreprise, il ne peut s'appliquer aux fonds de commerce et aux logiciels informatiques. Il est distribué par des sociétés spécialisées (filiale de banque). Les concours de ces établissements sont fonction de leurs fonds propres.
- **Crédit-bail immobiliers** : Il concerne des biens immobiliers professionnels déjà construits ou à construire. Il est distribué par des sociétés spécialisées ou des banques pouvant adopter le statut de sociétés immobilières pour le commerce et l'industrie (SICOMI)².

3.3. Le financement du commerce extérieur

Le commerce extérieur désigne l'ensemble des transactions commerciales (importation et exportation) réalisé entre un pays et le reste du monde. Ces transactions engendrent une importante circulation des biens, des services et des capitaux. Les opérations avec l'extérieur comportent beaucoup de risques en raison de : l'éloignement des partenaires, de la différence des réglementations, des problèmes de langue et des politiques monétaires et financières.

Les pouvoirs publics encouragent les opérations économiques nationales à s'ouvrir sur l'extérieur. Par conséquent, les banques sont amenées à satisfaire les besoins de l'entreprise en matière de réalisation d'opérations d'importations et d'exportations. Ces opérations peuvent

¹BERNET-ROLLANDE L., « Principes de techniques bancaires », édition Dunod, 25^{ème} édition, Paris, 2006, p.334.

²*Ibid.* p.335

être réalisées par le biais de diverses formes de crédits, liées à chaque fois, à l'objet du financement, soit les exportations ou les importations.

3.3.1. Financement des exportations

Dans plusieurs cas, on trouve suite au manque des fonds, des difficultés dans l'activité d'import/export. De ce fait, les contractants sont forcés de solliciter les banques qui leur permettent de bénéficier du financement spécifique. Dans le registre des crédits destinés au financement des exportations, on distingue : ¹

3.3.1.1. Le crédit fournisseur

Est un crédit bancaire accordé directement au fournisseur (exportateur) qui lui-même consenti un délai de paiement de son partenaire étranger (importateur). Ce crédit permet à l'exportateur d'escompter sa créance et d'encaisser, au moment de livraison partielle ou totale de l'exportation, le montant des sommes qui lui sont dues par l'acheteur étranger²

3.3.1.2. Le crédit acheteur

Est un financement directement consenti à l'acheteur étranger par une banque ou un pool bancaire, afin de permettre à l'importateur de payer au comptant le fournisseur.³

3.3.2. Financement des importations

Les opérations réalisées à l'international, de par l'éloignement géographique, les différences de réglementations et des longues, revêtent des risques considérables pour des opérateurs économiques les initiant. Les banques interviennent pour faciliter la réalisation des opérations d'importations par des techniques du financement des importations, qui sont :⁴

3.3.2.1. L'encaissement documentaire ou la remise documentaire

Est une technique de règlement, par laquelle, un exportateur mandate sa banque pour recueillir, par l'intermédiaire de son correspondant, le règlement ou l'acceptation de l'acheteur, au moment de la présentation des documents représentatifs de la marchandise.

¹ MANNAI S., SIMON Y., « Technique financière internationale », 7^{ème} édition, Economica, Paris, 2001, p.580.

² *Ibid.* p.581

³ LAUTIER D, SIMON. Y, « Technique financière internationale », 8^{ème} édition, Economica, Paris, 2003, p-680.

⁴ PASCO C., « Commerce international », 6^{ème} édition, Dunod, Paris, 2006, p.116.

3.3.2.2. Le crédit documentaire

Est un engagement de pris par la banque de l'importateur de garantir à l'exportateur le paiement des marchandises ou l'acceptation d'une traite contre la remise des documents attestant de l'expédition et de la qualité des marchandises prévues au contrat¹.

3.4. Les crédits aux particuliers

Comme les entreprises, les particuliers peuvent avoir des ressources suffisantes pour financer leurs besoins, comme il peut leur arriver que leurs disponibilités ne leur permettent pas de réaliser une opération. Pour cela, ils peuvent solliciter l'appui du banquier pour face à leurs divers besoins.

Les crédits aux particuliers sont des crédits affectés, essentiellement, à la consommation de biens et services octroyés à des personnes physiques pris en dehors de leurs activités professionnelles. Les crédits aux particuliers peuvent être subdivisés en deux catégories, à savoir :

3.4.1. Les crédits à la consommation

Le crédit à la consommation est un nouveau produit bancaire permettant aux particuliers d'acquérir, sous certaines conditions, des équipements domestiques fabriqués et/ou montés, ou des produits importés tel que les automobiles par le recours à des facilités de paiement. Cette forme du crédit est accordée aux résidant sur le territoire national, avec une activité stable et un revenu régulier. Le montant du crédit peut aller jusqu'à 70% du coût total du bien acheté².

3.4.2. Le crédit immobilier

Le crédit immobilier est un prêt octroyé par une banque aux particuliers et aux entreprises est destiné à financer une opération immobilière (acquisition, construction, travaux...). Le logement peut être affecté à une résidence principale, secondaire ou à un investissement locatif. Les établissements prêteurs prennent, généralement, une hypothèque sur le bien acheté, se protégeant ainsi contre le non remboursement du prêt³.

¹LUC B-R., « Principe de technique bancaire », 24^{ème} édition, Dunod ; Paris, 2006, p.271.

² LUC B-R., « Principe de technique bancaire », 25^{ème} édition, Dunod, Paris, 2008, p.149.

³ PHILIPPE N., « Banque et Banque centrale Dans la Zone Euro », 1^{er} édition, De Boeck université, Bruxelles, 2004, p.50.

4. Les risques du crédit et les moyens de prévention

Les crédits destinés aux entreprises sont plus divers que les crédits aux particuliers et les montants sont beaucoup plus élevés. L'étude du risque des entreprises a d'ailleurs été longtemps considérée comme une fonction noble dans la banque. Le banquier, dès lors qu'il répond favorablement à une demande de crédit, en vue d'apporter son appui financier à l'entreprise l'ayant introduite, supporte le risque inhérent à celle-ci et cherche à le réduire au maximum et le rendre par conséquent plus ou moins inexistant.

4.1. Les risques liés au financement bancaire

La banque est souvent présentée comme un portefeuille de risques. Ces derniers sont une dimension inévitable et naturelle compte tenu des produits proposés et de la matière dont est manipulé l'argent¹. Le banquier, dès lors qu'il répond favorablement à une demande de crédit, en vue d'apporter son appui financier à l'entreprise l'ayant introduite, supporte le risque inhérent par elle. Cette menace, que représente le risque crédit, peut revêtir plusieurs formes, pour l'identifier et la mesurer le banquier procède à une analyse de la situation de l'emprunteur qui consiste à une appréciation de sa situation financière. Tout ceci a rendu impératif la recherche et la mise en place des moyens de prévention et de protection.

4.1.1. Définition du risque de crédit

Le risque de crédit signifie une existence d'un volume anormalement élevé de créances impayées, ce qui a une incidence sur la liquidité de la banque. « Le risque de crédit peut être défini par la perte potentielle supportée par un agent économique suite à une modification de la qualité de crédit, de l'une de ses contre parties ou d'un portefeuille de contrepartie sur un horizon donné »².

Chaque crédit est soumis à des risques, qui peuvent être différents d'un crédit à un autre. Ainsi, l'étude des risques présentent une importance particulière pour le banquier qui cherche à prévoir les risques de chaque crédit.

¹ LAMARQUE E., « Gestion bancaire », édition Nord, Paris, 2003, p.65.

² MARTEAUX D., DEHACHE D., « Les produits dérivés de crédit », ESKA, Paris, 2001, p.15.

4.1.2. Les raisons de l'apparition du risque

L'art et le métier du banquier résident pour une large part dans son aptitude à concilier deux exigences contradictoires :¹

La sécurité et la rentabilité, pour cela lors qu'il étudie un dossier de crédit, le banquier doit analyser deux sortes de risques :

- Celui de n'être jamais remboursé.
- Celui d'être rembourser postérieurement à l'échéance prévue.

La notion de risque tient une place importante dans le métier du banquier. Il existe au moins deux raisons à cela qui sont :

- La banque prête à des tiers des capitaux qui ne lui appartiennent pas, elle se soucie donc de pouvoir rembourser immédiatement les dépôts à vue, et à l'échéance les dépôts à terme. Ainsi elle doit s'assurer que les dépôts prêtés sont d'une part récupérés et d'autre part rembourser à la bonne échéance.
- La banque prête des capitaux d'une valeur très importante, en contrepartie d'une rémunération relativement faible, l'ampleur de ses engagements apparaît d'un ordre de grandeur supérieur au revenu qu'il s'espère qui doit rémunérer à son juste prix sans risque.

4.1.3. Conséquences du risque de crédit

Le risque lié à l'activité de crédit peut dépendre de l'emprunteur ou du prêteur. Si le risque provient du débiteur, il s'agit d'un cas d'insolvabilité. Dans ce cas de risque externe, la banque n'est pas responsable de la dégradation de la situation du client. Si le risque provient du créancier, le problème repose sur la politique de distribution des crédits de la banque. Dans ce contexte de risque interne, la banque est responsable de la diffusion des crédits sur le marché. Cette étape révèle une menace plurielle, la banque comme le client peut avoir sa responsabilité engagée.

En effet, le risque de crédit n'est pas sans incidence sur la banque. Il peut se manifester, en fonction de son ampleur, sur son résultat, sa note, sa réputation et même sa solvabilité.

¹AMAZOUZ D., AMOUR A., « Etude et montage d'une demande de crédit : cas de la BADR de Draa el mizan », UMMTO, 2018, p.35.

4.1.3.1. Dégradation des résultats de la banque

Un portefeuille de crédit trop risqué engendre souvent des pertes excessives, concrétisées sur le bilan par l'augmentation de l'encours des créances douteuses, et par conséquent, la banque génère des résultats médiocres, voire même négatifs.

4.1.3.2. Dégradation de la note de la banque

La détérioration des résultats de la banque conduit les agences de notation à réviser, à la baisse, son rating dans la mesure où les résultats réalisés font partie des principaux facteurs que ces agences prennent en considération lors de l'attribution des notes, ce qui portera préjudice à l'image de marque de la banque. Ainsi, les déposants vont se précipiter à retirer leurs fonds de la banque et les agents du secteur bancaire vont perdre confiance en elle, provoquant ainsi son illiquidité.

4.1.3.3. Dégradation de la solvabilité de la banque

La réalisation des pertes consécutives entraîne la consommation des résultats générés par la banque, or si les résultats ne sont pas suffisants pour absorber ces pertes, la banque sera dans l'obligation d'amputer ces pertes des fonds propres, ce qui peut engendrer, à un terme moyen ou long, l'insolvabilité totale de la banque.

4.1.4. Typologie des risques liés aux crédits

La question du risque est née dans le domaine de l'économie pour se généraliser rapidement à tous les domaines de la société. Pour se repérer dans ce vaste ensemble, il est naturel de chercher à classer les risques. Or il n'existe pas de typologie unique des risques, mais plusieurs types. On distingue :

4.1.4.1. Classification par niveau

Tout crédit représente un risque pour la banque, la libération de notre économie entraîne des bouleversements fondamentaux auxquels les entreprises et les banques doivent s'adapter. En matière de financement, les choses doivent impérativement évoluer vers une meilleure prise en charge des besoins exprimés par les opérateurs économiques, en respectant les règles et les principes de l'économie de marché.

Il existe quatre types de risques :

A. Le risque individuel ou particulier à l'entreprise

Ce risque peut être fonction de :¹

- La personnalité des dirigeants : moralité, expérience, compétence et intérêt porté à la gestion de leurs entreprises. Une affaire mal dirigée, provoque de graves problèmes, même si les circonstances lui sont provisoirement favorables.
- Leur surface : fourniture personnelle.
- Sa structure financière de l'affaire : fonds de roulement autofinancement, endettement, ...
- Son activité commerciale : dynamisme des ventes, rotations des stocks, implantations commerciales, ...
- Son adaptation aux contraintes économiques : évolution des techniques, investissements, amélioration des procédures, productivité...etc.

B. Le risque sectoriel

Le risque sectoriel, également appelé risque professionnel ou encore risque comparatif, est lié à la branche d'activité.

Il réside essentiellement dans le changement brusque qui peut se produire dans les conditions d'exploitation commerciale ou industrielle d'une activité donnée, suite à des événements précis : pénurie de la matière première, effondrement des prix, modification dans les procédés de fabrication, apparition de produits équivalant et moins chers ...etc. Ces changements peuvent entraîner un important rétrécissement du marché de l'entreprise, et compromettre le remboursement des crédits. Ce risque menace les banques trop engagées financièrement dans un secteur d'activité donné².

C. Le risque général ou global

Le risque général est difficile à prévoir, car il peut tenir de la conjoncture politique, économique, sociale, ou même des événements naturels³.

¹<https://wikimemoires.net/2012/02/etude-et-evaluation-du-risque-bancaire/>, consulté le 15/06/2021.

² AMAZOUZ. D, AMOUR. A, *Op Cit*, p.36.

³<https://wikimemoires.net/2012/02/etude-et-evaluation-du-risque-bancaire/>, consulté le : 15/06/2021.

- Les crises politiques qui peuvent entraîner des représailles économiques à savoir les suspensions de paiement de fourniture,
- Les crises économiques réduisant considérablement, les échanges peuvent menacer la pérennité des entreprises (financement fragiles).
- Les crises sociales qui peuvent paralyser l'activité d'un secteur ou d'une entreprise.
- Les évènements naturels graves et imprévisibles qui peuvent considérablement frapper l'économie d'une région.

Exemple : La crise de 1929 qui avait provoqué la faillite de plusieurs entreprises et profondément ébranlé le système bancaire.

D. Cas particulier de risque pays

Le risque pays , également appelé risque souverain , il n'apparaît que dans le cadre d'une exportation , il ne concerne pas directement l'acheteur local , dans la mesure où il naît , non de son inaptitude à faire face à ses engagements vis-à-vis de son fournisseur étranger , mais d'une incapacité des autorités monétaires de son propre pays à transférer , vers le pays de fournisseur et de la monnaie convenue entre les deux (2) opérateurs , les sommes dues en couverture de l'opération d'expédition.

4.1.4.2. Classification par nature

A. Risque de contrepartie

Le risque de contrepartie, risque de crédit ou encore de signature, est le premier risque auquel est confronté un établissement financier.

« Le risque de contrepartie désigne de risque de défaut des clients, c'est-à-dire le risque de pertes consécutives au défaut d'un emprunteur face à ses obligations »¹. Dans cette éventualité, il y a perte de tout ou partie des montants engagés par un établissement.

B. Risque d'immobilisation

L'origine de ce risque est due au non remboursement des échéances à la date prévue par les emprunteurs. De plus, l'acte de transformation des ressources à vue (dépôts) par le

¹ BESSIS J., « gestion du risque et gestion d'actif/passif des banques » Edition DOLLAZ, 1995, p.15.

banquier en emplois à terme (crédits) génère des risques d'immobilisations des fonds qui mettent la situation de trésorerie en difficulté¹.

Donc on peut dire que ce risque apparait à partir de l'incapacité de la banque de transformer sous forme de liquidité son portefeuille de créances en vue d'assurer son équilibre de trésorerie et faire face aux demandes de retraits de fonds de ses déposants et aux demandes de financement de sa clientèle².

Dans ce cas, la banque se retrouve forcée de recourir au marché interbancaire moyennant le paiement d'un intérêt plus fort. Sinon, le recours au découvert de la banque centrale à un taux très élevé dit -taux d'enfer- ; ce qui alourdit le compte de résultat et aggrave la situation de la banque³. Pour maîtriser ce risque la banque doit adopter une stratégie efficace de collecte des ressources à vue liées à une politique cohérente de distribution des crédits. Le risque d'immobilisation consiste pour le banquier de se trouver dans l'obligation de faire face aux retraits de dépôts utilisés pour consentir des crédits⁴.

C. Risque de non remboursement

Ce risque ne peut être considéré comme réalisé que lorsque toutes les voies de recours contre le débiteur défaillant ont été épuisées, ceci dans le cadre de procédures sensiblement différentes.

Dans les crédits par caisse, où le banquier possède une créance en capital et des intérêts, le débiteur principal n'honore pas ses engagements de remboursement. Dans les engagements par signature, le banquier accorde un simple crédit par signature, lorsque son client se trouve dans une situation de défaillance ; de ce fait le banquier s'engage à régler le montant de la dette. En cas de non règlement de la dette, le banquier se trouve dans l'obligation d'honorer son engagement en réglant la dette de son client, puis il se retourne contre ce dernier mais souvent celui-ci est déjà défaillant et ne pourra pas régler sa dette dont le banquier est devenu bénéficiaire.

¹ CALVET H., « méthodologie de l'analyse financière des établissements de crédit », 2^{ème} Edition, Economica, Paris. 2002, p.121.

² TAHAR H-S., « Les risques de l'entreprise et de la banque », Edition Dahlab, Alger.2007, p.75.

³ CALVET. H. *Op.Cit*, p.121.

⁴ AUSSET G., MARGERIN J., « Investissement et financement », Sedifor, Paris, 1990, p.86.

Il peut être du soit : ¹

- À la dégradation de la situation financière du débiteur.
- À la mauvaise foi du débiteur, car il refuse totalement le remboursement de crédit qui lui a été accordé.
- À l'utilisation du crédit à d'autres fins, ou à la mauvaise gestion de l'affaire ou du projet.

D. Risque de liquidité

L'analyse du risque de liquidité concerne plus spécifiquement la banque et sa gestion, ce dernier fait l'objet d'étude en termes plus courts et explicitement microéconomiques.

Descamps et Soichot (2003, p.106) définissent que « La liquidité d'une entreprise se mesure par sa capacité à mobiliser sans délai des avoirs en monnaie centrale pour faire à ses obligations de règlement ou de constitution de réserves ».

Être illiquide pour une entreprise signifie donc être incapable de satisfaire la demande de dépôts des agents soit la difficulté de convertir les dépôts en monnaie ou d'honorer son engagement envers le système bancaire dans son ensemble.

Plusieurs causes à l'origine d'une crise d'illiquidité pour une banque :²

- Une situation d'insolvabilité déjà installée qui se répercute sur la liquidité.
- Des difficultés à mobiliser des liquidités pour des raisons liées à l'activité ou quand la banque centrale exerce une contrainte.
- Ou un risque de marché. Ici, il y a une multiplication des risques encourus par les banques : Risque de taux, risque de défaut, de change et climatique.
- Une mauvaise gestion de la liquidité peut conduire la banque à une situation d'illiquidité, voir à la faillite, notamment si elle ne peut tenir ses engagements liquides envers les autres banques. Les banques s'efforcent donc de résoudre le risque de liquidité.

¹ AMROUCHE. R, « Régulation, risque et contrôle bancaire », 2004, cité par : AMAZOUZ D., AMOUR A., « Etude et montage d'une demande de crédit : cas de la BADR de Draa El Mizan (AGENCE N°574), Mémoire en vue de l'obtention du diplôme de Master en Sciences financières et comptabilité, 2018, p.38.

²ANSART S., MONVOISIN V., « Le métier du banquier et le risque : la dénaturation des fonctions de financement du système bancaire », Dans Cahiers d'économie Politique, 2012, (n° 62).

E. Risque de taux d'intérêt

« Le risque de taux d'intérêt est le risque de voir les résultats affectés défavorablement par des mouvements de taux d'intérêt »¹.

Le risque de taux d'intérêt est un risque essentiel pour les banques car les quasi totalités de leur encours du bilan engendrent des revenus et des charges qui sont à plus ou moins long terme, indexés sur les taux de marchés qui sont instables, est cette instabilité se répercute sur les résultats.

Le risque de taux concerne tous les intervenants, financiers ou non, dès qu'ils sont des prêteurs ou emprunteurs sur les marchés. Un prêteur à un taux variable court le risque de voir ses revenus diminuer si les taux baissent, un emprunteur à taux variable court le risque de voir ses charges augmenter si les taux augmentent. Donc ces positions sont risquées.

F. Risque de change

Le risque de change est analogue au risque de taux², c'est le risque de perte liée à une évolution défavorable du cours d'une devise.

La notion de risque de change est liée à l'incertitude du taux de change d'une monnaie par rapport à une autre à court ou moyen terme. Ne pas savoir quelle sera l'évolution d'un taux de change à trois ou six mois entraîne des difficultés.

Ces fluctuations des monnaies peuvent affecter l'entreprise sur deux plans :³

- Les opérations d'exportation et d'importation comportent généralement des délais de paiement ou de règlement. Pendant ces délais, les fluctuations de change peuvent affecter de façon sensible le montant des factures converties en monnaie nationale. Ce risque porte le nom de risque de transaction.
- Une variation des taux de change d'une monnaie par rapport à une monnaie étrangère peut affecter la compétitivité de vos produits, les rendant plus ou moins chers pour les acheteurs étrangers selon que le pays dévalue ou révalue sa monnaie. Nous appellerons ce risque le risque de perte de compétitivité.

¹ BESSIS J., *Op Cit*, p.17.

² *Ibid.* p.19.

³<https://www.glossaire-international.com/pages/tous-les-termes/risque-de-change.html>, consulté le : 02/07/2021.

G. Risque de solvabilité

« Le risque de solvabilité est celui de ne pas disposer du fonds propres suffisants pour absorber des pertes pour absorber des pertes éventuelles. Par contre, le risque de contrepartie désigne le risque de dégradation de la solvabilité des contreparties, non de l'établissement prêteur»¹.

Ce risque résulte du montant des fonds propres disponibles d'une part, et des risques prix d'autre part, de crédit, de marché, de taux de change,....

H. Risque de marché

Le risque de marché est l'un des risques les plus importants auxquels les banques sont exposées, il peut être défini comme suit : « C'est le risque de perte d'une position de marché résultant de la variation du prix des instruments détenus dans le portefeuille de négociation ou dans le cadre d'une activité de marché dite aussi de trading ou de négoce »².

Il se mesure à partir de l'instabilité des paramètres de marché : le taux d'intérêt, le taux de change les indices boursiers.

4.2.Moyens de prévention du risque de crédit

« l'alpiniste qui gravait un sommet sait qu'il prend des risques, mais précisément s'entoure, dans la réalisation de son ascension, de toutes les précautions utiles pour parer à la survenance de ces risques... »³.

L'importance des risques encourus par les banques en matière d'octroi de crédits bancaires, a rendu impératif l'instauration d'un certain nombre de moyens de préventions. Bien qu'une bonne analyse de l'entreprise reste la meilleure garantie de prévention des risques, le banquier dispose de plusieurs autres moyens de limitation et de protection qui sont pour certains obligatoires (les règles prudentielles), et pour d'autres facultatifs (la prise de garantie).

A cet effet, on recense les points suivants :

- L'application et le respect des règles prudentielles.
- Le suivi des engagements.

¹ BESSIS J., *Op Cit*, p.20.

²*Ibid*, p.18.

³MICHEL M., « l'exploitation bancaire et le risque crédit », édition revue banque, 1995, pp.160-169.

- La mise en place de procédures internes.
- Le recueil des garanties.

4.2.1. Application et le respect des règles prudentielles

Les règles prudentielles sont des normes de gestion imposées par la banque d'Algérie aux banques et aux établissements financiers. L'instauration de ces règles vient dans le but de renforcer la structure financière des établissements de crédit, de surveiller l'évolution des risques des banques et de protéger les déposants.

Il faut signaler que ces normes s'inspirent de normes universelles, à l'origine établie par les institutions financières internationales. Ces règles ont pour objet :¹

- Le renforcement de la structure financière des établissements de crédits.
- L'amélioration de la sécurité des déposants.
- La surveillance de l'évolution des risques des banques.

4.2.1.1. La couverture des risques

Conformément à l'article 04 du règlement n°90-01 du 04/07/1990 relatif au capital minimum des Banques et établissements financiers, les banques doivent avoir un capital social supérieur ou égal à 500 millions DA.

De plus, les autorités monétaires ont instauré une norme de gestion que les banques sont tenues de respecter en permanence, c'est le ratio de solvabilité ou ratio COOK².

Ce dernier met en rapport le montant des fonds propres nets et celui de l'ensemble des risques crédits qu'ils encourent.

$$\text{RatioCook} = \frac{\text{Montant des fonds propres nets}}{\text{Montant des risques encourus pondérés}}$$

Le ratio Cook mesure le degré de « prise en charge » des risques encourus par les fonds propres de la banque. Il ne doit en aucun cas dépasser 8%.

¹ MERAD Y-T., MENSOURI C., « Les Opérations De Crédit Bancaires Cas d'un crédit d'exploitation BEA Tizi-Ouzou, mémoire en vue de l'obtention du diplôme de Master en Sciences Commerciales option : Finance », 2015, p.53.

² Ratio élaboré en 1988 et porte le nom du sous-gouverneur de la banque d'Angleterre (Cook).

Le non-respect de ce ratio entraîne les banques et les établissements financiers à constituer des réserves obligatoires dans le compte bloqué au niveau de la banque d'Algérie.

Les risques encourus pondérés sont les risques encourus sur la clientèle auxquels on applique un taux de pondération en fonction du risque lié à l'engagement. Les risques encourus et le taux de pondération attribué à chacun sont déterminés par l'article 09 et 11 de l'instruction 74-94 du 29/11/1994 fixant les règles prudentielles de gestion des Banques et établissements Financiers.

Nous tenons à signaler qu'en 2006, les banques et les établissements financiers ont adoptées, au niveau mondial, un nouveau ratio de solvabilité baptisé ratio Mc Donough¹, selon les recommandations du Comité de Bâle II.

Ce dernier remplacera le ratio Cook entré en vigueur en 1988 et dont l'objectif était de renforcer la solidité et la stabilité du système bancaire international par l'imposition d'une norme quantitative jugée actuellement trop fruste.

4.2.1.2.La division des risques

La défaillance d'un ou de plusieurs clients importants sur lesquels s'est concentré l'ensemble des engagements, peut entraîner la faillite de la Banque. C'est la raison pour laquelle les Banque doivent veiller en permanence à une diversification de leurs portefeuilles pour pouvoir limiter au maximum les risques encourus.²

Pour ce faire, la réglementation prudentielle a fait obligation aux Banques et établissements financiers de respecter les limites suivantes :

- Sur un même client : le montant des risques encourus ne peut **excéder 25%** des fonds propres nets de la Banque.
- Sur un groupe de client : le montant global des risques encourus, dont les risques pour chacun d'entre eux **dépassent 15%**, ne doivent en aucun cas excéder dix (10) fois le montant des ressources propres de la Banque.

¹ Du nom du vice-président de la réserve fédérale de New York, actuel président du Comité de Bâle.

²MERAD Y-T., MENSOURI C., *Op Cit*, pp.45-56.

4.2.2. Le suivi des engagements

Dans le but de garantir la récupération des créances en cas de défaillance des débiteurs, chaque banque et établissement financier doit, en vertu de l'instruction 74-94 du 19/11/1994 procéder au classement des créances par degré encouru et constituer des provisions pour les créances dont le recouvrement n'est pas assuré.

Ces provisions varient, et sont de trois niveaux :

- Provisions à 30 % (pour les créances à problèmes potentiel).
- Provisions à 50 % (pour les créances très risquées).
- Provisions à 100 % (pour les créances compromises).

4.2.3. Mise en place de procédures internes

Afin de renforcer l'effet produit par l'application des règles prudentielles, les banques ont jugé nécessaire d'instaurer des procédures internes. Nous allons présenter la liste des mécanismes mis en place, afin de contenir ne serait-ce que de manière partielle les risques qui entachent toute opération de crédit. Nous citerons :

- L'institution d'un système de comité siégeant au niveau des agences. L'objectif assigné à cette action est de conjuguer la réflexion en matière d'octroi de crédit.
- La mise en place du système de délégation de crédit dans la limite des seuils autorisés. En effet l'agence bancaire est la structure la mieux placée pour se prononcer, dans les limites de sa délégation, sur certains crédits à la clientèle.
- L'instauration d'un système de contrôle des utilisations de crédit afin d'assurer le suivi des crédits consentis.
- La diversification du portefeuille engagement dans le but de se prémunir contre le risque de concentration.

4.2.4. Les garanties

Si l'un des rôles essentiels est de prêter, il en est un autre tout aussi nécessaire : celui de se faire rembourser. A ce titre et lors du crédit, les banques prennent des garanties leur permettant d'être assurés ou rassurés. En effet, L'étude de crédit, aussi rigoureuse et complète qu'elle puisse être, ne peut éliminer d'une manière totale et définitive les risques

inhérents à tout concours accordé aux clients. Ainsi, le banquier devra se prémunir des aléas qui pourraient lui être préjudiciables en faisant recours aux garanties. Mais qu'est-ce qu'une garantie ?

D'après Michel Mathieu, il existe une définition économique des garanties, qui les désigne comme servant à anticiper et à couvrir un risque futur possible de non recouvrement du crédit.

Toutefois, n'étant pas prêteur sur gage, la meilleure des garanties pour le banquier reste la rentabilité de l'affaire à laquelle il va accorder un crédit, elle-même liée à l'étude et à l'analyse du dossier de crédit. En effet, la décision d'accord de crédit ne doit en aucun cas être envisagée sur la base des garanties présentées.

Le banquier ne doit pas perdre de vue que la constitution de garanties reste une opération accessoire à celle du crédit. Leur recueil n'intervient que suite l'aboutissement favorable de l'étude. La garantie est, donc un élément accessoire et non préalable.

La première distinction que nous pouvons formulée quant aux différentes catégories de garanties est la suivante :

- Les garanties personnelles.
- Les garanties réelles.

Mais il existe, également, des garanties complémentaires dites assimilées ou spécifiques.

4.2.4.1. Les garanties personnelles

La garantie personnelle est constituée par l'engagement d'une ou plusieurs personnes physiques ou morales, au profit d'un créancier, de se substituer à un débiteur principal si celui-ci faillit à ses obligations à échéance.

Les garanties personnelles se réalisent, généralement, sous la forme juridique du cautionnement ou de l'aval. Ce dernier n'étant d'ailleurs qu'une forme particulière du cautionnement instituée par la législation des effets de commerce.

A. Le cautionnement

Le cautionnement est défini par l'article 644 du code civil algérien comme étant : « Un contrat par lequel une personne garantit l'exécution d'une obligation, en s'engageant, envers le créancier, à satisfaire à cette obligation, si le débiteur n'y satisfait pas lui-même »¹.

C'est l'obligation par laquelle une personne appelée « caution » promet de payer si le débiteur n'exécute et faillit à ses engagements C'est également un engagement qui ne se présume pas, il doit obligatoirement se concrétiser par un écrit sur lequel doit être défini avec soin et précision les caractères de l'obligation. A cet effet, deux types de cautionnement :

- La caution simple.
- La caution solidaire.

a. Le cautionnement simple

Dans le cadre d'un cautionnement simple, la caution simple dispose du bénéfice de discussion et du bénéfice de division :

- **Le bénéfice de discussion** : permet à la caution d'exiger du créancier qu'il poursuive d'abord le débiteur principal jusqu'au paiement de la dette ;
- **Le bénéfice de division** : permet à la caution, en cas de pluralité de cautions pour la même dette et le même débiteur, d'exiger que le créancier divise préalablement son action, et la réduise à la part et portion de chaque caution.

Dans la pratique, le cautionnement simple est rarement utilisé car il est moins efficace que le cautionnement solidaire².

b. Le cautionnement solidaire

« La caution solidaire ne peut requérir le bénéfice de discussion »³

Contrairement à la caution simple, cette caution ne jouit ni du bénéfice de discussion ni de celui de division. Le créancier est en droit de réclamer à la caution le paiement de la totalité de la créance garantie, sans avoir préalablement à mettre en cause le débiteur principal. Le débiteur et la caution se trouvent pour ainsi dire au même rang.

¹L'article 644 du Code Civil Algérien.

² <https://www.finday.be/prel-personnel/types-cautionnement/> , consulté le 02/07/2021.

³ Article 665 du Code Civil.

Lors du recueil de la caution, le banquier doit exiger la souscription d'actes de cautionnement solidaires et indivisibles, car ce type de garanties personnelles a pour effet de rendre les droits de discussion et de division inopposables aux créanciers.

B. L'aval

Comme nous l'avons déjà précisé, l'aval est une variété de cautionnement propre aux effets de commerces.

Selon l'article 409 du code de commerce il constitue l'engagement d'une personne de payer le montant total ou une partie d'une créance manifestée par un effet de commerce. En d'autres termes c'est l'obligation que prend une personne (avaliste ou avaliseuse) de payer un effet de commerce à l'échéance, au lieu et place du débiteur (avalisé).

L'aval est exprimé par la signature de l'avaliseur au recto du papier commercial ou sur un acte séparé, suivie de la mention « Bon pour aval ». Il doit, également, porter l'objet de l'engagement du garant (engagement d'un paiement total ou partiel du montant de l'effet).

Contrairement à la caution, l'avaliste est toujours solidaire. Par contre à l'instar du cautionnement, l'aval est un acte consensuel qui doit être rédigé par écrit.

4.2.4.2. Les garanties réelles

La garantie réelle consiste en l'affectation d'un bien meuble ou immeuble en garantie d'une dette. Ce bien peut appartenir au débiteur lui-même ou être engagé par un tiers. Divers biens peuvent être constitués en garantie, notamment les immeubles, les fonds de commerce et sous certaines conditions, le matériel, les marchandises, les valeurs mobilières et les créances. A cet effet, les garanties réelles peuvent être subdivisées en deux grands points ; à savoir :

- L'hypothèque : dans le cas où le bien affecté en garantie est immeuble.
- Le nantissement : si le bien affecté en garantie est meuble.

A. L'hypothèque

Conformément à l'article 882 du code civil : « Le contrat d'hypothèque est le contrat par lequel le créancier acquiert sur un immeuble affecté au paiement de sa créance, un droit réel

qui lui permet de se faire rembourser par préférence aux créanciers inférieurs en rang, sur le prix de cet immeuble en quelque main qu'il passe ».

L'hypothèque est un droit réel sur les immeubles affectés à l'acquittement d'une obligation. Néanmoins, il n'y a pas dessaisissement du propriétaire du bien, et conserve le droit d'user, de jouir et de disposer du bien.

L'efficacité de l'hypothèque réside dans le fait que le banquier hypothécaire a le droit de saisir et de vendre le bien hypothéqué, s'il n'est pas payé à échéance, et d'exercer un droit de suite et de préférence sur le prix si le débiteur vend par anticipation l'immeuble en question.

L'hypothèque peut être constituée en vertu d'un acte authentique (hypothèque conventionnelle), d'un jugement (hypothèque judiciaire) ou de la loi (hypothèque légale).

Ainsi, selon le mode de constitution, il existe trois sortes d'hypothèques :¹

a. L'hypothèque conventionnelle

L'hypothèque est dite conventionnelle lorsqu'elle résulte d'une convention (contrat) établie en la forme authentique entre la banque et le débiteur pour garantir le paiement de la créance. Le contrat doit être inscrit à la conservation des hypothèques afin de renseigner les tiers du privilège de la banque et de donner rang à celui-ci.

b. L'hypothèque légale

Comme son nom l'indique, L'hypothèque légale est imposée par la loi, au profit de certains créanciers (banques et établissements financiers) jouissant d'une protection légale.

c. L'hypothèque judiciaire

C'est une hypothèque qui découle d'une décision de justice, condamnant le débiteur. Elle est obtenue par un banquier ayant engagé une procédure judiciaire contre le débiteur dans le but de recueillir une inscription d'hypothèque sur l'immeuble de celui-ci.

B. Le nantissement

Selon l'article 948 du Code Civil : « Le nantissement est un contrat par lequel une personne s'oblige, pour la garantie de sa dette ou de celle d'un tiers, à remettre au créancier

¹MERAD Y-T., MENSOURI C. *Op.Cit* p.59-62.

ou à une autre personne choisie par les parties, un objet sur lequel elle constitue au profit du créancier un droit réel en vertu duquel celui-ci peut retenir l'objet jusqu'au paiement de sa créance et peut se faire payer sur le prix de cet objet en quelque main qu'il passe par préférence aux créanciers chirographaires et aux créanciers inférieurs en rang ».

Le nantissement est constitué par un contrat. Il est, sauf disposition légale contraire, inséparable de la créance qu'il garantit faute de quoi il serait nul et non avenu.

Il existe diverses formules de nantissement, nous citerons les formes les plus utilisées :

a. Nantissement du fonds de commerce

Le nantissement du fonds de commerce est une garantie sans dépossession, consentie sur certains éléments compris dans le fonds de commerce. Il est indispensable que l'acte précise les éléments auxquels s'étend le nantissement, à défaut, il ne comprendra que l'enseigne, le nom commercial, le droit au bail, la clientèle et l'achalandage. Pour être valide, l'acte de nantissement doit être signé par le banquier et le débiteur, enregistré puis déposé au greffe du tribunal de commerce.

La banque exerce un droit de préférence sur le prix et un droit de suite sur le fonds. Il est à préciser que ce dernier peut être légal ou bien conventionnel.

b. Nantissement du matériel et de l'outillage

Le nantissement du matériel et de l'outillage est également un gage sans dépossession du débiteur, constitué par acte authentique ou sous seing privé, sur l'outillage et le matériel que le banquier a financé.

c. Nantissement ou gage sur véhicule

Il s'agit là aussi d'un gage qui se réalise sans dépossession, avec la particularité d'être constaté par un acte sur registre spécial ouvert à cet effet auprès de la direction (la Daïra) ayant délivré la carte d'immatriculation, communément appelée carte grise qui doit porter la mention « véhicule gagé ».

d. Nantissement des actifs financiers

Le nantissement des actifs financiers notamment des bons de caisse, est un contrat par lequel, le débiteur d'un prêt remet en gage les titres qu'il détient entre les mains du créancier ou d'un tiers, convenu entre les parties.

e. Nantissement des marchés publics

Ce genre confère au banquier le droit de créance sur l'État, dans la mesure où la sortie du crédit est assurée. Le marché est enregistré et nanti par acre sous seing privé.

4.2.4.3. Les garanties complémentaires

Mis à part des sûretés citées ci-dessus, la banque peut exiger comme garantie complémentaire des délégations d'assurances dont la mise en jeu est relative à la réalisation du risque ou à la survenance d'un sinistre éventuel assuré. Il s'agit donc ce cas de figure d'assurance vie ; d'assurance tous risques ; d'assurance multirisque ; d'assurance incendie, ...

Le contrat d'assurance doit être accompagné d'un avenant de subrogation au profit de la banque.

SECTION 3 : Les Crédits d'exploitations

Les entreprises, quelle que soit leur nature, n'ont pas la capacité d'équilibrer entre les encaissements et les décaissements. La trésorerie fluctue tous les jours et enregistre des hauts et des bas au gré des flux générés par les opérations d'exploitation, mais aussi par les investissements et désinvestissements matériels ou financiers. Dans ce cadre, le recours au crédit bancaire s'impose dans la majorité des cas. En effet, la banque propose aux entreprises des crédits d'exploitation dont la durée est inférieure ou égale à une année.

La présente section, illustre les différents besoins liés à l'exploitation ainsi que les typologies des crédits d'exploitation. Cependant, nous avons jugé important de présenter en premier lieu le cycle d'exploitation.

1. Le cycle d'exploitation et les besoins liés à l'exploitation

Le terme comptable de cycle d'exploitation désigne toutes les opérations nécessaires à la réalisation des activités économiques, commerciales et productives de l'entreprise.

1.1. Définition du cycle d'exploitation

Le cycle d'exploitation est une matrice qui indique le temps dont une entreprise a besoin pour transformer des marchandises achetées et produites en espèces. En d'autres termes, il s'agit de la période entre l'achat des matières premières et le paiement de la facture par le client¹.

Autrement dit, le cycle d'exploitation est l'ensemble des opérations successives qui vont de l'acquisition des éléments de départ (matières premières, marchandises...) jusqu'à l'encaissement du prix de vente des produits (ou services) vendus. Achat de matières premières : inputs Production, décaissement, vente des produits finis, encaissement des produits de vente².

Le cycle d'exploitation est déterminé par trois éléments :³

- **La date de paiement des matières premières et auxiliaires.** Doivent-elles être payées immédiatement à l'achat ou l'entreprise bénéficie-t-elle d'un délai de paiement de la part de son fournisseur ? Plus la société bénéficie d'un délai de paiement important, plus son capital reste intact longtemps.
- **La durée du processus de production et la période pendant laquelle le produit fini reste entreposé.** Plus le délai de réalisation d'un produit fini est important, plus il faut compter de temps avant que le produit puisse être vendu. Et plus l'entreprise doit attendre pour recevoir son argent.
- **Le moment et le mode de paiement du client.** Le client doit-il payer comptant à la livraison ? Ou bénéficie-t-il d'un délai de paiement ? Si tel est le cas, cela prend bien évidemment plus de temps avant que l'entreprise ne reçoive son argent. Période pendant laquelle l'argent est bloqué.

1.2. Phases du cycle d'exploitation

Dans le détail, le cycle d'exploitation peut être décomposé en trois phases : la phase d'approvisionnement, la phase de production et la phase de commercialisation. Dans le cas d'une entreprise commerciale, la phase de production est, comme nous le disions en introduction, souvent remplacée par la phase de stockage.

¹ <https://graydon.be/fr/resources/wiki/cycle-dexploitation>, consulté le : 08/07/2021.

² <https://docplayer.fr/12943424-Le-financement-du-cycle-d-exploitation.html>, consulté le : 08/07/2021.

³ <https://graydon.be/fr/resources/wiki/cycle-dexploitation>, consulté le : 08/07/2021.

Le cycle d'exploitation comprend : ¹

1.2.1. La phase d'approvisionnement

Correspond à l'acquisition auprès de fournisseurs de biens ou de services qui sont des préalables nécessaires à la production : matières premières, fournitures, énergie. Ces approvisionnements sont stockés (à l'exception des services).

1.2.2. La phase de production

Est articulée sur la mise en œuvre d'un processus technologique qui lui-même exige des inputs : un capital économique, un savoir-faire et des biens ou des services à transformer. La phase de production est plus ou moins longue selon les données du processus technologique mis en œuvre. Il peut y avoir des étapes intermédiaires qui donnent lieu à des stocks temporaires de produits semi-finis ou d'encours.

1.2.3. La phase de commercialisation

Débuté avec les stocks de produits finis. Le moment important est celui de la vente : l'accord d'échange se traduit par une double transaction physique et monétaire.

1.3. Le besoin de financement lié au cycle d'exploitation

Le besoin de financement d'exploitation (BFE) découle de l'existence du cycle d'exploitation. Le bon fonctionnement du cycle d'exploitation exige la détention d'actifs physiques (stocks) et financiers (créances). Cette détention pendant une certaine durée est nécessaire avant que l'entreprise ne perçoive le résultat final de ses opérations sous forme de paiements monétaires. Or, pendant ce temps, il faut financer la détention des actifs nécessaires au renouvellement des opérations d'exploitation. Ce renouvellement, dans une activité industrielle et/ou commerciale, est régulier et continu. Le financement à assurer est donc permanent.

Le besoin de financement trouve son origine dans l'existence initiale de décalages temporels entre les flux d'exploitation (charges/produits) et les flux monétaires (encaissements/décaissements). Ces décalages sont structurels, donc le besoin de financement d'exploitation (BFE) est permanent. Ils peuvent provenir du :

¹ <https://www.tifawt.com/comptabilite-2/le-cycle-d%E2%80%99exploitation-dune-entreprise/>, consulté le : 12/07/2021.

- **Processus de production** lui-même qui entraîne un délai de fabrication séparant la sortie des matières premières du stock et l'entrée des biens en stock de produits finis.
- **Les délais de stockage** jouent un rôle, notamment le délai de stockage des produits finis. On a vu que ce délai recouvre le temps nécessaire à la commercialisation. Il peut aussi correspondre à un accessoire du processus de production. Dans le secteur des vins et spiritueux, le vieillissement en tonneaux ou en bouteilles fait partie du processus d'élaboration des produits finis.
- **La durée de crédit consenti aux clients** introduit un retard à l'encaissement. Ce délai de paiement est l'expression de pratiques commerciales à l'œuvre dans les différents secteurs économiques. La durée du crédit est un des éléments caractéristiques de la relation entre clients et fournisseurs.

On déduit donc que Les crédits d'exploitation sont des crédits qui permettent à l'entreprise de tourner, c'est-à-dire de financer sa production et sa commercialisation. Les crédits d'exploitation (ou crédits à court terme) financent l'actif circulant du bilan, plus précisément les valeurs d'exploitation et/ou réalisables.

2. Typologie des crédits d'exploitation

On distingue deux catégories de crédits d'exploitation :

- Les crédits par caisse qui se traduisent par une immobilisation immédiate des capitaux.
- Les crédits par signature qui n'engagent que la signature du banquier.

2.1. Les crédits d'exploitation par caisse (Directe)

Sont considérés comme crédits par caisse à court terme, les crédits qui impliquent un décaissement de la part du banquier en faveur de son client et qui lui permet d'équilibrer sa trésorerie à court terme. Toutefois, on distingue entre :

- Les crédits par caisse globaux (généraux ou de trésorerie).
- Les crédits par caisse spécifiques.

2.1.1. Les crédits d'exploitation globaux

Les crédits par caisse globaux ne sont pas liés au financement d'un poste d'actif déterminé ou d'une opération particulière mais de l'activité de manière globale. Ils ont pour objet de palier une insuffisance du fonds de roulement (FR) par rapport au besoin de fonds de

roulement (BFR) et de compléter la trésorerie. Ces concours font courir à la banque un risque plus important que les autres formes de crédit, du fait de leur caractère global. En effet, ces crédits ne sont pas affectés à un élément de l'actif. Dans cette catégorie, on distingue la facilité de caisse, le découvert, le crédit de campagne et le crédit de relais.

2.1.1.1.Facilité de caisse

« La facilité de caisse est accordée à l'entreprise lorsqu'elle a besoin de faire face à une gêne momentanée de trésorerie. Cette autorisation est accordée pour une période donnée, jusqu'à une date limite à partir de laquelle l'autorisation tombe et nécessite une nouvelle étude »¹

La facilité de caisse est un moyen de financement à court terme utilisable sur une petite durée. Ce crédit est accordé par la banque qui précise préalablement par écrit les conditions d'usage en durée, en montant et en taux d'intérêts. De façon générale, la durée d'utilisation de ce crédit est fixée à 15 jours (au maximum) mensuellement. Il n'existe pas un seuil minimal d'utilisation. Il est donc possible d'utiliser le découvert pendant une partie du mois puis se retrouver en solde créditeur.

L'avantage principal de ce crédit est le financement du décalage transitoire entre les dépenses et les recettes. En effet, il permet de couvrir les incidents financiers qui pourraient survenir. Par exemple, un retard de paiement peut mettre un chef d'entreprise dans une situation difficile dans la mesure où cette somme était destinée à régler les salaires des employés. Ainsi la facilité de caisse peut s'avérer utile et efficace lors de la survenue de ce décalage momentané. Cependant, il faut savoir qu'il n'est pas possible d'utiliser la facilité de caisse de façon permanente. Si l'entreprise exprime le besoin d'avoir un découvert sur une longue durée, il faudra alors recourir à un découvert permanent qui a des modalités de financement plus adaptées.

Les intérêts à payer sont proportionnels à la somme exploitée et à la durée d'utilisation de ce montant. Le décompte des intérêts ou agios est généralement trimestriel. Il faut savoir que le taux de ces intérêts est souvent variable. Il est indexé sur le taux de base bancaire de l'établissement créancier, additionné d'une marge fixe. Il est important de garder à l'esprit

¹ LUC B-R., *Op Cit*, p.287.

que la banque peut changer ou interrompre la facilité de caisse accordée à n'importe quel moment. Toutefois, elle devra respecter un préavis de 60 jours¹.

2.1.1.2. Le découvert

Le principe du découvert bancaire est très simple. Votre banque vous autorise à emprunter à court terme un montant maximum fixé à l'avance et vous facture en contrepartie des intérêts financiers à un taux lui aussi convenu à l'avance.

Le découvert autorisé n'a pas de minimum d'utilisation, c'est à dire que vous pouvez faire appel à lui uniquement lorsque vous en avez besoin - à l'inverse d'un emprunt pour lequel le montant total est versé sur votre compte que vous ayez besoin de l'intégralité de la somme immédiatement ou non.

Le découvert bancaire fait partie des moyens de financement du cycle d'exploitation. Il a pour objectif de vous aider à pallier aux décalages de trésorerie liés au cycle de production de l'entreprise.

Le principe du découvert est semblable à celui de facilité de caisse, c'est-à-dire avoir un compte débiteur. La différence entre ces deux techniques du financement se situe dans la durée, puisque le découvert accordé pour une période plus longue (un (01) mois jusqu'à 1an).

Il y a lieu de distinguer entre deux formes de découvert, à savoir :²

- **Le découvert simple** : Le client est autorisé à faire passer son compte en position débitrice dans la limite du plafond autorisé qui dépasse rarement les quinze (15) jours du chiffre d'affaire, les agios seront par la suite décomptés sur le montant utilisé.
- **Le découvert mobilisable** : Dans ce cas, le découvert accordé est mobilisé par un Billet à Ordre de 90 jours renouvelable. La banque pourra, ensuite, réescompter l'effet auprès de la Banque d'Algérie. En plus, l'effet représente une garantie au profit de la banque en cas de défaillance du débiteur. Les agios seront décomptés sur le montant utilisé.

¹<https://www.petite-entreprise.net/P-2999-136-G1-definition-la-facilite-de-caisse.html>, consulté le : 08/07/2021.

²BOUDINOT A., FRABOT J-C., « Technique et pratique bancaire », 2^{ème} édition, Sirey, Bruxelles, 1972, p.105.

Ce type de découvert et dit mobilisable du fait qu'il se matérialise par des billets souscrit par le client à l'ordre de la banque, ce qui donne la possibilité à cette dernière de recourir au réescompte auprès de la banque d'Algérie.

En raison de nombreux risques qu'il présente, le découvert ne doit réserver que pour une clientèle de choix dont les bonnes qualités morales et la bonne santé financière ne sont pas à démontrer.

2.1.1.3. Le crédit compagne

Pour différentes raisons, une entreprise peut subir un important décalage entre les dépenses qu'elle règle et les rentrées qu'elle doit avoir. Elle peut avoir ce que l'on appelle une « activité saisonnière ». C'est ainsi qu'elle peut fabriquer toute l'année et vendre sur une période très courte (Exemple : la vente des parapluies, des écharpes, bouées, crèmes glacées, jouets, vêtements d'hiver, ...) ou qu'elle ne peut que sur une période très courte et vendre toute l'année (Exemple : agriculture, conserveries,...), elle peut aussi avoir, exceptionnellement, une charge importante de trésorerie à assurer (lancement d'une campagne de publicité, par exemple).

Dans tous les cas, l'entreprise ne pourra pas et ne devra pas assurer ce décalage avec ses seuls capitaux, elle demandera pour cela un crédit de compagne. Le crédit de compagne est « un concours bancaire destiné à financer un besoin de la trésorerie né d'une activité saisonnière »¹.

Le crédit accordé par la banque sera sur la base du besoin le plus élevé en montant et le remboursement se fera au fur et à mesure des ventes. Pour cela, le banquier demande un plan du financement afin de justifier les besoins de financement et de déterminer le délai de remboursement. Ce plan fait apparaître, mois par mois, les besoins et les ressources prévus.

A. Avantages et inconvénients du crédit de campagne

a. Avantage du crédit de campagne

Comme nous l'évoquions, le crédit de campagne est idéal pour les entreprises ayant une activité saisonnière. Le coût total, qui comprend les intérêts, les frais de tenue de compte et l'assurance, reste généralement plus avantageux que les frais dus dans le cas d'un découvert.

¹BENHALIMA A., « Pratique et technique bancaire », Edition Dahlab, Alger, 1997, p.63.

Le crédit de campagne est une solution de crédit professionnel plutôt flexible. L'emprunteur peut utiliser tout ou partie du montant autorisé. Le remboursement est lui aussi flexible, puisqu'il peut être anticipé ou par échéances en fonction et au fur et à mesure des bénéfices encaissés.

b. Inconvénients du crédit de campagne

Comme tout crédit, le crédit de campagne génère des frais de dossiers, des cotisations d'assurance et des intérêts. Il représente donc un coût qui doit être pris en considération par l'emprunteur.

Autre limite : une rupture ou un non-renouvellement du crédit par la banque est possible à tout moment, avec 60 jours de préavis. C'est donc un risque pour l'entreprise qui peut se retrouver face à une situation financière instable¹.

2.1.1.4. Le Crédit relais

Le crédit relais est un concours qui permet à l'entreprise d'anticiper une rentrée de fonds qui doit se produire dans un délai déterminé et pour un montant précis résultat d'une opération ponctuelle hors exploitation (augmentation du capital, vente d'un terrain, un immeuble, un fonds de commerce ou le déblocage d'un emprunt). En accordant ce type de crédit, le banquier s'expose à deux risques, qui sont : ²

- L'opération devant assurer le remboursement du crédit ne se réalise pas.
- Les fonds provenant de l'opération sont déterminés du remboursement du crédit.

Pour cela, le banquier ne doit accorder ce type de crédit que si, la réalisation de l'opération est certaine ou quasi-certaine. En outre, le montant du crédit à accorder doit être inférieur aux sommes à recevoir pour se prémunir contre une éventuelle surestimation du prix de cession lors des prévisions

- Les avantages et les inconvénients

Le prêt relais est une formule avantageuse pour plusieurs raisons :

- Il permet de ne pas conditionner directement l'achat d'une nouvelle résidence à la vente immédiate de votre premier bien immobilier. Vous avez donc un peu plus le temps de bien

¹<https://independant.io/credit-de-campagne/>, consulté le 10/07/2021.

²LUC B-R., « Principe de technique bancaire », 21^{ème} édition, Dunod, Paris, 2001, p.116.

vendre, à son juste prix, votre logement actuel, tout en ne passant pas à côté d'une belle occasion immobilière à l'achat.

- Il permet d'éviter les déménagements successifs : vous ne déménagez que de votre résidence actuelle à votre futur logement, sans passer par l'étape de la location de transition.
- Il permet de ne payer qu'un crédit immobilier à la fois. Peu de foyers peuvent se permettre de rembourser les traites de deux crédits immobiliers en parallèle,

En revanche, le crédit relais exige de disposer d'un premier bien immobilier attractif et facile à revendre. Car si vous ne vendez pas votre premier bien immobilier dans les délais impartis, vous ne disposez pas du capital pour rembourser votre prêt relais. Or, vous êtes redevable de cette somme. Votre banque peut alors vous proposer de le convertir en prêt immobilier classique, mais le risque est grand de devoir assumer des mensualités très importantes. Si au bout de quelques mois après avoir souscrit un crédit relais votre projet de vente est au point mort, entamez rapidement une réflexion sur votre prix de vente, sur la mise en valeur de votre bien,....¹

2.1.2. Les crédits d'exploitation spécifique

A la différence des crédits de trésorerie globaux qui couvrent des besoins de natures et d'origines très diverses, les crédits par caisse spécifiques participent généralement au financement de l'actif circulant, c'est-à-dire : les stocks et le poste client dont le poids peut être particulièrement lourd pour l'entreprise.

Aussi, ces crédits comportent des garanties réelles qui sont liées directement à l'opération de crédit, contrairement aux crédits de trésorerie où les garanties sont généralement accessoires. Ils peuvent revêtir les formes suivantes :²

2.1.2.1. Escompte commerciale

L'escompte est « une opération du crédit par laquelle, le banquier met à la disposition du porteur d'un effet de commerce non échu le montant de cette effet (déduction faite des

¹ <https://www.nexity.fr/guide-immobilier/conseils-achat/financement/credit-relais>, consulté le : 10/07/2021.

² BOUYACOUB F., *Op Cit*, pp.240-241.

intérêts et commissions) contre transfert à son profit de la priorité de la créance et de ses accessoires »¹.

Toutefois, l'escompte peut, également, porter sur des chèques, car bien qu'ils soient payables à une, leur reconnaissance peut nécessiter un délai, surtout si le lieu de leur paiement est éloigné. L'escompte permet aussi au fournisseur détenteur d'un effet de commerce de mobiliser immédiatement sa créance, sans attendre la date du règlement initialement convenue avec son client en cas escomptant l'effet auprès de son banquier.

L'escompte est une opération qui consiste pour le banquier à racheter d'une entreprise les effets de commerce, dont elle est porteuse, avant l'échéance et moyennant le paiement d'agios, l'escompte fait donc intervenir trois parties :²

- L'entreprise bénéficiaire de l'effet, appelée « le cédant ».
- Le débiteur de l'effet, appelé « le cédé ».
- Le banquier, qui est appelé « le cessionnaire ».

Pratiquement, le cédant va remettre l'effet de commerce à sa banque, soit en l'endossant si le nom du bénéficiaire est déjà indiqué, soit en portant son banquier comme bénéficiaire de l'effet. L'opération d'escompte présente quelques caractéristiques, à savoir :

- La compétence des tribunaux de commerce en cas de non- paiement de la traite à l'échéance.
- La procédure juridique ne pourrait, toutefois, être étonnée qu'auprès de l'établissement d'un « protêt faute paiement ».
- Le transfert juridique de la provision est entre les mains de l'endossataire.

L'escompte présente des avantages certains pour la banque, qui sont :³

- C'est une opération du crédit qui est protégée par les dispositions du droit bancaire.
- La banque a la possibilité, sous certaines réserves, de négocier le papier escompté à la Banque Centrale si, elle a des besoins de la trésorerie.
- Uniquement des effets pour les périodes inférieures à 90 jours sont réescomptés.

¹ BOUYACOUB F., « L'entreprise et le financement bancaire », Edition Casbah, Alger, 2000, p.241.

² Luc B-R., *Op Cit*, p.292.

³DESMICHT F., « Pratique de l'activité bancaire », Edition Dunod, Paris, 2004, p.110.

- En escomptant l'effet, le banquier accorde un crédit à son client. Ce crédit ne sera payé qu'à l'échéance par une tierce personne. Par conséquent, le banquier doit s'assurer de la qualité de son client et de celui qui doit payer.

2.1.2.2.L'Affacturation ou le Factoring

L'affacturation est « un contrat par lequel un établissement du crédit spécialisé appelé factor, achète les créances détenues par un fournisseur appelé vendeur sur ses clients appelées acheteurs »¹.

L'affacturation consiste donc en un transfert de créances commerciales de leur titulaire à un factor qui se charge d'en opérer le recouvrement et en garantit la bonne fin, même en cas de défaillance momentanée ou permanente du débiteur. Le factor peut régler par anticipation tout ou partie du montant des créances transférées. L'affacturation est donc à la fois un procédé de recouvrement, une technique de garantie des risques et éventuellement un moyen de financement des créances.

Le contrat a pour objet, moyennant une commission, de décharger l'entreprise des opérations de recouvrement des créances sur ses clients. Il s'agit alors de l'achat ferme des créances de l'entreprise sur ses clients. Au terme de ce contrat, le factor (la banque) sélectionne son adhérent (l'entreprise) en fonction d'un ensemble de critères qui s'ajoute à un grand nombre de conditions propre à chaque adhérent. L'affacturation n'est donc pas une simple mobilisation des commerciales, ce qui rend cette technique onéreuse à l'entreprise qui y fait recours. L'affacturation présente trois avantages principaux :

- C'est un procédé de recouvrement efficace puisque le factor décharge le vendeur du souci de la gestion du poste clients et de l'encaissement des sommes dues.
- C'est une technique de mobilisation du poste clients et ce quel que soit le mode de règlement convenu avec l'acheteur.
- C'est une garantie de bonne fin puisque le factor s'engage à payer au vendeur les factures qu'il a émises. Le risque d'insolvabilité de l'acheteur et le risque de non-paiement à l'échéance sont pris en charge par le factor sauf faute du fournisseur.

¹BENHALIMA A., « Pratique des technique bancaire », Edition Dahlab, Alger, 1997, p.107.

Toutefois, nous noterons que le Factor a le droit d'imposer un plafond de cession de créance à l'adhérent, et se réserve le droit de refuser les factures jugées à risque.

2.1.2.3.L'avance sur marchandise

« L'avance sur marchandises consiste à financer un stock et à appréhender, en contrepartie de ce financement, des marchandises qui sont remises en gage au créancier»¹.

L'avance sur marchandise est une forme de crédit classique pour des entreprises qui nourrissent des stocks important de matières premières ou autres, et qui souffrent d'un manque de trésorerie pour, les revaloriser, ou relancer le cycle de production interrompu ou ralenti en raison d'une insuffisance de moyen financier. Ces marchandises doivent être affectées en gage soit dans les locaux de l'entreprise ou ce qui est plus sûr dans des locaux appartenant à des tiers (dépositaire ou magasin général).

2.1.2.4.Escompte du Warrant

C'est une variété d'avance sur marchandises. Dans ce cas, la marchandise est entreposée dans un magasin général.

Les magasins généraux sont des établissements agréés par l'État dont les entrepôts permettent de recevoir en dépôt et de conserver les biens que leur confient les industriels ou les commerçants. En contrepartie des marchandises déposées, les magasins généraux émettent des titres extraits d'un registre à souche appelés "récépissés-warrants" comportant deux parties dissociables :

- Le récépissé : Ce papier constate le droit de propriété sur la marchandise au profit du porteur ; c'est le titre de propriété.
- Le warrant : Ce titre constate au profit du porteur le droit de gage sur les marchandises entreposées ; c'est le titre de gage.

Lorsqu'une entreprise dépose des marchandises dans un magasin général, elle peut demander à son banquier une avance garantie par les marchandises déposées. Pour obtenir cette avance, l'entreprise endossera le warrant à l'ordre du banquier et s'engage à rembourser la somme empruntée à l'échéance du warrant. Le montant de l'avance doit être inférieur à la valeur des marchandises déposées.

¹ BENHALIMA A., « Pratique des techniques bancaires » Référence à l'Algérie, Editions Dahleb, Alger, 1997.

Si le crédit ne serait pas remboursé à l'échéance, la banque pourrait faire vendre les marchandises et se retourner contre les différents signataires de l'effet pour le reliquat, si le produit de la vente est inférieur au montant prêté¹.

2.1.2.5. Avances Sur Factures

« L'avance sur facture est un crédit par caisse consenti contre remise de factures visées par des administrations ou des entreprises publiques généralement domiciliées aux guichets de la banque prêteuse »².

Elle est une opération qui consiste, pour la banque, à mobiliser le poste clients des entreprises qui travaillent avec les administrations même en absence d'effet de commerce. Face à cette opération, le banquier est tenu de veiller à ce que pour chaque avance d'entreprise présente :

- Un bon de livraison.
- Un bon de commande de l'administration.
- Une facture.

La facture remise pour l'entreprise devra mentionner l'engagement ferme de l'administration de payer de manière irrévocable la dite facture au compte de l'entreprise ouvert sur les titres de la banque qui consent l'avance.

La banque vise par cet engagement, qui est formulé de la manière suivante « le paiement de la présente facture s'effectuera de manière irrévocable pour virement au compte N°... ouvert au nom de l'entreprise Y auprès de la banque X », à désintéresser le client bénéficiaire de l'avance d'intervenir pour un motif quelconque auprès de l'administration pour changer la destination du règlement sans l'accord préalable de la banque. Le montant de l'avance ne dépasse pas généralement 70% du montant de chaque facture.

¹ MERAD T., MENSOURI C., *Op Cit*, p.14.

²BOUYACOUB F., *Op Cit*, p.236.

A. Avantages et inconvénients des avances sur factures¹**a. Avantages des avances sur factures**

- Réduction des manques de trésorerie résultant d'un décalage entre le paiement de factures reçues et l'encaissement des factures émises.
- Paiement rapide des fournisseurs pour pouvoir profiter d'escomptes importants.
- Auto-amortissement puisque l'avance est remboursée par le paiement du client.

b. Inconvénients des avances sur factures

- Coût assez élevé suite à la lourdeur administrative.
- L'exigence d'une assurance-crédit par la banque.
- Coût de la commission de réservation ou de tenue à disposition permanente de la ligne de crédit, qui elle est due dans tous les cas, que le crédit soit utilisé ou non.

2.1.2.6. Avances sur titres

L'avance sur titres est un crédit par caisse qui permet au détenteur de titres de placement (bons de caisse) ou de titres de négociation (action, obligation, ...) d'obtenir auprès de sa banque une avance pour une durée inférieure à celle leur restant à courir et dans la limite des 90 % du montant des titres nantis. La réalisation de l'avance se fait par notification d'une autorisation de découvert et le client ne paie alors les intérêts que sur les sommes effectivement utilisés.

Par ailleurs, le client peut solliciter de son banquier un prêt sur titres, qui consiste à créditer son compte à un certain pourcentage de la valeur des titres remis en gage, et le client paie alors des intérêts sur la totalité de la somme avancée, même si celle-ci est utilisée partiellement.

2.1.2.7. Avance sur marché public

Un marché public « est un contrat passé entre un entrepreneur et une administration publique pour la fourniture de biens ou l'exécution de travaux »². La passation des marchés peut se faire selon trois modes : L'adjudication générale, l'adjudication restreinte et le marché de gré à gré. La réalisation des marchés pose aux entreprises un grand problème de trésorerie, du fait que le règlement des livraisons objet d'un marché n'intervient qu'après service rendu,

¹https://guichet.public.lu/fr/entreprises/financement_aides/financement/croissance/avances-sur-factures.html, consulté le : 10/07/2021.

²BOUYACOUB F., *Op Cit*, p.237.

constaté et avec retard. Ce retard dans le règlement, justifie le recours de ces entreprises aux banques pour trouver le financement nécessaire à leurs besoins.

Comme principale garantie, l'entreprise procède au nantissement du marché en faveur de la banque. Appelé aussi délégation du marché, le nantissement du marché a pour effet de permettre au créancier gagiste (banque) d'encaisser, d'une manière exclusive, les sommes représentatives des créances détenues par le client sur l'administration. Les avances susceptibles sont les suivantes :¹

- **Le crédit de financement** : C'est un financement accordé avant la naissance de droits de paiement pour l'entreprise.
- **Les avances sur créances nées non constatées** : Ce sont des mobilisations de créances relatives à des travaux réalisés par l'entreprise, mais non encore constatés par l'administration. L'avance ne doit pas dépasser 50% du montant de la facture présentée.
- **Les avances sur créances nées constatées** : Ce sont des mobilisations de créances relatives à des travaux effectués et dûment constatées par l'administration. Dans ce cas, la sécurité du banquier est plus grande, l'avance peut atteindre 80% du montant de la facture.

2.2. Les crédits d'exploitation par signature (indirecte)

Les crédits par signature sont connus sous le nom d'engagement par signature. Ce dernier est un prêt de signature de la part du banquier, qui, par sa signature garantit l'engagement de son client envers un tiers. Le banquier n'avance pas de fonds mais il soutient par son propre engagement la confiance qu'inspire son client. Cependant, un engagement par signature peut donner lieu à un décaissement si le débiteur s'avère défaillant à l'échéance. Nous distinguons quatre formes de crédits par signature à savoir :

- L'aval.
- Le crédit par acceptation.
- Les Cautions.
- Crédits documentaire.

¹ BOUYACOUB F., *Op Cit*, p.242.

2.2.1. L'aval

Au terme de l'article 409 du code de commerce, l'aval est défini comme étant :

« Un engagement fourni par un tiers qui se porte garant de payer tout ou partie du montant d'une créance, généralement, un effet de commerce. L'aval peut être donné sur un titre ou sur un acte séparé ».

L'aval résulte d'une signature apposée au recto d'une lettre de change ou d'un billet à ordre, il s'analyse en un cautionnement solidaire soumis, de surcroît aux règles cambiales. Ainsi, l'avaliseur ne peut-il pas apposer l'absence de provision au porteur de bonne foi.

L'aval doit figurer en faveur de qui il est donné. Sinon il est réputé garantir le tireur de la lettre de change.

2.2.2. Le crédit par acceptation

L'acceptation de banque, veut tout simplement dire que la banque accepte à titre de débiteur principal, une lettre de change. Elle perçoit pour ce faire une commission, variable avec le crédit accordé et le risque, et compte sur la provision que lui fournira le tireur pour payer à l'échéance. Ici encore elle n'engage que sa signature et c'est bien un crédit puisque le tireur pourra très facilement escompter une traite acceptée par une banque.

Cette acceptation ne présente au regard d'une acceptation ordinaire d'effets de commerce aucune originalité, mais c'est son contexte économique qui en fait une opération propre.

La lettre peut être tirée par le client de la banque « crédit direct » mais aussi par un tiers à la demande de ce client « crédit indirect » ou « garanti », ce qui implique alors nécessairement un accord préalable du client et de la banque pour autoriser cette intervention d'un tiers¹.

2.2.3. Les cautions

Le cautionnement bancaire est un prêt de signature par lequel le banquier promet d'honorer les engagements à échéance convenue si celui-ci se trouve défaillant. Le paiement qu'effectue le banquier à la place de son client lui prouve une subrogation aux droits du

¹BELLAL D., « Caractéristiques et modalités d'octroi des crédits bancaires », Mémoire de fin d'études en vue de l'obtention du Brevet Supérieur de Banque, 2006, p.26.

créancier. Il existe plusieurs types de cautions bancaires que nous pouvons classer de la manière suivante :¹

- Cautions fiscales.
- Cautions douanières.
- Cautions de marchés.

2.2.3.1. Les cautions fiscales

A. Obligation cautionnée TVA

L'administration fiscale admet que le versement de la TVA soit différé de quelques mois étant donné que la majorité des entreprises accordent des délais de paiement à leurs clients avec toutefois pour condition que ce différé de paiement soit cautionné par une banque. Au cas où l'entreprise serait défaillante, le trésor public se tournerait contre la banque.

B. La caution pour imposition contestée

Tout redevable qui conteste tout ou partie des impôts et taxes qui lui sont réclamés peut-être, par dérogation de l'administration fiscale, autorisé à surseoir aux versements, à condition de fournir une caution bancaire. Cette caution est appelée « caution pour imposition contentieuse ».

2.2.3.2. Les cautions douanières

A. Les obligations cautionnée douane

Cette forme de caution permet aux entreprises de retarder jusqu'à 4 mois le paiement des droits de douane qui est en principe exigible à 15 ou à 30 jours. L'administration des douanes admet que ces droits soient acquittés au moyen d'obligations cautionnées accordant ainsi un délai de paiement garanti par la banque. Dans la pratique, une obligation cautionnée se matérialise sous la forme d'un billet à ordre établi par la Direction des Douanes et avalisé par la banque.

¹ BELLAL D., « Caractéristiques et modalités d'octroi des crédits bancaires », Mémoire de fin d'études en vue de l'obtention du Brevet Supérieur de Banque, 2006, pp.30-31.

B. La soumission de crédit à l'enlèvement

La liquidation des droits de douane est souvent une procédure assez longue. L'administration des douanes peut permettre aux importateurs de prendre possession des marchandises, après leur vérification mais avant liquidation et paiement des droits de douane. En contrepartie, les importateurs doivent fournir une caution bancaire garantissant le paiement desdits droits quand ils deviendront exigibles. Cette caution est appelée « caution d'enlèvement ».

C. La caution d'admission temporaire

Les marchandises et les équipements qui sont importés en vue d'une réexportation le sont en suspension de droits de douane, dans la mesure où ils sont effectivement réexportés. Pour ce type d'importation, les douanes exigent une caution d'admission temporaire. Cette caution garantit le paiement des droits si la réexportation n'est pas effectuée.

D. La caution d'exportation temporaire

Elle permet au client de la banque d'exporter des produits avec l'engagement de les réimporter après la réalisation de prestations à l'étranger. Cette caution est utilisée par exemple pour exporter des équipements en vue de leur répartition.

E. La caution d'entrepôt fictif

Cette caution est exigée lorsque les marchandises non encore dédouanées sont appelées à être emmagasinée dans des entrepôts qui ne sont pas gérés par les douanes. Ces entrepôts, qui appartiennent en générale à des privés, sont appelés « entrepôts fictifs ».

La caution ainsi exigée servira à couvrir :

- La conservation des marchandises et leur gardiennage.
- Le paiement des droits et des pénalités qui seront exigées si les marchandises sont livrées à la consommation sans être dédouané.

F. La soumission contentieuse

C'est une caution délivrée à un client en litige avec les services des douanes, suite à une fausse déclaration sur des marchandises importées. Le client s'engage à s'en remettre à la décision de l'administration et cet engagement est cautionné par la banque.

2.2.3.3. Les cautions de marché**A. Les cautions délivrées dans le cadre de marché public**

Dans ce domaine particulier d'engagement par signature. L'état n'intervient plus comme créancier fiscale, mais comme fournisseur de travaux ou demandeur de services, au travers de marchés que l'administration passe avec l'entreprise.

La caution bancaire permet alors d'obtenir des avances ou des acomptes sur marchés. Elle garantit à l'administration publique la restitution de ces avances ou acomptes dans le cas d'inexécution du marché par le client cautionné ou bien de résiliation de contrat.

Le banquier subordonne la délivrance d'une telle caution à une excellente connaissance de la situation financière du client et à une juste estimation de ses capacités techniques et aptitudes à mener à terme le marché. La durée de la caution est tributaire du délai fixé pour l'exécution du marché et de la date de réception définitive. C'est le procès-verbal de réception définitive qui porte automatiquement libération de la caution.

B. Caution d'adjudication

Cette caution permet à l'entreprise de participer à une adjudication de marché. La délivrance d'une telle caution amène généralement la banque à consentir d'autres caution de marché telle : la caution de bonne exécution, si l'entreprise est retenue pour le marché. Dès qu'elle est saisie d'une demande de caution d'adjudication, la banque doit envisager le financement de l'ensemble du marché. Elle doit déjà apprécier la solvabilité de l'entreprise et s'assurer que celle-ci dispose de tous les moyens techniques, matériels et humains pour la réalisation du marché.

C. Caution de restitution d'acompte

Dans le cadre d'un marché toujours, la caution d'acompte permet à l'entreprise de percevoir des acomptes selon les conditions propres au marché considéré.

D. Caution de bonne exécution

Cette caution a pour but de garantir la bonne exécution du marché, elle est destinée à assurer le recouvrement par l'administration des sommes dont le client serait éventuellement redevable en cas de malfaçons ou de réfection. La validité de cette caution cours jusqu'à

réception définitive du marché (en générale un an après la réception définitive), quant a son montant, il est de 3 à 5% du montant du marché augmenté des avenants éventuels.

E. Caution de dispense de retenue de garantie

Les marchés prévoient en général qu'à titre de garantie un certain pourcentage du contrat ne soit versé qu'après la réception définitive des travaux. Pour ne pas grever sa trésorerie l'entreprise demander à sa banque de se porter caution à hauteur du montant de la retenue de garantie. La durée d'un tel engagement, si elle n'est pas fixée dans le texte du marché et réduite à 1 an.

2.2.4. Le crédit documentaire

Le crédit documentaire est un engagement par signature qui joue, à la fois, le rôle d'instrument de crédit et celui de moyen de paiement garanti dans les transactions internationales. Ce type de crédit sera développé dans le chapitre : Financement du commerce international. A travers ce chapitre, nous avons essayé de présenter les principaux crédits d'exploitation que peut proposer la banque à sa clientèle. Nous rappelons que ces crédits sont destinés à financer le bas du bilan de l'entreprise.

CONCLUSION

A la fin de ce chapitre, il apparaît clairement que la banque occupe une place importante et privilégiée dans une économie donnée, et cela grâce à ses nombreuses fonctions, notamment le financement des investissements, qui reste indispensables, quant à la réalisation d'un développement économique et d'une stabilité financière. Cela passe par l'octroi des crédits qui sont de différentes formes et caractéristiques, mais aussi ces crédits contiennent des risques que la banque doit prendre en considération et mettre des mesures de précaution pour se couvrir contre ces risques.

Les différents crédits d'exploitation qu'ils soient direct (les crédits par caisse) ou indirecte (les crédits par signature) permettent de réaliser l'optimisation de la gestion de l'activité des entreprises contractantes, et ce, à travers l'accélération de leurs rentrées de fonds ainsi que le non recours au décaissement en espèce, tout en sachant que l'accord de l'un des crédits déjà cités est conditionné par la nature de l'entreprise emprunteuse, sa situation de par sa clientèle, la durée du crédit demandé,... Après, une étude des plus minutieuses.

Dans l'exercice de son activité habituelle, le banquier est confronté à différents risques d'origine diverses, les établissements bancaires sont donc dans l'obligation de prendre des sécurités pour garantir les engagements. En effet, les risques liés aux crédits sont nombreux et la situation de l'emprunteur peut rapidement se dégrader. La banque n'est jamais totalement sûre de récupérer l'intégralité de son investissement. C'est cette incertitude constante qui fait peur aux banques, l'anticipation par l'analyse en amont des risques permet de combler une partie de cet avenir incertain et de sécuriser l'activité de crédit.

Cela dit, le banquier pourra s'en prémunir en se basant sur une multitude de moyens qui lui permettent de détecter tout dérapage et de prendre les mesures efficaces à temps, en plus d'assurer les crédits octroyés au travers des prises de garanties. Cependant, les garanties exigées par le banquier doivent être raisonnables et en concordance avec le type et le montant des crédits devant être octroyés.

Chapitre 2

*La relation banque-entreprise et
l'accompagnement bancaire*

INTRODUCTION

Par la place et le rôle qu'elles ont dans l'économie, les banques et les entreprises sont amenées à se rencontrer. Le principal aspect de leurs relations est l'échange financier. De manière concrète, la banque et les entreprises sont d'abord des partenaires financiers. Les relations banques-entreprise sont l'objet de nombreuses analyses, réactions et discours. Ces relations revêtent une importance d'autant plus grande qu'elles mettent en présence deux partenaires d'un poids économique non négligeable et qui traversent une période en mutation.

La problématique des relations banques-entreprises s'est posée et se pose toujours. D'ailleurs, ces rapports font et feront l'objet de plusieurs débats et tables rondes, mettant l'accent sur l'importance de l'une pour l'autre et les exigences de l'une sur l'autre. En effet, les banques elles même sont des entreprises commerciales, elles manquent d'emplois de leurs fonds, elles ont besoin de clients emprunteurs, car les intérêts de leurs prêts constituent leur propre chiffre d'affaire : petit client deviendra grand. Outre, les fonctions classiques qu'elles continuent de jouer : Collecte de l'épargne et distributions des crédits aux entreprises qui souffrent d'insuffisance du fonds propre, ce qui entraîne une dépendance financière du système productif au système bancaire. Les banques interviennent désormais dans le processus de production lui-même, soit directement par la prise de participation, soit indirectement par l'orientation de l'entreprise et l'assistance en management, conseil, suivie et information.

Ainsi, le présent chapitre dont l'objet consiste à illustrer le concept de partenariat qui existe entre les banques et les entreprises et le concept d'accompagnement bancaire en matière de suivi, d'orientation et de conseil, est organisé en deux sections. Dans la première section nous présentons une approche globale sur la relation banques-entreprises. La deuxième section quant à elle, sera consacrée à l'analyse du concept de financement relationnel bancaire et d'accompagnement bancaire.

Autrement dit, nous aborderons dans ce chapitre les sections suivantes :

SECTION 1 : Approche globale sur la relation banque-entreprise.

SECTION 2 : Le financement relationnel bancaire et accompagnement bancaire des entreprises.

SECTION 1 : Approche globale sur la relation banque-entreprise.

L'existence à la fois d'un processus de financement direct, qui relie les prêteurs et les emprunteurs sur le marché de capitaux et d'un processus indirect, caractérisé par la relation de financement intermédié, soulève la problématique traitant la justification de l'existence et du rôle des banques dans le financement des entreprises. Néanmoins, l'intérêt de la relation banque-entreprise s'inscrit dans un débat plus large que celui de l'existence des banques elles-mêmes.

La relation entre la banque et l'entreprise s'établit sur la base d'un ensemble d'opérations et de liens plus au moins standardisées. L'objectif est de construire un flux informationnel en vue d'associer deux principales notions : la confiance et le temps. L'une des plus importantes facettes de relation banque-entreprise est le contrat de prêt. Cet engagement permet de croiser les intérêts distincts des deux parties contractantes. D'une part, le banquier qui s'intéresse à la rentabilité et à la solvabilité de l'entreprise et d'autre part, l'entreprise qui cherche à rentabiliser les fonds empruntés.

Il y a lieu alors de définir les principales mesures permettant d'évaluer la force de la relation banque-entreprise, ainsi que les mesures permettant aux deux parties de la maintenir et de la pérenniser. Pour ce faire, nous présentons d'abord un aperçu sur la relation banque-entreprise. Par la suite, nous détaillons, les mesures de force de cette relation, ses déterminants transactionnels et ceux qui garantissent son maintien. Enfin, nous aborderons l'asymétrie informationnelle telle que supporté par la banque et par l'entreprise cliente, et le rôle prépondérant de la relation client.

1. Aperçu générale sur la relation banque-entreprise

Les premiers travaux sur la relation banque-entreprise ont été initiés au début des années cinquante, à ce titre il y a lieu de retenir plusieurs auteurs qui ont travaillé sur le sujets notamment : ROOSA, HODGMAN, KANE et MALKIEL, OKUN, LELAND et PYLE, CAMPBELL et KRACAW, BINKS et ENNEW, LEHMANN et NEUBERGER et DIAMOND.¹

Dans un environnement marqué par le rationnement de crédit. L'entretien d'une bonne relation avec la banque a été considéré comme un facteur assurant la disponibilité des crédits

¹ BAHA R., LEVY A., « Les déterminants de la relation banque-entreprise dans le cadre d'un contrat de prêt : une revue de la littérature », revue innovation, Volume:09. / N°: 01, 2019, p.584.

pour l'entreprise (Roosa, 1951). Par la suite, les travaux de recherche s'intéressaient particulièrement à l'existence d'une interaction entre la banque et ses clients. La relation de dépôt semblait constituer une base de déploiement de la relation bancaire. Dans ce cas, la banque offre des crédits, avec des conditions avantageuses, qu'aux clients avec lesquels elle a déjà entretenu une relation, c'est-à-dire à ses déposants (Hodgman, 1961, 1963) ou à ses anciens emprunteurs (Kane et Malkiel, 1965). En outre, la banque et l'entreprise préfèrent maintenir une relation durable plutôt que de maximiser des profits instantanés (Okun, 1981). Toutefois, certaines études ont abouti à des résultats tout à fait contradictoires. La relation banque-entreprise peut s'établir indépendamment de l'existence d'une relation préalable de dépôt (Wood, 1975).

À ce stade, la contribution de ces différentes approches demeure limitée. Le développement de l'économie de l'information et de la théorie de l'agence va permettre, par la suite, de mener des analyses plus pertinentes de la relation banque-entreprise en intégrant des aspects informationnels. D'abord, l'établissement d'une relation banque-entreprise est révélateur de conflits d'intérêts entre les deux parties (Leland et Pyle, 1977 ; Campbell et Kracaw, 1980 et Diamond, 1991). Une solution à ce conflit serait l'établissement d'une relation plutôt participative qui serait bénéfique pour les deux parties contractantes (Binks et Ennew, 1997). Par la suite, les décisions de rationnement et d'octroi de crédits demeurent, pour le banquier, tributaires de la qualité des informations fournies par ses relations. À ce stade, le rationnement de crédit, dont souffrent plusieurs entreprises, n'est qu'un résultat inévitable du contexte informationnel opaque qui les caractérise (Binks et Ennew, 1992). L'intensité de la relation banque-entreprise permet alors de créer un climat de confiance entre les deux parties et peut sensiblement réduire les problèmes pouvant affecter la décision de l'octroi de crédits (Lehmann et Neuberger, 2002).

2. Typologies de la relation banque-entreprises

La majorité des relations banque-entreprise mises en exergue par la littérature sont établies à partir de deux approches :¹ le relationnel et la dépendance.

¹ MBIDA J-C., « Relation banque-entreprise : Vers une meilleure analyse des fondements par des variables explicatives », *Revue Internationale des Sciences de Gestion*, ISSN : 2665-7473 Volume 3 : Numéro 4, 2020, pp.357-358.

Dans ce contexte, plusieurs auteurs tels que : MACNEIL, DWYER et AL, WANG et WEI, PFEFFER et SALANCIK, KUMAR et AL, ANDERSON et WEITZ, MCDONALD, PROVAN et GASSENHEIMER, CANIËLS et GELDERMAN, GEYSKENS et AL., se sont prononcé sur le sujet.¹

Selon MacNeil (1978), la typologie basée sur le relationnel s'inscrit dans la théorie de l'échange. En effet cette démarche privilégie des interactions et s'oppose à la logique transactionnelle. Ainsi, elles se construisent à partir des attentes mutuelles et du degré d'implication de chacun des acteurs suivant un canevas au cours duquel des normes relationnelles se développent. Cet auteur s'attache à montrer que cette relation banque-entreprise repose sur la durée mais aussi, sur les codes de conduite qui se construisent au cours de l'échange et qui agissent en tant que mécanismes de gouvernance.

Dans la même veine, Dwyer et al. (1987) mettent en évidence les caractéristiques des relations banque-entreprise et l'institution du mariage en intégrant la confiance mutuelle. Wang et Wei (2007) révèlent que l'échange relationnel qui s'inscrit sur le long terme se caractérise par la réduction des comportements opportunistes des deux acteurs.

Plusieurs travaux appréhendent la relation banque-entreprise comme une relation de dépendance car aucun des acteurs ne saurait se développer en autarcie. Pfeffer et Salancik (1978) relèvent que chaque acteur de la relation détient un pouvoir. C'est-à-dire la possibilité d'agir de manière zélée. En outre, la théorie de la dépendance des ressources se focalise sur l'importance des variables explicatives dans l'analyse du processus de décision des acteurs. Elle montre que les entreprises étant dans l'incapacité de s'autofinancer sollicitent la banque pour répondre à leurs besoins.

Cependant dans la relation banque-entreprise, il est nécessaire de ressortir les configurations de la relation symétrique à celle d'asymétrique. Dans la même lancée, Buchanan (1992) montre que dans la relation symétrique, le niveau de considération entre les deux acteurs est comparable. Par contre, Kumar et al. (1996) soulignent que la relation asymétrique se définit par des considérations distinctes.

Par ailleurs, certains auteurs (Anderson et Weitz, 1989 ; McDonald, 1999) relèvent que la relation banque-entreprise pourrait entraîner des partenariats contreproductifs moins coopératifs et plus conflictuels en raison des tentatives d'abus de l'un ou de l'autre. Pour les

¹ MBIDA J-C., *Op Cit*, pp.357-358

travaux de Provan et Gassenheimer (1994), une relation asymétrique ne conduit pas nécessairement à un mauvais échange des acteurs. Pour Maque (2007), le vocabulaire qui traduit le plus cette relation est : « méfiance, crainte et risque ». Par contre, Caniëls et Gelderman (2007) soulignent qu'elle peut aussi favoriser une meilleure coordination des échanges sans nuire au fort engagement des deux acteurs dans la relation.

Ainsi Geyskens et al. (1996) expliquent qu'une relation banque-entreprise intense entraîne une forte coopération qui s'inscrit dans le long terme et basée sur une satisfaction mutuelle et où les deux acteurs sont également investis. Ainsi, les typologies proposées nécessitent des stratégies de gouvernance qu'il convient de mettre en évidence.

3. Les déterminants de la relation banque-entreprise

De nombreux auteurs GILLE, REVAUD DANSET, ALLEN GALE, ont souligné que la qualité d'expertise de la banque résidait dans la relation qu'elle entretenait avec sa clientèle et donc dans le savoir spécifique qu'elle retirait. A cet effet, plusieurs travaux empiriques ont relevé l'importance qu'a la relation banque-entreprise lors du processus d'octroi de crédit.

Nous présentons tour à tour les déterminants de cette relation comme suit :¹

3.1. Les mesures de force de la relation banque-entreprise

La relation bancaire peut être mesurée et approchée par plusieurs variables, les réputées dans la littérature sont : la capacité d'acquérir un avantage informationnel, l'étendue, et l'exclusivité de la relation.

3.1.1. La capacité d'acquérir un avantage informationnel

La supériorité de la banque comme intermédiaire financier repose sur sa capacité d'établir des relations avec ses clients, notamment dans un contexte informationnel opaque. La théorie bancaire souligne que la relation de long terme permet de réduire les inefficiences associées aux imperfections informationnelles entre prêteurs et emprunteurs (Eber, 2016). La relation de crédit est considérée comme l'un des moyens les plus efficaces (Berger et Udell, 2002).

Dans un premier temps, cette relation offre à la banque l'avantage de collecter et d'accumuler des informations *soft* et *hard*¹ lui permettant de se renseigner sur la rentabilité et

¹ BAHA R., LEVY A., « Les déterminants de la relation banque-entreprise dans le cadre d'un contrat de prêt : une revue de la littérature », revue innovation, Volume :09. / N° : 01 (2019), pp.585-595.

la solvabilité de ses emprunteurs et ainsi d'avoir une flexibilité quant à l'élaboration et à la mise en application des contrats de prêts (Ongena et Smith, 2001). Par la suite, la qualité des informations collectées peut influencer la décision de l'octroi et les termes des nouveaux contrats de crédits. Ces derniers se basent sur l'information hard, mais varient également selon l'accumulation de l'information soft.

Dans un second temps, le coût de la collecte des informations soft et hard, pourrait être revu à la baisse suite à la réitération de la relation dans le temps et à la réduction des coûts de surveillance (monitoring) appliqués par la banque. Cette dernière bénéficie alors des économies d'échelle dans la collecte et le traitement des informations sur leurs clients (Diamond, 1984, 1991). Ces mêmes informations peuvent être réutilisées pour évaluer leurs nouvelles demandes des prêts (Chan et *al.*, 1986). De ce fait, la durée de la relation se manifeste par une éventuelle réduction significative des taux d'intérêt, notamment pour les nouveaux prêts octroyés par la banque à ses anciennes relations (Manoj et Edmister, 1999).

Toutefois, cet avantage informationnel ne permet pas, dans certains cas, de réduire les coûts de financement. La banque, par un comportement opportuniste, profite des informations confiées par certains emprunteurs pour leur facturer, par la suite, des taux d'intérêt supérieurs à la moyenne des taux disponibles sur le marché. Ce phénomène est expliqué par le fait que l'information *privée* n'est toujours pas en faveur de l'entreprise. Elle peut donner un *signal négatif* pouvant affecter sa bonne réputation précédemment construite (Greenbaum et *al.*, 1989). Harhoff et Körting (1998), puis Lehmann et Neuberger (2002) ont confirmé, cet impact significatif de la confiance découlant de la relation banque-entreprise sur les conditions de crédits ainsi que sur le niveau des risques que pourrait assumer le banquier.

Par ailleurs, les résultats de certaines études ont trouvé une neutralité de la relation banque-entreprise sur le taux d'intérêt. Cela est expliqué par le fait que les coûts de collecte d'informations ne diminuent pas suite à l'intensification des interactions entre l'entreprise et la banque (Petersen et Rajan, 1994).

¹ L'information dite *soft* est une donnée qualitative ayant un caractère subjectif et soumise à l'appréciation du collecteur. Elle est, généralement, collectée et utilisée par une seule personne qui est censée être en relation directe avec l'entreprise tout au long de la période de la relation. L'information dite *hard* est une donnée quantitative, ayant un caractère objectif, elle a souvent un caractère numérique : agrégats financiers et indices de rentabilité.

3.1.2. L'étendue de la relation

L'un des plus importants indicateurs mesurant la force et le degré de l'intensité du lien entre la banque et l'entreprise est la durée de la relation. Les différentes études traitant cet indicateur ont montré l'importance de son rôle, mais en aboutissant à des divergences concernant la durée moyenne de la relation bancaire d'un pays à l'autre. Cet indicateur permet également de mesurer l'intensité de la relation bancaire en se basant sur les prestations de services fournies par la banque et utilisées par l'entreprise (Ongena et Smith, 2000). En effet, le flux informationnel collecté à travers les mouvements des comptes bancaires permet à la banque de mieux contrôler les emprunteurs (Rajan, 1998).

Bien que certaines études joignent l'idée que le caractère privé des services et des produits bancaires mis à la disposition des clients permet de renforcer la relation bancaire, d'autres ont conclu que le nombre de ces services ne permet pas d'appréhender totalement cette relation (Berger et *al.*, 1993).

La durée de la relation bancaire est également considérée comme un facteur favorable à la disponibilité du crédit dans la mesure où la répétition des relations de prêt donne à la banque une meilleure information sur la capacité et la volonté de remboursement de l'entreprise. D'une part, une bonne relation pouvait réduire la probabilité d'un rationnement de crédit (De Bodt et *al.*, 2002). De ce fait, l'entreprise aura un accès plus facile au crédit et sera moins rationnée lorsqu'elle est déjà engagée dans une relation de long terme avec la banque. Cette dernière peut identifier et contrôler le comportement de l'entreprise à travers ses comptes de dépôt. D'autre part, la banque n'octroie d'importants crédits qu'aux entreprises jugées crédibles. Cela étant considéré comme un signal positif pouvant rassurer d'autres prêteurs et témoigner sur la santé financière de l'entreprise.

3.1.3. La multibancarité

Le choix de la banque est également une décision importante pour déterminer les conditions de financement.

La monobancarité peut s'avérer le choix optimal en termes de coûts d'intermédiation, mais tout en présentant certains inconvénients dans la durée. Pratique et simple, cette situation pourrait être ingérable et critique en cas de difficultés financières. Si la relation est interrompue d'un seul coup, l'entreprise se verra privée de toute marge de manœuvre, car le

banquier, par mesure de prudence, refuse toute relation d'affaires avec une entreprise qui rencontre des difficultés financières.

Pour le banquier, la relation exclusive lui permet de disposer des flux informationnels privilégiés, mais, elle pourra par la suite, l'inciter à développer un comportement opportuniste envers ses clients, même les plus rentables, et ce, par leur imposer un taux d'intérêt plus important que celui proposé par les concurrents dans le cas où ces derniers bénéficieraient du même niveau d'information (Von Thadden, 1995).

Pour pallier ce problème, l'entreprise peut opter pour la multibancarité. Elle sera alors incitée à maintenir des relations permanentes avec plusieurs banques, qui bénéficieraient, chacune d'entre elles, d'un niveau d'information suffisant pour stimuler la concurrence. Le nombre de ces banques dépend aussi bien des caractéristiques de l'entreprise (taille, complexité des activités et de l'organisation, besoins en financement...etc.) que celles des banques (implantation territoriale, vocation et spécialisation...etc.) (Berger et al, 2008). Pour les PME, deux ou trois banques sont largement suffisantes (Ongena et Smith, 2001). Les grandes entreprises, ayant des projets de longues durées et profitables, sont plutôt incitées à multiplier leurs relations bancaires, même si cela pourrait accroître les coûts de transaction (De Bodt et al., 2005).

Par ailleurs, le nombre de relations bancaires permet, également, de renseigner sur la qualité de l'entreprise. Une entreprise de bonne qualité peut entretenir peu de relations bancaires, car elle n'aura pas de problème pour se refinancer auprès de son prêteur principal, détenteur de l'information *privée* (Petersen et Rajan, 1994). Par contre, une entreprise de mauvaise qualité ou même qui anticipe une détérioration de sa performance future, a tendance à s'adresser à plusieurs banques en leur diluant l'information *privée* pour échapper au contrôle strict pouvant être exercé par sa banque principale (Refait, 2003). À noter enfin que certaines banques évitent d'octroyer des crédits à des entreprises ayant de multiples sources de financement, car elles trouvent des difficultés à obtenir cette information *privée* (Cole, 1998).

Il faut préciser que dans certains cas particuliers, la multibancarité pourrait même restreindre l'accès aux crédits pour le cas d'une entreprise profitable passant par une conjoncture momentanément défavorable. En effet, si dans la durée une banque est en mesure d'extraire une rente de monopole de sa relation avec une entreprise profitable, elle tiendra à l'aider. En revanche, en cas de multibancarité, la capacité de la banque à recueillir des informations et à contrôler l'entreprise sera réduite suite à la dilution de l'information et

l'assouplissement de la surveillance des banques (Foglia et *al.*, 1998). La banque ne bénéficie plus d'une rente de monopole et sera donc moins disposée à soutenir l'entreprise.

Pour conclure, la majorité des travaux mesurent la relation bancaire en se basant sur les trois éléments présentés. Certaines critiques viennent contre ce courant d'idées. Une relation de longue durée, étendue et exclusive n'est pas nécessairement une importante relation. Les interactions peu fréquentes, même si elles sont exclusives, ne donnent pas forcément naissance à une vraie relation bancaire (Bodenhorn, 2003).

3.2. Les déterminants transactionnels de la relation

Une large revue de la littérature sur l'approche transactionnelle a permis de mettre en évidence l'incertitude de l'environnement, les coûts de transfert *et la* dépendance vis-à-vis de la banque, comme facteurs expliquant la volonté d'une entreprise de faire perdurer sa relation avec sa banque principale. Ces déterminants sont dits transactionnels, car issus des principaux champs théoriques du paradigme transactionnel.

3.2.1. L'incertitude de l'environnement

L'analyse de l'environnement est considérée, par l'approche transactionnelle, comme étant un aspect central dans l'analyse des relations interentreprises. L'incertitude est le degré auquel un individu ou une organisation ne peut anticiper ou prévoir précisément son environnement (Ganesan, 1994). C'est alors le résultat d'un environnement complexe, dynamique, et même volatile.

L'incertitude, la turbulence, l'hétérogénéité et le dynamisme de l'environnement désignent le même phénomène, et ce, en mettant en évidence les changements permanents liés aux évolutions technologiques et à la diversité qui peut influencer les stratégies et les performances des entreprises qui sont dans l'incapacité de prévoir les événements futurs (Miller et Friesen, 1983).

Deux dimensions sont liées à l'incertitude de l'environnement : la volatilité et la diversité. Ces dimensions ont un fort impact sur le processus de la prise de décision.

La volatilité de l'environnement se réfère à la rapidité avec laquelle les conditions de marché varient. Une volatilité élevée reflète les changements rapides des conjonctures et l'impossibilité de prévoir les futures tendances des marchés. Dans de telles conditions, il devient coûteux de rédiger des contrats complets reliant les deux parties. Pour éviter tout

comportement opportuniste de la part des banques qui peut lui coûter une décision défavorable de crédit ou un rationnement, l'entreprise a intérêt à développer des relations de long terme qui lui offrent plus de flexibilité et d'adaptabilité aux conditions de l'environnement. Par ailleurs, le maintien d'une relation à long terme n'est pas adapté à certaines situations d'incertitude qui nécessitent des ajustements fréquents surtout si les perturbations se succèdent et que l'environnement est instable (Williamson, 1991).

3.2.2. Les coûts de transfert

Lorsque la banque et l'entreprise s'engagent dans une relation, chacune des deux parties procède à des adaptations aux requêtes de l'autre. Un sentiment de confort relationnel peut en découler. La rupture de la relation ou le changement de partenaire entraîne des coûts supplémentaires pour l'entreprise, appelés coûts de transfert ou également coûts de mobilité. Les coûts de transfert représentent les coûts monétaires supportés par une entreprise en cas de modification de sa relation d'échange (Lavastre, 2002), de changement d'un prestataire ainsi que le temps et l'effort psychologique effectués pour faire face à l'incertitude liée au traitement avec un nouveau prestataire de service (Jackson, 1985).

Dans la littérature, les coûts de transfert pour l'entreprise sont évalués à travers les investissements en actifs spécifiques. Plus ces derniers sont importants, plus les acteurs engagés dans la relation tenteront de la préserver et de la maintenir. Face au risque latent de la présence des investissements spécifiques¹, l'entreprise considère que le fait d'entretenir des relations stables à long terme procure plus d'avantages que d'inconvénients. Toutefois, ces coûts peuvent être considérés comme une source de dépendance obligatoire. Les partenaires se voient alors forcés de maintenir la relation, ce qui peut constituer, par la suite, une éventuelle source de conflit. La rupture de la relation entraîne donc une perte de tous les avantages, notamment le capital informationnel et relationnel acquis tout au long de la relation (Guibert et Fenneteau, 1997).

Les coûts de transfert auront tendance à augmenter avec la durée de la relation. De ce fait, en cas de rupture de la relation, l'anticipation de coûts de transfert élevés incite les entreprises à réduire le nombre de sources alternatives et à stabiliser leurs relations (Morgan et Hunt, 1994). De plus, l'importance des coûts additionnels requis pour mettre fin à la relation

¹ La notion des *investissements spécifiques* a été évoquée par Williamson (1991). Il peut s'agir d'actifs physiques comme l'achat (contraint par le fournisseur) de produits et services accessoires, mais également d'actifs humains comme la formation de personnes, l'expérience, l'apprentissage et les relations personnelles.

actuelle avec la banque et en amorcer une nouvelle, augmente la dépendance de l'entreprise et stimule sa volonté de maintenir la relation actuelle.

3.2.3. La dépendance

Le désir d'une entreprise d'acquérir les ressources nécessaires à son développement entraîne le déploiement de relations de dépendance avec d'autres organisations, les banques en particulier. Cette dépendance reflète le besoin d'une entreprise d'entretenir une relation pour atteindre des objectifs spécifiques (Ganesan, 1994).

La dépendance est aussi fonction du poids et de l'importance des ressources injectées par la banque dans l'activité de l'entreprise. Elle se développe dès lors que les deux parties effectuent des investissements spécifiques. La taille de l'entreprise peut également avoir un impact sur la relation bancaire. Si les grandes entreprises ont un pouvoir et un contrôle sur les activités des banques grâce à l'expertise et la forte position économique et financière dont elles disposent, PME sont incapables d'exercer une telle influence sur leurs banques (Andaleeb, 1995).

A cet effet, les relations de long terme sont susceptibles de générer deux situations contradictoires. Dans la première, l'investissement dans une relation à long terme rend une entreprise encore plus dépendante. Il en résulte un déséquilibre de pouvoir qui peut nuire au développement de relations durables. Dans la seconde, le déséquilibre du pouvoir ne nuit pas forcément à l'établissement de la relation de long terme. Les deux partis établissent des relations durables même quand la dépendance est asymétrique, à condition que la partie dépendante ne doive pas se sentir lésée par la partie dominante. Dans certains cas, lorsque cette dépendance asymétrique mène à des situations conflictuelles, elle sera neutralisée par une augmentation de l'interdépendance totale (Kumar et *al.*, 1995). Ces inférences utiles fournissent une justification à la partie faible pour chercher une relation de long terme (Abbad, 2007).

Généralement, l'entreprise peut même développer une relation d'interdépendance mutuelle dont le niveau est en fonction de certains facteurs comme coopération/conflict, confiance/crédibilité et satisfaction/insatisfaction (Ricard et *al.*, 2003). En revanche, le manque de confiance, le contexte informationnel opaque et le comportement opportuniste, sont susceptibles de créer des conflits dans la relation banque-entreprise et peuvent affecter le bon climat existant.

3.3. Les déterminants du maintien de la relation

Une fois la relation est établie, les deux parties contractantes doivent veiller au maintien de sa stabilité, et ce, en identifiant les déterminants permettant une gestion relationnelle interactive. Une large revue de la littérature sur les échanges nous a permis de classer les déterminants du maintien de la relation en deux grandes familles d'approches, qu'on suppose qu'elles sont plutôt complémentaires qu'antagonistes. Il s'agit bien de l'approche transactionnelle et l'approche relationnelle.

Trois déterminants peuvent être considérés comme communs pour la littérature du marketing relationnel : la confiance, les relations interpersonnelles et la satisfaction des expériences précédentes.

3.3.1. La confiance

Malgré sa complexité, la confiance est au cœur des problématiques des relations interentreprises. Elle est considérée comme un construit polysémique dont la définition dépend du contexte dans lequel elle est étudiée (Guibert, 1999). La confiance est considérée comme un facteur critique dans le développement de toute relation entre une banque et l'entreprise (Berry, 1995). C'est aussi la seule variable permettant d'expliquer le comportement des organisations (Dwyer et al, 1987).

La relation de confiance existe lorsqu'une partie croit en la fiabilité et l'intégrité de son partenaire dans l'échange (Morgan et Hunt, 1994). De ce fait, nous considérons que l'intention comportementale et le comportement sont des conséquences plutôt qu'une partie intégrante de la conceptualisation de la confiance.

La confiance est donc une anticipation sur le fait que les attentes des partenaires ne seront pas déçues. C'est une probabilité qu'une partie n'abusera pas de l'autre et qu'elle entreprendra des actions désirables pour la relation (Donada et Nogatchewsky, 2007). D'une part, cette dimension de la confiance reflète parfaitement le cas de la relation bancaire où l'entreprise est amenée à faire des concessions en renonçant à des gains actuels pour des bénéfices futurs. En contrepartie, l'entreprise attend que la banque respecte ses promesses concernant le développement de son activité et qu'elle n'exploite pas sa vulnérabilité par l'adoption d'un comportement opportuniste relevant de son pouvoir comme prêteur et monitor. D'une part, si l'entreprise estime pouvoir faire confiance à la banque, elle résout la question de l'incertitude en créant un contexte informationnel plus claire et en s'engageant à

réaliser ses objectifs promis. Dans ce cas, les conséquences de la confiance se traduisent par l'existence d'un engagement mutuel entre les deux parties contractantes. Les acteurs peuvent alors s'engager, de manière plus ou moins tacite, dans un jeu de relations qui échappent largement à toute prédéfinition explicitée par une hiérarchie.

3.3.2. Les relations interpersonnelles

Si la relation de crédit est un lien professionnel pour certaines entreprises, il n'en demeure pas moins qu'il faut avoir le banquier comme un allié pouvant faire confiance à la viabilité économique de l'entreprise. Or, cette relation personnelle avec le banquier n'est pas une donnée, mais elle se construit. Quand le banquier et l'entreprise se connaissent depuis longtemps, une véritable relation personnelle de confiance se bâtit. Dans ce cas, la prise de décision ne sera pas uniquement basée sur l'information *hard*, mais entachée d'une complaisance personnelle.

Dans le cadre de la relation banque-entreprise, le banquier jouit généralement d'un statut social privilégié. Les liens qu'il tisse avec l'entreprise peuvent aller de l'assistance, du conseil technique et économique aux relations interpersonnelles cordiales. En effet, compte tenu de l'enjeu financier que le banquier représente pour l'entreprise, il ne peut être seulement un interlocuteur financier, mais aussi un partenaire qui partage les mêmes activités extra-professionnelles et appartient à la même communauté de l'entreprise. Cette proximité relationnelle crée, en retour, un climat de confiance qui permet à l'entreprise de compter sur le soutien de son banquier en cas de difficultés financières.

D'un côté, il est dans l'intérêt de la banque de voir l'entreprise avec laquelle elle fait affaire réussir. Or, il est tout à fait possible que l'entreprise soit confrontée à des conjonctures périodiques défavorables. Étant son partenaire, le banquier est particulièrement prudent et protège ses capitaux, et ce, en gérant cette conjoncture notamment dans un contexte informationnel opaque et dans une pression concurrentielle encore plus accrue. Cette situation peut accroître la volonté de l'entreprise à maintenir une relation de qualité avec son partenaire.

En effet, les acteurs concernés par la relation sont appelés à se côtoyer régulièrement en travaillant parfois ensemble. Dans ce cas, des liens personnels peuvent se nouer. À ce stade, l'échange d'informations peut déboucher sur l'établissement des relations spontanées qui pourrait même échapper au contrôle de la hiérarchie. Seules les entreprises qui réussiront à

prouver à leurs banquiers qu'ils sont prévoyants et proactifs pourraient être épargnées. Enfin, compte tenu de la nature intangible des services, les relations individuelles personnalisées facilitent l'appréciation et l'évaluation du service rendu, et par conséquent, le développement des relations de long terme entre les parties contractantes.

3.3.3. La satisfaction à l'égard des expériences antérieures

La satisfaction est une variable déterminante au même titre que la confiance dans le développement d'une relation banque-entreprise à long terme (Crosby et *al.*, 1990). Globalement, la satisfaction est définie comme une évaluation a posteriori d'un achat que le consommateur a effectué. Cette évaluation se fonde normalement sur plusieurs critères importants aux yeux du consommateur. C'est alors un sentiment ou un état de plaisir et de contentement (Oliver, 1993). Des auteurs ont relié les notions de la satisfaction, de la continuité et de la stabilité à des relations interentreprises (Anderson et Narus, 1990). Certains ont appréhendé la satisfaction comme un moyen d'évaluation de la relation (Prim et *al.*, 2003). Enfin, d'autres ont retenu le concept de satisfaction à l'égard des expériences passées (Ganesan, 1994). Cette dernière conception permet de qualifier la relation comme le résultat des expériences vécues. Elle est considérée, à ce titre, comme un capital que l'entreprise cherche à préserver voire à renforcer.

Dans le domaine des services, la difficulté vient du fait qu'un service est une performance en raison de fait de son caractère intangible, immatériel et personnalisé. La satisfaction du client provient alors de la qualité perçue. Plus précisément et dans le milieu bancaire, la qualité de service peut être représentée tout d'abord par la diversité des produits et la qualité de la relation nécessaire pour la satisfaction du client. La banque tient à devenir de plus en plus un partenaire qu'un simple prêteur.

Pour l'entreprise, la satisfaction joue un rôle déterminant dans le développement des relations de long terme. En effet, si elle est satisfaite de l'offre de sa banque et de son expertise, ceci peut augmenter sa confiance et par conséquent sa volonté de maintenir et de pérenniser sa relation bancaire (Morgan et Hunt, 1994). La fidélité peut être alors un indicateur de satisfaction.

3.4. Les avantages et les inconvénients de la relation

3.4.1. Les avantages de la relation de clientèle

La gestion sur le long terme des comptes d'une entreprise permet à une banque d'accumuler de manière endogène une information privée sur la gestion de l'entreprise, les caractéristiques de sa trésorerie, sur ses relations avec les fournisseurs et les clients, sur d'éventuels incidents de paiement, sur les évolutions de son ou de ses métiers. Ainsi, la relation de long terme procure à la banque qui la pratique, à un moindre coût, autant d'informations sur une même entreprise qui ne pourrait le faire une autre banque qui n'est pas impliquée dans la relation.

La relation de clientèle permet alors à la banque de connaître avec précision l'historique des remboursements passés de l'entreprise qui sollicite un nouveau crédit. Elle peut donc construire un score fiable qui lui permet de distinguer les entreprises sincères de celles qui dissimulent une partie de leur résultat afin de minorer le montant de leur remboursement.

La meilleure connaissance de l'entreprise que permet la relation de clientèle incite la banque qui la pratique à prêter d'avantage attention aux conditions de refinancement d'entreprises momentanément confrontées à un problème de liquidité. Parce qu'elle sait que son partenaire est solvable sur le moyen et le long terme et qu'elle a l'assurance de rester sa banque principale. La banque réagit moins brutalement à des signaux de dégradation de la situation de son client.

L'existence de relation de clientèle permet donc d'isoler les mauvais emprunteurs et de choisir les bonnes entreprises. Dans le même sens, il convient de dire que cette relation présente bien des avantages, mais ceci ne veut pas dire qu'elle n'est pas exempte d'inconvénients

3.4.2. Les inconvénients de la relation de clientèle

La mise en place d'une relation de clientèle peut aussi se traduire par certain nombre d'inefficience dans le fonctionnement du marché du crédit et dans l'équilibre du secteur bancaire. La banque qui entretient une relation de clientèle avec une entreprise dispose en effet sur cette dernière des informations inaccessibles aux autres banques. Cette rente informationnelle rend plus délicat pour l'entreprise un éventuel changement de banque en cas de désaccord. La rupture d'une relation entre une entreprise et sa banque pourra en effet être

interprétée par d'autres banques comme un signal de difficulté que la banque partenaire ne veut plus assumer.

4. La relation banque-entreprise et l'asymétrie informationnelle

Dans un rapport Banque-Entreprise, Le niveau d'informations et de compréhension de ce qui se passe dans l'entreprise est forcément incomparable entre banquier et dirigeant d'entreprise. Après un long hiatus, la recherche s'est massivement orientée vers l'explication des différents aspects de la relation entre la banque et l'entreprise. En effet, la théorie d'intermédiation financière a considérablement évolué ces dernières années suite à l'intégration des problèmes d'asymétrie d'informations. Et c'est dans ce sens où la majorité des enseignes bancaires tentent à mettre en marche leurs compétences relationnelles via leurs chargés d'affaires vis-à-vis de leurs clients afin de réduire le niveau d'asymétrie informationnelle d'un point de vue Marketing. Sous un angle financier, les banques disposent d'une expertise particulière dans l'évaluation des entreprises, les rendant plus aptes que les autres créanciers à sélectionner et à contrôler les emprunteurs. Une telle supériorité des banques est assignée à la relation Banque-Entreprise, qui constitue aujourd'hui un élément crucial dans la dissipation des problèmes d'asymétrie d'informations et la réduction de l'ampleur du risque.

4.1.L'asymétrie informationnelle, firewall démantelé

Par définition, l'asymétrie informationnelle retranscrit la situation d'un échange où certains des participants disposent d'informations pertinentes que d'autres n'ont pas. Ce manque d'information, peut susciter chez la banque l'instinct de prudence et se traduire par des taux élevés afin de se prémunir du risque. Cette stratégie, aussi bien réfléchi soit-elle, peut faire fuir les bons emprunteurs. Il faut donc trouver une procédure permettant d'obtenir les informations rigoureuses sur la qualité intrinsèque d'un produit ou un client, sans lui faire subir une anti-sélection, ni un aléa moral. Le vrai problème est donc de trouver une procédure incitative afin d'encourager l'agent qui dispose de l'information privée à prendre une décision optimale pour l'agent non informé. Bon nombre de fois, la rétention peut être relative au comportement du dirigeant en matière de divulgation d'information. Ceci étant dit, le client peut parfois se retrouver aussi victime d'asymétrie informationnelle.

A cet égard, plusieurs auteurs ont travaillé sur le sujet, on peut citer principalement : BERGER et UDELL, CHAPPELLIER, LAVIGNE, LA VIGNE et SAINT PIERRE, A.OMRI, M. BELLOUMA, AJZEN, NKHILI et DERBEL, GUILLE, BENATTOU EL IDRISSE et BENNIS, KARAKOSTAS et AL :¹

4.1.1. Le client acteur de l'asymétrie informationnelle

Dans une relation Banque-Entreprise, la quantité et la qualité des informations obtenues dépendent de la nature de la relation entre la banque et l'emprunteur (Berger et Udell, 2002). En repassant le fil des recherches antérieures, on constate une profonde influence du comportement du dirigeant sur les modes de gestion et pratiques comptable surtout dans les PME (Chapellier, 1994 ; Lavigne, 2002 ; La vigne et Saint Pierre, 2002). Dès lors, le banquier est sensé tenir compte de l'importance qu'accorde le dirigeant aux informations comptables. La décision d'octroi du crédit étant tributaire de la qualité d'information fournie par l'entreprise (A.Omri ; M. Bellouma 2004), la probabilité d'obtention des crédits est plus élevée lorsque les dirigeants transmettent l'ensemble des documents comptables nécessaires, à savoir le bilan, le compte de résultat et l'état de flux de trésorerie. Cependant, et pour des raisons fiscales ou concurrentielles, le dirigeant omet de divulguer les informations dont il dispose.

Ainsi en se basant sur le principe selon lequel les attitudes permettent d'expliquer le comportement, conformément à la théorie du comportement planifié (Ajzen, 1987- 1991), nous stipulons que le degré d'utilité de l'information comptable dans la prise de décisions annoncée par le dirigeant peut avoir un impact sur le processus d'accord de crédit bancaire. Cette idée a été confirmée par l'étude de (Mehdi Nkhili et ManalDerbel, 2016).

En contrepartie, la banque dispose d'une supériorité de savoir, du fait notamment de sa capacité à produire une information privée de nature à la fois objective et subjective spécifique à chaque emprunteur (*Guille 1994*). Pour fonder une décision engageant la banque, le banquier est sensé collecter toute information relatif au client, et aux caractéristiques et perspectives de son projet à financer. Ces données représentent des actifs, qui permettent aux banques d'établir des relations de long terme (*Karakostas et al.2005*). Révéler ce type d'informations, se fait à travers les services de confidentialité et d'intégrité que les banques

¹ BENATTOU EL IDRISSE A., « La relation banque/entreprise et l'asymétrie informationnelle Etat des lieux et corrélation », Revue du Contrôle de la Comptabilité et de l'Audit, ISSN : 2550-469X Numéro 5, Juin 2018, p.832.

garantissent à leurs clients. Ceci étant dit, une fois divulguée, cette information qui facilitera un octroi de crédit, peut retomber dans le système d'information d'un concurrent, constituer ainsi une menace pour l'entreprise cliente, et lui valoir par conséquent un avantage comparatif informationnel, et parfois stratégique (Benattou El Idrissi et Bennis, 2018).

Par ailleurs, le second problème soulevé par la révélation d'informations privées réside dans le risque pour le client de voir le financeur entreprendre lui-même le projet. (Casson 1991) résume ce risque de la façon suivante : « Le client a besoin du prêteur, mais une fois que le prêteur dispose de l'information, il n'a plus besoin du client ». Là encore, la banque établit une réputation d'intégrité en s'engageant à ne pas exploiter pour son propre compte les informations reçues de ses clients. Les opérations de prêt sur les nouveaux clients que la banque peut attirer en honorant ses engagements financiers ont une plus grande valeur à long terme que les gains pouvant être réalisés à court terme en ne les respectant pas. Cependant, le client pourrait parfois se retrouver, victime d'une rétention d'information de la part de sa banque.

4.1.2. Le client victime de l'asymétrie informationnelle

Une prestation de service dans la sphère bancaire, suggère souvent une rencontre entre un client n'ayant qu'une connaissance sommaire des services offerts, et un agent expert en matière bancaire. De ce déphasage, réel ou supposé d'expertise, découle une source de d'asymétrie d'information.

L'asymétrie que subit le client quant au comportement de sa banque est rarement analysée dans la littérature économique. Bon nombre de fois, le client ne peut prévoir avec certitude si sa banque reconduira son crédit et sous quelles conditions. De sa part, la banque, ainsi en situation de pouvoir, trouve plus réfléchi de ne pas dévoiler ses intentions, afin de se prémunir de tout comportement opportuniste de la part de son débiteur. Face à ce risque de rationnement et de taux, un client peut être incité à s'engager dans une relation de long terme avec une banque (Benattou El Idrissi et Bennis, 2018).

Par ailleurs, le second problème soulevé par la révélation d'informations privées réside dans le risque pour le client de voir le financeur entreprendre lui-même le projet. (Casson 1991) résume ce risque de la façon suivante : « Le client a besoin du prêteur, mais une fois que le prêteur dispose de l'information, il n'a plus besoin du client ». Là encore, la banque établit une réputation d'intégrité en s'engageant à ne pas exploiter pour son propre compte les

informations reçues de ses clients. Les opérations de prêt sur les nouveaux clients que la banque peut attirer en honorant ses engagements financiers ont une plus grande valeur à long terme que les gains pouvant être réalisés à court terme en ne les respectant pas.

En sus, le client peut se retrouver informationnellement capturé par sa banque. En effet, la relation clientèle permet à la banque de développer des savoirs internes spécifiques à l'emprunteur, et c'est justement sur cet avantage que la banque bâtit ses relations avec les clients qu'elle estime de bonne qualité. Inversement proportionnel à la taille de l'entreprise, ce risque est d'autant plus renforcé avec les coûts de substitution supportés par les clients (Vives1991).

4.2. La relation client, l'outil stratégique miracle

La 7^{ème} édition de l'étude relations banques et clients, réalisée par Deloitte en 2017, vient souligner l'importance que recouvre l'aspect relationnel. En effet, le rapport fait ressortir que 66% des clients entreprise font confiance à leur banque grâce à la relation établie avec leurs banquiers. Dans ce contexte, les banques semblent maîtriser, grâce à la gestion de la relation client, le risque d'attrition. Ce n'est d'ailleurs pas le seul obstacle que le relationnel aide à surmonter. En effet, la théorie bancaire moderne la considère comme réponse endogène aux imperfections et incomplétudes des marchés financiers.

Une bonne relation de clientèle permet à la banque, en plus de la fidélisation, d'atténuer l'asymétrie informationnelle. Ceci procure au créancier, en lui permettant de développer des procédures spécifiques d'acquisition d'information sur les emprunteurs, un comparatif informationnel appréciable sur les concurrents potentiels, puisqu'il met à sa disposition un « capital connaissance » qui vient étoffer son actif intangible.

4.2.1. Typologie de la relation banque-entreprise

La prestation de services bancaires, qui confronte le plus souvent un client et un expert est fondamentalement dissymétrique. Cependant, la recherche accrue de rentabilité nuit au copilotage lorsque les clients ont des profils peu recherchés par les banques. Cela se traduit alors par des types de relation qui sont plus à l'avantage de l'un que de l'autre¹.

¹ BENATTOU EL IDRISSE A., *Op.Cit.* pp.835-836.

4.2.1.1. Structure de gestion par le marché

Dite aussi « sequential spot contract » (Williamson 1975), cette relation se caractérise par une flexibilité du marché et absence de contrôle de la banque sur la qualité de l'information fournie. Dans cette structure, les acteurs sont libres de mener leurs engagements conjointement aux opportunités à saisir, ce n'est qu'un « pseudo-engagement ». Elle a donc le mérite de permettre une réversibilité de l'engagement. Néanmoins, ce modèle peut facilement déboucher sur le dilemme du prisonnier (Albert W. Tucker, 1950), et c'est justement pour cette raison que l'entreprise ne divulgue pas toutes ses informations de peur de voir sa banque se désengager.

4.2.1.2. Structure de gouvernance

C'est une structure hiérarchique où la banque prend le contrôle de l'entreprise. Cette formule particulièrement avantageuse pour la banque, permet systématiquement d'acquérir les informations (Williamson 1975). Ce positionnement hiérarchique de la banque se résume à une relation unilatérale (Hoshi 1994), qui permet l'efficacité du comportement entrepreneurial « Promotional hierarchies of ranks » (Aoki et Dosi 1992).

4.2.1.3. Structure quasi-intégration

Dite aussi (*Houssiaux 1957*), ceci est une zone intermédiaire entre les deux formes précédentes, où les agents sont confrontés à une rationalité limitée. Conscients de l'importance de l'information, les acteurs, en optant pour la quasi-intégration, signe un contrat non standardisé qui autorise des investissements risqués. Quoique gageuse, cette formule demeure la plus adaptée quand l'environnement est instable et que la demande est volatile.

4.2.2. Une relation client, antidote de l'asymétrie

Selon plusieurs auteurs, une relation client peut remédier à l'asymétrie informationnelle car il existe une liaison entre la qualité relationnelle et l'asymétrie informationnelle, à ce titre on peut citer : WATANABE, OMRI, BELLOUMA, BINK, ENNEW, D'AURIA, FLOGLIA, REEDTZ, HARHOFF et KÖRTING, PETERSEN et RAJAN, BERGER et UDELL, MECKLING, DIAMOND ET ELSAS¹.

Face au « fire-wall » informationnel, le prêteur doit développer des capacités de contrôle plus rigoureuses, et s'équiper d'outils technologiques de pointe, afin de trancher

¹ BENATTOU EL IDRISSE A., *Op.Cit.* pp.836-837.

rationnellement en matière de financement de firmes viables, mais dont les documents comptables et de gestion sont obscurs (Watanabe, 2004). La décision d'octroi du crédit est tributaire de la qualité d'information fournie par l'entreprise (A.Omri ; M. Bellouma, 2004.).

A défaut d'opacité informationnelle, la banque a systématiquement recours au rationnement de crédit. Ces problèmes peuvent être réduits par l'entretien intense de la relation banque/entreprise et par l'existence d'un climat de confiance (M.R.Bink ; C.T.Ennew, 1992). En effet, l'énigme informationnelle se dissout au fur et à mesure de l'établissement de la confiance, ce qui en termes financier stipule des relations de crédit à long terme, qui fournissent une plus grande visibilité sur le comportement, les perspectives des entreprises, leurs positions financières, et surtout leur solvabilité.

Par ailleurs, la participation de la banque dans l'endettement de la firme est un signal d'intensification de la relation associée à un taux faible, vu que le coût d'information baisse lorsque la relation se réitère dans le temps (D'auria et al, 1990). Et c'est justement pour ce, que le rapport banque-emprunteur joue un rôle probant lors de l'accord de crédit aux PME (D'Auria, Floglia et Reedtz1999). En tirant bénéfice de la durée de la relation, la banque peut établir un test statistique issu des relations passées pour éliminer les mauvais dossiers (A. Jean-Pierre ; B. Bernard 1996). C'est ainsi qu'une relation de crédit à long terme permet une meilleure connaissance du client, et bénéficie aux deux parties : elle facilite l'acquisition des informations pour le banquier, et par conséquent confère au client de plus grandes disponibilités avec un taux d'intérêt moins élevé (Petersen et Rajan, 1994 ; Berger et Udell, 1995 ; Harhoff et Körting, 1998 ; Ongena et Smith, 2001 ; elsas, 2005).

Ceci nous amène à souligner l'importante relation liant le banquier et l'entrepreneur. Selon Boot (2000), c'est un engagement mutuel basé sur la confiance et le respect. Quant à Bink et Ennew (1997), ils la définissent telle une relation partenariale, identifiée d'une part par la nature du contrat établit entre les deux parties et la volonté du dirigeant à partager les informations de gestion, et d'autre part, par la compréhension, le conseil et le support fournis par le banquier.

Dans ce contexte la théorie d'agence de Michael C. Jensen et William H. Meckling (1976), retrouve légitimement tout son sens. Selon le rapport de la société Marseillaise de crédit –SMC- publié en 2004, les clients entrepreneurs disposent, en plus de la note du dossier, d'une note de client, calculée mensuellement sur la base de :

- Dépôts et crédits
- Nature du client : âge, CSP, segmentation...
- Risques constatés : impayés, ATD, ...

La note est préalable à l'octroi de crédit, les commentaires des gestionnaires et décideurs devront donner toutes explications nécessaires lorsque la décision ne sera pas en ligne avec la note. D'après la SMC, l'un des éléments décisifs de la variable comportementale incluse dans la notation, est « l'ancienneté-relation ».

La durée est une dimension importante d'une relation. A partir du moment où une banque monte un dossier de crédit, elle sera d'autant plus incitée à classer le client dans la catégorie des « bons » emprunteurs lorsque que le nombre de crédits que celui-ci aura remboursés sans problème sera élevé. En effet, une banque est dans la mesure de construire un test statistique de dépistage des emprunteurs qualifiés d'honnêtes, à partir des relations passées avec les clients (Haubrich 1989). Acquérir une telle réputation c'est de développer un avantage pour le client, car dans le temps, les banques ont plus tendance à financer des emprunteurs que des projets (Diamond, 1991).

Par ailleurs, le facteur temps permet à la banque de connaître les clients de manière plus subjective (Guille, 1994). Tisser des relations personnalisées durables permet au banquier de se faire une idée sur la qualité de son client, et par conséquent de mieux évaluer le risque crédit, dans la mesure où le succès d'un investissement ne dépend pas uniquement de la qualité du projet, mais aussi de celui qui le met en œuvre.

Comme susmentionné, les banques développent, par la GRC, une information spécifique à chaque emprunteur. Il convient tout de même de s'interroger sur l'influence de la supériorité du savoir bancaire quant à l'établissement des relations de clientèle. Hodgman (1961) ainsi que Kane et Malkiel (1965) le confirment, et insistent sur l'aspect dynamique des relations de clientèle. Selon eux, une banque qui prête à un client en apprend plus sur sa qualité d'emprunteur que toutes les autres banques. Dans cette optique, ce type de relation est perçu tel un processus endogène. L'information internalisée, générée par la multiplicité des interactions dans le temps et entre les différents produits, est en effet au cœur des relations banque - clients.

5. La relation bancaire au quotidien

Une fois la relation engagée, il existe encore des sources de conflits (que l'on appelle des conflits d'agence) entre les dirigeants (en particulier les dirigeants-proprétaires) et les créanciers (en particulier les banques représentées par les chargés d'affaires). Après avoir présenté les conflits, nous montrons qu'une « bonne gestion » de la relation peut permettre de minimiser leurs impacts¹.

5.1. Les conflits entre banquiers et dirigeants au cours de la relation bancaire

5.1.1. L'aléa moral et le risque de substitution des actifs

Une entreprise endettée peut être incitée à s'engager dans des programmes d'investissement plus risqués que l'investissement sur la base duquel elle a formulé sa demande de crédit. Il s'agit ici d'un risque dit de « substitution d'actifs » (Jensen, Meckling, 1976). Le créancier désire obtenir le remboursement de son crédit ; il n'est pas intéressé au risque pris par l'entreprise dans la mesure où le rendement de la dette est fixé ex ante sur la base de critères qui ne dépendent pas de l'espérance de rendement du projet. Au contraire, au-delà d'un certain niveau de risque, l'augmentation du risque de défaut peut l'inciter à ne pas accorder de crédit. Le niveau de risque que souhaite prendre un dirigeant-proprétaire est en général supérieur à celui souhaité par un prêteur qui ne s'intéresse qu'au seul remboursement de son prêt et donc à la réalisation d'un niveau de résultat minimal. Cette situation peut conduire le dirigeant à changer de projet, une fois le crédit obtenu, pour s'engager dans un projet plus risqué.

La principale raison qui justifie cette situation est, outre l'existence d'asymétries d'information, la responsabilité limitée du dirigeant-proprétaire ; sa responsabilité n'est engagée qu'à hauteur de son apport et il n'a pas théoriquement, en l'absence de caution, à couvrir l'intégralité des pertes subies. En adoptant un projet plus risqué, le dirigeant opère donc un transfert de richesse au profit du dirigeant-proprétaire et aux dépens du prêteur.

5.1.2. Les comportements opportunistes des dirigeants

Les entreprises peuvent aussi essayer de tirer parti des asymétries d'information une fois le financement obtenu et l'investissement réalisé. Les dirigeants peuvent en effet cacher le niveau réel de performance de leur projet. Selon Williamson (1986, 1987), le dirigeant a en

¹ CIEPLY S., « Quel avenir pour la relation banque – entreprise ? », éditions EMS, 2018, p.27.

effet intérêt à cacher les résultats de son entreprise pour renégocier son contrat de crédit et, en particulier, pour réduire ses remboursements en obtenant, par exemple, un rééchelonnement de son emprunt¹.

Selon cette approche, pour éviter cette situation, le prêteur peut être amené à contrôler l'entreprise financée. Selon Williamson, ce contrôle intervient une fois le défaut de paiement révélé de manière à s'assurer de la conformité des résultats déclarés et pour récupérer, le cas échéant, le montant requis ou engager une procédure de mise en liquidation. Une augmentation des revenus anticipés liée à la hausse des taux d'intérêt peut alors être plus que compensée par les coûts anticipés du contrôle. Dans ces conditions, il se peut qu'une variation des taux d'intérêt ne permette pas d'équilibrer le marché du crédit si bien que, à l'équilibre, certains emprunteurs ne reçoivent pas de financement. On retrouve à nouveau une situation possible de rationnement sur le marché du crédit.

Une expression de l'opportunisme des dirigeants peut être trouvée dans ce que l'on appelle l'habillage de bilan (le window dressing). Certaines pratiques d'habillage sont illégales ; c'était le cas pour les célèbres affaires *Enron* et *Worldcom* aux Etats-Unis ou Parmalat en Europe. Mais il existe aussi des mécanismes parfaitement légaux qui reposent sur l'utilisation des options comptables et fiscales disponibles pour présenter un résultat ou un bilan de façon plus favorable. En fonction des choix d'amortissement (linéaire ou dégressif, durée), des montants provisionnés et de l'activation de certaines charges, l'image comptable de l'entreprise peut être en effet modulée.

5.2. Les actions correctrices

Pour limiter les comportements déviants des emprunteurs, les prêteurs utilisent le contrat de crédit comme mécanisme incitatif. Dans ce cadre, les termes du contrat de crédit vont inciter l'emprunteur à se comporter correctement. Par ailleurs, le prêteur va contrôler les actions menées par l'emprunteur de manière à vérifier que ce dernier se comporte conformément à ce qui a été négocié dans le cadre du contrat de crédit. Dans cette activité, les banques ont un avantage absolu sur toutes les autres institutions financières car elles sont les seules à gérer les comptes de l'entreprise. Ces actions correctrices comprennent :²

¹ *Idem.* pp.28-29.

² CIEPLY S., *Op.Cit.* pp.30-35.

5.2.1. La mise en place du contrat de crédit

Pour limiter les comportements opportunistes, le contrat de crédit tente de spécifier l'ensemble des variables qui peuvent avoir un impact sur les conditions de la relation contractuelle. Il détermine en particulier plusieurs paramètres : la quantité de crédit octroyée, le nombre de partenaires, la prime de risque à payer, le terme du crédit, les clauses restrictives et les garanties. Ces dernières sont importantes dans la mise en place d'un contrat de crédit ; elles révèlent le niveau de risque de l'emprunteur tout en limitant le taux de perte en cas de défaut du prêteur, nous les avons étudiées dans la section précédente.

5.2.2. La quantité de crédit octroyée

La quantité de crédit octroyée est déterminée de manière à minimiser les risques de non-remboursement du client. Quelle que soit la rentabilité globale attendue sur un client, il existe un niveau de risque maximal au-delà duquel le prêteur n'apporte plus son crédit à l'entreprise. Idéalement le montant prêté doit être tel que, dans le plus mauvais des cas, l'entreprise dégage suffisamment de résultat pour pouvoir rembourser le capital et payer l'intérêt prévu. Au-delà de ce montant, le crédit est risqué et ne peut se faire qu'avec l'apport de garanties conséquentes.

Le montant prêté est également influencé par l'état de la conjoncture. En particulier, une récession influence de manière significative et négative la quantité de crédit accordé, non seulement du fait de la réticence des prêteurs face à la croissance des risques mais aussi et, sûrement surtout, du fait de la chute de la demande exprimée par les entreprises.

5.2.3. La mise en place de pools bancaires

Une solution pour financer une entreprise est de partager les risques avec d'autres investisseurs. Ceci peut conduire les banques à s'organiser dans la cadre de *pools* bancaires. Dans ce cas, les banques se partagent le financement, les intérêts et commissions et le risque de défaut.

5.2.4. La fixation du prix du crédit

En théorie, le prix du crédit est égal au coût du refinancement auquel s'ajoute la marge. Cette dernière intègre trois éléments :

- La rémunération des fonds propres de la banque.

- Le coût de gestion de l'établissement de crédit.
- La rémunération du risque pris par la banque sur l'entreprise.

La rémunération des fonds propres dépend de la réglementation prudentielle. Cette dernière impose le respect d'un ratio minimal de solvabilité ce qui induit un coût en fonds propres pour chaque opération risquée. Le coût de gestion de la banque dépend de la qualité de son management et de l'efficacité de ses procédures de traitement administratif.

La rémunération du risque dépend de son évaluation qui est un exercice difficile. Cet exercice est d'autant plus délicat que la concurrence interne au secteur bancaire contraint les banques parfois à renoncer à cette rémunération pour capter et/ou conserver un client. Le gouverneur de la Banque de France s'est d'ailleurs, dès 1995, ému de la pratique de taux anormalement bas qui constitue une forme de vente à perte et donc une pratique commerciale déloyale. Constatant que cette pratique constituait, qui plus est, un réel danger pour le système bancaire, la Banque de France a mis en place un seuil des crédits à taux anormalement bas, dit « Seuil Trichet », en dessous duquel les établissements de crédit sont tenus d'informer leur conseil d'administration, leurs commissaires aux comptes et l'autorité de contrôle. En principe, au-dessous de ce taux, un crédit ne devrait pas pouvoir bénéficier de garanties adossées à des fonds publics.

Il est à noter que la faiblesse des marges sur les crédits aux entreprises a imposé la réalisation de péréquations tarifaires qui ne sont pas toujours comprises par la clientèle, telles que la pratique des jours de banque ou de certaines commissions comme la commission de plus fort découvert ou la commission du total des mouvements

5.2.5. La fixation du terme du crédit

Un des principes dits de l'orthodoxie financière consiste à « caler » la durée du crédit sur la maturité de l'objet du crédit. Ainsi, un investissement est obligatoirement financé par un crédit à long terme. Il est important de noter que le besoin en fonds de roulement d'exploitation, parce qu'il est récurrent, doit aussi reposer sur un financement permanent. Toute dérogation à ce principe apparaît hors norme. Il est intéressant néanmoins de noter que la théorie économique ne trouve pas forcément toujours légitime cette pratique. Pour Diamond (1989), la fixation du terme du crédit dépend principalement de la réputation dont jouit l'entreprise sur le marché du crédit. Une entreprise non établie devrait être financée principalement par des crédits à court terme dans la mesure où ce type de dette incite

l'entreprise à respecter ses engagements. À l'opposé, des entreprises établies peuvent être financées à long terme ou dans le cadre d'un crédit global. Une succession de crédits à court terme serait alors la solution pour asseoir la réputation d'une entreprise non établie, en particulier les entreprises en création.

5.2.6. L'existence de clauses restrictives ou covenants

Pour limiter l'aléa moral, le banquier peut introduire dans le contrat de dette des clauses restrictives, encore appelées covenants. Smith et Warner (1979) distinguent quatre catégories de clauses :

- Celles qui limitent les choix des dirigeants dans la réalisation de leur politique de production et d'investissement ;
- celles qui restreignent le paiement des dividendes aux actionnaires ;
- celles qui limitent les choix du dirigeant dans sa politique financière :
- celles qui spécifient la nature des techniques comptables utilisées, exigent la signature par le dirigeant d'un contrat d'assurance et/ou prévoient la réalisation régulière d'audits financiers.

Cieply et Grondin (1999) ont identifié les clauses contractuelles qui sont le plus fréquemment utilisées par le banquier dans leurs relations avec des petites et moyennes entreprises. Il s'agit tout d'abord, pour les crédits à moyen et long terme, du déblocage des fonds sur présentation des factures. Viennent ensuite les clauses qui encadrent la politique financière de la firme et la diffusion d'information aux prêteurs. Les premières peuvent en particulier stipuler un taux d'endettement maximal de manière à limiter le risque de défaut de l'emprunteur et/ou imposer le blocage des comptes courants, le maintien de l'actionnariat ou de certains ratios. Les secondes précisent la nature des informations que le dirigeant doit fournir à son banquier ainsi que la fréquence de la remise des informations. D'autres clauses, plus exceptionnelles, peuvent restreindre les choix des dirigeants dans la réalisation de leur politique de production et d'investissement ou encore interdire ou limiter le versement de dividendes pendant une période donnée.

5.2.7. Le contrôle de la firme

Le chargé d'affaires ne peut pas circonscrire tous les événements possibles dans le contrat de crédit qui reste incomplet. Le banquier est ainsi dans l'obligation de contrôler régulièrement la firme (Diamond, 1989, 1991).

Lorsqu'il accorde un crédit d'équipement, il contrôle généralement la destination des financements accordés en débloquant les fonds sur présentation de la facture du bien. Cette pratique, très développée, permet de limiter les risques de substitution d'actifs. Si cette pratique permet de limiter les risques d'aléa moral pour les dépenses d'équipement, la situation est plus complexe dans le cadre de dépenses d'innovation ou plus généralement dans le cadre du financement du cycle d'exploitation.

Dans ce cas, la banque contrôle l'entreprise en suivant les mouvements de sa trésorerie grâce en particulier à l'étude des mouvements du compte bancaire de l'entreprise. Ce contrôle permet non seulement de suivre la trésorerie de l'entreprise et donc sa capacité à faire face à ses engagements ; il permet aussi de disposer d'un indicateur très avancé sur la pression de la concurrence. Une diminution des flux qui transitent sur le compte de l'entreprise traduit soit l'apparition de difficultés importantes pour l'entreprise, la perte d'un client par exemple, soit l'apparition d'un concurrent qui capte une partie inhabituelle des flux.

Dans les deux cas, l'observation de la diminution des flux transitant sur le compte doit provoquer la réaction du chargé d'affaires qui doit enquêter sur l'origine de la perte des flux. Ce suivi du compte permet aussi de détecter des mouvements frauduleux, comme par exemple des opérations de cavalerie ou l'usage de comptes « taxi »

Plus généralement, le chargé de clientèle se constitue une base d'informations privées sur l'entreprise. Il collecte régulièrement les états comptables de synthèse ainsi que des états comptables intermédiaires, s'ils existent et si le chargé d'affaires le demande. Il rencontre régulièrement le dirigeant et le responsable financier. Il est en contact par tous les moyens disponibles et, de plus en plus, par téléphone, SMS et courriel.

Ce contrôle exercé par le chargé de clientèle sur la firme revêt une forme accentuée lorsque l'entreprise traverse un épisode de détresse financière. Ce contrôle lui permet de pouvoir tirer la sonnette d'alarme le plus tôt possible afin de permettre à l'entreprise de trouver des solutions pour se redresser. Ce contrôle lui permet également, le cas échéant, de pouvoir se désengager si la situation est irrémédiablement compromise de façon à limiter

l'impact de la défaillance d'une entreprise sur le portefeuille de crédits de la banque. Celle-ci doit veiller à limiter sa prise de risque de façon à respecter les exigences réglementaires. Ces dernières impactent lourdement l'activité bancaire tout comme l'évolution du contexte concurrentiel d'ailleurs. Nous étudions dans le chapitre suivant l'influence du cadre institutionnel de l'activité bancaire sur la relation banque – entreprise.

Section 2 : Financement relationnel bancaire et accompagnement bancaire

Tout au long des années quatre-vingt, la littérature théorique a mis en évidence les avantages d'une relation bancaire exclusive, favorisant un accès au financement facile aux entreprises, avec des conditions plus favorables. La raison est simple, un financement relationnel permettrait à la banque de bien connaître l'entreprise, accumuler de l'information sur sa fiabilité et son niveau de risque, et par conséquent réduire au maximum les problèmes d'anti-sélection inhérents à la relation de crédit. La banque serait alors plus encline à faciliter l'accès au capital, ajuster les taux d'intérêts en fonction du risque évalué, et demander moins de garantie dans le cadre d'un financement relationnel que dans celui d'un financement transactionnel.

Dans ce sens, les dirigeants des entreprises favorisent cette relation, dans l'objectif de réduire leur déficit informationnel et leur manque de transparence financière. En effet, la prise de décision d'octroi de crédit, qui se base sur une information collectée et analysée tout au long de la relation par une même personne, permet d'instaurer un sentiment d'assurance chez les dirigeants et une meilleure visibilité chez les agents de crédit (Cole, 2000). Les opinions et les jugements de ces derniers constituent la principale source d'information, pouvant engendrer des prises de décisions subjectives, en matière d'octroi de crédits aux entreprises.

Au regard de tous ces éléments, nous mettrons l'accent dans un premier point sur les différents apports théoriques du financement relationnel, ses spécificités, ses avantages, ses limites et ses conséquences sur les conditions de financement des entreprises. Ensuite nous visons à chercher comment à travers le financement relationnel, les asymétries informationnelles au sein des entreprises seraient réduites. Enfin nous allons aborder le concept de l'accompagnement bancaire comme dimension relationnelle et opérationnelle.

1. Aperçu sommaire sur le financement relationnel bancaire**1.1. Définition du financement relationnel**

En plus d'être un simple intermédiaire financier, les banques peuvent engager avec leurs clients une relation durable basée sur le long terme. C'est dans les années 80 que Diamond (1984) et Fama (1985) commencent à analyser les avantages d'une relation bancaire exclusive et durable. Selon eux, cette relation privilégiée entre l'entreprise et la banque va permettre de réduire les coûts en établissant une confiance afin d'améliorer l'accès des capitaux. Plus récemment, Ongena & 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 ».¹

Le financement relationnel est un phénomène difficile à appréhender. Néanmoins, trois éléments permettent d'identifier un financement bancaire relationnel :² la durée de la relation entre la banque et l'entreprise, le degré d'exclusivité de la banque (nombre de banque avec lesquelles l'entreprise fonctionne) et le champ de la relation (nombre de services qui lient la banque et l'entreprise) (Vigneron, 2009).

Dans le cadre du financement d'une entreprise, Berger (1999) rajoute 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 ne doivent pas être publiquement disponibles. Deuxièmement, ces informations doivent provenir de la relation durable entre les deux acteurs. Troisièmement, elles doivent rester confidentielles. Il ressort deux aspects importants de cette définition. Tout d'abord, on peut isoler l'aspect de durée qui se conçoit par les nombreuses interactions entre la banque et la firme sur une période étendue. Ensuite, il y a un 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 financement requièrent une collecte d'informations différentes. En effet, un financement transactionnel nécessite des informations

¹ ONGENA S., SMITH D-C., Bank relationships: A survey. Dans: HARKER, P., ZENIOS, S.A. (Eds.), The Performance of Financial Institutions, Cambridge University Press, London, 2000, P.224.

² BRIEUC G., « Le financement relationnel bancaire des PME en Belgique », Mémoire en vue de l'obtention du titre de Master en sciences de gestion, Université Catholique de Louvain, 2014 -2015, p.29.

dites « hard » ou quantitatives. Celles-ci correspondent aux informations publiquement disponibles qui peuvent être facilement réduites en chiffre et transmises de manière crédible.

Autrement dit, on parle d'informations objectives telles que les antécédents de crédit et les données du bilan (Petersen, 2004). Ce type de financement est surtout approprié pour les entreprises transparentes, matures dont la solvabilité et la qualité peuvent être prouvées par de l'information publique. L'avantage de l'information « hard » réside dans le faible coût de sa collecte, dans sa durabilité et sa vérifiabilité.

Pour une relation de financement durable, la banque va se baser sur des informations dites « soft » ou qualitatives correspondant à celles décrites ci-dessus par Berger (1999). La collecte de ce type d'information est coûteuse et 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 laquelle elle est produite. On considère qu'elle est difficilement traduisible en nombre et compliquée à communiquer. Il s'agit en général de jugements ou d'opinions (Petersen, 2004).

Ces informations seront fondamentales pour des entreprises en phase de lancement, ou pour des entreprises opaques comme les PME. L'objectif de la banque dans ce type de financement n'est pas de rentabiliser son financement sur le court terme mais bien de maximiser son profit sur l'ensemble de la période de la relation bancaire (Boot, 2000).

1.2. Les spécificités du financement relationnel

Les études anglo-saxonnes emploient souvent le terme *relationship banking* (relation de clientèle ou littéralement « banque de relation ») pour caractériser l'interaction particulière entre entreprise emprunteuse et banque.

Plusieurs auteurs proposent des définitions complémentaires de ce concept (Boot, 2000; Ongena et Smith, 2000a ; Berger et Udell, 2002 et 2006 ; Elsas, 2005 ; Freixas, 2005)¹.

La banque de relation disposerait donc d'informations spécifiques (souvent privées) sur les entreprises emprunteuses, obtenues à travers les services de sélection et/ou de contrôle qu'elle offre ; en outre, ces informations peuvent être enrichies et (ré) utilisées dans le cadre

¹ MADOUCHE Y., « La relation Banque-PME en Algérie : les déterminants de la mise en place d'un financement relationnel et son impact sur les conditions de crédit », Thèse de Doctorat Sciences Economique, UMMTO, 2021, p.100.

d'une interaction avec le même client, au cours du temps et à travers de multiples produits ; elles peuvent être coûteuses à acquérir, mais peuvent parfois être générées gratuitement. D'où l'idée, simplificatrice certes, que les banques proposeraient des financements relationnels fondés sur l'instauration d'une relation de long terme et multi produits, alors que les marchés proposeraient des financements transactionnels anonymes, ponctuels et sans autres effets de mémoire que ceux liés à la réputation.

1.3. Les avantages et les limites du financement relationnel

1.3.1. Les avantages d'un financement relationnel

Les banques et les entreprises peuvent tirer plusieurs avantages d'un financement relationnel. Selon Vigneron (2009), il en ressort quatre : la confidentialité, la flexibilité, le contrôle et la réputation¹.

1.3.1.1. La confidentialité des échanges d'informations

Le premier bénéfice de la mise en place d'un financement relationnel bancaire est directement lié à l'important échange d'informations que celui-ci permet d'instaurer entre les parties. Or, cela ne serait se mettre en place, si, dans ce contexte particulier, une certaine confidentialité n'était pas garantie. Cette garantie de confidentialité est nécessaire pour surmonter deux difficultés importantes : le problème de double audience des signaux qui inhibe l'emprunteur dans sa communication et le problème de passagers clandestins qui inhibe le banquier dans ses efforts de collecte d'informations.

Bhattachaya et Chiesa (1995) montrent que, dans le cadre d'une relation de clientèle basée sur des interactions à long terme, l'emprunteur révélera à sa banque certaines informations qu'il n'aurait jamais rendu publiques de crainte de voir ses concurrents s'en saisir à ses dépens. Le prêteur lui assure la confidentialité de l'échange dans la mesure où celle-ci lui permet de constituer une information privée qu'il pourra utiliser pour dresser une barrière à l'entrée à destination de financeurs externes potentiels. Le bénéfice de cette connaissance particulière déplace alors les problèmes de sélection adverse en dehors de la relation et décourage ainsi les offres de financements alternatives. Il place de fait la banque relationnelle dans une situation de monopole informationnel. Elle peut alors établir les

¹ VIGNERON L., « Conditions de financement de la PME et relations bancaires », Thèse pour obtenir le grade de Docteur de l'Université de Lille 2 en Sciences de Gestion, 2008, PPP.27-28-31.

conditions d'octroi de son financement à son strict avantage et dispose donc d'une rente de situation.

L'entreprise accepte ceci sous la menace de se voir à nouveau confronté au phénomène de rationnement de crédit. Elle communique donc à sa banque principale les informations nécessaires à la juste évaluation de son risque ce qui lui permet de se rapprocher de la situation optimale correspondant à l'absence d'asymétrie d'information.

De son côté, pour les mêmes raisons de garantie de confidentialité, la banque investit dans la production d'informations sur l'emprunteur. La confidentialité lui permet en effet d'échapper au phénomène de passager clandestin mis en évidence par Grossmann et Hart (1980). Ce dernier veut qu'un prêteur potentiel soit désincité à investir pour obtenir de l'information si celle-ci devient publique et bénéficie également à ses concurrents.

En effet, ceux-ci, bénéficiant gratuitement de l'information, pourraient alors proposer un financement à un tarif inférieur à celui-ci puisqu'ils ne doivent pas amortir les coûts d'acquisition de l'information. La banque anticipant cette réaction peut, faute de garantie de confidentialité, renoncer à produire les informations nécessaires à une décision de crédit éclairée. L'entreprise est alors de nouveau dans une situation de forte asymétrie d'information limitant son accès au financement. Elle va donc assurer la banque de la confidentialité de leurs échanges de manière à circonvenir le phénomène et permettre la mise en place d'un financement relationnel bancaire efficace.

1.3.1.2. La flexibilité des contrats formels mis en place

Le second avantage du financement relationnel bancaire repose sur les facilités de renégociation des contrats de crédit formels qu'il autorise, et donc de l'usage plus efficace, puisque plus flexible, de ceux-ci qui en découle. La nature principalement implicite des engagements de long terme inclus dans cette formule permet typiquement d'obtenir des conventions moins rigides que celles ayant cours dans le cadre transactionnel.

En effet, la relation de long terme entre l'emprunteur et la banque permet de diminuer la rigidité des conditions de demandes de crédit grâce à la confiance établie entre les deux agents (Vigneron, 2009). De plus, Boot & al (1993) explique que cette relation bancaire permet à l'entreprise une plus grande flexibilité dans la renégociation de ses contrats en cours avec la banque afin de les adapter à sa situation actuelle et ainsi de réduire ses coûts de financement.

1.3.1.3. Un contrôle renforcé du débiteur

La flexibilité des conventions mises en place et la meilleure transmission d'informations existant dans le cadre d'un financement relationnel bancaire posent les bases d'un troisième avantage : un contrôle des débiteurs plus efficace. A ce titre, cette configuration contractuelle particulière apparaît jouer un rôle central dans les systèmes de gouvernement d'entreprise en place.

Jensen (1986) démontre que l'endettement d'une petite entreprise a pour conséquence de renforcer la discipline de son dirigeant. Les banques bénéficient d'économie d'échelles quant à la collecte d'informations permettant un coût d'agence moindre entre le dirigeant et le créancier. Cette réduction d'asymétrie d'information va ainsi amener à un contrôle des débiteurs plus efficace et une réduction des problèmes d'aléa moral. Le financement relationnel bancaire rajoute à cela la possibilité d'obtenir ces informations à un coût encore plus réduit. La conséquence directe de cette réduction de coût est un renforcement du contrôle des entreprises débitrices (Vigneron, 2009), le financement relationnel permet également l'instauration de liens affectifs (Heide et John, 1990) qui permettent de se prémunir contre l'opportunisme¹.

En fait, dans une relation de financement, les banques optent pour des contrats de crédits qui s'adaptent à la situation des emprunteurs tels qu'elle a été ressentie. Cette adaptation, d'origine affective, peut donner naissance à des manifestations d'opportunisme, et comme il l'a expliqué Charreaux (1990), le bon fonctionnement des relations ne peut reposer que sur la confiance, surtout en la présence de failles dans les contrats.

1.3.1.4. L'acquisition d'une réputation de qualité au travers la certification bancaire

Le dernier avantage, associé au financement bancaire relationnel, découle des précédents. Il consiste dans la réputation de solvabilité qu'il permet aux entreprises clientes de développer et qui améliore ses rapports avec les autres investisseurs. En effet, Les entreprises peuvent en quelque sorte certifier leur solvabilité auprès du marché financier grâce aux contrôles fréquents exercés par leur banque. En effet, par ces contrôles récurrents, les banques évitent les problèmes d'aléa moral et éloignent les emprunteurs de faible qualité (Diamond, 1991). La relation entre les deux acteurs apparaît comme un signal positif auprès des autres

¹ LAMARQUE E., « Management de la Banque : Risques, Relation client, Organisation », Edition PEARSON Education France, 2008, p.121.

investisseurs. Cet avantage confirme la théorie de Ross (1977) selon laquelle l'endettement envoie un signal de bonne qualité de la firme.

1.3.2. Les limites du financement relationnel

Certains des avantages cités plus haut peuvent, à l'extrême, générer des coûts pour l'entreprise emprunteuse. Le premier est lié au pouvoir de monopole que peut exercer une banque, si elle est la seule à financer l'entreprise, et qui la conduit à exploiter son avantage informationnel pour s'octroyer des rentes sur ses clients les plus fidèles.

Plusieurs auteurs se sont intéressés aux limites du financement relationnel à ce titre il ya lieu de citer : Wood, Rajan, Kornai, Dewatripont et Maskin, Udell, Demeza et Southey, Guttentag et Herring, Morck et Nakamura, Allen et Gale¹.

Wood (1975) présentait déjà cet éventuel comportement opportuniste de la part des banques. Mais c'est surtout le modèle à trois périodes de Sharpe (1990) qui est considéré comme la référence sur ce thème. En $t=0$, l'entreprise qui souhaite financer un projet d'investissement choisit la banque qui lui propose le taux d'intérêt le plus faible. A l'échéance de l'emprunt en $t=1$, l'emprunteur et sa banque (ou banque interne) obtiennent un signal parfait sur le revenu généré par le projet en $t=2$. Les autres banques (les banques externes) ne perçoivent qu'un signal bruité. Il existe donc une asymétrie d'information entre prêteur interne et prêteur externe. Si le projet est solvable de manière certaine en $t=2$, la banque interne informée de cet état devrait proposer un taux d'intérêt sans risque r_f .

Les banques externes, non informées, proposent-elles un taux $r_f + \beta$ (où β constitue la prime de risque). A l'équilibre, la banque interne peut adopter un comportement opportuniste et offrir un taux $r_f + \beta$ qui lui permet de garder son client tout en l'expropriant. Sharpe (1990) montre donc que l'avantage informationnel de la banque principale peut conduire la création d'un pouvoir de monopole, ou de hold-up, permettant de « capturer par l'information » l'entreprise cliente de longue date.

RAJAN (1992) complète ces analyses en étudiant le problème de l'aléa moral qui apparaît lorsque les banques financent des firmes en forte croissance. Dans un modèle multi-périodique, il montre que si une entreprise est dépendante d'une seule banque pour son financement, alors la banque peut exiger un remboursement après connaissance de l'état de la nature. Si la banque estime que la conjoncture rend le projet non rentable, elle peut renoncer

¹ MADOUCHE Y., *Op Cit*, pp.103-104.

ultérieurement à financer l'entreprise. Par contre, si le projet de l'entreprise se révèle profitable, la banque peut conditionner la poursuite du financement au partage de la VAN du projet à son profit. Compte tenu des coûts liés aux changements de banque (*switching cost*), les entreprises se trouvent prises en otage.

Un second problème se pose si les renégociations, possibles dans le cas de financements relationnels, deviennent systématiques. L'entreprise, qui n'est pas astreinte à un budget fixe, mais à un budget constamment augmenté par l'addition de crédit supplémentaire, a donc une « contrainte budgétaire atténuée (*soft-budget constraint*) selon l'expression de KORNAI (1980). DEWATRIPONT et MASKIN (1995) appliquent ce cas au financement relationnel et montrent que les banques sont souvent obligées de renégocier ex post les contrats de prêts, même si la situation de l'emprunteur exige une liquidation. Sachant que la menace de la liquidation n'est pas crédible, les anciens clients se trouvent dans un rapport de force favorable pour faire valoir leurs intérêts aux dépens de ceux du prêteur.

Lorsqu'ils savent par exemple, qu'en toutes circonstances, la liquidation de leurs actifs rapportera moins que la poursuite de leur activité, ils peuvent être amenés à adopter, ex ante, des comportements inefficients vis-à-vis du risque, à prendre des libertés avec leurs engagements, à sous optimiser leurs décisions, à s'octroyer des avantages personnels, etc. Une relation trop étroite avec les entreprises emprunteuses peut également entraîner une baisse de la vigilance des banques et altérer leur objectivité. UDELL (1989) insiste sur ce point : la bonne réputation d'une entreprise emprunteuse, qui découle de sa bonne santé financière passée, peut entraîner un relâchement de la surveillance des banques.

DEMEZA et SOUTHEY (1996) traitent également de ce problème en montrant que les individus sont enclins à surestimer la probabilité d'un succès lorsque les événements semblent être sous leur propre contrôle. Ainsi, un banquier qui a accordé un prêt serait tenté de minimiser la probabilité d'un échec. Cette étude entre le cadre de travaux de psychologie cognitive qui ont élaboré une certaine théorie de la « myopie au désastre » dans le secteur bancaire (GUTTENTAG et HERRING, 1986). Cette théorie montre une tendance systématique des dirigeants bancaires à faire preuve d'un excès d'optimisme et d'une sous-estimation des risques de défaut dans les périodes de croissance et d'euphorie boursière ou immobilière, minimisant les risques inhérents à un retournement conjoncturel. A l'inverse, les banques peuvent parfois adopter des comportements trop prudents qui peuvent affecter l'innovation et la croissance des entreprises (MORCK et NAKAMURA, 1999).

ALLEN et GALE (2001) rejoignent cette idée et considèrent que les banques sont moins efficaces dans le financement d'entreprises innovantes qui opèrent nécessairement dans des environnements non standard. En effet, les entreprises souhaitant financer des projets innovants sont caractérisées par une incertitude forte concernant leur rentabilité à long terme. La décision de financer ou non ces entreprises est donc complexe et des diversités d'option peuvent exister.

Dans le cas d'un financement relationnel (considéré comme une coalition d'investisseurs), les divergences d'opinion peuvent engendrer des coûts de désaccord entre les agents participants à la coalition. Ces coûts peuvent devenir tellement importants que les agents préfèrent ne pas financer le projet et quitter la coalition. A l'inverse, dans le cadre d'un financement par le marché, les agents décident du financement de manière totalement autonome. Ainsi, s'il y a incertitude sur la nature des rendements du projet financé, le marché représente la forme de financement la plus efficace.

1.4. Les conséquences du financement relationnel sur les conditions de financement des entreprises

On relève dans la littérature sur le sujet plusieurs conséquences du financement relationnel sur les conditions de financement des entreprises¹. Plusieurs études montrent que les caractéristiques d'une relation banque-entreprise telles que sa durée, son exclusivité ou son étendue, ont des répercussions sur la disponibilité du crédit, de son coût et de la demande de garantie.

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

¹ MADOUCHE Y., SI LEKHAL K., BIA C., « Le financement relationnel : une réponse au rationnement de crédit des PME algériennes », *The Algerian Business Performance Review* 12, 2017, p.175.

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.

2. Financement relationnel bancaire et asymétrie informationnelle des entreprises

Le faible financement bancaire que connaissent les entreprises dans un financement transactionnel est un problème dont la solution proposée dans la littérature est le financement relationnel bancaire. Ce mode de financement permet de réduire l'asymétrie informationnelle des entreprises bien qu'il présente également quelques dérives¹.

¹ KONO ABE J.-M., MBAMA P.-C., « Financement relationnel bancaire et asymétrie informationnelle des entreprises en zone CEMAC : un effet de dilution », *Revue africaine de management*, ISSN : 2509-0097 VOL.5 (1), 2020, p.131-134.

2.1. La dilution de l'asymétrie informationnelle des entreprises : une explication par le financement relationnel bancaire

L'activité de la banque secondaire a longtemps été limitée à la répercussion de la politique monétaire émise par la banque centrale. Il faut attendre Gurley et Shaw (1960) pour que les études autonomes sur elle comme intermédiaire financier naissent. Or dans son activité, le financement transactionnel favorise l'asymétrie informationnelle de l'entreprise avant et après la signature des contrats. D'où la valorisation du financement relationnel bancaire.

L'asymétrie de l'information perturbe l'allocation efficiente des ressources financières aux entreprises et engendre pour leurs meilleurs projets un faible financement (Leland et Pyle, 1977). Le financement relationnel bancaire est ainsi proposé pour solutionner ce problème. Celui-ci est une relation spécifique qui se développe au-delà de la réalisation des transactions financières anonymes et simples (Boot 2000). Il se formule autour d'une double dimension critique : les interactions multiples et l'information privée. Ses spécificités telles que l'exclusivité, l'étendue et la durée sont indispensables pour amener l'entreprise à devenir transparentes. Or cette transparence permet à la banque de réduire les risques auxquels elle est exposée et permet aussi à l'entreprise de bénéficier d'un financement bancaire efficace.

Ainsi, la durée et l'étendue de la relation permettent la réduction de l'asymétrie d'information (Vigneron, 2009 ; Uzzi et al, 2003 ; Gardes et Machat, 2013 ; Uzzi, 1999 ; Lehman et Neuberger, 2001), c'est-à-dire la sélection adverse et entraînent de ce fait l'adoucissement des conditions de crédit (Jonsson, 2008).

Selon la théorie d'agence exposée par Jensen et Meckling (1976), la banque peut être exposée au risque d'hasard moral une fois le projet d'investissement entamé dans un financement transactionnel. Celui-ci est problématique parce que dans un monde où la rationalité des agents économiques est limitée et que les contrats qu'ils signent sont incomplets, ceux-ci sont capables d'adopter l'opportunisme (Macneil, 1978 ; Williamson, 1971 ; Jost, 2004).

Cet opportunisme peut être saisi comme étant la conduite qui comporte à tirer le meilleur parti des circonstances en faisant peu des cas des principes moraux. Or l'asymétrie de l'information est l'une des causes de ce problème. Cette asymétrie de l'information est une circonstance où l'emprunteur choisit un comportement opportuniste du fait de l'avantage

informationnel dont il détient. Une fois le prêt alloué, son acquittement dépend de l'action de celui-ci, de son comportement et du sacrifice fourni. Le prêteur endure dans ce cas un risque de commutation des actifs encore appelé aléa moral (Stiglitz et Weiss, 1981).

Or le financement relationnel permet de prendre plusieurs mesures pour diluer la dissymétrie informationnelle. Et l'une des mesures prises par la banque est le taux d'intérêt. Celui-ci est observé comme un moyen indirect de contrôle de l'attitude de l'entité. Selon Stiglitz et Weiss (1981), ce taux est pour l'entité une condition de décision d'investissement : celle-ci choisira des projets d'autant plus risqués que le taux d'intérêt l'est. Ainsi, une banque confrontée à une entreprise en difficulté n'a pas forcément intérêt à accroître le taux débiteur (Gorton et Kahn, 1993). La faible demande de garanties matérielles à l'entreprise permet aussi de solutionner ce problème car elle motive la banque à contrôler l'entreprise.

Une autre mesure prise par la banque dans un financement relationnel c'est le contrat de prêt qui incite l'entreprise à l'honnêteté. Ce contrat aide la banque à fixer par exemple un coût de faillite en cas de défaut de paiement, tel que l'entrepreneur n'a pas intérêt à mentir. Le coût de faillite endogène s'interprète comme une sanction non pécuniaire, afin que la responsabilité limitée de l'entrepreneur soit observée (Diamond, 1984). Ce contrat limite également la paie des dividendes aux actionnaires afin de s'assurer des ressources internes qui aident à la croissance raisonnable de l'entreprise. La banque peut également exiger un taux d'endettement maximal de manière à ce que l'entreprise ne soit pas exposée à un trop grand risque de défaillance. Mais il est également nécessaire de souligner que certaines insuffisances que connaît le financement relationnel ne facilitent pas la réduction de l'asymétrie de l'information.

2.2.Faible dilution de l'asymétrie de l'information : la responsabilité des dérives du financement relationnel bancaire

Le financement relationnel bancaire qui est présenté dans la littérature comme solution au problème de rationnement crédit des entreprises, présente également quelques faiblesses. Celles-ci peuvent provenir non seulement de l'entreprise mais aussi de la banque, ce qui complique la dilution de l'asymétrie de l'information.

Le financement relationnel bancaire qui est présenté dans la littérature comme solution au problème informationnel connaît également quelques limites. Parmi celles-ci, il y a la gestion

inefficace du financement relationnel par l'entreprise qui passe par l'absence de transparence dans la gestion des crédits antérieurs.

Il est clair que l'entreprise peut fournir des informations spécifiques au début de la relation de financement et bénéficier de meilleures conditions de crédit. Mais au cours de la gestion de ce crédit obtenu, elle peut décider de ne plus être transparente par opportunisme. Or le financement relationnel bancaire étant étalé dans le temps avec des financements indépendants, l'absence de transparence de l'entreprise amène la banque à durcir les conditions de crédit lors de la prochaine demande de crédit. La banque peut aller jusqu'à diminuer les quantités de crédit du fait de cette absence de transparence.

À cette gestion inefficace du financement relationnel, nous ajoutons la faible compétence relationnelle de l'entité comme facteur d'accroissement de l'écart informationnel.

Selon Persais (2004), la compétence relationnelle se définit comme la capacité d'une entreprise à tisser et d'entretenir un lien positif et durable avec un acteur clef de l'environnement. Cette capacité lui permet d'être au même pied d'égalité que la banque. Or, il est généralement constaté que les entreprises sont habituellement incompetentes à gérer une relation de financement avec une banque, surtout les PME, à travers leurs dirigeants. Ceux-ci peuvent être incompetents parce qu'ils n'ont pas la base de connaissances (savoir) ; les pratiques (savoir-faire) ou alors se comportent mal face aux banquiers (savoir-être). La communication de l'entreprise est en partie au moins l'élément sur lequel est reposée chacune de ces dimensions. Selon Gardes et Machat (2011), celle-ci répond aux aspects des trois dimensions évoquées et caractérise un comportement relationnel sans opportunisme.

De l'autre côté, les banquiers sont fréquemment des personnes qui ont subi une formation appropriée afin de maîtriser leur travail. Leurs compétences sont multiples et leurs transfèrent ainsi une longueur d'avance par rapport aux dirigeants de l'entreprise. Ce qui les encourage à exploiter les informations privées obtenues sur l'entreprise pour l'intérêt de leur banque. Sharpe (1990) affirme que les conditions de crédits que les entreprises supportent dans ces circonstances sont non concurrentielles. Or, « le mode de gestion de la relation de financement par la PME, notamment la compétence relationnelle du dirigeant est à même de faciliter son financement » (Nathalie Gardès, 2018)

Au-delà des causes de faible réduction de l'asymétrie d'information propres à l'entreprise, nous avons également la responsabilité de la banque qui est indexée.

L'opportunisme bancaire est l'une des dérives du financement relationnel bancaire où la banque utilise les informations stratégiques et confidentielles récoltées sur l'entreprise à des fins personnelles. Ce comportement engendre des effets néfastes pour l'entreprise et pour les parties prenantes. Selon Rajan (1992), la banque peut d'abord utiliser son monopole informationnel pour ses fins personnelles. C'est dans ce sens que l'entreprise se voit donc se faire imposer des garanties et des taux d'intérêt exorbitants. Toutefois, le fait pour la banque de faire la promesse de financement à l'entreprise peut l'amener à devenir honnête.

Le financement relationnel est un mode de financement proposé dans la littérature comme solution aux problèmes informationnels entre banque et entreprise dans leurs transactions financières. Mais cet objectif n'est pas toujours atteint car certaines situations comme l'interaction médiocre de la part de l'entreprise accentuent l'asymétrie informationnelle dans un financement relationnel bancaire.

Pour Nathalie Gardès (2018), « mettre l'interaction au centre de la relation bancaire revient à considérer la nécessité de gérer cette relation ». Seul le processus d'interaction sociale peut mettre fin à l'asymétrie informationnelle qui existe entre les cocontractants, notamment lorsqu'il se révèle par l'établissement d'une compétence relationnelle. Seulement lorsque ce processus d'interaction sociale est inexistant entre banque et entreprise, cette situation ne fait qu'amplifier l'asymétrie informationnelle ex post qui engendre ses conséquences. Cependant, comprendre la relation en tant que processus d'interactions sociales volontaires présume d'imaginer que la relation met en contact des personnes à la fois en conflit et dépendance réciproque (Schelling, 1960).

Au regard de ces relations sociales entre la banque et l'entreprise, il est à relever que la notion de confiance doit être à la base de cette interaction sociale même lorsqu'elle est effective. Car il faudrait d'abord que les deux agents puissent se faire confiance entre eux pour arriver à entretenir des relations sociales. C'est une croyance de la part de l'entreprise que le créancier accomplira des actions qui se solderont par un résultat positif et qu'il n'exécutera pas des actions non anticipées qui s'ensuivront d'un revenu négatif pour l'entreprise (Anderson et Narus, 1990). L'intérêt de la confiance dans ce mode de financement c'est qu'elle aide à fermer « les blancs » du contrat explicite. Elle accorde de minimiser l'incertitude et de s'opposer à la complexité Luhmann (1979). Son absence engendre l'incertitude.

L'absence de contrôle de l'entreprise par la banque est une autre insuffisance. Généralement, la possession des garanties matérielles élevées par la banque dans un financement relationnel ne lui donne plus la motivation à contrôler l'entreprise. Cela est souvent observé par opportunisme car la banque sait qu'elle a une position privilégiée dans le remboursement des créanciers en cas de faillite de l'entreprise

3. Notions de base sur l'accompagnement bancaire

La plupart des recherches soulignent l'importance de l'accompagnement bancaire tout au long de la vie de l'entreprise (McAdam et McAdam, 2008). En effet, comme le souligne Paul (2004), l'accompagnement se produit dans des situations de passage lors desquelles l'accompagnant a comme fonction d'apporter un support, une aide, un plus, lors de phases de transition, de périodes de changement, à l'accompagné.

3.1. Concept d'accompagnement

Dans un premier temps, il importe de définir le concept « accompagnement » afin de comprendre toutes ses facettes, notamment dans le domaine social. Pour ce faire, nous avons exploré l'origine du mot et sa terminologie.

Tous les auteurs qui ont abordé le sujet s'entendent pour retenir du mot accompagner la dimension com-pain qui origine du mot pain, qui associé au préfixe com fait copain et qui peut être pris dans le sens de « partager le pain » (Vial et Caparros-Mencacci, 2007). Le premier sens d'accompagner est donc celui de « partager avec » ou celui de « cheminer avec » dans une direction donnée. Vial et Caparros-Mencacci lient à ce sens les expressions « dame de compagnie », « être en compagnie de » et « aller de compagnie avec » (2007, p.22).

Si l'étymologie du mot semble assez claire, la question qui vient par la suite est pourquoi alors est-il si difficile de regrouper sous une dénomination unique ce qu'on entend par accompagnement dans le contexte de l'intervention sociale ? Le mot accompagnement recouvre en effet un nombre imposant de fonctions différentes dans les pratiques. Il faut donc réfléchir plus avant ; bien sûr il y a toutes sortes de tendances possibles dans le domaine de l'intervention sociale qui justifient l'appellation accompagnement, des opérations de type

formation et négociation ou des actions d'aide et d'entraide. En quelque sorte, ce terme englobe autant des aspects reliés au « savoir-faire » qu'au « savoir- être » (Sammut, 2003)¹.

Selon Le Larousse, l'accompagnement désigne « le fait d'aller quelque part avec quelqu'un, escorter, mettre en place des mesures visant à atténuer (réduire) les effets négatifs sur quelqu'un, ainsi l'accompagnement considéré comme « un processus qui consiste à « faire passer » une personne d'un état à un autre, voire à l'influencer pour qu'elle prenne des décisions. Or l'accompagnement vise à rendre le créateur autonome et accompagnant ne doit en aucun cas se substituer au créateur »². L'accompagnement du créateur peut également s'envisager à partir du concept de « réseau de soutien ».

Barès (2004) considère l'accompagnement comme « capable de développer une compétence spécifique en amont des projets, c'est-à-dire une capacité d'intervention sur tous les aspects d'un projet, sans en isoler le juridique, le commercial, le financier et le social, et de suivre l'entreprise nouvellement créée »³.

D'une certaine manière, définir l'accompagnement et le distinguer des autres formes d'intervention est une préoccupation récente. Avant les années 2000, on trouve peu de textes scientifiques qui traitent explicitement de l'accompagnement à titre d'intervention ou de fonction (Paul, 2004). Ce n'est qu'après les années 2000 que le questionnement sur ce concept de l'accompagnement devient présent dans les champs social, entrepreneurial, thérapeutique et pédagogique.

Dans le secteur bancaire l'accompagnement correspond à un ensemble de mesures qui visent à entretenir une relation personnalisée avec chaque client, dans le but de mieux le fidéliser. En français, ce concept est souvent synonyme d'aide, de conseil, de soutien ou d'appui⁴. En ce sens, il s'agit d'offrir le petit service « en plus » qui fait la différence, et permet d'aller au-delà des attentes du client, l'accompagnement client se fait sur le long terme, et dépasse souvent le cadre de l'achat « one shot »⁵.

¹ BEAUPRE BEAUREGARD. A-J, « Recherche qualitative sur les éléments qui constituent le processus d'accompagnement aux plaintes dans le contexte du Centre d'assistance et d'accompagnement aux plaintes (CAAP) de l'Estrie », Université de SHERBROOKE, 2015, p.10.

² KIZABA G., « Entrepreneuriat & accompagnement, outils actions et paradigmes nouveaux », Ed L'Harmattan, Paris, 2008 p.74.

³ *Idem*.p.75.

⁴ KPODEKON Y-E-E., « L'accompagnement technique des institutions de microfinance au Burkina Faso et au Sénégal », Thèse de Doctorat Discipline : Economie et Société, Université Rennes 2, 2018, P.40.

⁵ Désigne une vente directe signée au cours de l'unique rencontre entre le prospect et le commercial

Pour la banque par exemple, l'accompagnement clientèle doit se faire dans les actions simples de gestion quotidienne (consultation de comptes, virements, impressions de RIB, etc.), mais également sur la durée, pour des actions plus complexes (contraction d'un prêt pour l'achat d'un logement, souscription à une assurance vie, ...). Ce suivi client se fait tout le long du cycle de vie du client, afin de prolonger cette relation entre ce dernier et la banque¹.

3.2. Le rôle de la banque dans l'accompagnement bancaire

- Les clients attendent avant tout de leur banque qu'elle les aide à contrôler les dépenses habituelles quotidiennes ou mensuelles grâce à des outils ou conseils pertinents.
- Prendre de bonnes décisions financières (une bonne gestion de la trésorerie, contrôle budgétaire, évaluer ses besoins en assurance, ...).
- Conseil : conseil sur la manière de gérer son épargne, ses crédits ou bien encore ses finances personnelles. Il faut que le client puisse voir, « toucher » la valeur ajoutée du conseil ainsi fourni.
- Accompagnement dans la durée : le client veut pouvoir compter sur sa banque dans la durée et savoir que celle-ci sera à ses côtés dans les bons comme dans les mauvais moments de la vie.
- Personnalisation : la banque doit pouvoir personnaliser, non seulement la relation qu'elle entretient avec son client (le dogme longtemps défendu par les banques de « un client pour un conseiller » s'estompe au profit de celui de : « un client pour du conseil »), mais surtout son offre de produits & services, en répondant de façon précise à ses besoins, dans le bon timing et selon le bon canal.
- Développer une relation de qualité et de long-terme avec leurs banquiers.
- Une gestion dynamique.
- Disponibilité, compétence et Considération.

3.3. L'importance de l'accompagnement bancaire

L'accompagnement est un élément clé du financement des entreprises. Il conforte les chances de réussite du projet de l'emprunteur, il aide à prévenir ou à résoudre les éventuelles difficultés de remboursement et permet d'accroître la maîtrise budgétaire et bancaire quand cela s'avère nécessaire.

¹ <https://blog.smart-tribune.com/fr/accompagnement-client>. Consulté le : 31/07/2021

Le rôle de l'accompagnant consiste en une transmission de connaissances spécifiques. L'accompagnant contribue à la définition des critères qui serviront de fondations à la décision du client et à la distinction de l'information fiable et pertinente pour la poursuite du projet de financement. Il se doit d'adapter sa posture afin de cerner la personnalité de l'entrepreneur, ses compétences et savoir-faire, mais aussi comprendre sa situation particulière, ses enjeux. Il doit prendre en compte la dimension du projet de financement et toujours adapter son approche et considérer que les organisations de petites tailles ne peuvent s'entendre comme un modèle réduit des grandes entreprises.

En effet, le crédit ne peut pas être considéré en tant que tel comme une solution à un problème apparemment économique et peut même devenir, sans un accompagnement construit et personnalisé, une mauvaise réponse préjudiciable à l'emprunteur. Outil de financement et rien d'autre, le crédit ne peut pas résoudre à lui seul une problématique socio-économique.

Le crédit n'est pas à considérer uniquement comme une ressource mais comme une charge de remboursement venant s'imputer mensuellement sur le budget familial de l'emprunteur. Il nécessite par conséquent de disposer d'une capacité de remboursement suffisante, avérée ou prévisible sur toute la durée du prêt. Le crédit est un engagement sur le long terme et il nécessite de pouvoir réagir face aux imprévus et aléas à venir.

Emprunter est un acte responsable qui engage sur la durée. L'obtention d'un crédit ne doit pas être considérée comme une finalité mais comme un moyen pouvant contribuer à la réalisation d'un projet de vie. D'autres outils, tout aussi importants que le crédit, existent et sont parfois mieux adaptés à la situation de la personne concernée. Ils doivent être identifiés, choisis, utilisés et articulés, au bon moment et à bon escient.

Les dispositifs d'accompagnement visent, suivant les cas, à communiquer aux entreprises des informations relatives à l'environnement institutionnel et économique de cette dernière, à leur transférer des compétences techniques telles que la gestion de trésorerie, à les aider à mûrir leur projet, voire, à leur insuffler un esprit plus entreprenant.

Dans ce contexte, le rôle de l'accompagnement est primordial pour chercher à appréhender une situation globale, parfois complexe et multi dimensionnelle, les différents acteurs doivent garder à l'esprit que toutes ces actions sont à mener dans l'intérêt de

l'emprunteur pour l'aider à acquérir une meilleure connaissance du monde bancaire et donc une plus grande autonomie.

L'accompagnement constitue à notre sens une innovation dans le domaine bancaire, car un des rôles essentiels de l'institution financière est de conseiller ses clients et être à leur entière disposition. Malheureusement, ce rôle a été délaissé dans nos banques.

4. L'accompagnement comme dimension relationnelle et opérationnelle

Bien que l'accompagnement ne soit pas une pratique nouvelle en Sciences Humaines et Sociales (SHS), il a gagné dans les dernières années en popularité en particulier en sciences de gestion (Fayolle, Cuzin, Siegel, Sammut).

Ce nouveau concept a été abordé par plusieurs auteurs, que ce soit par son volet relationnelle ou opérationnelle, à ce titre il y a lieu de citer : BRECHET, SAMMUT, CHRISMAN et MC MULLAN, VERONIQUE DES GARETS et AL, CUZIN et FAYOLLE, CHABAUD et AL, SCHMITT et NDJAMBOU, BAYAD et AL, JAOUEN et DESCHAMPS¹.

4.1. La posture relationnelle de l'accompagnement

L'accompagnement se retrouve dans le système qui le génère. Accompagner, c'est permettre que certaines questions soient soulevées, c'est autoriser cette démarche voire la favoriser mais « ne pas en donner une réponse qui étoufferait la question » car accompagner, c'est aussi « accompagner la question de l'énigme d'autrui » (Fustier, 2000, p. 23).

La sémantique utilisée pour traduire l'accompagnement de l'entrepreneur prend plusieurs formes. En français, ce concept est souvent synonyme d'aide, de conseil, de soutien ou d'appui. Dans le langage anglo-saxon, les termes tels que *counselling*, *coaching*, *tutoring*, *sponsoring* ou encore *mentoring* sont couramment utilisés.

L'accompagnement met en « relation d'aide » l'accompagnateur et l'accompagné. Le premier apporte au second les informations utiles dans le déploiement du processus. C'est dire que l'accompagnateur transfère à l'accompagné les informations, les connaissances et les compétences indispensables pour réaliser un projet (Bréchet, 1994) et pour gérer de façon pérenne son entreprise (Sammut, 2003). En effet, de pertinents résultats d'études empiriques

¹ KPODEKON Y-E-E., *Op Cit.*, pp.40-45.

révèlent que les entreprises accompagnées, survivent plus longtemps que celles qui ne sont pas accompagnées dès leur démarrage (Chrisman et Mc Mullan, 2004).

La présence de l'accompagnateur et de l'accompagné est nécessaire puisqu'il n'y aurait pas d'accompagnement sans les deux acteurs. L'accompagnateur doit soutenir et valoriser l'accompagné sans se mettre à sa place.

L'accompagnement renvoie aussi à l'idée de cheminement incluant un temps d'élaboration et des étapes qui composent la « mise en chemin ». Vient l'idée d'un effet d'ensemble, quel que soit le niveau relationnel. L'action implique les deux acteurs à tous les stades du cheminement. Il y a une complémentarité entre l'accompagnateur et l'accompagné. Le relationnel en milieu bancaire a été étudié par Véronique Des Garets et *al.*, (2009) mais ce sont les travaux de Berry (1983), qui ont été à l'origine du marketing relationnel. Il est le premier à avoir utilisé les termes de marketing relationnel. Berry en 1995 a montré que le marketing relationnel était parfaitement adapté au secteur des services donc au secteur de la banque. Il est appréhendé dans la durée.

L'échange relationnel intègrerait une dimension historique et une dimension contextuelle de l'échange et se situerait dans le long terme. Dans une telle relation, l'engagement et la confiance sont des éléments fondamentaux des étapes de la vie de la relation : la création, le maintien et la rupture des relations. Le marketing relationnel recherche la stabilité des relations d'échange fondées sur la fidélité mutuelle qui dépasse le contrat formel.

L'échange relationnel suppose aussi la mise en place d'investissements qui limitent la possibilité de changer de partenaire du fait du coût des changements. Ces investissements sont aussi bien techniques qu'humains. Ils peuvent également correspondre à l'investissement en temps passé à connaître son partenaire. Il faut aussi noter que la dimension sociale de l'échange est très importante dans le marketing relationnel. Elle prend toute sa place comme le rappellent Dwyer et Shurr (1987) : « dans un échange relationnel, les participants retirent des avantages personnels, des satisfactions de nature non économique et s'engagent dans un échange social ».

4.2. L'accompagnement comme démarche opérationnelle

Les besoins et les offres en accompagnement étant nombreux (Paul, 2002), les modalités de celui-ci ont été maintes fois questionnées (Chabaud et al, 2010 ; Schmitt et Ndjambou, 2016). Une très grande variété de pratiques existe en effet : tutorat, conseil, mentoring,

compagnonnage, sponsoring, parrainage, coaching (Paul, 2002). Cette diversité donne l'impression qu'il existe autant de formes d'accompagnement que d'accompagnants. Cuzin et Fayolle (2004) proposent d'ailleurs de considérer plutôt l'objet de l'intervention. Ils en distinguent trois : le porteur, le projet et la relation porteur-projet. Ils en déduisent trois types d'intervention : technique, psychologique et méthodologique. Dans la première, l'intervention relève de l'ordre de l'expertise technique. Dans la deuxième, elle s'apparente au coaching et dans la troisième, elle donne à l'accompagnant un rôle de révélateur des enjeux induits par le projet.

Dans un autre registre, Paul (2004) discerne trois postures spécifiques d'accompagnement. La posture fonctionnaliste conduit à mobiliser les ressources d'experts et s'appuie sur une logique de résolution de problèmes. La posture herméneutique se focalise sur les ressources personnelles du porteur et vise à l'aider à les mobiliser : l'accompagnant est plutôt dans un rôle de facilitateur. La troisième posture est réflexive et critique : elle repose sur la confrontation des points de vue de l'accompagnant avec ceux de l'accompagné.

L'approche développée par Bayad et al. (2010) structure les différentes figures de l'accompagnement en croisant deux axes. Le premier s'intéresse à la nature du savoir déployé au cours du processus d'accompagnement. L'accompagné va dans un premier temps intérioriser, s'accaparer (assimilation) le savoir apporté par l'accompagnant pour ensuite se le réapproprier, le remodeler (accommodation). Le second axe porte sur la relation accompagnant – accompagné. Celle-ci s'inscrit dans une conversation qui va de la discussion au dialogue : la discussion renvoie à une interaction de nature convergente à finalité décisionnelle tandis que le dialogue traduit une interaction de nature divergente à finalité exploratoire.

La combinaison de ces deux dimensions donne quatre figures archétypiques : le mentor, l'expert, le conseil et le coach. Le mentor guide l'accompagné par ses directives, il est légitimement en mesure de maîtriser un certain nombre de savoirs que le mentoré va accepter comme tels. L'expert, quant à lui, dispense un savoir qualifié et partiel. Autant le mentor s'inscrit dans une approche systématique et soumise d'accompagnement, autant l'intervention de l'expert, ou plutôt des experts, est pointue, appliquée à un champ du projet, relevant de la prescription plus que de l'initiation. Le conseil relève du service non à la personne mais au projet.

La différence avec l'expertise est que le conseil donne des recommandations alors que l'expert apporte une réponse. Le conseil, s'il se substitue au porteur de projet dans sa capacité à analyser, suggère des actions. L'expert, lui, ne suggère rien, il fait. Enfin, le dernier archétype est celui du coach. Son intervention est davantage centrée sur le porteur que sur son projet ; il contribue à co-construire celui-ci en développant chez le premier une capacité à raisonner par lui-même. Le coach est en quelque sorte un accoucheur qui doit permettre à l'accompagné de développer ses propres modes de réflexion et d'action. Il ne se substitue pas comme le conseil ou l'expert au porteur de projet dans sa faculté de réflexion.

Cette synthèse ne peut néanmoins intégrer toutes les méthodes d'accompagnement. Il est difficile d'y placer un mode d'accompagnement qui repose sur l'intervention d'un pair dans une logique d'échanges et d'apports réciproques (Jaouen et al, 2005). De même, dans le domaine de la reprise d'entreprise, Deschamps et al. (2010) ajoutent à ces registres, celui de l'escorte dans la mesure où le cédant guide le repreneur dans son intégration à la fois au sein de l'entreprise et dans ses relations avec son environnement (clients, fournisseurs, etc.).

Dans notre cas il s'agit d'un accompagnement bancaire, de ce fait, les banques accompagnent les entrepreneurs dans le développement de leur activité et dans les étapes essentielles de leur vie privée et professionnelle. Les innovations dans le traitement de l'information mais aussi les évolutions de comportements des consommateurs induisent une adaptation permanente des professionnels et donc des services rendus par les banques. Au final c'est plus d'une centaine de prestations et produits différents que les banques sont en mesure de proposer aux entreprises de toute dimension et à leurs dirigeants, mais la majorité est peu connue du grand public¹.

L'accompagnement constitue donc un suivi de l'activité de l'entreprise au niveau de certaines tâches qui ne sont pas en rapport direct avec l'activité de l'entreprise. C'est une assistance lors du montage des projets au niveau de la gestion logistique, financière, fiscale et sociale, ainsi que du suivi².

Il s'agit de piloter l'analyse et la préparation du projet de l'entreprise, notamment en ce qui concerne l'analyse de son environnement (marché, clientèle, etc.) et des besoins sollicités par l'activité par rapport à cet environnement.

¹ <https://www.dynamique-mag.com/article/la-banque-quels-services-pour-les-entreprises.3359> consulté le : 02/08/2021

² www.petite-entreprise.net/ consulté le : 04/08/2021, consulté le : 02/08/2021.

Il s'agit également d'une aide à l'élaboration d'un plan d'affaire et d'un budget prévisionnel, notamment au niveau de la gestion comptable de l'entreprise (financements, déclarations fiscales, gestion des cotisations et des bilans, etc.). Ceci permet de mettre en place une organisation de travail stable et particulière à l'activité de l'entreprise.

L'accompagnement se fait en tenant compte du cadre juridique, fiscal et social de l'activité de l'entreprise. Un accompagnateur doit, en effet, assurer le suivi des projets, au niveau administratif et législatif, au-delà de leur mise en œuvre, afin d'optimiser l'activité de l'entreprise dans la durée¹.

4.3. L'accompagnement en phase d'exploitation

En cours de l'exercice, une entreprise a besoin de liquidité pour couvrir des dépenses éventuelles. Mais pour faire face à la concurrence, elle se doit d'accorder des délais à ses clients, elle doit parfois subir des retards dans les règlements.

En conséquence, l'entreprise se retrouve dans une situation de besoin de trésorerie, cela va la conduire auprès de son banquier, qui pourra lui proposer des crédits à court terme. Ces crédits consentis à l'entreprise pour remédier à des insuffisances temporaires de capitaux à court terme, leur durée est inférieure à une année et correspond à la nature des besoins financiers, financement des approvisionnements, du stockage, de la fabrication ou de commercialisation. C'est durant la phase d'exploitation que le produit est utilisé, maintenu et/ou entretenu, amélioré et réparé.

Cette phase se compose de plusieurs étapes :²

- **L'étape de soutien technique** : qui correspond à l'ensemble des activités réalisées en parallèle pendant la période d'exploitation (exemples : activités de maintenance, amélioration continue, réajustement du procédé, activité associée à l'extension de la durée de vie).
- **L'étape d'évolution du produit** : où les personnes en charge pourront proposer une nouvelle version du produit avec des améliorations, une nouvelle fonctionnalité et parfois une nouvelle version d'un produit standard destiné à un autre usage.

¹ <https://www.petite-entreprise.net/P-3127-84-G1-qu-est-ce-que-l-accompagnement-d-entreprise.html> consulté le 04/08/2021.

² <https://www.blogplm.com/2015/01/20/cycle-de-vie-produit-focus-sur-la-phase-d-exploitation/>, consulté le 04/08/2021.

- **L'étape d'entretien et de réparations** : qui correspond à l'ensemble des actions destinées à maintenir ou à rétablir un article dans un état lui permettant de remplir sa fonction requise.

L'accompagnement est très important lors du financement du cycle d'exploitation et de la demande du crédit, il joue également un rôle essentiel tout au long de la durée de remboursement du crédit. Il est alors important qu'une procédure soit mise en place au sein de la structure accompagnante pour permettre aux accompagnants de "suivre" sur le long terme les emprunteurs.

Ce suivi peut s'exercer de diverses manières (en groupe ou de façon individuelle, lors de rendez-vous physiques ou téléphoniques, de façon mensuelle ou trimestrielle, ...) et touche à divers aspects :¹

- Le suivi du projet financé en lui-même (recherche d'emploi, amélioration des conditions de vie, etc.).
- Le suivi de l'équilibre budgétaire de l'emprunteur.
- Le suivi de la situation personnelle globale de l'emprunteur.

L'établissement de crédit a donc deux grands rôles à jouer :

- Prendre en compte, durant la durée du financement et en liaison avec l'accompagnant, la situation particulière de son client ;
- Construire, dans le cadre d'une relation personnalisée, les conditions pour l'amener vers une autonomie de gestion.

Si l'accompagnant continue à exercer un suivi pendant toute la durée du prêt et joue un rôle central en termes de prévention des incidents, son intermédiation n'est plus systématiquement requise dans la relation courante entre le client et sa banque.

La mission du banquier s'est donc élargie. Il n'est plus un simple intermédiaire financier. Sa compétence ne se limite pas seulement dans l'information de l'entreprise sur les différentes possibilités de financement, mais aussi en matière de diagnostic financier, d'ingénierie ou d'assistance et d'une manière générale de tous les services destinés à faciliter la création et le développement des entreprises (introduction en bourse, placement de titres, aide à la gestion

¹ « Microcrédit personnel : le guide de l'accompagnement », Fédération bancaire française et caisse des dépôts, janvier 2012.

de trésorerie). Par exemple, la banque peut apprécier et critiquer les choix de ses clients. Elle va identifier les risques auxquels est exposée l'entreprise (Rouyer et Choinel).

Nous constatons donc que le rôle des banques dans les opérations financières est très important, elles sont les conseillers éclairés et écoutés des émetteurs et épargnants.¹

- Vis-à-vis des émetteurs : les banques précisent avec les sociétés les plans de financement qui leur sont proposés ; elles orientent leurs clients vers tel type d'opération adaptée à leurs besoins, elles mettent au point la formule retenue.
- Vis-à-vis des épargnants : transmissions d'informations, centralisations et diffusions de renseignements économiques ou boursiers, suggestions de placement sont les principales formes du rôle de conseiller tenu par les banques.

¹ « Microcrédit personnel : le guide de l'accompagnement », Fédération bancaire française et caisse des dépôts, janvier 2012.

CONCLUSION

Nous pouvons déduire d'après ce qui a été évoqué, que les banques et entreprises constituent deux acteurs fondamentaux dans l'économie d'un pays, dans la mesure où toute décision affecte directement la santé de l'économie nationale, d'où la nécessité d'une concertation accrue entre ces deux acteurs pour le bon fonctionnement de l'activité économique. Traditionnellement, l'activité d'une banque consiste principalement à servir d'intermédiaire entre les agents économiques ayant une capacité de financement et ceux ayant un besoin de financement. Avec les changements des circonstances, la banque n'est plus un simple intermédiaire, elle est devenue un conseiller de la clientèle, ainsi qu'un gestionnaire de patrimoine.

La relation banque-entreprise doit, donc, se faire sur une confiance réciproque et une volonté de trouver ensemble la meilleure solution pour garantir la réussite de cette relation. Il faudra par ailleurs que l'entreprise accepte de jouer le jeu de la franchise et de la transparence donnant au banquier toute l'information dont il a besoin. Les entreprises représentent en effet une part importante de la clientèle des banques. De sa part, la banque doit s'intéresser de plus en plus aux entreprises, en cherchant à répondre le mieux possible à leurs besoins et à leurs attentes.

Pour ce faire l'accompagnement des banques doit relever avant tout d'un dispositif cohérent visant à établir des relations régulières pour la mise en œuvre des fonctions clefs de l'entreprise. L'approche de l'accompagnement se veut globale et s'appuie sur la mise en place d'une stratégie de développement et de consolidation intégrant les politiques fonctionnelles nécessaires. Ceci suppose naturellement l'adhésion totale de l'entrepreneur compte tenu de ses intentions fondamentales, de ses besoins et des moyens propres dont il dispose.

Chapitre 3

*L'accompagnement bancaire des
crédits d'exploitation au sein de la
Société Générale Algérie, agence
de Tizi-Ouzou (00851)*

INTRODUCTION

Les entreprises représentent aujourd'hui un capital important, ce qui oblige les banques à les satisfaire en ayant recours à des techniques et outils avancés pour développer une relation durable. C'est dans la même optique qu'il est important pour les banques de savoir gérer leurs relations avec les clients en les accompagnant que ce soit en termes d'orientation, de gestion de flux et de trésorerie, de sécurisation des créances commerciales, de financement des projets de développement ou du cycle d'exploitation.

Pour valoriser les éléments développés dans les deux chapitres précédents et mieux étudier cette relation avec ses clients, une illustration de cas pratique s'avère plus que nécessaire, pour cela nous avons fait appel à la SGA agence (00851) pour faire une étude qui va nous permettre d'examiner réellement la présentation théorique.

Nous avons choisi un dossier de crédit traité au niveau de l'agence, concernant un crédit d'exploitation, sur lequel nous avons tenté de mener notre propre étude appliquant les techniques d'analyse financière et à partir de là nous allons apporter une compréhension du concept d'accompagnement bancaire des entreprises au sein de la société générale.

Ce chapitre est organisé en trois sections :

SECTION 1 : Présentation de Société Générale Algérie agence de Tizi-Ouzou (00851).

SECTION 2 : Le financement de l'exploitation au sein de la société générale.

SECTION 3 : Étude d'un dossier de crédit d'exploitation et accompagnement bancaire.

Pour des raisons de secret professionnel, nous avons modifié les dénominations des clients ainsi que toute information susceptible de les identifier.

SECTION 1 : Présentation de la Société Générale Algérie agence de Tizi-Ouzou (00851)

Notre travail de recherche a comme étude de cas la Société Générale Algérie, une des premières banques étrangères implantées en Algérie. Une banque qui a su en quelques années d'existence en Algérie devenir l'une des banques les plus sollicitées en matière de crédit. L'objet de cette section est de présenter la banque Société Générale Algérie en tant que filiale d'une banque étrangère, puis l'agence qui nous a accueillies durant la période de stage pratique.

1. Présentation du Groupe Société Générale

La Société Générale Algérie dépend du groupe société Générale et particulièrement de la BHF (Banque hors France Métropolitaine).

1.1. Aperçu sur l'historique du Groupe Société Générale

Société Générale a été créée en 1984 par appel public à l'épargne en vue de développer une activité de financement et des investissements industriels et des infrastructures.

Durant la III^e république, elle a créé un réseau de guichets sur l'ensemble du territoire national (1500 guichets en 1940, contre 32 en 1870).

Après la guerre de 1870, les agences d'Alsace-Moselle ont été apportées à une filiale de droit allemand, Société Générale Alsacienne de banque (Sogéal).

Installée à Londres de 1871, Société Générale a développée rapidement son dispositif international grâce à l'extension du réseau de la Sogéal à des pays du Centre de l'Europe (Allemagne, Autriche, Suisse, Luxembourg), à son implantation en Afrique du nord (1909,1911) et, plus tard, aux Etats Unis (1940)¹.

Nationalisée en 1945, Société Générale a joué un rôle actif dans le financement de la reconstruction. Elle a contribué à la diffusion de nouvelles techniques de financement (crédits moyen terme mobilisables, engagements par signature, crédit-bail).

Après la réforme du système bancaire de 1966, elle a diversifié ses interventions et rééquilibrée son activité en direction de la clientèle de particuliers.

¹ Document de référence Société Générale, 2010.

CHAPITRE III : L'accompagnement bancaire des crédits d'exploitation au sein de la Société Générale Algérie, agence de Tizi-Ouzou (00851)

Société Générale est redevenue un groupe bancaire privé à la faveur de sa privatisation intervenue en juillet 1987.

Depuis 1997, Société Générale a fortement accrue sa taille grâce au développement de ses fonds de commerce et également au travers d'acquisitions dans ses différents métiers en Europe et dans le monde. Avec l'acquisition du Crédit du Nord (prise de participation majoritaire en 1997 puis rachat des minoritaires en 2009), le Groupe a élargie son activité de banque de détail sur son marché domestique, avec un réseau de banques régionales. En 2001, Société Générale a absorbé Sogénal¹.

1.2. Les métiers du Groupe Société Générale

Le Groupe Société Générale est le 6^{ème} groupe bancaire de la zone et la 9^{ème} entreprise Française par sa capitalisation boursière (*24 millions d'euro au 31/12/2002*). Ses domaines d'activités s'articulent autour de 03 grands pôles²:

1.2.1. La banque de détail

Ce pôle s'occupe principalement de la clientèle de particuliers et d'entreprises. Le groupe développe son activité de banque commerciale à travers deux enseignes : Société Générale et crédit du nord. Il s'appuie sur un réseau d'agences ainsi que sur des canaux de distributions alternatifs de banque à distance (Internet, Télématique, Vidéo Texte, Audiotel...).

1.2.2. Gestion des actifs

Le Groupe occupe une place importante dans la gestion des actifs à travers sa filiale Société Générale Asset Management (ASM) qui s'inscrit parmi les 20 premiers acteurs du marché mondiale, les actifs sous gestion dépassent 280 Milliard d'euros.

1.2.3. Banque d'investissement et de financement

Le groupe Société Générale est, à travers son enseigne « SG » très actif dans les fusions acquisitions, les prises de participation, les financements structurés, les émissions de valeurs mobilières. Les professions du groupe sont organisées par lignes de produits et opèrent dans différents domaines tels que : Financement des projets, ingénierie financière, financement des

¹ Document de référence Société Générale, 2010.

² Site officiel du groupe Société Générale <https://www.societegenerale.com/fr/le-groupe-societe-generale/activites>, Consulté le : 18/10/2021.

CHAPITRE III : L'accompagnement bancaire des crédits d'exploitation au sein de la Société Générale Algérie, agence de Tizi-Ouzou (00851)

acquisitions, financement des exportations, financement structuré du commerce, financement des biens et commodités, conseil aux entreprises.

Depuis plus d'une décennie, le groupe Société Générale poursuit une stratégie de diversification et d'intensification de son développement à l'international dans des implantations géographiques à fort potentiel.

1.3. Les lignes de développement de Groupe Société Générale

Le Groupe Société Générale présente trois lignes de développement, à savoir ¹:

Activité de banque de détail : à travers plusieurs réseaux et canaux de distribution :

- ***En France***
 - 4000 collaborateurs ;
 - 2600 agences ;
 - 8,1 millions de client.
- ***A l'étranger***
 - 25 000 collaborateurs ;
 - 1100 agences dans 25 pays ;
 - 4,8 millions de clients
- **Gestion des actifs**
 - 3^{ème} banque de la zone européenne en gestion des actifs ;
 - actifs gérés : 270 Milliard d'euro ;
 - 2000 personnes dans 17 pays.
- **La banque commerciale et d'investissement**
 - 10 000 collaborateurs dans 50 pays ;
 - 3000 clients.

2. Présentation de la Société Générale Algérie

Dès 1987, la Société Générale a ouvert un bureau de représentation à Alger ; fin 1998, elle décide d'accroître son engagement en Algérie par l'installation d'une filiale

¹Revue « info presse» Société Générale, journée entreprise, Blida (05/05/2009), cité par : N'AMAR N., « La stratégie de fidélisation de la clientèle bancaire cas : banque Société Générale de Tizi-Ouzou », UMMTO, Mémoire de fin d'étude en vue de l'obtention du diplôme de master en Science de Gestion Spécialité : Management Bancaire, 2018, p.47.

CHAPITRE III : L'accompagnement bancaire des crédits d'exploitation au sein de la Société Générale Algérie, agence de Tizi-Ouzou (00851)

opérationnelle. Ainsi, sous l'égide de son prédécesseur, la Société Générale est née le 29 mars 2000 avec pour principale mission de développer les activités de banque de détail.

Une SPA au capital de 500 millions de DA, la Société Générale Algérie « SGA » est détenue à 61% par le groupe Société Générale, 29% par la FIBA, une Holding Luxembourgeoise constituée de capitaux détenus par des particuliers privés et à 10% par la banque mondiale à travers sa filiale SFI (Société Financière Internationale).

Allant toujours de l'avant avec l'ambition d'être une banque de proximité au service de l'économie nationale, elle introduit en 2002 le leasing destiné aux entreprises avec la création d'un département qui lui est complètement dédié. Avec une croissance continue, la Société Générale Algérie adapte sa stratégie avec les orientations préconisées par les autorités, elle a augmenté son capital à hauteur de 10 MD en 2010. Elle se dote d'un réseau de 70 agences réparties sur les grandes villes du pays. Au cours de ces dix ans, la Société Générale Algérie a mis tout son professionnalisme et savoir-faire à la disposition d'une clientèle de plus en plus exigeante.

2.1. Historique de la Société Générale Algérie

La SGA s'est introduite graduellement dans le marché bancaire algérien :¹

- **1987** : Ouverture d'un bureau de représentation à Alger ;
- **1998** : obtention d'un agrément bancaire ;
- **1999** : création de la filiale Société Générale Algérie ;
- **2000** : ouverture à la clientèle de la 1^{ère} agence d'El Biar en mars 2000 ;
- **2004** : Société Générale Algérie devient une filiale à 100% après le rachat des actionnaires minoritaires ;
- **2007** : création de la Direction Grandes Entreprises Internationales (*DGEI*) ;
- **2008** : création de la Direction Grandes Entreprises Nationales (*DGEN*) ;
- **2009** : création de l'activité Banque de Financement d'Investissement (*BFI*) ;
- **2010** : création de quatre Centres d'Affaires à Alger (*Chéraga, Dar El-Beida, Rouïba, Constantine*) ;
- **2011** : création de l'Agence Clientèle Patrimoniale (*ACP*) et nouvelle posture de communication basée sur la valeur « *esprit d'équipe* » ;

¹Rapport d'activité SGA, 2019.

CHAPITRE III : L'accompagnement bancaire des crédits d'exploitation au sein de la Société Générale Algérie, agence de Tizi-Ouzou (00851)

- **2012** : ouverture de sept nouvelles agences à travers le territoire national ;
- **2013** : l'ouverture de la salle des marchés et création de la filière Global Trade Banking(*GTB*) ;
- **2014** : l'ouverture de trois (03) centres d'Affaires (*Dar El –Beida, Tizi-Ouzou, Blida*) ;
- **2015** : l'ouverture de Centre d'Affaire à Rouïba ;
- **2015** : célébration des 15 ans de la banque et visite en Algérie du premier responsable Groupe Frédéric Oudéa ;
- **2016** : l'ouverture du Centre d'Affaires de Annaba ;
- **2017** : l'ouverture de quatre nouvelles agences (M'sila-Tiaret-El Kseur-Blida) ;
- **2018** : l'ouverture de deux nouvelles agences (El Tarf - El Khroub), l'organisation de la Panafrican Valley Community et la création de la première agence bancaire solaire en Algérie (Ghardaïa) ;
- **2019** : la création du Centre d'Affaires Sidi Bel Abbes, l'ouverture de l'agence Télémly (Alger), la fusion des deux agences bancaires Kouba Rabia et les Lauriers (Alger), l'organisation du séminaire Corporate Afrique – Bassin méditerranéen et Outre-mer.

2.2.Activité de la banque

Les performances réalisées au sein de la Société Générale sont la résultante d'une série d'actions cohérentes et soutenues parmi lesquelles il importe de citer un enrichissement des produits et services pour répondre à des besoins nouveaux et plus spécifiques.

La Société Générale espère offrir encore à sa clientèle de nouvelles perspectives et un accompagnement renforcé en matière de financement et de dépôts.

2.2.1. Les crédits

Ils constituent encore la principale fonction de la banque, puisque les intérêts perçus constituent le plus gros du PNB de la banque, mais sont à l'origine de provisions qui viennent largement grever les résultats lorsque le risque est mal maîtrisé. Ce dernier critère est toujours déterminant, et son approche varie selon qu'il s'agit d'une entreprise ou d'un particulier.

2.2.2. Les placements

La banque commercialise principalement des Bons de caisse et dépôts à terme, où les taux pratiqués sont pratiquement équivalents à ceux proposés par la concurrence. Pour généraliser leur vente, la banque les propose comme une garantie palpable en cas de besoins de crédit.

2.2.3. Les autres produits

Il s'agit des produits d'épargne qui constituent le savoir-faire traditionnel de la S.G.A. Un travail en profondeur est nécessaire pour que le réseau se comporte en banque de détail, assurant une large diffusion de produits grand public.

2.2.4. Les services

Il s'agit d'élargir ce type d'offre, qui permet de répondre davantage aux attentes des clients et leur fidélisation. Ils permettent aussi d'augmenter le PNB sans risque et de façon récurrente.

2.3. Structure organisationnelle de la Société Générale Algérie

L'organisation de la banque étrangère Société Générale Algérie demeure très simple, il comprend cinq Directions et un service attaché qui sont :

- Directeur des administratifs et financier ;
- directeur commerciale ;
- directeur des ressources humaines ;
- directeur des risques ;
- directeur développement ;
- un service d'audit.

2.4. Priorités stratégiques de la banque

Société Générale Algérie est entrée depuis février 2017 dans une phase de structuration et de formalisation de sa vision autour d'un plan stratégique bâti autour de trois grands axes, à savoir le renforcement de la relation client, l'efficacité commerciale et opérationnelle et le développement du capital humain. Le plan 2018-2021 vise principalement à pérenniser, d'une

part, la croissance et la rentabilité enregistrée ces cinq dernières années (malgré la situation conjoncturelle de 2019), et de renforcer, d'autre part, l'impact client¹.

2.4.1. Relation client

Société Générale Algérie poursuit l'extension de son réseau de distribution tout en adaptant en permanence son maillage par une stratégie volontariste d'ouverture de nouveaux points de vente (agences et centres d'affaires) ou de relocalisation. Ce dispositif permet de capter le potentiel d'activité de zones de croissance en matière de collecte de dépôts et de distribution du crédit.

De plus, SGA a finalisé en 2019 le déploiement de ses agences mutualisées, c'est-à-dire capables de traiter sur un même lieu les opérations des clients particuliers, professionnels et entreprises dans le but de faciliter les synergies. Société Générale Algérie travaille parallèlement sur un nouveau modèle d'agence plus orienté vers le digital.

Dans ce cadre, de nouveaux produits viendront compléter et développer son offre commerciale (cash management, leasing immobilier, produits d'épargne à taux progressif, etc.). En matière de stratégie commerciale, Société Générale Algérie ambitionne de renforcer sa présence dans des secteurs d'activité tels que la logistique ou la sous-traitance industrielle et vise la conquête de nouveaux clients. En outre, le recours à de nouvelles technologies telles que la robotisation du processus d'entrée en relation nous permet d'accélérer le recrutement de nouveaux clients particuliers.

2.4.2. Efficacité commerciale et opérationnelle

Société Générale Algérie a lancé deux programmes de digitalisation des processus baptisés PRODIGE 1 et PRODIGE 2. Le premier a pour but de libérer à moyen terme la force de vente des tâches administratives sans valeur ajoutée et le second de fluidifier les processus financiers tout en automatisant les traitements manuels et en fiabilisant la donnée comptable.

Ces optimisations ont été accompagnées par des transformations organisationnelles engagées au niveau du siège de manière à assurer une meilleure réallocation des tâches sur les différentes lignes métiers et structures de la banque. Citons à titre d'exemple la réorganisation de la direction leasing, de la monétique et de la direction des opérations, ou encore la fusion des directions Projets et Systèmes d'Information qui permet d'avoir plus d'agilité.

¹Rapport d'activité SGA, 2019.

Société Générale Algérie ambitionne à travers ces chantiers l'optimisation des processus front to back en plaçant le client au centre de la réflexion tout en s'appuyant sur les dernières technologies et innovations disponibles sur le marché algérien.

2.4.3. Stratégie ressources humaines et culture

Notre plan d'actions initié dès le début de l'année 2019 consiste à repenser nos pratiques de recrutement et de mobilité, notre politique de rémunération et nos processus de formation et de gestion des talents. L'objectif visé est de développer la culture managériale de la banque autour du leadership model du Groupe Société Générale au travers d'actions ciblant le management de demain.

En parallèle, Société Générale Algérie poursuit le déploiement du programme Culture & Conduite du Groupe Société Générale, dont les premières actions en local ont débuté avec le déploiement en mai et juin 2018 du parcours d'appropriation du code de conduite du groupe.

3. Présentation de la Société Générale de Tizi-Ouzou (00851)

L'agence est la cellule de base d'exploitation de tout établissement bancaire. Se trouvant en contact direct et permanent avec la clientèle, celle-ci a pour mission de mettre en œuvre la politique globale tracée par la direction générale de la banque.

Notre application s'est déroulée au sein de la Société Générale agence de Tizi-Ouzou, sise à, boulevard Ali Stiti, celle-ci est une agence de première catégorie (quinzième place) qui s'est rapidement faite une place de choix dans le paysage bancaire du pays et de la wilaya.

La Société Générale de Tizi-Ouzou (00851) a ouvert ses portes à sa clientèle le 11 avril 2007. Elle est située à la ville de Tizi-Ouzou au boulevard STITI Ali un quartier très animé et commerçant, ce qui lui a permis une croissance de ses activités malgré son entourage concurrentiel dont s'implantent des banques privées : BNP Paribas, NATIXIS, AGB, El Barakaet encore des banques publiques : CPA, BDL. La SGA est la première banque privée ayant implanté son siège à la ville de Tizi-Ouzou. L'équipe de la SGA 00851 est composée de 19 collaborateurs assurant la gestion du portefeuille clients de 15800 clients dont 616 professionnels et très petites entreprises et 15184 clients particuliers.¹

¹Rapport annuel de la SGA (00851), 2017.

CHAPITRE III : L'accompagnement bancaire des crédits d'exploitation au sein de la Société Générale Algérie, agence de Tizi-Ouzou (00851)

L'agence est une banque innovatrice qui cherche à diversifier sa clientèle par conséquent diversifier ses activités pour satisfaire les besoins de cette dernière, qui de jour en jour devient de plus en plus exigeante afin d'être à jour aux mutations quotidiennes.

L'agence veille à la performance de ses activités par l'établissement à chaque fois des nouvelles stratégies offensives sur le marché qui vise à étudier et analyser le comportement des clients ainsi d'essayer de les fidéliser d'autant plus que de conquérir de nouveaux marchés et par conséquent de nouveaux clients.

L'agence effectue toutes les opérations de Banque, d'escompte, d'avance, de crédit ou de commission c'est-à-dire financières, commerciales et mobilières. Cette agence qui a su maîtriser son travail, diversifie ses produits et ses services en fonction du pouvoir et du besoin de chaque type de client

3.1.La structure de la Société Générale Algérie de Tizi-Ouzou (00851)

L'agence dispose de deux structures :

3.1.1. La structure dédiée à la clientèle RETAIL

Constituée de particuliers, professionnels, commerçants, professions libérales, et les Très Petites Entreprises (*TPE*), dont le chiffre d'affaire ne dépasse pas 100 millions de DA. Son personnels est constituée de :

- Responsable d'agence ;
- chargés de clientèles professionnelle « *cli pro* » ;
- chargés de clientèles privée « *cli pri* » ;
- responsable des opérations ;
- caissiers ;
- guichetiers ;
- chargés des opérations ;
- chargé d'accueil polyvalent.
- chargé d'affaire.

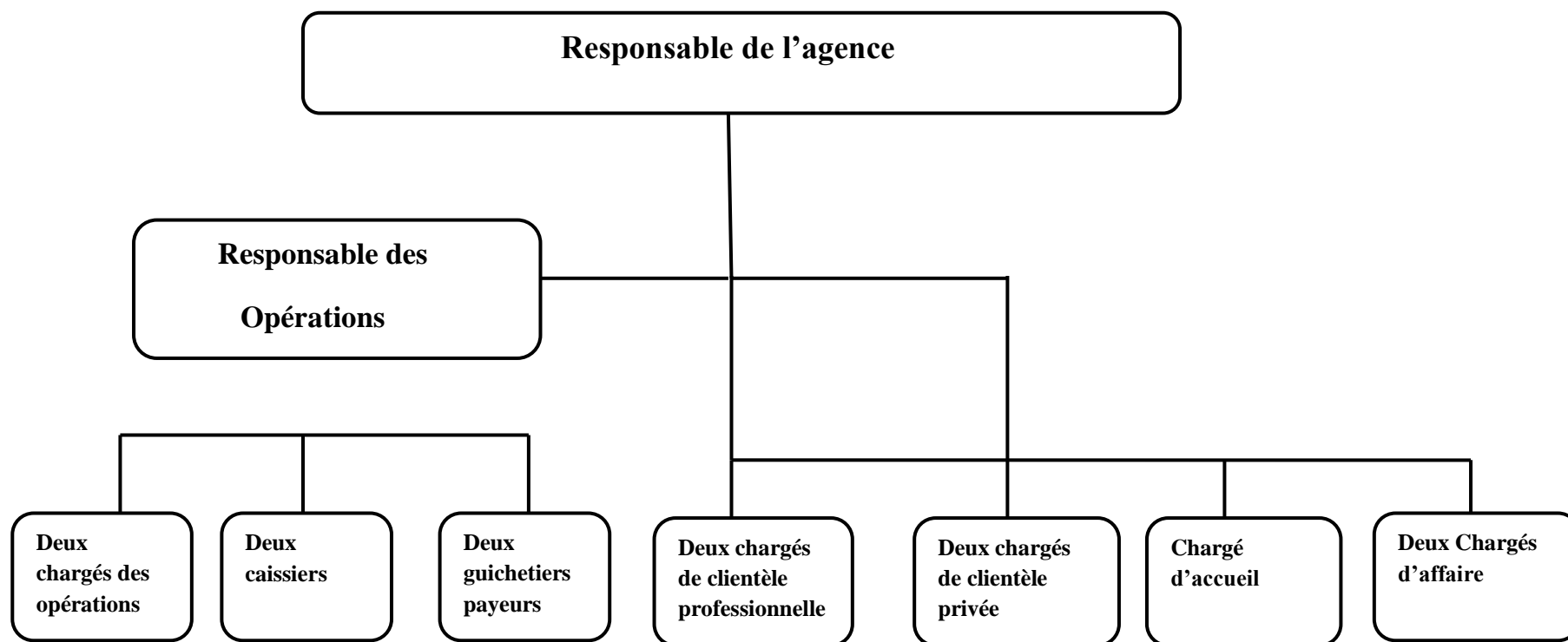
3.1.2. La structure dédiée à la clientèle CORPORATE

Constituée des Petites et Moyennes Entreprises (*PME*) dont le chiffre d'affaires ne dépasse les 100 millions de DA. Son personnel est constitué de :

- (01) Responsable de centre d'affaire ;
- (02) Charge d'affaires ;
- (02) Attaches commerciaux.

3.2.L'organigramme de l'agence SGA (00851)

Figure N°01 : L'organigramme de la SGA de TIZI-OUZOU



Source : Document interne de l'agence SGA (00851), le 13/10/2021.

CHAPITRE III : L'accompagnement bancaire des crédits d'exploitation au sein de la Société Générale Algérie, agence de Tizi-Ouzou (00851)

L'agence de la SGA est un lieu ouvert au public permettant aux clients de procéder à des opérations bancaires à l'aide de son personnel qui veillent à les servir :

- **Le responsable de l'agence** : c'est le directeur d'agence, il chapeaute l'activité de l'agence en générale, il s'occupe aussi des plus grands clients au niveau de l'agence ;
- **Le responsable des opérations** : il est nommé encore « *adjoint responsable* », il est considéré comme le bras droit du directeur de l'agence, il participe au développement de l'activité du point de vente en appliquant la politique commerciale, il a encore la mission du volet crédit aux particuliers ;
- **Les chargés de clientèles commerciales** : ils s'occupent des entreprises ayant un chiffre d'affaire supérieur à 50 million DA ;
- **Les chargés de clientèles professionnelles** : il a la charge de conseiller clientèles en banque pour les professionnels, ils s'occupent des relations des entreprises ayant un chiffre d'affaire inférieur à 50 millions DA ;
- **Les chargés de clientèles privées** : ils prennent en charge les ménages ;
- **Les guichetiers** : c'est l'unique canal de distribution des banques, ils s'occupent des virements ainsi que l'encaissement des chèques ;
- **Les caissiers** : son métier consiste à tenir la caisse d'une entreprise ou d'une administration.
- **Le chargé d'accueil** : il est chargé de l'accueil et l'orientation du client.
- **Le chargé d'affaire** : il a la responsabilité d'un portefeuille d'entreprises sur une zone géographique, il rencontre régulièrement les chefs d'entreprise, il identifie leurs besoins et leur potentiel, et construit les dossiers de financement et il est aussi à leurs côtés en cas de difficulté pour déclencher une facilité de trésorerie, sécuriser les opérations import-export, etc....

3.3. Les activités de la SGA (00851) de Tizi-Ouzou

3.3.1. Les opérations de caisse

Le service caisse permet d'offrir aux clientèles de la banque les opérations bancaires de base demandées. Le service caisse regroupe les opérations suivantes : ¹

- Les dépôts et les retraits des fonds ;

¹ Données recueillies lors de notre enquête auprès de la Société Générale Algérie, agence 00851, le 12/09/2021.

- les versements d'espèces et les remises de chèques à l'encaissement ;
- les émissions de chèque de banque et de virements ;
- les retraits des formules de chèques et des cartes bancaires
- les remises d'autorisation de prélèvements automatiques ;
- la gestion des oppositions (*cas de vol, perte,...*).

3.3.2. Les opérations de crédit

Le crédit bancaire est devenu un moyen de financement incontournable dans l'économie, il est considéré un facteur de croissance et développement, il est demandé que ce soit par les particuliers ou les professionnelles afin de réaliser divers projets. La mission d'accroître un crédit revêt un caractère d'intérêt général d'où le contrôle exercé par les autorités car faire un crédit est une question de confiance.

3.3.3. Les opérations de commerce extérieur

Elles constituent les opérations avec l'extérieur d'importations et exportation. Parmi les offerts en matière de traitement des opérations de commerce extérieur nous avons :

- **Crédit Documentaire** : le crédit documentaire est un technique utilisée dans le commerce international par laquelle une banque s'engage à effectuer le paiement à un tiers ou une banque confirmatrice à travers un donneur d'ordre (*client*) contre la présentation des documents d'expédition conformes aux conditions du donneur d'ordre.
- **Remise Documentaire** : la remise documentaire est l'opération qui suit l'opération d'expédition de la marchandise qui consiste à la représentation des documents d'expédition accompagnés d'un ordre d'encaissement par la banque du tireur via le canal bancaire auprès de la banque du tiré pour paiement.

3.4. Les clients de la SGA (00851) de Tizi-Ouzou

La présentation de la clientèle peut être déduite par sa politique de segmentation, elle consiste à découper son marché en basant sur des critères sociodémographiques tel que l'âge, le revenu...etc. Cette division de segment se présente ainsi :

- **Particuliers** : ce segment présente les ménages et les salariés c'est-à-dire tous ceux qui n'ont pas une activité professionnelle ;

- **Professionnels** : ils se constituent de commerçants, les entreprises, professions libérale tel que les médecins, les pharmaciens, les avocats ...etc., aussi les sociétés dont le chiffre d'affaire inférieur à 50 millions DA.

En effet, cette politique de segmentation a permis à la SGA de répondre efficacement à la demande de ses clients et donc mener bien ses stratégies de développement et de croissance.

3.5. Les produits et services de la SGA (00851) de Tizi-Ouzou

La SGA de Tizi-Ouzou offre divers produits et services à sa clientèle particuliers ainsi que les professionnelles :¹

3.5.1. Les produits et services dédiés aux particuliers

Des produits de financement et placements, monétiques et divers services sont désignés aux clients

3.5.1.1. Épargne et placement

Les produits d'épargne bancaire permettent de constituer une épargne de court terme, ou de précaution, de moyen ou long terme, sans frais et sans risque de perte en capital, il s'agit d'une épargne souple et le plus souvent disponible à tout moment. En termes d'épargne et placement on retrouve :

- **Compte sur livret « KENZI »** : est un compte d'épargne à vue rémunéré à 2,8% l'an destiné aux clients souhaitant constituer une épargne en vue d'un futur besoin ;
- **Compte sur livret « KENZI+ »** : est un compte d'épargne rémunéré à taux progressif pouvant aller jusqu'à 4% destiné aux clients souhaitant ne épargne en vue d'un futur besoin ;
- **Dépôt à terme (DAT)** : est destiné à toute personne physique disposant liquidité set souhaitant être rassurée quant à la rémunération de son placement. C'est un placement dont le montant est illimité ;
- **Bon de caisse** : est destiné à toute personne physique disposant de liquidité et souhaitant être rassurée quand la rémunération de son placement dont le montant est illimité ;

¹ Document interne à la SGA, 2021.

- **Compte Épargne Logement « REZKI »** : est un compte à vue rémunéré à 2,8% l'an, permet de constituer une épargne et d'obtenir un prêt immobilier à taux compétitif de 4,20% après 2ans seulement ;
- **Compte Épargne Logement « REZKI + »** : est un compte à terme rémunéré à 2,5% l'an, doublé au terme de 5ans d'épargne dans la limite de 1 million de dinars, permet de constituer une épargne et d'obtenir un prêt immobilier à taux compétitif de 6,32% ;
- **Épargne Étude « Meftah NAJAH »** : est un compte d'épargne rémunéré à 3,10% l'an, destiné au moins de 25ans, permet de constituer une épargne en offrant une récompense à tous les lauréats du Bac ayant souscrit à « *MeftahNajahi* », ainsi qu'une prime au 10 lauréats du Bac tiré au sort, avec mention excellent, très bien, bien ;
- **Prêt immobilier « ImmoMarhaba »** : est un crédit immobilier destiné aux clients et prospects souhaitant accéder à la propriété ou investir dans l'immobilier.

3.5.1.2. Monétique

Une solution permettant de simplifier le paiement des clients et la gestion des encaissements.

- **Carte classique** : est une carte de paiement et de retrait, utilisable sur le réseau interbancaire Algérien « *CIB* », avec une durée de 2 ans (*renouvelable automatiquement*) et un plafond de 50% du salaire librement utilisable entre paiement et retrait.
- **Carte Gold** : est une carte de paiement et retrait, utilisable sur le réseau interbancaire Algérien « *CIB* », avec une durée de vie de 2ans (*renouvelable automatiquement*) et un plafond de 75% du salaire utilisable librement entre paiement et retrait.

3.5.1.3. Services

Les services préposés par la SGA de Tizi-Ouzou se présentent comme suit :

- **Western Union** : est un service qui permet de recevoir de l'argent de l'étranger, il est destiné aux professionnels pour leurs besoins dans le cadre d'une double relation PRIVE/ PROFESSIONNEL.
- **Transfert-I** : est un service qui permet aux particuliers, clients de société Générale France, vers les filiales BHFM (*Banque de détail Hors France Métropolitaine*) dont

l'Algérie. Le montant des transferts ne dépasse pas les 600euros. L'argent est reçu soit sur un compte devise ou une mise à disposition.

3.5.2. Les produits et services dédiés à la clientèle professionnelle

Ils sont les suivants :

3.5.2.1. Financement

A. Crédit « Pharmalook »

Est un crédit à moyen et long terme destiné au financement des officines (*travaux d'aménagement, achat de matériel...*).

- Les pharmaciens ciblés doivent remplir les conditions suivantes ;
- pharmaciens ayant exercé leur activité pendant au moins deux ans avant la demande ;
- être titulaire d'un compte courant auprès d'une agence SGA, avec centralisation du chiffre d'affaire ;
- être installé dans la localité où la SGA est représentée dans un rayon de 30km ;
- être âgé de moins de 65ans à la fin du prêt.

B. Crédit « Med'Equip »

Est un crédit à moyen et long terme destiné aux financements des médecins. Les médecins ciblés *doivent* remplir les conditions suivantes :

- Les médecins ayant exercé leur activité pendant au moins deux ans précédant la demande et résidant en Algérie ;
- ouverture d'un compte courant auprès d'une agence SGA
- être installé dans une localité où SGA est représentée dans un rayon de 30km au maximum ;
- être âgé de moins de 65 ans à la fin du prêt.

C. Crédit « Expert »

Est prêt destiné aux professions libérales (*médecins, notaires, expert-comptable*) qui réalisent leur activité en cabinet individuel, groupé ou associés, ou sous forme de société

commerciale résidant en Algérie et ayant exercé leur activité pendant au moins 12 mois avant la demande.

D. Leasing

Est un moyen de financement d'équipement de matériel à usage professionnel. Il se présente comme une opération de location de biens, spécialement achetés en vue de cette location. Ce financement permet d'acquérir tout type de matériel roulant, machine, matériel informatique en hors TVA. A la fin du contrat, il y a possibilité d'acquérir le matériel financé moyennant une valeur résiduelle qui est généralement de 1%.

E. CMT (Crédit à Moyen Terme)

Destiné au financement des investissements, il convient lors de la création de l'activité (*investissement dans les locaux, véhicules, ...*), mais également tout au long du cycle de vie professionnel (*renouvellement de l'équipement, informatisation, ...*).

F. Avance sur facture

Est un crédit à court terme octroyé par la banque à une entreprise qui dispose d'une ou plusieurs définitives en représentation de ses créances vis-à-vis d'un débiteur, à l'occasion de travaux ou services déjà facturés

3.5.2.2. Monétique

A. Terminal de Paiement Électronique « TPE »

Est un appareil mis à la disposition des clients commerciaux en leurs permettant de procéder à l'encaissement par carte bancaire du montant des ventes et prestation qu'ils assurent.

Section 2 : Les crédits d'exploitation au sein de la société générale Algérie

Pour fabriquer, l'entreprise doit faire face à des crédits, telles que les salaires, les achats de matières premières, le paiement des impôts, Cependant, l'écoulement de ses produits fait renflouer sa caisse. Mais il est clair que les rentrées de fonds s'équilibrent pas nécessairement et à chaque instant, les sorties de fonds, parfois les recettes l'emportent sur les dépenses et les caisses sont abondamment garnies. D'autres jours au contraire, les décaissements l'emportent.

Or, l'entreprise doit faire face à des engagements et accomplir ses échéances, faute de quoi elle doit déposer son bilan. Elle a donc besoin d'un soutien pour combler ses creux passagers de trésorerie. S'agissant ainsi de concours destinés à combler des creux d'un déséquilibre momentané entre les recettes et les dépenses, les concours demandés seront à court terme.

Toutefois, avant de prendre la décision de s'engager avec cette entreprise, le banquier est tenu de s'entourer d'un maximum d'informations susceptibles de lui donner une idée sur les compétences et les performances de l'entreprise d'une part, et sur l'honorabilité et la moralité de son client d'autre part.

Ainsi, le banquier est tenu de suivre un certain nombre de points constituant les étapes du montage d'un dossier de crédit d'exploitation.

1. Financement de l'exploitation au sein de la société générale Algérie

En cours de l'exercice, l'entreprise a besoin de liquidité pour couvrir des dépenses éventuelles. Mais pour faire face à la concurrence, elle se doit d'accorder des délais à ses clients, elle doit parfois subir des retards dans les règlements.

En conséquent, l'entreprise se retrouve dans une situation de besoin de trésorerie, cela va la conduire auprès de son banquier, qui pourra lui proposer des crédits à court terme. Ces crédits consentis à l'entreprise pour remédier à des insuffisances temporaires de capitaux à court terme, leur durée est inférieure à une année et correspond à la nature des besoins financiers, financement des approvisionnements, du stockage, de la fabrication ou de commercialisation. On peut citer parmi ces crédits, « Le crédit d'exploitation ».

Ce dernier permet aux entreprises de couvrir en temps leurs besoins de trésorerie, en finançant l'actif circulant du bilan, plus précisément les valeurs d'exploitation et/ou réalisables. Il sert généralement à lui procurer des liquidités ; de façon à pouvoir assurer des paiements à court terme, dans l'attente du recouvrement de créances facturées.

Lorsque la banque accorde un crédit à court terme à une entreprise, elle est quasiment certaine que leur remboursement se fera par l'encaissement des créances ou par la vente des marchandises lorsqu'elle finance la constitution d'un stock. Dans ce cas elle fait un pari à court terme assez facilement évaluable dès lors qu'elle est en mesure de porter sa réflexion sur des faits qui devront nécessairement se dérouler ou aboutir dans un laps de temps relativement court et sur lequel les aléas économiques, climatiques ou conjoncturels n'auront une incidence très limitée.

Société Générale Algérie, en tant que banque algérienne au service de ses clients (petites, moyennes et grandes entreprises), contribue, chaque jour au financement de l'économie et au développement industriel de l'Algérie. Cela a été particulièrement confirmé en 2019 où la banque a démontré son soutien et accompagnement aux acteurs économiques malgré le contexte difficile¹.

En effet, le fait de gérer l'activité de l'entreprise au quotidien peut nécessiter des besoins en trésorerie plus ou moins importants. Un crédit de trésorerie permet de financer à court terme les besoins du cycle d'exploitation de l'entreprise. C'est-à-dire de régler les fournisseurs et les dépenses alors qu'elle n'a pas encore été payée par ses clients.

A cet effet, la SGA mets à la disposition du client une large gamme de financement :

1.1.Trésorerie

Approvisionnement, stockage, distribution : le cycle d'exploitation est au cœur de l'activité de l'entreprise. Son bon fonctionnement est un aspect fondamental de la réussite, pour aider les entreprises clients à couvrir leurs besoins d'exploitation et assurer ainsi l'équilibre de leurs entreprises, Société Générale Algérie met à leur disposition « les crédits directs ».

¹ Rapport d'activité SGA, 2019.

Ces financements sont traduits par des mouvements de fonds réels, ils sont aussi appelées « les crédits par caisse ». Les lignes de crédits par caisse à court termes permettent au client de bénéficier de :¹

1.1.1. Découverts et facilités de caisse

Le découvert est une ligne de crédit qui vous permet de compléter le financement normal du cycle d'exploitation et de compenser certains décalages entre les recettes et les dépenses. La Facilité de caisse est un concours bancaire qui vous permet de faire face à des besoins intermittents. Il s'agit d'avances de courte durée qui peuvent être renouvelées.

1.1.2. Crédit Spot

Est un crédit à court terme (de 30 à 90 jours) réservé aux PME et aux grandes entreprises permettant de financer un besoin de trésorerie ponctuel mais important de l'entreprise, il répond à des besoins de financement du cycle d'exploitation, il est matérialisé par la signature de billet à ordre, sa mise en place très simple l'entreprise signe un contrat de prêt qu'elle remet à la société générale en contrepartie d'une avance de fonds dont le montant et la durée sont définis à l'avance².

1.1.3. Escompte commercial

L'escompte est une avance de trésorerie consentie par Société Générale en contrepartie de la cession d'un effet de commerce détenu sur l'un des clients de l'entreprise. L'escompte peut se faire de façon ponctuelle ou de façon plus permanente (ligne d'escompte) et cela pour mobiliser les créances commerciales réglées par effets de commerce, les principaux effets de commerce : le billet à ordre, la lettre de change, les warrants.

1.1.4. Avances sur factures ou avances sur situations

L'avance sur factures est un crédit à court terme octroyé par la banque à une entreprise qui dispose d'une ou plusieurs factures définitives (sans réserve) en représentation de ses créances vis à vis d'un débiteur, à l'occasion de travaux ou services déjà facturés, pour mobiliser des créances sur présentation de factures ou situations de travaux.

¹<https://entreprises.societegenerale.dz/fr/financements/financement-dexploitation/tresorerie/>, consulté le 09/11/2021.

²<https://societegenerale.bj/fr/professionnels/financement-cycle-dexploitation/financement-tresorerie/credit-spot/>, consulté le 09/11/2021.

1.2. Les crédits par signatures

Société Générale Algérie offre aussi la possibilité de vous cautionner vis-à-vis des partenaires nationaux ou étrangers par le biais de divers crédits par signature, en permettant ainsi d'assurer la continuité du cycle d'exploitation des entreprises :¹

1.2.1. L'aval

Est une sûreté propre aux effets de commerce, le paiement à échéance de ces derniers sera garanti aux fournisseurs. L'aval apporté par la banque permet donc à l'entreprise d'obtenir la confiance de son fournisseur et de se faire livrer des marchandises avant même d'avoir effectué le règlement.

1.2.2. Le crédit documentaire

Le crédit documentaire est l'engagement de la banque de payer un montant défini au fournisseur d'une marchandise ou d'un service, contre la remise, dans un délai déterminé, de documents énumérés qui prouvent que les marchandises ont été expédiées ou que les prestations ou services ont été effectués. L'objet de ces documents est de justifier l'exécution correcte des obligations de l'exportateur. Ces documents seront ensuite transmis par la banque à l'acheteur contre remboursement, pour que ce dernier puisse prendre possession de la marchandise², c'est un engagement donné dans le cadre du paiement des opérations d'importation.

1.2.3. Les cautions

C'est une opération par laquelle la banque prend l'engagement de se substituer au client en cas de défaillance en garantissant ainsi l'exécution d'une obligation de payer, autrement dit, une garantie donnée sur l'ordre du client permettant d'exécuter des obligations contractuelles, elle allège votre trésorerie en permettant de différer, voire d'éviter un décaissement ou d'accélérer une rentrée de fonds.

¹<https://entreprises.societegenerale.dz/fr/financements/financement-dexploitation/credits-par-signature/>, consulté le 09/11/2021.

²<https://societegenerale.bj/fr/professionnels/financement-cycle-dexploitation/operations-internationales/credit-documentaire/>, consulté le : 12/11/2021.

2. Le Montage d'un dossier de crédit

2.1.La constitution du dossier de crédit d'exploitation

Le dossier de crédit est constitué de documents juridiques, économiques, commerciaux, comptables, financiers, fiscaux et parafiscaux. Il est fonction de l'ancienneté de la relation du client avec sa banque, de la nature de son activité ainsi que du type du concours sollicité.

2.1.1. La demande de crédit auprès de la banque

La prise de contact est une étape qui mérite toutes les attentions pour l'établissement de crédit. C'est à partir de ce moment que le crédit a des possibilités d'être refusé ou de faire l'objet d'une étude approfondie. Cette entrée en relation est réalisée soit par un conseiller de clientèle particulier ou professionnel en fonction du demandeur. De façon générale cette étape reste assez similaire entre les banques, puisqu'elles s'appuient sur les mêmes bases de réflexion étant donné qu'il n'y pas encore d'analyse pour examiner les dossiers de prêt.¹

Il faut comprendre qu'une banque ne peut pas accepter toutes les demandes de crédit qui lui sont proposées. Certains prêts peuvent ne pas être assez rentables ou présenter des risques trop importants pour la banque. L'établissement de crédit a parfaitement le droit de refuser une demande de crédit sans avoir besoin de justifier de façon exhaustive sa décision. Dès qu'un client devient fiché à la Banque, l'établissement de crédit est rarement favorable pour une entrée en relation. En effet si le demandeur de prêt a déjà connu des incidents bancaires, l'attention de la banque augmente car il est possible que de nouveaux aléas puissent voir le jour avec cette personne².

Dans un premier temps il faut définir dans quelle catégorie se classe le demandeur de crédit. S'agit-il d'un client qui possède déjà des services dans la banque ou s'agit-il d'un prospect qui n'avait jusqu'à présent aucune relation avec l'établissement³ ?

- S'il s'agit d'un prospect, il va faire l'objet d'une étude approfondie. La banque devra analyser en détail l'objet de sa demande car elle n'a aucune connaissance de cette personne. L'analyse se porte sur trois facteurs essentiels, la situation

¹SUBLET R., « La gestion du risque de crédit bancaire sur les portefeuilles professionnels et particuliers », Bachelor of Business, école de commerce de Lyon, 2015/2016, p.44.

²*Ibid*, p.44.

³*Ibid*, p.45.

familiale, professionnelle et patrimoniale. Le demandeur justifiera pourquoi il a choisi cette banque plutôt qu'une autre, tout en apportant des arguments cohérents par rapport à son projet pour rassurer le banquier et que sa demande donne une suite favorable.

- S'il s'agit d'un client, son dossier va aussi être analysé avec précision. La banque aura déjà une connaissance du demandeur compte tenu de sa relation bancaire. Cela permet d'avoir un premier point de vue sur le client et de présager s'il s'agit d'un bon client. Le demandeur devra si nécessaire actualiser les informations que possède la banque et fournir toutes données complémentaires sur son projet de l'établissement de crédit.

Dans un second temps, le demandeur de crédit va être classé dans la catégorie de la clientèle particulière ou professionnelle pour être ensuite dirigé vers le conseiller le plus adapté à la demande. La banque va collecter le plus d'informations possible sur le prospect ou compléter les données de son client afin d'avoir une vision la plus complète sur le dossier de prêt et éviter les confusions

2.1.2. Liste de documents constitutifs du dossier de crédit d'exploitation

La création de dossier de crédit d'exploitation réclame plusieurs pièces justificatives, A ce titre il y a lieu de citer : ¹

2.1.2.1. Les documents juridiques et administratifs

L'analyse de certains documents administratifs apporte des informations sur l'entreprise client. Ils comprennent :

- Copie certifiée conforme du registre de commerce ;
- certificat de qualification pour les entreprises de BTPH ;
- acte de propriété ou bail de location ;
- RC / Agrément pour les activités nécessitant un agrément ;
- statuts (Initiaux + modificatifs) ;
- rapport du commissaire aux comptes des 03 dernières années.

¹ Données recueillies lors de notre enquête auprès de la Société Générale Algérie, agence 00851, le 16/09/2021.

2.1.2.2. Les documents comptables et financiers

Au titre de chaque exercice social, les entreprises doivent établir et conserver un certain nombre de documents comptables et financiers. Ils comprennent :

- Situation comptable récente ;
- le bilan d'ouverture, les prévisions de clôture de l'exercice à financer et le bilan prévisionnel de l'exercice suivant pour les entreprises en démarrage ;
- bilan prévisionnel (1 an) ;
- plan de trésorerie prévisionnel - Mensuel ;

2.1.2.3. Les documents économiques

Les documents économiques exigés par la banque se présentent comme suit :

- Le plan de production annuel ou pluriannuel ;
- situation des engagements auprès des confrères, établie et signée par le client + Relevé de compte bancaire des 12 derniers mois ;
- fiche de renseignements confidentiels pour les cautions, paraphée et signée par le client.

2.1.2.4. Les documents commerciaux

Ils comprennent :

- Programme d'importation prévisionnel - Mensuel (quel que soit le mode de règlement des opérations d'importations) ;
- carnet de commandes de la clientèle.

2.1.2.5. Les documents fiscaux et parafiscaux

Les principaux documents fiscaux et parafiscaux sont :

- Carte d'immatriculation fiscale ;
- extraits de rôle apurés de moins de trois (03) mois ;
- attestation de mise à jour Caisse d'Assurance Sociale pour les Non-salariés (CASNOS) de moins de trois (03) mois ou notification de rééchelonnements des dettes sociales ;

- attestation de mise à jour Caisse Nationale d'Assurance Salariés (CNAS) ;
- attestation CACOBATH moins de 3 mois.

L'entrée en relation d'une entreprise passe d'abord par une évaluation de l'emprunteur au niveau particulier avec son revenu et son patrimoine. On remarque que le risque est accentué pour les entreprises en création car le conseiller va devoir évaluer les compétences des dirigeants pour être assuré de la stabilité financière de l'organisation.

De plus les banques restent très attentives sur le secteur d'activité de l'entreprise car certains domaines génèrent des risques importants. Les établissements de crédit appliquent une surveillance précise avec une vigilance renforcée tout en effectuant une plus grande sélectivité sur ce type de dossier en raison d'une plus forte proportion de risque.

2.2. L'identification du demandeur de crédit et son environnement

L'identification de l'entreprise demanderesse de crédit constitue un élément clé qui pèse lourdement sur la décision d'octroi ou de refus. Dans ce cadre, le banquier est tenu d'attacher une très grande importance à cet aspect de son étude, et par conséquent, il est amené à identifier l'entreprise en tant que qu'entité juridique et économique, la situer dans son environnement et ce après son analyse de son passé à travers son historique.

2.2.1. Historique de l'entreprise

Le banquier doit avoir une connaissance pure et parfaite du passé de l'entreprise. Cette dernière portera essentiellement sur l'ancienneté et l'expérience de l'entreprise dans son domaine d'activité, ses réussites dans le passé ainsi que ses échecs.

Il doit aussi s'intéresser à sa date de création, à la modification éventuelle de sa forme juridique, à l'évolution de son capital et tous les faits marquants qui ont caractérisé la vie de la relation.

2.2.2. L'entreprise : Entité juridique

Les statuts de l'entreprise dans laquelle ses propriétaires évoluent définissent clairement le degré d'engagement et de responsabilité de ses derniers. Pour cet effet, la connaissance de la forme juridique de l'entreprise permet au banquier d'identifier le risque de non recouvrement des créances de l'entreprise en question.

2.2.3. L'entreprise : Entité Économique

2.2.3.1. Les moyens mis en œuvre

L'entreprise est dite performante si elle dispose de moyens de production considérables et performants en l'occurrence les moyens humains, matériels et financiers. Ainsi, la connaissance de ces derniers permet au banquier de mieux cerner l'entreprise postulante dans le cadre concurrentiel.

A. Les moyens humains

La fonction Ressources Humaines est une des fonctions les plus importantes dans toute entreprise. Pour cet effet, le banquier doit analyser cette dernière avec prudence tout en s'appuyant sur les points suivants :

- **Le(s) dirigeant(s) :** vu son rôle important qu'il joue dans la gestion de l'entreprise, le banquier doit s'interroger sur son niveau intellectuel, son expérience dans le domaine, les exploits qu'il a réalisés avec l'entreprise...etc.
- **L'encadrement :** le banquier doit avoir une idée sur l'organigramme de l'entreprise pour mieux cerner les tâches et les pouvoirs délégués pour chaque fonction.
- **Le personnel :** s'agissant de la main d'œuvre utilisée, le banquier doit s'interroger sur leurs qualifications, leurs savoir-faire, la qualité du travail en équipe, l'entente entre les travailleurs d'âges et de milieux différents...etc.

B. Les moyens matériels

Les moyens matériels représentent l'ensemble des outils de production que l'entreprise possède et utilise pour la fabrication de ses produits en l'occurrence les équipements et installations, les locaux, les moyens de transports. Ainsi, l'importance de cet outil est saisie à travers certains paramètres, comme la capacité de production et son degré de production, la capacité de stockage (membres d'entrepôts, importance des airs de stockage), l'importance du réseau de distribution (points de vente, agences, représentations, ...)

Le banquier doit aussi s'intéresser au degré d'amortissement de l'équipement de production et celui du renouvellement des investissements dont dispose l'entreprise.

C. Les moyens financiers

Les moyens financiers d'une entreprise sont essentiellement constitués des fonds propres et des concours accordés par les tiers. Le banquier doit mener une analyse approfondie sur ces ressources.

2.2.3.2. Le produit

Le produit constitue la justification économique de l'entreprise et conditionne même sa pérennité ou sa dégénérescence. Le banquier procède donc à une étude approfondie du produit, notamment sa position sur le marché, sa diversité, ses performances, sa qualité ainsi que son processus de fabrication.

Les points suivants constituent l'ensemble des interrogations sur lesquelles le travail du banquier doit porter :¹

- Existe-il des produits concurrentiels sur le marché ?
- Existe-il des produits de substitution ?
- Les prix des produits de l'entreprise, sont-ils concurrentiels ?
- Dans quel cycle de vie se situe le produit : lancement, croissance, maturité ou déclin ?

2.3. L'entreprise et son environnement

Loin de sa fonction principale et essentielle qui est la production de biens et des services, l'entreprise doit être vue comme une organisation complexe, créée et animée par des hommes, ouverte sur son environnement et qui est en interaction perpétuelle avec lui. Pour cet effet, le milieu dans lequel évolue cette entreprise a un impact certain sur son activité et ses capacités futures de survie en milieu concurrentiel.

Par conséquent, le banquier doit analyser cette dernière dans toute sa diversité afin de mieux cerner le risque inhérent au crédit tout en s'appuyant sur les points suivants :²

- L'environnement économique et social ;
- le marché dans lequel l'entreprise évolue ;
- les partenaires de l'entreprise ainsi que ses concurrents ;

¹MERAD Y T., MENSOURI C., « Les Opérations De Crédit Bancaires Cas d'un crédit d'exploitation BEA Tizi-Ouzou », Mémoire en vue de l'obtention du diplôme de Master en Sciences Commerciales Option : Finance, UMMTO, 2014/2015, p.86.

² *Ibid.* p.87.

- les perspectives de développement de cette entreprise dans ce milieu.

2.3.1. L'environnement économique

L'analyse de l'environnement économique comprend l'analyse du secteur économique ainsi que celle de la conjoncture économique.

2.3.1.1. L'analyse économique

Un secteur économique comprend toutes les entreprises qui ont une même activité principale. Son étude est capitale puisque le secteur conditionne l'avenir même de l'entreprise. Par conséquent, le banquier, dans cette étude, doit chercher des réponses aux questions suivantes :

- Existe-il un leader dans ce secteur ?
- Les concurrents de l'entreprise présentent-ils un risque important ?
- S'agit-il d'un secteur en expansion ou en récession ?

2.3.1.2. L'analyse de la conjoncture économique

Elle joue, de plus en plus un rôle déterminant dans l'évolution actuelle de l'offre et de la demande. Elle constitue ainsi, un point crucial pour le développement de l'entreprise.

Le résultat de l'analyse de l'environnement économique est d'arriver à dire si dans les mois ou les années qui viennent, l'entreprise continuera à évoluer dans ce milieu économique toujours aussi favorable que celui qu'elle connaît ou si au contraire le milieu se détériore et des effets néfastes se répercuteront sur l'activité de l'entreprise.

2.3.2. L'environnement social

Parfois, le banquier est amené à consentir des crédits de plus en plus risqués pour éviter à une entreprise des difficultés susceptibles de poser de graves problèmes sociaux, tels que la compression d'effectifs, ou plus graves encore, la fermeture de l'usine et le licenciement général.

Le problème est de trouver le juste milieu, qui ferait que le financement de l'entreprise en difficultés ne le déboucherait pas pour la banque sur un non remboursement des crédits, et que l'arrêt ou la diminution des financements n'entraînerait pas de problèmes sociaux pour l'entreprise.

2.3.3. Le marché

Le marché est le lieu de rencontre et de confrontation entre une offre et une demande d'un bien ou d'un service qui permet de déterminer le prix d'échange (ou prix d'équilibre) de ce bien ou de ce service et les quantités qui seront échangées. Les entreprises qui produisent le même bien ou service cherchent donc à satisfaire le même besoin. Elles sont donc en concurrence et s'adressent à la même clientèle sur un marché particulier.

De ce fait, le travail du banquier consiste à vérifier l'efficacité de la politique commerciale adaptée par l'entreprise en matière de prix, de qualité du produit, de réseaux de distribution, ainsi que les moyens de promotion par rapport aux concurrents.

2.3.4. Les partenaires

Le banquier détermine le degré de dépendance de l'entreprise tant au niveau de l'approvisionnement (fournisseurs) qu'au niveau de l'écoulement (clients).

2.3.4.1. Les fournisseurs

Les remarques à relever concernant les fournisseurs sont les suivantes :

- L'approvisionnement auprès de plusieurs fournisseurs limite le risque de perturbation dans la production suite à un problème auquel l'entreprise pourrait être confrontée avec l'un de ses fournisseurs ;
- Une entreprise se provisionnant de l'étranger risque de se trouver en situation de rupture de stocks et subir ainsi, des pertes suite à un règlement visant à limiter les impôts.

2.3.4.2. Les clients

La clientèle nécessite de la part du banquier un traitement particulier à cause des risques auxquels l'entreprise peut se confronter. Ces risques sont les suivants :

- Érosion du fonds de commerce : il arrive que certains clients cessent d'entretenir des relations avec l'entreprise pour diverses raisons. Ceci entraîne, notamment lors du départ de l'un de ses clients stratégiques, une diminution de sa rentabilité à cause de la diminution de son chiffre d'affaires et l'augmentation des coûts unitaires de

production. Cette situation peut être fatale pour l'entreprise si elle ne trouve pas de nouveaux débouchés pour ses produits.

- Défauts de paiements : pour préserver et améliorer la valeur de son fonds de commerce, notamment sa clientèle, l'entreprise est tenue d'accorder des délais de paiements à ses clients. Elle court, dès lors, le risque de non paiements à échéance.

La meilleure garantie contre ces deux risques réside dans une bonne division des risques, c'est-à-dire la diversification des clients.

2.3.5. Les concurrents

Dans son approche concurrentielle, le banquier devra porter son intérêt sur le nombre et l'importance des concurrents, en déterminant leurs parts de marché, leurs capacités de production et la qualité de leurs produits. Il devra s'intéresser aux prix qu'ils pratiquent et aux conditions de vente qu'ils proposent.

2.3.6. Les perspectives de développement

Chaque entreprise vise, dans le cadre de sa stratégie, des objectifs précis à atteindre pour le développement de son activité. Ceci, conduira le banquier à faire une étude aussi bien, sur l'activité passée que sur l'activité prévisionnelle, pour essayer de déceler les problèmes rencontrés et se pouvant entraver la bonne marche du processus de développement lancé par l'entreprise. Cette étude aura comme principal indice l'évolution à travers les années du chiffre d'affaires et celle de la valeur ajoutée.

3. L'étude du dossier de crédit

Après avoir identifié le client et l'environnement dans lequel il évolue, le banquier procède à la prochaine étape qu'est : l'analyse et le diagnostic financier d'une entreprise. L'analyste de crédit va étudier le dossier de prêt pour évaluer le niveau de risque, pour mener son analyse et vérifier la faisabilité d'un projet.

L'étude du dossier de prêt a évolué au fil des années. Dans un premier temps l'analyse unique des données financières permettait de supposer la défaillance de l'emprunteur¹. Des études plus poussées mettent en évidence que la base financière apporte un premier

¹ LIBBY R., « Accounting Ratios and the Prediction of Failure: Some Behavioral Evidence », Journal of Accounting Research, vol. 15, n° 1, printemps 1975, pp.150-161.

point de vue au banquier, et que les autres informations viennent confirmer sa vision¹. Enfin des recherches montrent que l'environnement est très complexe pour arriver à recueillir des informations fiables et utiles pour connaître parfaitement le client².

3.1. L'analyse commerciale

Dans son ouvrage MANCHON³ précise que le banquier peut obtenir des informations de son client de diverses manières. Les principales sources étant les données financières ainsi que les informations collectées durant les entretiens avec le client. A partir des données du client, le banquier peut avoir une première impression sur la crédibilité et la confiance de ce demandeur d'emprunt. Il ne s'agit que d'un point de vue mais cela peut rendre un dossier de prêt plus favorable. Il peut arriver que cette opinion générale ne reflète pas la qualité de la relation mais le banquier peut rapidement revoir son jugement.

3.2. L'analyse financière

Au sein du groupe Société Générale, le personnel dans les agences ne dispose pas d'un pouvoir de décision pour accorder les crédits. Chaque dossier est envoyé vers la filière du risque pour être étudié en profondeur. Les chargés de clientèle constituent les bases du crédit en collectant les documents et les informations nécessaires pour que la filière du risque les traite par la suite. C'est sur l'expertise de ce service spécialisé dans les crédits que le dossier de prêt peut être accepté ou non.

Les analystes de crédit vont se pencher sur la situation financière et la solvabilité de l'emprunteur pour juger de la faisabilité du projet. Le but est de mettre en évidence les principales sources de risques et de voir les garanties qui peuvent être prises pour atténuer les menaces.

Avant de présenter les différentes étapes qui composent l'analyse financière, nous avons jugé important de commencer par la définir ; et cela comme suit :

¹ DANOS P., HOLT D.L., IMHOFF E.A. Jr., « The Use of Accounting Information in Bank Lending Decision », Accounting, Organizations and Society, vol. 14, n° 3, 1989, pp. 235-246.

²SCHRODER H.M., DRIVER M.J. et STREUFERT S., « Human Information Processing », New York : Holt, Rinehart and Winston, 1967, cite par : SUBLET R., « La gestion du risque de crédit bancaire sur les portefeuilles professionnels et particuliers », Bachelor of Business, école de commerce de Lyon, 2015/2016, p.48.

³MANCHON E., « Analyse bancaire de l'entreprise », Paris, Economica, 5ème édition (Collection Economica – Institut Technique de Banque, 2001, p.541.

« L'analyse financière constitue un ensemble de concepts, de méthodes et d'instruments qui permettent de formuler une appréciation relative à la situation financière de l'entreprise, aux risques qui l'affectent, aux niveaux et à la qualité de ses performances »¹.

L'analyse financière se base donc sur l'analyse de la situation passée d'une entreprise pour lui donner des éléments lui permettant d'améliorer sa situation future. L'objectif principal de cette analyse est de diagnostiquer de prêt la santé financière de l'entreprise à savoir son équilibre financier, ses degrés de solvabilité et de liquidité.

Ainsi, le banquier doit suivre lors de son diagnostic, deux principales étapes qui sont :

- Présentation des bilans financiers et analyse de l'équilibre financier.
- Analyse de la rentabilité de l'entreprise.

3.2.1. Présentation du bilan financier et analyse de l'équilibre financier

3.2.1.1.Élaboration et Présentation du bilan financier

Le bilan est défini comme étant un État de synthèse établi à la fin de chaque exercice pour décrire la situation patrimoniale d'une entreprise. De ce point de vue, le bilan propose donc une présentation structurée des avoirs et des dettes d'une entreprise.

Ce dernier représente un support privilégié pour l'analyste financier désirant dresser un diagnostic financier de l'entreprise. Toutefois, les normes et règles auxquelles son élaboration est astreinte, lui donnent une représentation qui ne reflète pas correctement la réalité économique de l'entreprise.

Le bilan financier doit permettre de renseigner les actionnaires et les tiers (notamment les prêteurs) quant à la solvabilité de l'entreprise et surtout quant à sa liquidité financière.

Les postes du bilan financier sont classés selon un ordre de liquidité croissante de l'actif et d'exigibilité croissante du passif.

¹ COHEN E., « l'analyse financière », 4^{ème} Edition Economica, Paris 1997, p.7.

Figure N°02 : Présentation de la structure du bilan financier

	Actifs ou Emplois	Passif ou Ressources		
<div style="border: 1px solid black; padding: 5px; width: fit-content;"> Classement par ordre de liquidité croissante </div>	Actif réel net à plus d'un an - Actif immobilisé net - Actif circulant à plus d'un an - Charges constatées d'avance à plus d'un an	Passif réel net à plus d'un an - Capitaux propres - Provisions à plus d'un an - Dettes à plus d'un an - Produits constatés d'avance à plus d'un an	<div style="border: 1px solid black; padding: 5px; width: fit-content;"> Classement par ordre d'exigibilité croissante </div>	
	Actif réel net à moins d'un an - Stocks et encours - Créances à moins d'un an - Disponibilités + Valeurs mobilières de placement	Passif réel net à moins d'un an - Dettes financières à moins d'un an - Dettes non financières à moins d'un an - Provisions à moins d'un an		

Source : GRANDGUILLOT F., GRANDGUILLOT B., « L'analyse financière », Gualino lextenso Editions, 18^{ème} édition, 2014/2015, p.132.

Le passage du bilan comptable au bilan financier nécessite un certain nombre de points à suivre, qui sont :

- Traitement des non-valeurs ;
- réintégration des éléments hors bilan ;
- reclassement de certains postes suivant l'optique statique ;
- réévaluation de certains postes du bilan ;
- finalisation du bilan financier.

3.2.1.2. Analyse de l'équilibre financier

Un des objectifs de l'analyse financière est la détermination de la nature de l'équilibre financier de l'entreprise, pour cet effet ; l'orthodoxie financière lui confère plusieurs définitions ; l'une d'elle reprend l'affectation cohérente des ressources à certaines échéances à des emplois de même échéance. Ainsi, l'entreprise doit financer ses actifs stables par des ressources longues, et allouer ses ressources à court terme aux besoins engendrés par l'actif circulant. Subséquemment, la confrontation des emplois et des ressources de même durée

nous permet de diagnostiquer l'équilibre structurel de l'entreprise. Cette confrontation se fait par le calcul de trois (03) agrégats clés qui sont :

- Le fonds de roulement ;
- le besoin en fonds de roulement ;
- la trésorerie.

A. Le fonds de roulement (FR)

La définition du fonds de roulement résulte du rapprochement entre les éléments d'actif les plus liquides et les éléments du passif les moins exigibles qui ne sont pas affectés au financement des éléments d'actif immobilisé ; par conséquent cet agrégat représente l'excédent des capitaux permanents sur les emplois stables. Autrement dit, c'est la partie des actifs circulants financés par les capitaux permanents.

B. Le besoin en fond de roulement (BFR)

D'un point de vue financier, le degré de liquidités des emplois cycliques doit correspondre à celui de l'exigibilité du passif cyclique. En réalité, cette règle financière n'est souvent dépassée du fait de l'existence parmi les emplois cycliques des éléments qui ne se réalisent pas dans leur échéance normale. Donc, la liquidité de ces éléments s'avère faible par rapport à l'exigibilité des éléments du passif à court terme.

L'inadéquation entre ces deux termes de liquidité et d'exigibilité fait apparaître un besoin en fonds de roulement, dans le cas contraire un excédent financier. On parle de besoins en fonds de roulement lorsque le financement des emplois cycliques n'est pas couvert par des ressources de même nature.

C. La trésorerie (T)

Il s'agit des liquidités immédiates constituées par des disponibilités telles que le compte bancaire et la caisse appelées trésorerie positive ainsi que d'autre disponibilités d'ordre financier telles que les découverts et facilités de caisse appelées généralement les dettes financières ou bien la trésorerie négative. La différence entre la trésorerie positive et la trésorerie négative nous donne le solde de trésorerie. Le solde de trésorerie peut être aussi calculé par la différence entre le montant du FRN et le montant du BFR.

3.2.2. Analyse de la rentabilité de l'entreprise

3.2.2.1. Retraitement du tableau de compte de résultat et diagnostic des soldes intermédiaires de gestion (SIG)

Contrairement au bilan comptable qui indique à son passif (dans les capitaux propres) le résultat de l'exercice en tant que facteur d'enrichissement ou d'appauvrissement du patrimoine, il n'en décrit pas l'origine. Le tableau des comptes de résultat (TCR) récapitule les charges et les produits classés par nature afin d'expliquer la formation du résultat.

Le compte de résultat est un document dynamique¹ qui présente la synthèse des produits et des charges de l'exercice, sans qu'il soit tenu compte de leur date d'encaissement ou de paiement. Il fait apparaître, par différence entre les produits et les charges, le résultat (le bénéficiaire ou la perte) de l'exercice.

Ce dernier est un indicateur limité pour apprécier les performances économiques et financières globale de l'entreprise ; autrement dit une simple analyse des soldes des comptes du TCR n'est qu'un diagnostic superficiel de la situation de l'entreprise, pour cet effet ; il est indispensable de procéder à un ensemble de retraitements portant sur le TCR afin de déterminer les Soldes Intermédiaires de Gestion (SIG) qui représentent quant à eux des éléments qui contribuent à la formation du résultat.

L'analyse du TCR par le biais des SIG est un diagnostic financier qui nous permet de dissocier tout élément :

- qui relève de l'activité normale d'une entreprise (son cycle d'exploitation) ;
- qui résulte de son mode de financement : l'endettement a une incidence sur le résultat par le biais des charges financières (paiement des intérêts) ;
- qui est dû à des opérations exceptionnelles : qui ne vont pas se renouveler dans le futur et qui sont indépendantes de l'activité propre de l'entreprise.

3.2.2.2. Analyse par la méthode des ratios

Partant des comptes redressés et regroupés d'une entreprise, la méthode des ratios se propose de mettre en lumière un certain nombre de grandeurs significatives et d'en proposer une interprétation. On appelle communément « ratio » le rapport de deux grandeurs

¹Un document dynamique est un document qui retrace les différents flux d'entrée et de sortie d'une entreprise.

comptables. En fait il s'agit de mettre en évidence un certain nombre de grandeurs significatives parmi le très grand monde de données comptables.

Le calcul d'un ratio en lui-même présente généralement peu d'intérêt, ce qui importe, c'est :

- Son évolution dans le temps ;
- Sa position par rapport aux performances des concurrents ;
- Sa tenue par rapport à des normes générales, principalement bancaires dans la mesure où elles ont une réelle signification et qu'elles constituent un critère de jugement pour l'analyste.

L'analyse par les ratios est un art plus qu'une science et il existe de nombreuses approches. Ce chapitre proposera une approche simplifiée concernant les trois principales dimensions financières de l'entreprise :

- Sa structure financière ;
- sa gestion ;
- sa rentabilité.

3.3. Le processus de décision

A la Société Générale, le personnel au sein des agences commerciales n'est pas habilité à prendre la décision au niveau des crédits. Il doit faire remonter les dossiers de prêts dans sa hiérarchie.

Le groupe Société Générale a un processus décisionnaire très spécifique. Le processus est le suivant : ¹

- Constitution du dossier par un conseiller de clientèle
- Vérification et accord auprès du directeur d'agence
- Vérification par le chef de secteur qui donne un avis favorable ou non sur le dossier
- Contrôle par le service des risques et d'analyse du crédit. Cette étape étudie le crédit seulement à partir des données chiffrées issues de l'emprunteur. Le travail est réalisé par des bases de données qui évaluent le potentiel de remboursement du crédit à partir des

¹ SUBLET R., *Op Cit*, p.49.

informations financières. Si acceptation le crédit est accordé sinon le dossier retourne auprès du chef de secteur.

Le conseiller de clientèle peut alors renégocier le dossier au niveau local avec le directeur des risques. Il pourra mettre en avant les opportunités du projet et la faible probabilité de risque. Cette négociation est moins centrée sur les données financières et prend en compte toutes variables de réussite ou d'échec du dossier de prêt. Le crédit peut être accordé sinon il est définitivement refusé.

La Société Générale a un système décisionnaire décentralisé au niveau des crédits. Cette organisation permet une délégation du pouvoir de décision afin de détecter au maximum les opportunités ou les menaces avant d'accorder un crédit. Cette procédure donne à l'entreprise une bonne réactivité pour donner une réponse objective à la clientèle sur la décision du prêt.

En cas de demande de crédit avec des montants très importants ou des opérations particulières, la décision est prise par un comité du risque. Il s'agit d'un groupe de personnes ayant des compétences spécifiques afin d'apprécier la complexité de la mise en place d'un prêt. Cette cellule indépendante à la filière du risque traditionnelle vient en support pour aider à prendre une décision la plus favorable pour l'entreprise.

3.4. Le suivi du crédit

Le monitoring ou la surveillance bancaire est défini de la façon suivante par NAKAMURA¹. « Une activité complexe, qui inclut suivre l'évolution des emprunteurs et de leurs flux de trésorerie, décider de renouveler ou de mettre fin aux crédits, surveiller les garanties liés aux prêts, déclarer le défaut de paiement, gérer la résolution du crédit, prévoir les procédures de faillite, saisir et vendre les sûretés ».

Le suivi d'un client par son compte bancaire révèle une source importante d'informations pour le banquier. A travers les flux relevés sur le compte de l'emprunteur, il est possible de vérifier sa situation et d'avoir une vue d'ensemble sur l'état financier de l'individu. MANCHON² explique que l'ensemble des mouvements réalisés sur le compte donne un indicateur de l'évolution des ressources et des charges de l'emprunteur. Le banquier peut plus facilement apprécier les différents entrées et sorties sur le compte.

¹NAKAMURA L-I., Recent research in commercial banking: information and lending", Financial markets, institutions and instruments, vol 2, n°5, 1993, pp.73-88.

²MANCHON E., Analyse bancaire de l'entreprise, Paris, Economica, 5ème édition, 2001.

MESTER, NAKAMURA et RENAULT¹ étudient les bases de la surveillance des comptes bancaires. Pour les banques cette surveillance permet de connaître les flux monétaires et d'évaluer le potentiel des clients.

Cette analyse ne s'arrête pas là car elle met aussi évidence les dysfonctionnements et les possibles défaillances sur le compte. Un client en difficulté va connaître une dégradation de sa situation bancaire. Le banquier sera immédiatement informé par les dépassements d'autorisation de découverts. Il pourra ainsi s'entretenir avec le client pour connaître les causes et y remédier pour stabiliser la relation bancaire et assurer les engagements en cours.

L'étape du suivi des comptes reste très importante car des emprunteurs peuvent avoir une bonne situation à une période. Toutefois elle peut rapidement se dégrader en raison de problèmes liés à la vie personnelle ou professionnelle du client. Les banques sont donc des acteurs majeurs pour surveiller les emprunteurs et anticiper les situations à risques.

SECTION 3 : Étude d'un dossier de crédit d'exploitation et accompagnement bancaire

Pour mettre en pratique les développements théoriques précédents, nous avons pris comme cas l'analyse de la relation qu'entretient la SGA agence 00851 avec l'entreprise X.

Dans l'analyse de la situation financière de l'entreprise X, premier objet de cette section, nous allons examiner les états financiers de l'entreprise à travers ses bilans. Ce qui nous permettra de déterminer la solvabilité et la rentabilité de l'entreprise cliente, ensuite nous allons présenter une enquête par questionnaire qui nous apportera une compréhension de l'accompagnement bancaire au sein de la SGA, agence 00851.

Cette section est constituée de trois parties à savoir :

- Étude d'une demande de crédit d'exploitation
- Présentation de l'enquête
- Discussion et interprétation des résultats

¹MESTER L-J., NAKAMURA L-I., RENAULT M (1998) « Checking accounts and bank monitoring » Federal reserve bank of Philadelphia, working paper n°98-25, cite par : SUBLET R., « La gestion du risque de crédit bancaire sur les portefeuilles professionnels et particuliers », Bachelor of Business, école de commerce de Lyon, 2015/2016, p.50.

1. Étude d'une demande de crédit d'exploitation

Afin d'illustrer les procédures de mise en place, nous avons choisi d'étudier un dossier crédit d'exploitation fait au cours de notre Stage a société générale Algérie.

La présente demande a été introduite par une importante relation de la banque et de l'entreprise X exerçant l'activité de Production et Négoce à l'international d'équipements et d'articles d'aménagement des espaces domestiques et professionnels.

La demande de crédit est déposée par le client auprès du service crédit le montant global du crédit d'exploitation s'élève à 430 000 000.00 DA répartis comme suit :

- Opérations d'importation et avance sur appro : 400 000 000 DA
- Découvert : 30 000 000 DA

1.1. Identification de la relation

1.1.1. Constitution du dossier

Le dossier présenté par l'entreprise, en vue de bénéficier d'un crédit d'exploitation doit comprendre les documents suivants :¹

- Une demande de crédit signée et cachetée précisant la nature, le montant et la destination des crédits sollicités ;
- bilan et TCR des exercices 2008, 2009,2010 et le bilan de clôture prévisionnel 2011 ;
- plan de charge des contrats et marchés ;
- bilan prévisionnel (1 an) et le plan de trésorerie prévisionnel - Mensuel ;
- programme d'importation prévisionnel - Mensuel (quel que soit le mode de règlement des opérations d'importations) ;
- plan de charge détaillé Modèle SGA, signé et cacheté par le client + Copie des plus importants contrats à financer (s'ils sont signés) ;
- situation des engagements auprès des confrères, établie et signée par le client + Relevé de compte bancaire des 12 derniers mois ;
- une copie légalisée du registre de commerce ;
- acte de propriété ou bail de location ;

¹ Données recueillies lors de notre enquête auprès de la Société Générale Algérie, agence 00851, le 12/09/2021.

- un extrait de rôle apuré récent ;
- des attestations de CNAS moins de 3 mois.

1.2. Identification du demandeur de crédit

1.2.1. Présentation de l'affaire

Le groupe Y est constitué de deux sociétés à savoir l'EURL X objet de notre étude et la SARL Z. L'EURL X a été créé en 2009 dont l'activité principale est la production et négoce à l'international d'équipements et d'articles d'aménagement des espaces domestiques et professionnels.

1.2.2. Présentation de l'activité

L'activité de X est la production et négoce à l'international d'équipements et d'articles d'aménagement des espaces domestiques et professionnels (bureaux, usine, lieux de commerces) tels que : Plaques aux plâtres, profilés métalliques, en aluminium, les voiles, caissons pour voile, accessoires pour plafonds industriel, fixation pour les plaques aux plâtres, enduits mortier, accessoires pour cloisons sèches, articles d'isolation : thermique, phonique, incendie.

1.2.3. Types de clientèles et du marché

1.2.3.1. Le marché ou Secteur

L'entreprise X est versée, depuis 2009, dans le domaine de décoration et aménagement des espaces domestiques et professionnels, plus précisément, dans le négoce à l'international d'équipements, outillages et articles d'aménagement avec une gamme de produit constituée d'environ 400 articles.

Comparé aux pays développés l'Algérie enregistre un retard énorme dans ce secteur, ce qui devrait constituer une marge de progression importante pour l'entreprise X. Selon le client, le marché annuel des articles en acier s'élève à 5524 Tonnes en 2015 soit 0.079 Kg/Habitant, en parallèle le marché français s'élève 360 000 Tonnes soit à 5.67Kg/Habitant. Avec un volume d'affaire annuel dépassant les 1.5 Mrds, l'entreprise X est le leader sur le marché.

1.2.3.2. La clientèle

De côté client, l'entreprise X compte 70 clients distributeurs fidèles installés dans les 4 coins du pays et plusieurs clients de passage.

La stratégie commerciale définie pour les années à venir est de mettre une sorte de franchise dans chaque wilaya avec des objectifs qui seront imposés selon le potentiel de la région. Également, pour être prêt de ses clients l'entreprise X prévoit de mettre en place 5 centrales d'achats (Centre, Est, Ouest, Sud Est, Sud-ouest), deux sont déjà mises en place sur Tizi-Ouzou desservant la région et l'est du pays et une autre sur HAMMADI pour Alger et l'Oust du pays.

Pour l'aluminium c'est un autre réseau de distribution, il y a eu un développement avec une centaine de clients revendeurs (en plein développement).

Les délais accordés aux clients fidèles sont d'une moyenne d'un mois (par contre les clients de passage règlent cash).

1.2.4. Le produit ou Process

Comme nous l'avons expliqué en haut, le client commercialise environ 400 articles, équipements et outillages qui sont utilisés principalement dans le domaine de l'aménagement des espaces domestiques (maison) et professionnel (bureaux, usines, lieux de commerces). Nous allons essayer d'énumérer les plus importants :¹

- Plaques aux plâtres ;
- profilés métallique ;
- accessoires pour plafonds industriels ;
- fixation pour les plaques aux plâtres ;
- enduits mortier ;
- accessoires pour cloisons sèches ;
- articles d'isolation : thermique, phonique, incendie ;
- machines TFT ;

Et depuis juillet 2017, l'entreprise X s'est lancée dans la fabrication de plusieurs articles qui viennent compléter et enrichir la gamme existante (tout en restant dans le même domaine)

¹Document interne de la société générale.

CHAPITRE III : L'accompagnement bancaire des crédits d'exploitation au sein de la Société Générale Algérie, agence de Tizi-Ouzou (00851)

et cela suite à l'acquisition de 8 lignes de production, 3 pour les articles et acier et 2 pour les articles en aluminium tels que les voiles et 3 pour les caissons et renfort d'angles en PVC.

Pour le procès de production, il est plutôt simple et passe par des étapes maîtrisées par le client (les bobines en acier et aluminium passent par le laminage, façonnage). Sauf que pour le PVC et l'aluminium, ils sont sensibles à la température qui doit être maîtrisé lors de la fabrication pour avoir un produit de qualité optimal.

Tableau N°01 : Répartition de l'activité

Principales productions	% du CA 2019	% du CA novembre 2020	Répartition géographique des ventes	% du CA
Négoce à l'international d'équipements, outillages et articles d'aménagement Production du profilé en acier, aluminium, caissons en PVC et renfort d'angle en PVC	45%	49%	Couvrant tout le territoire national	100%
	55%	51%		

Source : Document interne de la société générale, compte rendu d'entretien, 2021.

1.2.5. Stratégie de l'entreprise

La stratégie du promoteur consiste à l'acquisition de nouvelles parts de marché en :

- Répondant rapidement à la demande et commandes des clients ce qui est en cours de réalisation avec un approvisionnement régulier, production continue et une activité satisfaisante soit un chiffre d'affaire réalisé de 1813 MDZD en 2018, 1879 MDZD en 2019 et 1584 MDZD novembre 2020. Un prévisionnel est attendu de 2800 MDZD.
- Développement de la production ce qui se fait par des investissements déjà engagés ayant pour objet la diversification des produits offerts et ceux à venir.

**1.3. Présentation des bilans financiers des exercices (2018, 2019,2020) et analyse de
l'équilibre financier**

1.3.1. Élaboration des bilans financiers des exercices 2018, 2019, 2020

L'établissement des bilans financiers sont élaborés à partir des bilans comptables puisque ceux-ci ne peuvent être utilisés directement qu'après avoir opéré les retraitements et les reclassements nécessaires, afin de faciliter leur étude.

CHAPITRE III : L'accompagnement bancaire des crédits d'exploitation au sein de la Société Générale Algérie, agence de Tizi-Ouzou (00851)

Tableau N°02 : Les emplois des bilans financiers de 2018 à 2020

(DZD milliers – 000)

Désignation	Exercice 2018	Exercice 2019	Exercice 2020
Immobilisation incorporelles	15	325	333
Immobilisation corporelles	458 031	509 350	457 263
Immobilisation financière	1 759	7 904	2 904
Valeurs immobilisées	459 805	517 579	460 500
Stocks et encours	438 921	608 021	758 538
Valeurs d'exploitation	438 921	608 021	758 538
Fournisseur-Avances & acomptes	7 502	21 492	426 179
Clients	116 959	277 357	280 212
Autres débiteurs	18 873	16 821	14 541
Autres	12 376	43 496	20 853
Valeurs réalisables	155 711	359 166	741 785
Disponibilités	123 196	61 925	78 820
Valeurs disponibles	123 196	61 925	78 820
Total actifs circulant	717 828	1 029 112	1 579 143
Total	1 179 208	1 549 034	2 041 986

Source : Tableau réalisé par nos soins à partir des documents fournis par la SGA, le 01/10/2021.

CHAPITRE III : L'accompagnement bancaire des crédits d'exploitation au sein de la Société Générale Algérie, agence de Tizi-Ouzou (00851)

Tableau N°03 : Les ressources des bilans financiers de 2018 à 2020

(DZD milliers – 000)

Désignation	Exercice 2018	Exercice 2019	Exercice 2020
Capitaux permanents	472 244	571 607	698 286
Capital émis	50 000	50 000	150 000
Primes et réserves	4 195	187 300	175 545
Résultat net	78 773	88 245	225 171
Report à nouveau	104 332	/	/
Capitaux propres	237 300	325 545	550 716
Emprunts et dettes financières	234 944	246 062	147 570
DLMT	234 944	246 062	147 570
Clients- Avances & acomptes	44 334 202 793	26 744	85 433
Fournisseurs et comptes ratt	15 809	256 415	579 135
Autres dettes	444 028	55 039	17 201
Concours bancaire		639 228	661 931
DCT	706 964	977 426	1 343 700
Total passif	1 179 208	1 549 034	2 041 986

Source : Tableau réalisé par nos soins à partir des documents fournis par la SGA, le 01/10/2021.

Tableau N°04 : Les bilans financiers condensés de 2012 à 2014

(DZD milliers – 000)

Actif	2018	%	2019	%	2020	%	Prévisionnel 31/12/2021	%
Actif immobilisé	459 805	38,99	517 579	33,41	460 500	22,55	879 243	43,23
Actif circulant	717 828	61,01	1 029 112	66,59	1 579 143	77,45	1 154 671	56,77
Valeurs d'exploitation	438 921	37,22	608 021	39,25	758 538	37,15	679 632	33,41
Valeurs réalisables	155 711	13,33	359 166	23,35	741 785	36,44	373 961	18,39
Valeurs disponibles	123 196	10,45	61 925	3,99	78 820	3,86	101 078	4,97
Total Actif	1 179 208	100	1 549 034	100	2 041 986	100	2 033 914	100

Passif	2018	%	2019	%	2020	%	Prévisionnel 31/12/2021	%
Capitaux permanents	472 244	40,04	571 607	36,89	698 286	34,21	1 095 075	53,84
Capitaux propres	237 300	20,12	325 545	21,01	550 716	26,98	967 616	47,57
DLMT	234 944	19,92	246 062	15,88	147 570	7,23	127 459	6,27
DCT	706 964	59,94	977 426	63,09	1 343 500	65,79	938 839	46,16
Total passif	1 179 208	100%	1 549 034	100%	2 041 986	100%	2 033 914	100

Source : Tableau réalisé par nos soins à partir des documents fournis par la SGA, le 01/10/2021.

A partir de ce graphe et au niveau de bilan financier de chaque élément de l'actif par rapport au total pour les années 2018, 2019, 2020 On remarque ce qui suit :

1.3.1.1. Les Éléments de l'actif

A. Les immobilisations

Durant les années (2018, 2019 et 2020), Les immobilisations représentent respectivement : 38,99% ; 33,41% ; 22,55%. On remarque que l'actif immobilisé est en diminution continue d'année en année, cette baisse est engendrée par le bais d'amortissement et de dépréciation.

B. L'actif circulant

L'actif circulant représentent respectivement : 61,04% ; 66,59% ; 77,45% du total de l'actif. On remarque que l'actif circulant représente une partie importante par rapport à l'actif total pour chacun des trois exercices, soit 61,04% en 2018, 66,57% en 2019 et 77,45% en 2020. Cela s'explique par la nature de l'activité de l'entreprise X (approvisionnement, stockage, production et négoce...).

Nous constatons une augmentation de l'actifs circulant de 2018 à 2019 jusqu'à 2020 cela s'explique par la hausse des valeurs réalisables et les valeurs d'exploitation (variation de stocks).

1.3.1.2. Les éléments du passif

A. Capitaux propres

On remarque une importante augmentation continue des capitaux propres soit 20,12% en 2018, 21,01% en 2019 et 26,97% en 2020. Cela est engendré par la hausse de capital émis (structure renforcé)

B. Les dettes à moyen et long terme

On remarque que les dettes à long et à moyen terme connues une augmentation de 2018 à 2019 et puis une diminution de 2019 à 2020, amortissement sur production (engagements).

C. Les dettes à court terme

Les dettes à court terme représentent la majeure partie du passif durant toute la période, soit 59,94% en 2018, 63,09 % en 2019 et 65,79% en 2020 ceci peut se justifier par la

CHAPITRE III : L'accompagnement bancaire des crédits d'exploitation au sein de la Société Générale Algérie, agence de Tizi-Ouzou (00851)

régression des autres dettes et l'accroissement du montant des Fournisseurs et compte rattachés et les autres dettes à court terme.

1.3.2. Analyse de l'équilibre financier

Le but est de savoir si les capitaux permanents arrivent à financer la totalité de l'actif immobilisé et si les DCT arrivent quant à elles, à financer les emplois cycliques. L'appréciation de cet équilibre financier de l'entreprise nous pousse à calculer : le FR, le BFR et la trésorerie.

Tableau N°05 : Analyse par les indicateurs de l'équilibre financier

Libellés	2018	2019	2020	Prév 31/12/2021
FRN	12 439	54 029	60 313	215 832
BFR	333 271	631 332	700 955	752 451
TN	- 320 832	- 577 303	- 640 642	- 536 619

Source : Tableau réalisé par nos soins à partir des documents fournis par la SGA, le 01/10/2021.

L'analyse des valeurs structurelles de l'entreprise fait ressortir les constats suivants :

- **Le fond de roulement** : Nous remarquons que le FR est positif et croissant sur les trois années, ce qui est un élément favorable pour l'entreprise, cela signifie que cette dernière arrive donc à financer ses emplois longs par des ressources à long terme et dégager un excédent pouvant couvrir une partie des besoins à court terme. Dans ce cas le principe de l'équilibre financier à long terme a été respecté par l'entreprise X, ceci constitue un bon signe qui traduit une bonne structure financière.
- **Le besoin en fond de roulement** : Le BFR est positif tout au long des trois années, ceci est lié à l'importance des délais donnés au client (valeur réalisable) par rapport au DCT, c'est-à-dire que les créances clients et les stocks sont plus importants que les dettes fournisseurs. Autrement dit, la valeur des besoins d'exploitation est supérieure à la valeur des ressources cycliques.
- **La trésorerie** : Le FR est insuffisant pour couvrir le BFR et dégage donc une trésorerie négative sur les trois années, ce qui entraîne un découvert bancaire et donc un besoin de capitaux.

1.3.3. Le bilan prévisionnel de clôture pour l'année 2021

L'entreprise jouira d'un équilibre financier rassurant, étant donné que son outil de production sera sécurisé et sera entièrement couvert par le volume important des capitaux permanents dont elle dispose, dégagant ainsi un fond de roulement positif durant cet exercice.

Cela est dû d'abord à l'importance du capital social et aux bénéfices qui seront réalisés au cours de cet exercice. Il y aura donc non seulement un équilibre financier.

Pour le cycle d'exploitation, nous remarquons un BFR positif, c'est-à-dire que l'actif circulant sera plus important que les dettes à court terme. Cette situation s'explique par :

L'augmentation des prévisions relatives à la réalisation de nouveaux marchés engendrant la progression de tous les ratios de structures et d'activité notamment les délais clients qui seront plus consistants par rapport aux délais fournisseurs (la quasi-totalité de ses clients sont les administrations).

1.4. Analyse de la rentabilité de l'entreprise

1.4.1. L'analyse par les soldes intermédiaires de gestion (2018, 2019, 2020)

L'analyse financière ne se limite pas à l'étude du bilan, il faut également examiner le tableau des comptes de résultat afin d'aboutir à une étude financière plus proche de la réalité économique.

Le tableau suivant, nous présente les différents soldes intermédiaires de gestion pour le cas de l'entreprise X qui nous concerne dans ce présent travail durant la période de notre étude.

Tableau N°06 : Présentation des soldes intermédiaires de gestion

(DZD milliers – 000)

Désignation	2018	2019	2020
Chiffre d'affaire net (1)	1 813 612	1 825 311	1 825 311
Production stockée (2)	103 627	/	131 169
Production immobilisée	/	/	/
Production de l'exercice (3) =(1)+(2)	1 917 239	1 825 311	1 956 480
Achats (4)	1 612 846	1 534 513	1 547 606
Variation de stocks matières premières et marchandises	/	782	/
Marge brute (5) = (3)-(4)	304 393	343 911	408 874
Charges externes (6)	50 757	40 736	31 925
Valeur ajoutée (7) = (5)-(6)	253 636	303 175	376 949
Salaires & charges sociales (8)	57 893	64 157	72 097
Impôts, taxes (9)	16 499	16 211	20 191
Excédent brut d'exploitation (10) = (7)-(8)-(9)	179 244	222 807	284 661
Autres produits/charges (11)	-1241	75	-803
Dotation aux amortissements (12)	35 106	58 555	72 812
Excédent Net d'exploitation (13) = (10)-(11)-(12)	142 897	164 327	211 046
Produits financiers (14)	4385	558	1611
Intérêts et charges assimilées (15)	55 535	63 708	94 740
Résultat courant avant impôt (16) =(13)+(14)=(15)	91 747	101 179	117 917
Impôts sur les sociétés (17)	12 974	12 934	20 333
Résultat net de l'exercice (18) = (16)-(17)	78 773	88 245	97 584

Source : Tableau réalisé par nos soins à partir des documents fournis par la SGA, le 04/10/2021.

CHAPITRE III : L'accompagnement bancaire des crédits d'exploitation au sein de la Société Générale Algérie, agence de Tizi-Ouzou (00851)

L'étude du tableau des soldes intermédiaires de gestion (SIG) montre que :

- **La valeur ajoutée** est en augmentation continue durant les trois exercices, suite à l'augmentation de la production et du chiffre d'affaires réalisé
- **L'excédent brut d'exploitation** réalisé est positif, cela signifie que l'entreprise est rentable du point de vue de l'exploitation. Elle gagne donc de l'argent et peut maintenir son outil de production tout en rémunérant les capitaux engagés ;
- **Résultat d'exploitation** : est le résultat généré de l'activité normale de l'entreprise, indépendamment des opérations financières et exceptionnelles. Pour les trois années ces résultats sont positifs cela est grâce à l'augmentation importante qui a connu (EBE) et aussi les autres produits de gestion courante.
- **Résultat courant avant impôt** est positif durant les trois années 2018,2019 et 2020.
- **Le résultat net de l'exercice** est positif durant les trois années ce qui veut dire que l'entreprise X est rentable ;

Le tableau des soldes intermédiaires de gestion, nous permet d'affirmer que l'entreprise connaît une phase de croissance et que la totalité des charges de l'entreprise sont couvertes par les produits réalisés et dégagant par conséquent un excédent qui se traduit par un résultat net positif et évolutif tout au long des années d'étude.

1.4.2. Étude de la capacité d'autofinancement

Le calcul de la CAF consiste à déterminer le surplus monétaire que dégage l'entreprise X, A partir du tableau des soldes intermédiaires de gestion, nous allons présenter la capacité d'autofinancement de l'entreprise X.

Tableau N°07 : La capacité d'autofinancement (CAF) (DZD milliers – 000)

Désignation	2018	2019	2020
Dotations aux amortissements et provisions (1)	35 106	58 555	72 812
Résultat Net (2)	78 773	88 245	97 584
CAF (1) + (2)	113 879	146 800	170 396

Source : Élaboré, par nous-mêmes, sur la base du SIG, le 05/10/2021.

La capacité d'autofinancement entre les trois années 2018, 2019 et 2020 explique que l'entreprise X est indépendante financièrement, donc celle-ci dispose des ressources interne

CHAPITRE III : L'accompagnement bancaire des crédits d'exploitation au sein de la Société Générale Algérie, agence de Tizi-Ouzou (00851)

pour financer son activité. Cette CAF permet à l'entreprise de financer des nouveaux investissements, ou de rembourser ses emprunts.

1.4.3. L'analyse par la méthode des ratios

1.4.3.1. Les ratios de structure financière

Tableau N°08 : Le calcul des différents ratios de structure financière

Nature	Formule	2018	2019	2020
Ratio de financement permanent	$\frac{\text{Capitaux permanents}}{\text{Actif Immobilisé}}$	102,70%	110,43%	151,63%
Ratio de financement de l'activité	$\frac{\text{FR}}{\text{BFR}}$	3,73%	8,56%	8,60%
Autonomie financière	$\frac{\text{Capitaux propres}}{\text{Total du bilan}}$	20,12%	21,01%	26,96%
Ratio de Solvabilité	$\frac{\text{Capitaux propres}}{\text{Endettement total}}$	25,19%	26,60%	36,92%
Ration d'endettement global	$\frac{\text{Dettes totales}}{\text{Actif total}}$	79,88%	78,98%	73,03%

Source : Élaboré, par nous-mêmes, sur la base des documents internes de l'entreprise, le 05/10/2021.

Les calculs des différents ratios ainsi que la représentation graphique montrent que :

A. Ratio de financement permanent

Le ratio de financement permanent est supérieur à 1 durant les trois années, ça montre que les immobilisations sont financées par les capitaux permanents. Cela se traduit donc par l'existence du fonds de roulement, qui signifie que l'entreprise arrive à financer ses valeurs

immobilisées par ses capitaux permanents. Donc, elle respecte le principe de l'équilibre financier et par conséquent, dispose d'un FR positif.

B. Ratio de financement de l'activité

Ne sont pas supérieurs à 1. Ce qui montre que l'entreprise n'est pas capable de financer les besoins permanents par des ressources permanentes, ainsi que, par ses propres moyens sans recourir à des partenaires financiers externes, en plus de dégager une trésorerie négative.

C. Ratio d'autonomie financière

Le Ratio d'autonomie financière est un indicateur utilisé par l'analyse financière pour déterminer le niveau de dépendance de l'entreprise vis-à-vis des financements extérieurs, notamment les emprunts bancaires. Dans notre cas Ratio d'autonomie financière est inférieur à 50%, les capitaux propres ne couvrent pas l'ensemble des dettes contractées auprès des établissements bancaires.

D. Ratio de solvabilité

Ce ratio est très important car c'est un indicateur de la santé financière de l'entreprise il ne dépasse pas 100%, ce qui signifie que l'entreprise ne peut pas couvrir ses exigibilités par ses capitaux propres.

E. Ratio d'endettement global

Ce ratio est important, 78,88% en 2018, 78,98% en 2019 et 73,03% en 2020, Ce qui implique une très forte dépendance de l'entreprise vis-à-vis des tiers. Donc l'entreprise est dépendante des capitaux étrangers.

1.4.3.2. Les ratios de liquidité

Tableau N°09 : Le calcul des différents ratios de liquidité

Nature	Formule	2018	2019	2020
Ratio de liquidité générale	Actif circulant	101,53%	105,28%	117,52%
	Passif circulant			
Ratio de liquidité relative	Disponibilités + créances	39,45%	43,08%	61,07%
	Passif circulant			
Ration de liquidité immédiate	Disponibilités	17,42%	6,33%	5,86%
	Passif circulant			

Source : Élaboré, par nous-mêmes, sur la base des documents internes de l'entreprise, le 05/10/2021.

Les calculs des différents ratios ainsi que la représentation graphique montrent que :

A. Ratio de liquidité générale

Pour les trois années d'exercices, de l'entreprise X est largement supérieure à 1. Cela indique qu'elle peut transformer progressivement ses actifs circulant en liquidité pour faire face à ses engagements financiers à court terme ;

B. Ratio de liquidité relative

Ce ratio compare l'actif disponible et réalisable (encaisse et comptes débiteurs) au passif courant, il évalue le nombre de dinars dont une entreprise dispose pour payer chaque dinar de comptes dû. Il est supérieur aux normes ($0.3 < R < 0.5$) durant les trois années ce qui signifie qu'elle peut rembourser ses dettes à court terme à partir de ses seuls valeurs réalisables et disponibles, si les créanciers demandent à être payés sans plus attendre ;

C. Ratio de liquidité immédiate

Ce ratio indique la capacité de l'entreprise à faire face à ses engagements à court terme sans recourir à ses actifs à court terme non liquide, notamment les stocks. Dans notre cas, il

CHAPITRE III : L'accompagnement bancaire des crédits d'exploitation au sein de la Société Générale Algérie, agence de Tizi-Ouzou (00851)

est inférieur à 100% sur les trois années, ce qui signifie que l'entreprise X ne peut pas rembourser ses dettes à moins d'un an par ses disponibilités.

1.4.4. Étude de l'effet de levier

L'effet de levier s'obtient par la différence entre la rentabilité financière et la rentabilité économique.

$$\text{L'effet de levier} = \text{Rentabilité financière} - \text{rentabilité économique}$$

La rentabilité financière se calcule avec la formule suivante :

$$\text{Rentabilité financière} : \text{résultat net} / \text{capitaux propres}$$

La rentabilité économique se calcule avec la formule suivante :

$$\text{Rentabilité économique} : \text{résultat net} / \text{total actif}$$

1.4.4.1. Rentabilité financière

Tableau N°10 : Calcul de la rentabilité financière

Désignation	2018	2019	2020
Résultat net	78 773	88 245	97 584
Capitaux propres	237 300	325 545	550 716
Rentabilité financière	33,19%	27,11%	17,19%

Source : Élaboré, par nous-mêmes, sur la base des documents internes de l'entreprise, le 05/10/2021

1.4.4.2. Rentabilité économique

Tableau N°11 : Calcul de la rentabilité économique

Désignation	2018	2019	2020
Résultat net	78 773	88 245	97 584
Total actif	1 179 208	1 549 034	2 041 986
Rentabilité économique	6,7%	5,7%	4,8%

Source : Élaboré, par nous-mêmes, sur la base des documents internes de l'entreprise, le 05/10/2021.

CHAPITRE III : L'accompagnement bancaire des crédits d'exploitation au sein de la Société Générale Algérie, agence de Tizi-Ouzou (00851)

1.4.4.3. Effet de levier

Tableau N°12 : Effet de levier

Désignation	2018	2019	2020
Rentabilité financière	33,19%	27,11%	17,19%
Rentabilité économique	6,7%	5,7%	4,8%
L'effet de levier	26,49%	21,41%	12,39%

Source : Élaboré, par nous-mêmes, sur la base des documents internes de l'entreprise, le 05/10/2021.

Commentaire

L'effet de levier est positif et favorable durant la période d'étude, qui signifie que l'endettement exerce un effet positif sur la rentabilité financière dégagée par l'entreprise X, donc la rentabilité des capitaux propres croît avec l'endettement. Le recours à l'endettement permet d'augmenter la rentabilité financière des capitaux propres. Plus l'endettement est fort, plus l'effet de levier est important. D'après les analyses de l'effet de levier, nous avons constaté qu'il existe un effet de levier positif donc la société devrait envisager d'augmenter leur financement par endettement, sachant qu'une augmentation de la dette aura un impact positif sur la rentabilité financière.

Conclusion

A partir de l'étude financière de l'entreprise X durant les trois exercices 2018,2019 et 2020, les résultats obtenus nous permettent de déterminer sa situation financière.

A travers l'étude de l'équilibre financier de l'entreprise, nous remarquons que sa trésorerie est négative de 2018 jusqu'à 2020 ce qui signifie que, l'entreprise ne dispose pas des ressources suffisantes pour faire face à ses besoins. Sa situation financière est déficitaire et elle doit absolument avoir recours à des modes de financements à court terme pour pallier cette situation. Et à partir de l'analyse de son activité, ratios et sa rentabilité nous déduisons qu'elle possède une capacité d'autofinancement positive et excédentaire, une activité stable, une rentabilité suffisante et une solvabilité. Ces résultats nous permettent de dire que L'entreprise X est en situation financière équilibrée.

Donc l'analyse financière propose des outils permettant d'établir un diagnostic sur la santé financière de l'entreprise, sur son équilibre et sa rentabilité, de ce fait, l'analyste financière permet de prendre des décisions pour remédier aux problèmes de déséquilibre et des dysfonctionnements dans l'avenir pour l'amélioration de sa situation.

2. Présentation de l'enquête

Dans l'optique de bien cerner la notion de l'accompagnement au sein de Société Générale Algérie, on a procédé à l'élaboration d'une enquête ayant pour but de déterminer le degré d'implication des dirigeants de la banque dans l'application de cet accompagnement et l'importance de ce dernier pour l'entreprise cliente.

2.1. L'enquête par questionnaires

Par définition, un questionnaire est une liste de questions préalablement préparée et diffusée via un support matériel (Papier) ou non matériel (fichier numérique). Le questionnaire fait partie des outils de la méthodologie qualitative de la recherche et vise la mise en évidence d'un enchaînement d'idée permettant au chercheur d'avoir une réponse personnalisée à ses questionnements. Notre questionnaire est formé de questions ouvertes laissant à la personne questionnée la liberté de répondre et de questions fermées dont les réponses consistent à choisir la situation qui paraît être la plus appropriée et la plus adaptée à la situation comme décrite (voir les annexes). Nos questionnaires ont été adressés au chargé d'affaire de la Société Générale Algérie de Tizi-Ouzou (Agence 00851) et au dirigeant de l'entreprise X.

Pour ce qui en rapport avec l'objet de notre enquête, notre questionnaire se concentre sur des thèmes bien précis concernant la nature de la relation Banque-entreprise, particulièrement sur les aspects de la mise en place d'un crédit d'exploitation et de l'accompagnement exercé par la banque tout au long du financement de l'entreprise. Il s'agit donc des questions qui mettent en évidence notre problématique.

Notre questionnaire sera organisé sous forme de thématiques à savoir :

- Thème 1 : Le financement bancaire des entreprises
- Thème 2 : la relation Banque-Entreprise
- Thème 3 : L'accompagnement bancaire

Cela de sorte à nous permettre de comparer la validité des constats théoriques que nous avons exposés au cours des deux premiers chapitres de ce mémoire, et la compréhension approfondie de l'impact de la mise en place d'un accompagnement bancaire efficace.

2.2. L'objet des questionnaires

Toute étude doit être fondée sur une problématique qui peut être définie comme : "la formulation d'une question centrale concernant ce qui pose problème dans le sujet traité". Afin de répondre à notre problématique qui est : "Peut-on dire qu'il existe un accompagnement bancaire réel et efficace au sein de la Société Générale Algérie ?", nous avons choisi de présenter un questionnaire au chargé d'affaires de la Société Générale Algérie de Tizi-Ouzou. En effet, une étude ne peut être construite qu'en fonction d'hypothèses qui visent à décrire les éléments fondamentaux de la problématique et constituent les vrais objectifs de l'enquête.

2.3. L'élaboration du questionnaire

Le questionnaire est un outil d'approche du terrain où se déroulera l'étude pratique, dont l'objectif méthodologique est la vérification des hypothèses, pour répondre aux interrogations et apporter des éléments de solutions, pour élaborer un bon questionnaire il est nécessaire de :

- Formuler des questions claires et simples ;
- rédiger les questions pour chaque informations recherchée ;
- corriger le questionnaire.

2.4. Types de questions

Dans un questionnaire, le choix du type de questions aura une incidence sur les résultats de l'enquête. Parmi ces types on cite :

- **Questions ouvertes** : ce sont des questions pour lesquelles l'interrogé est libre de répondre comme il veut, autant qu'il veut.

Exemple : Quelle est l'importance de l'accompagnement bancaire ?

- **Questions fermées** : ce sont des questions pour lesquelles l'interrogé doit choisir une ou plusieurs réponses parmi celles qui sont proposées. Les questions fermées peuvent prendre plusieurs formes :
- **Questions fermées dichotomiques** : l'interrogé doit choisir entre deux réponses proposées.

Exemple : d'après vos opérations, êtes-vous satisfait ?

- **Questions fermées à réponse unique** : ces questions ont plusieurs modalités de réponses, mais une seule réponse est possible.

Exemple : Existe-t-il au sein de la banque une structure chargé du suivi et de l'accompagnement des clients ?

- **Questions fermées à choix multiples(QCM)** : le répondant a la liberté de choisir une ou plusieurs réponses.

Exemple : Quel type de crédits la banque accorde-t-elle le plus souvent aux entreprises ?

2.5.Traitement des résultats

Une fois le questionnaire est remplis par les interrogés, il fallait donc procéder par les deux étapes d'analyses le tri à plat et le tri croisé :

- Le tri plat : consiste à présenter question par question les résultats obtenus pour chacune des modalités de réponse ;
- Le tri croisé : consiste à mettre en relation entre deux variables analysées simultanément.

3. Discussion et interprétation des résultats des deux enquêtes auprès de la banque et de l'entreprise

Après la récupération des deux questionnaires nous avons procédé au dépouillement manuel de toutes les données. Nous avons ensuite regroupé les questions en sous ensemble pour pouvoir procéder au traitement et à l'interprétation et à l'analyse des résultats obtenus.

Cet élément sera donc consacré à l'interprétation des résultats obtenus de nos deux enquêtes (Banque-entreprise). Nous rappelons que cette interprétation divise les constats trouvés en trois principaux thèmes qui sont les suivants :

3.1. Le financement bancaire des entreprises

3.1.1. Selon les banquiers

Selon les réponses données par le chargé d'affaire de la banque, les critères sur lesquels se base la banque pour octroyer des crédits aux entreprises sont, en premier lieu, le secteur d'activité. En effet il est important de voir la politique et stratégie de la banque et d'en

conclure si ce secteur est recensé sur sa politique et son orientation, en deuxième lieu, la structure financière de l'entreprise qui représente un critère primordiale, car elle permet d'évaluer la proportion des dettes financières et des capitaux propres et donc mesurer le risque de défaillance et analyser la stabilité des emplois et des ressources, en dernier lieu, la nature de l'activité de l'entreprise et sa rentabilité.

Concernant le type de crédits qu'accorde la banque le plus souvent à ses clients, le banquier a déclaré que cela dépendait des besoins des clients soit en exploitation ou en investissement.

Pour ce qui est du rôle du chargé de crédit (conseiller financier) dans la prise de décision d'octroi de crédit aux entreprises, il met en considération tous les éléments d'analyse de la situation et structure financières, activité, rentabilité de l'entreprise pour ensuite étudier si ses besoins existent pour enfin déterminer les lignes de crédit à octroyer.

3.1.2. Selon l'entreprise X

Selon les réponses du responsable de l'entreprise X au sujet des critères de choix de la banque principale. Il s'agit de : confiance vis-à-vis de la banque, compétence du banquier et le sérieux et la célérité dans l'exécution des opérations. En effet, plusieurs critères influencent leur choix, en revanche le degré d'importance de chaque critère diffère, selon le responsable de X, la confiance vis-à-vis de la banque et la compétence des banquiers sont les critères les plus importants.

En ce qui concerne le rôle du chargé de crédit (conseiller financier) dans la prise de décision d'octroi de crédit, du point de vu de l'entreprise, il a un rôle influent, le fait d'avoir une relation directe avec le chargé de crédit permet de connaître de manière approfondie la situation de l'entreprise et ses objectifs financiers, et ainsi formuler la solution la plus adaptée dans l'intérêt du client.

3.2. La relation Banque-Entreprise et le financement relationnel bancaire

3.2.1. Selon les banquiers

Au sujet de la relation Banque-Entreprise, On a jugé nécessaire de définir la relation qu'entretient la Société Générale Algérie agence de Tizi-Ouzou (00851) avec ses clients, selon le chargé d'affaire de la banque, c'est une relation durable basée sur la confiance et la confidentialité, avoir une relation de confiance avec son client est synonyme de respect des engagements pris par chacune des deux parties, cette confiance en question s'inscrit dans le cadre d'une approche relationnelle et dynamique qui vise à établir et entretenir des relations sur le long terme.

Par ailleurs, la durée de la relation et les interactions entre le banquier et le responsable de l'entreprise, favorise le développement de la confiance entre les deux parties. Pour le banquier, l'aspect temporel est déterminant pour une relation de confiance. Cela sous-entend, que la banque à travers le temps, elle aura accumulée de l'information qualitative au sujet de sa clientèle entreprise à travers les interactions sociales entre le chargé d'affaires et le responsable de l'entreprise.

Ainsi, pour le banquier interviewé, la confiance est un élément clé dans le parcours du client car c'est celui qui permet de concrétiser le projet. Si le partage de valeurs communes ou la recommandation par des pairs favorisent la confiance client, ce ne sont pas les seuls. La force du lien entre une banque et ses clients varie aussi selon le secteur d'activité et la génération. Donc, une chose est sûre, pour gagner la confiance de leurs clients, la société générale essaye de toujours être à l'écoute de ses clients et de répondre à leurs attentes et leurs besoins, c'est ainsi qu'elles les fidélisent.

3.2.2. Selon l'entreprise X

Selon le dirigeant de l'entreprise X, le degré de confiance qu'ils accordent à la banque est très important, cette confiance est primordiale pour le maintien de la relation.

Bien souvent, une relation de confiance entre la banque et l'entreprise passe par une bonne entente. C'est pourquoi le dialogue régulier entre les deux personnes demeure essentiel pour permettre l'harmonie. Et ce, particulièrement à un moment où chacune des deux parties a besoin de confiance permanente.

Pour ce qui est des facteurs de confiance entre l'entreprise et le banque, le dirigeant de l'entreprise affirme qu'il s'agit des compétences du banquier, la durée de la relation, la réputation du banquier, relations familiales et amicales. Ces résultats renforcent, l'idée du caractère encastrée de la relation Banque-entreprise.

Le dirigeant de l'entreprise X affirme également qu'il est important d'avoir une bonne relation avec sa banque, en effet, pour que le banquier ait confiance en le projet et accepte de soutenir son client sur la durée, la seule solution est d'entretenir de bonnes relations avec lui. Cependant cette relation de confiance ne s'instaurera pas toute seule et il vous faudra pour cela « travailler » cette relation de manière très régulière, pour eux La solution est simple et tient en un seul mot : communication.

3.3. L'accompagnement bancaire

3.3.1. Selon les banquiers

Selon le chargé d'affaires de la Société Générale Algérie agence de Tizi-Ouzou (00851), le concept d'accompagnement répond aux besoins des dirigeants des entreprises. En apportant des expertises comptables, techniques ou juridiques ; en apportant conseils, formations, sensibilisation aux enjeux environnementaux et sociaux, et évidemment en étudiant des solutions de financement à tous les stades du cycle de vie de l'entreprise.

La société générale Algérie accompagne les entreprises dans toutes les composantes de la relation banque-entreprise, que ce soit en termes de gestion de flux et de trésorerie, de sécurisation des créances commerciales, de financement des projets ou du cycle d'exploitation...À travers la consolidation de sa stratégie de proximité, la banque renforce son engagement pour cette clientèle en plus de l'approche conseil renforcée, grâce à l'expertise des banquiers et experts en services financiers.

Pour ce qui est de la démarche suivie pour accompagner les clients, du point de vue du banquier, il s'agirait d'être à l'écoute du client, être présent pour lui à tout moment, le conseiller, l'orienter, répondre à toutes ses interrogations et lui proposer des solutions à tout problème. Ce modèle repose à la fois sur des banquiers qui ont une connaissance très fine de leurs clients et des secteurs dans lesquels ils évoluent, ainsi qu'une large vision transversale des différents produits de la banque, cependant, il n'y a pas de stratégie ou de dispositif

d'accompagnement proprement dit au sein de la banque, il s'agit plutôt d'une démarche volontaire dans laquelle le chargé d'affaire accompagne, oriente et conseil les clients.

Par conséquent, la banque accompagne ses clients dans la durée, aussi bien dans les phases d'expansion que dans les périodes plus difficiles. En leur proposant une gamme complète de solutions adaptées à leurs besoins, elle joue un rôle de facilitateur permettant de concrétiser les ambitions de chaque client. C'est pourquoi elle entend de développer une relation de conseil authentique pour toutes questions financières, notamment en matière d'anticipation et de gestion des risques. Être à l'écoute et présent par des orientations, conseils et propositions de solutions.

3.3.2. Selon l'entreprise X

Selon le responsable de l'entreprise X, il est important d'avoir une bonne relation avec sa banque, des liens solides avec sa banque accentuent la confiance mutuelle et peuvent aussi s'avérer apaisants pour les deux parties.

Selon le dirigeant de l'entreprise X, l'accompagnement bancaire présente plusieurs avantages, notamment en termes d'obtention de besoins adéquats, en effet, comprendre et identifier les besoins du client est un atout décisif pour prendre la meilleure décision possible en répondant aux mieux à leurs attentes, ajouter à cela le sentiment de confiance, le fait de se sentir soutenu et conseiller par sa banque joue un rôle important dans la fidélisation de la clientèle, il y a également la notion de l'accompagnement dans la durée, l'entreprise peut fait face à des problématiques quotidiennes, mais doit également anticiper des enjeux de long terme. Dans cette perspective il est essentiel de pouvoir compter sur une équipe stable qui connaît parfaitement la situation patrimoniale globale. Pour conclure, le dirigeant de l'entreprise affirme que l'accompagnement bancaire permet de pérenniser et développer efficacement son activité.

Concernant l'opinion du responsable de l'entreprise X à l'égard des conseillers de la Société Générale, en matière de conseils, d'orientation et de suivi, ils affirment recevoir un accompagnement bancaire efficace. Ils obtiennent réponse à n'importe quelle interrogation ou questionnement et cela à n'importe quel moment, ils sont soutenus en cas de problèmes, la banque leurs propose des solutions innovantes sur mesure.

CHAPITRE III : L'accompagnement bancaire des crédits d'exploitation au sein de la Société Générale Algérie, agence de Tizi-Ouzou (00851)

Pour améliorer l'accompagnement bancaire, le dirigeant de l'entreprise X propose de digitaliser davantage, ce qui paraît logique puisque aujourd'hui le digital influence de manière incontestable la relation client, en apportant de nouvelles manières de travailler au service du client. En effet, de par les informations pouvant être collectées en temps réel ainsi que la multiplication des expériences clients, la relation client se veut avant tout personnalisée. De nos jours, un client peut tout à fait contacter sa banque via de multiples canaux : mobile, mails, téléphone, internet, réseaux sociaux, cela signifie que désormais, les banques ont la possibilité de rester en permanence connectées avec leur clientèle. Ce qui signifie également qu'elles ont plus de possibilité de connaître chaque client et ainsi de pouvoir satisfaire pleinement ces derniers. Ainsi, la digitalisation a pour rôle principal de rendre les relations plus souples et moins cadrées, en permettant par la même occasion une communication plus simple et rapide et un échange de données plus important.

CONCLUSION

Ce dernier chapitre de notre travail de recherche avait pour objectif de répondre à nos questionnements précédents sur l'accompagnement bancaire au sein de la Société Générale Algérie.

Le stage pratique que nous avons effectué au sein de SGA, agence 00851 durant 3 mois, nous a permis, d'une part, de cerner l'ensemble des connaissances concernant le crédit d'exploitation et la procédure de traitement de ce mode de financement et, d'autre part, d'apporter des réponses quant à la compréhension du concept d'accompagnement bancaire.

La banque accompagne ses clients dans la durée, elle veille à accompagner plus efficacement ses clients entrepris et ainsi mieux participer à leur essor, elle offre des services de conseil, d'orientation, d'aide et de soutien tout au long de leur période de financement. Elle joue un rôle de facilitateur qui permet de concrétiser les ambitions de chaque client, toutefois, les attentes des clients bancaires sont en phase dans leur temps, ces derniers attendent digitalisation tout en conservant une relation de personne à personne, les banques sont donc confrontées à un challenge : allier la digitalisation et l'humain.

Néanmoins, il y a lieu de noter qu'il n'existe guère de stratégie ou politique bien définie et réfléchi en matière d'accompagnement bancaire des entreprises. Il s'agit presque d'actions volontaires et ponctuelles émanant des chargés d'affaires de la Société Générale Algérie.

Conclusion Générale

Conclusion Générale

Au terme de ce présent mémoire, sanctionnant trois mois de travail passés au sein de la Société Générale Algérie agence de Tizi-Ouzou (00851), nous avons essayé de présenter la nature de la relation Banque-Entreprise et les principaux déterminants de la mise en place d'un accompagnement bancaire. Pour y parvenir, nous avons d'abord passer en revue les différents types de crédits proposés par les institutions bancaires en mettant l'accent sur les crédits d'exploitation, puis nous avons présenté une approche globale sur la relation qu'entretient une banque avec son client pour ensuite évoquer le financement relationnel bancaire, afin d'appréhender le concept d'accompagnement des entreprises.

Conceptuellement, la banque est le propulseur du développement économique ; son rôle est d'assurer l'intermédiation financière entre les détenteurs de capitaux et ceux qui subissent un besoin de financement par la collecte et la distribution des ressources (les crédits). Cependant, son rôle ne se limite plus à la collecte des dépôts et l'octroi des crédits, sous la pression de la concurrence, les banques ont dû élargir leurs champs de compétences.

Ainsi, les stratégies bancaires suivent un double objectif : d'une part, il s'agit de rentabiliser les clients, d'autre part, il s'agit d'offrir à ces derniers un service personnalisé, visant à les fidéliser en répondant à leurs besoins et attentes que ce soit en terme de financement, de conseil ou d'orientation. La réflexion développée ici se centre sur la pratique des modes de gestion de la relation bancaire des entreprises. Il serait intéressant d'approfondir cette réflexion à la lumière de la gestion de la relation bancaire par les banques.

Dans ce contexte, nous avons essayé de cerner les principaux fondements de la relation Banque-Entreprise, particulièrement dans le cadre d'un contrat de prêt, la relation bancaire peut être mesurée essentiellement par trois variables. Il s'agit de la capacité de la banque d'acquérir un avantage informationnel, l'étendue temporelle et l'exclusivité de la relation. Par la suite, les deux parties doivent identifier les déterminants permettant une gestion interactive de la relation. Pour ce faire, il faut collaborer dans un environnement d'affaire stable pour réduire toute résistance de la part des deux parties et les inciter à s'engager dans des stratégies relationnelles en vue de maîtriser les coûts de transfère et de gérer la dépendance mutuelle. Enfin, pour assurer le maintien d'un intérêt commun, les deux parties contractantes doivent veiller à la stabilité de la relation établie. Pour cela, il y a lieu d'instaurer une confiance mutuelle, développer les relations interpersonnelles, en vue d'attendre le but souhaité de la satisfaction.

Conclusion Générale

Concernant le volet représentant le concept d'accompagnement, nous avons cherché à déterminer si les banques accompagnent, de façon directe ou indirecte, les entreprises en leurs offrant un soutien, des conseils, et un suivi durant leurs période de financement, c'est-à-dire avant et après l'octroi de crédit. Les clients des banques n'ont pas tous les mêmes attentes envers leur banque, ni la même connaissance du fonctionnement et des possibilités d'accompagnement de celles-ci. Un point commun cependant, tous cherchent réactivité, soutien, facilité de contact, expertise et dialogue. Il est donc nécessaire de passer du temps à expliquer les besoins, les contraintes que chacun rencontre et les solutions que l'on peut envisager.

A l'issue de notre travail, il ressort que, l'étude de la décision d'octroi de crédit bancaire est particulièrement importante. A cet effet, le banquier doit choisir la structure de financement la plus adaptée à sa clientèle en identifiant les besoins financiers réels de l'entreprise. Par conséquent, il est tenu de mener une étude portant sur la viabilité et la rentabilité du projet avec une analyse bien précise de tous les critères de rentabilité, afin de déterminer la solvabilité d'un projet. Toutefois, les efforts encore attendus de la part des banques devraient tendre vers une relation financière visant à approfondir la relation de confiance entre celle-ci et l'entreprise cliente. De ce fait, on pourrait dire qu'une relation de conseil et d'accompagnement en serait l'élément novateur.

En somme, il n'y a pas de règle en accompagnement, celui-ci va dépendre de multiples paramètres. Chaque entreprise et donc chaque projet est différent. Pour qu'il soit pertinent, l'accompagnement doit prendre en compte ces spécificités, répondre aux vrais besoins au bon moment pour faire grandir le projet et mettre le client en position de confiance, il s'agit donc d'offrir aux clients la meilleure expérience possible au sein de la banque et cela en procédant à un suivi de crédit rigoureux et un service de conseil et de soutien hors pair.

L'enquête par questionnaires avec l'entreprise X client de la Société Générale Algérie agence de Tizi-Ouzou (00851), nous a permis de réaliser que la banque ne se limite pas à octroyer une enveloppe de crédit, mais qu'il existe réellement un accompagnement du client qui va au-delà d'une simple transition financière, ce qui favorise nettement la fidélisation de la clientèle car en plus de développer une relation de confiance, l'entreprise est sûr de pouvoir compter sur sa banque à tout moment.

Nous pouvons ainsi dire que la société générale Algérie accompagne ses clients pendant toute la durée du prêt et joue un rôle central en termes de prévention des incidents,

Conclusion Générale

maîtrise budgétaire et bancaire, résolutions de problèmes de remboursement, prise de bonnes décisions financières. Seulement, ce concept n'est toujours pas conceptualiser au sein des banques, ce qui est dommage, car l'obtention d'un crédit ne doit pas être considérée comme une finalité, mais comme un moyen pouvant contribuer à la réalisation d'un projet de vie.

Tout au long de notre recherche, nous avons eu beaucoup de difficultés, notamment sur le plan de la documentation, l'accompagnement bancaire est une thématique récente, la preuve elle n'est pas mise en place au sein de toutes les banques, et la plupart des ouvrages ne traitent pas de ce concept, si ce n'est que les articles de revues récentes qui sont à la fois limités et qu'il a fallu trouver. Ces limites rencontrées laissent le champ libre à tous ceux qui veulent explorer et faire des recherches, déjà sur le même thème ou bien sur des thèmes qui se rapprochent.

Annexes

Annexe N°1 : Guide d'entretien auprès de la banque

Dans le cadre de la réalisation du mémoire de fin d'études en Sciences Economiques, Commerciales et de Gestion, option Finance d'Entreprises à l'Université Mouloud Mammeri de Tizi-Ouzou, portant sur l'analyse de la relation Banque-Entreprise à travers l'accompagnement bancaire, cas du crédit d'exploitation, nous vous prions de bien vouloir répondre soigneusement à ce questionnaire. Il y va de soi que les informations recueillies, auront une finalité strictement scientifique.

Thème I : Le financement bancaire des entreprises

1. Sur quels critères se base la banque pour octroyer les crédits aux entreprises ?
2. Quel type de crédits la banque accorde-t-elle le plus souvent aux entreprises ?
3. Qui sont les clients cibles de votre banque
 - Selon la taille : grandes entreprises-moyennes entreprises-petites entreprises-très petites entreprises.
 - Selon le secteur d'activité ?
4. Quel est le rôle du chargé de crédit (conseiller financier) dans la prise de décision d'octroi de de crédit aux entreprises ?

Thème II : La relation Banque-Entreprise et le financement relationnel bancaire

1. Comment définirez-vous la relation qu'entretient la Société Générale avec ses entreprises clients ?
2. Quel est le rôle de la confiance dans la relation banque-entreprises ?
3. Quels sont les principaux facteurs de confiance entre votre banque (vous) et les entreprises ?
 - Réputation de l'entrepreneur
 - Compétence de l'entrepreneur
 - Durée de relation entre banque et l'entreprise
 - Relations amicales/familiale avec l'entrepreneur
 - Performance financière de l'entreprise
4. Quelles sont vos propositions pour améliorer votre relation avec les entreprises ?

Thème III : L'accompagnement bancaire

1. Existe-t-il au sein de votre banque une structure chargé du suivi et de l'accompagnement des entreprises tout au long de leur période de financement ?
2. L'accompagnement bancaire facilite-t-il la collecte d'informations ?
3. Quel est la démarche suivie pour accompagner votre client ?
4. Selon votre expérience avec vos clients, quelle est l'importance de l'accompagnement bancaire ?

Annexe N°2 : Questionnaire administré à l'entreprise X

Dans le cadre de la réalisation du mémoire de fin d'études en Sciences Economiques, Commerciales et de Gestion, option Finance d'Entreprises à l'Université Mouloud Mammeri de Tizi-Ouzou, portant sur l'analyse de la relation Banque-Entreprise à travers l'accompagnement bancaire, cas du crédit d'exploitation, nous vous prions de bien vouloir répondre soigneusement à ce questionnaire. Il y va de soi que les informations recueillies, auront une finalité strictement scientifique.

Thème I : Le financement bancaire des entreprises

1. Quels sont les critères de choix de votre banque ?
2. Avez-vous obtenu le crédit dès la première demande?
 - Oui
 - Non
3. Quel est le rôle du chargé de crédit (conseiller financier) dans la prise de décision d'octroi de de crédit aux entreprises ?
 - Décisif
 - Consultatif
 - Influent
 - Négligeable
4. Êtes-vous satisfait de l'offre bancaire pour financer le cycle d'exploitation ?
 - Oui
 - Non

Thème II : La relation Banque-Entreprise et le financement relationnel bancaire

1. Quelle est l'importance de chacun de ses critères ci-après dans le choix de votre banque principale?

	Ne sais pas	Pas important	Peu important	important	Très important	Extrêmement important
Recommandations par un partenaire professionnel						
Recommandations familiale ou amicale						
Relations interpersonnelles						
Proximité géographique						
Compétence du banquier						
Confiance vis-à-vis du client						

2. Quel est le degré de confiance que vous accordez à votre banquier?
 - Aucune opinion

Annexe N°2 : Questionnaire administré à l'entreprise X

- Peu important
- Assez important
- Très important

3. Quels sont les principaux facteurs de confiance entre vous et votre banque (banquier)?

- Ne sais pas
- Réputation du banquier (la banque)
- Compétence du banquier
- Durée de relation entre vous et votre banque
- Relations amicales ou familiale avec le banquier

4. Pourquoi il est important d'avoir une bonne relation avec sa banque ?

Thème III : L'accompagnement bancaire

1. Quels sont les avantages de se faire accompagné par une banque ?
2. Entre le dépôt de la demande par votre entreprise et l'annonce de la décision finale par la banque, combien de fois en moyenne rencontrez-vous votre banquier ?
3. Après l'octroi du crédit, combien de fois rencontrer vous votre banquier ?
4. Quels est votre opinion à l'égard des conseillers de la Société Générale, en matière de conseils, d'orientation et de suivi ?
5. Quelles sont vos propositions pour améliorer l'accompagnement bancaire ?

*Liste des tableaux et des
figures*

Liste des tableaux et des figures

1. LISTE DES TABLEAUX

Tableau n°01 : Répartition de l'activité.....	180
Tableau n°02 : Les emplois des bilans financiers de 2018 à 2020	182
Tableau n°03 : Les ressources des bilans financiers de 2018 à 2020	183
Tableau n°04 : Les bilans financiers condensés de 2012 à 2014	184
Tableau n°05 : Analyse par les indicateurs de l'équilibre financier	186
Tableau n°06 : Présentation des soldes intermédiaires de gestion	188
Tableau n°07 : La capacité d'autofinancement (CAF).....	189
Tableau n°08 : Le calcul des différents ratios de structure financière.....	190
Tableau n°09 : Le calcul des différents ratios de liquidité	192
Tableau n°10 : Calcul de la rentabilité financière	193
Tableau n°11 : Calcul de la rentabilité économique	193
Tableau n°12 : Effet de levier	194

2. LISTE DES FIGURES

Figure n°01 : L'organigramme de la SGA de TIZI-OUZOU	149
Figure n°02 : Présentation de la structure du bilan financier	171

Bibliographie

I. Ouvrages

1. ALBOUY M., « Décisions financières et création de valeur », Collection Gestion, édition Economica, 2003.
2. ANIAC J-M., BOUGANLT H., « économie d'entreprise » techniplus édition N°3, paris, 1994.
3. BENHALIMA A., « Pratique et technique bancaire », Edition Dahlab, Alger, 1997.
4. BERNARD Y., COLLI. J-C., Dictionnaire économique et financier, Seuil, Paris, 1996.
5. BESSIS J., « gestion du risque et gestion d'actif /passif des banques » Edition DOLLAZ, 1995.
6. BEZBAKH P., GHERARDI S, « Dictionnaire de l'économie », Edition Larousse, 2011.
7. BOUDINOT A., FRABOT J-C., « Technique et pratique bancaire », 2ème édition, Sirey, Bruxelles, 1972.
8. CALVET H., « méthodologie de l'analyse financière des établissements de crédit », 2ème Edition, Economica, Paris. 2002.
9. CAUDAMINE G., MONTIER J., « Banque et marchés financiers », Edition Economica, 1998.
10. CIEPLY S., « Quel avenir pour la relation banque – entreprise ? », éditions EMS, 2018.
11. COHEN E., « Gestion financière de l'entreprise et développement financier », édition EDICEF/AUPELF, 1991.
12. DE COUSSERGUES S., BOURDEAUX G., « Gestion de la banque », 7^{ème} édition Dunod, Paris 2013.
13. DESMICHT F., « Pratique de l'activité bancaire », Edition Dunod, Paris, 2004.
14. DIATKINE S., « les fondements de la théorie bancaire : Des textes classiques aux débats contemporains », DUNOD, Paris 2002.
15. GILLET R., JOBERD J-P., NAVATTE P., RAMBOURG P., « Finance d'entreprise, finance de marché, diagnostic financier », édition Dalloz 1994.
16. GINGLINGER E., « gestion financière de l'entreprise », édition Dalloz, 1991.
17. GRANDGUILLOT F., GRANDGUILLOT B., « L'analyse financière », Gualino lextenso Editions, 18^{ème} édition, 2014/2015.
18. HADJ SADOK T., « Les risques de l'entreprise et de la banque », éditions DAHLAB, M'silla, 2007.
19. KIZABA G., « Entrepreneuriat & accompagnement, outils actions et paradigmes nouveaux », Ed L'Harmattan, Paris, 2008.

Bibliographie

20. LAMARQUE E., « Management de la Banque : Risques, Relation client, Organisation », Edition PEARSON Education France, 2008.
21. LAMARQUE E., « Gestion bancaire », édition Nord, Paris, 2003.
22. LAUTIER D, SIMON. Y, « Technique financière internationale », 8ème édition, Economica, Paris, 2003.
23. LUC B-R., « Principe de technique bancaire », 24ème édition, Dunod ; Paris, 2006.
24. MANCHON E., « Analyse bancaire de l'entreprise », Paris, Economica, 5ème édition (Collection Economica – Institut Technique de Banque, 2001.
25. MANNAI S., SIMON Y., « Technique financière internationale », 7ème édition, Economica, Paris, 2001.
26. MARTEAUX D., DEHACHE D., « Les produits dérivés de crédit », ESKA, Paris, 2001.
27. MICHEL M., « l'exploitation bancaire et le risque crédit », édition revue banque, 1995.
28. MOURGUES N. « Le choix des investissements dans l'entreprise », édition Economica.1994.
29. NARASSIGUIN P., « monnaie, banques et banque centrales dans la zone EURO » éd De boeck, 1^{ère} éd mars, 2004.
30. NARASSIGUIN P., « monnaie, banques et banque centrales dans la zone EURO » éd De boeck, 1^{ère} éd mars, 2004.
Paris 1993.
31. PASCO C., « Commerce international », 6ème édition, Dunod, Paris, 2006.
32. PATAT J-P., « Monnaie, institution financière et politique monétaire », éd economica,
33. PETIT DUTALLIS G., « Le risque du crédit bancaire », Edition Dunod, Paris, 1999.
34. PHILIPPE N., « Banque et Banque centrale Dans la Zone Euro », 1er édition, De Boeck université, Bruxelles, 2004.
35. ROUSSELOT P., Vérdié J-F, «la gestion de la trésorerie », 2^{ème} édition Dunod, 1999.
36. TAHAR H-S., « Les risques de l'entreprise et de la banque », Edition Dahlab, Alger.2007.

II. Articles de revues, communications et colloques

1. BAHA R., LEVY A., « Les déterminants de la relation banque-entreprise dans le cadre d'un contrat de prêt : une revue de la littérature », revue innovation, Volume :09. / N° : 01, 2019.

Bibliographie

2. BENATTOU EL IDRISSE A., « La relation banque/entreprise et l'asymétrie informationnelle Etat des lieux et corrélation », Revue du Contrôle de la Comptabilité et de l'Audit, ISSN : 2550-469X Numéro 5, Juin 2018.
3. DANOS P., HOLT D.L., IMHOFF E.A. Jr., « The Use of Accounting Information in Bank Lending Decision », Accounting, Organizations and Society, vol. 14, n° 3, 1989.
4. KONO ABE J-M., MBAMA P-C., « Financement relationnel bancaire et asymétrie informationnelle des entreprises en zone CEMAC : un effet de dilution », Revue africaine de management, ISSN : 2509-0097 VOL.5 (1), 2020.
5. LIBBY R., « Accounting Ratios and the Prediction of Failure: Some Behavioral Evidence », Journal of Accounting Research, vol. 15, n° 1, printemps 1975.
6. MADOUCHE Y., SI LEKHAL K., BIA C., « Le financement relationnel : une réponse au rationnement de crédit des PME algériennes », The Algerian Business Performance Review 12, 2017.
7. MBIDA J-C., « Relation banque-entreprise : Vers une meilleure analyse des fondements par des variables explicatives », Revue Internationale des Sciences de Gestion, ISSN : 2665-7473 Volume 3 : Numéro 4, 2020.
8. NAKAMURA L-I., Recent research in commercial banking: information and lending”, Financial markets, institutions and instruments, vol 2, n°5, 1993.
9. ONGENA S., SMITH D-C., Bank relationships: A survey. Dans: HARKER, P., ZENIOS, S.A. (Eds.), The Performance of Financial Institutions, Cambridge University Press, London, 2000.

III. Thèses et mémoires

1. ADGHAR. A., « étude analytique d'un financement bancaire cas de la CNEP », mémoire fin d'étude, licence en science économique, UMMTO, 2009.
2. AMAZOUZ D., AMOUR A., « Etude et montage d'une demande de crédit : cas de la BADR de Draa el mizan », UMMTO, 2018.
3. BELLAL D., « Caractéristiques et modalités d'octroi des crédits bancaires », Mémoire de fin d'études en vue de l'obtention du Brevet Supérieur de Banque, 2006.
4. BERKAL S., « Les Relations Banques /Entreprises Publiques : Portées et limites (Cas de la Banque Nationale d'Algérie et l'entreprise Leader Meuble Taboukert) », Mémoire en vue de l'obtention du diplôme de Magister en sciences économiques Option : Gestion des entreprise, juin 2012.

Bibliographie

5. BOUKROUS. D., « Le circuit de financement des PME en Algérie : étude d'un crédit bancaire », université d'Oran, 2007.
6. BRIEUC G., « Le financement relationnel bancaire des PME en Belgique », Mémoire en vue de l'obtention du titre de Master en sciences de gestion, Université Catholique de Louvain, 2014 -2015.
7. KPODEKON Y-E-E., « L'accompagnement technique des institutions de microfinance au Burkina Faso et au Sénégal », Thèse de Doctorat Discipline : Economie et Société, Université Rennes 2, 2018.
8. MADOUCHE Y., « La relation Banque-PME en Algérie : les déterminants de la mise en place d'un financement relationnel et son impact sur les conditions de crédit », Thèse de Doctorat Sciences Economique, UMMTO, 2021.
9. MERAD Y-T., MENSOURI C., « Les Opérations De Crédit Bancaires Cas d'un crédit d'exploitation BEA Tizi-Ouzou, mémoire en vue de l'obtention du diplôme de Master en Sciences Commerciales option : Finance », 2015.
10. N'AMAR N., « La stratégie de fidélisation de la clientèle bancaire cas : banque Société Générale de Tizi-Ouzou », UMMTO, Mémoire de fin d'étude en vue de l'obtention du diplôme de master en Science de Gestion Spécialité : Management Bancaire, 2018.
11. OUAKED L., OUAZAR S., « Essaie d'analyser des déterminants de l'efficience bancaire : cas des banques Algérienne », Mémoire de fin d'étude en vue de l'obtention du diplôme de Master en sciences commerciales, option : Finance, 2017.
12. PLOTON G., « La définition de l'entreprise dans les manuels de sciences économiques et sociales de seconde : actualisation de l'analyse d'Alain Beitone et d'Estelle Hemdane menée en 2005 réflexion sur les enjeux en termes de transposition didactique », Master MEEF parcours FSTG, École Supérieure du Professorat et de l'Éducation de l'académie de Paris, 2017/2018.
13. SUBLET R., « La gestion du risque de crédit bancaire sur les portefeuilles professionnels et particuliers », Bachelor of Busines, école de commerce de Lyon, 2015/2016.
14. VIGNERON L., « Conditions de financement de la PME et relations bancaires », Thèse pour obtenir le grade de Docteur de l'Université de Lille 2 en Sciences de Gestion, 2008.

Bibliographie

IV. Etudes, rapports, documents administratifs et autres

1. « Microcrédit personnel : le guide de l'accompagnement », Fédération bancaire française et caisse des dépôts, janvier 2012.
2. ANSART S., MONVOISIN V., « Le métier du banquier et le risque : la dénaturation des fonctions de financement du système bancaire », Dans Cahiers d'économie Politique, 2012, (n° 62).
3. BEAUPRE BEAUREGARD. A-J, « Recherche qualitative sur les éléments qui constituent le processus d'accompagnement aux plaintes dans le contexte du Centre d'assistance et d'accompagnement aux plaintes (CAAP) de l'Estrée », Université de SHERBROOKE, 2015.
4. Document de référence Société Générale, 2010.
5. Données recueillies lors de notre enquête auprès de la Société Générale Algérie, agence 00851, le 12/09/2021.
6. Rapport annuel de la SGA (00851) ,2017.
7. Rapport d'activité SGA, 2019.
8. VAN RIJN J., cité par CRUTZEN A., Cours d'Economie politique, éd. Wesmael.

V. Textes juridiques et réglementaires

1. Article 644 du Code Civil Algérien.
2. Article 665 du Code Civil.
3. Article 110 à 113 de la loi n°90-10 du 14 avril 1990 relative à la monnaie et au crédit.
4. L'article 68 de l'ordonnance n° 03-11 du 26/08/2003 relative à la monnaie et au crédit.

VI. Sites et liens Internet

1. <https://www.marketing-etudiant.fr/cours/e/lentreprise-et-ses-frontieres.php>, consulté le : 15/06/2021.
2. <https://www.finday.be/premier-personnel/types-cautionnement/> , consulté le 02/07/2021.
3. <https://graydon.be/fr/resources/wiki/cycle-dexploitation>, consulté le : 08/07/2021.
4. <https://docplayer.fr/12943424-Le-financement-du-cycle-d-exploitation.html>, consulté le : 08/07/2021.
5. <https://www.tifawt.com/comptabilite-2/le-cycle-d%E2%80%99exploitation-dune-entreprise/>, consulté le : 12/07/2021.

Bibliographie

6. <https://www.petite-entreprise.net/P-2999-136-G1-definition-la-facilite-de-caisse.html>, consulté le : 08/07/2021.
7. <https://www.nexity.fr/guide-immobilier/conseils-achat/financement/credit-relais>, consulté le : 10/07/2021.
8. <https://guichet.public.lu/fr/entreprises/financementtaides/financement/croissance/avancees-sur-factures.html>, consulté le : 10/07/2021.
9. <https://blog.smart-tribune.com/fr/accompagnement-client>. Consulté le : 31/07/2021
10. <https://www.dynamique-mag.com/article/la-banque-quels-services-pour-les-entreprises.3359>consulté le : 02/08/2021
11. <https://www.societegenerale.com/fr/le-groupe-societe-generale/activites>, Consulté le : 18/10/2021
12. <https://entreprises.societegenerale.dz/fr/financements/financement-dexploitation/tresorerie/>, consulté le 09/11/2021.
13. <https://societegenerale.bj/fr/professionnels/financement-cycle-dexploitation/financement-tresorerie/credit-spot/>, consulté le 09/11/2021.
14. <https://societegenerale.bj/fr/professionnels/financement-cycle-dexploitation/operations-internationales/credit-documentaire/>, consulté le : 12/11/2021.
15. http://www.abcbourse.com/apprendre/12_lecon_af_6_partie2.html, consulté le 15/11/2021.
16. <https://independant.io/credit-de-campagne/>, consulté le 10/07/2021.
17. <https://wikimemoires.net/2013/04/lentreprise-role-definition-et-caracteristiques-de-pme/>, consulté le : 15/06/2021.
18. <https://www.blogplm.com/2015/01/20/cycle-de-vie-produit-focus-sur-la-phase-d-exploitation/>, consulté le 04/08/2021.

Table des matières

Table des matières

REMERCIEMENTS

DEDICACES

LISTE DES ABREVIATIONS

SOMMAIRE

INTRODUCTION GENERALE 10

1. Intérêt et choix du sujet	10
2. Objet de la recherche	12
3. Méthodologie de recherche	13
4. Plan de recherche	13

CHAPITRE I : Notion de base sur le financement bancaire

INTRODUCTION 16

SECTION 1 : Aperçu général sur les banques, les entreprises et les crédits bancaires 17

1. Notions de base sur les banques	17
1.1. Définition de la banque	17
1.1.1. Définition économique	17
1.1.2. Définition juridique : cas algérien	18
1.2. Les différents types de banques.....	18
1.2.1. Selon les apporteurs de capitaux	18
1.2.2. Selon l'extension du réseau	19
1.2.3. Selon la nature de l'activité	19
1.2.3.1. Banque de dépôt ou banque commerciale	19
1.2.3.2. Banque d'investissement ou banque d'affaire	19
1.2.3.3. Banque universelle ou banque généraliste	20
1.2.3.4. Banque islamique	20
1.3. Le rôle de la banque	20
1.3.1. La banque traite l'information	21
1.3.2. La banque et l'assurance de liquidité	22
1.3.2.1. Les dépôts bancaires	22
1.3.2.2. Les crédits bancaires	22
1.4. Les fonctions de la banque	22
1.4.1. La collecte de dépôt	22
1.4.2. Distribution du crédit	23
1.4.3. Les opérations financières	23
1.4.4. Les opérations de trésoreries	24
2. Quelques éléments sur les entreprises	24
2.1. Définition de l'entreprise	24
2.2. Classification des entreprises	25
2.2.1. Classification selon le secteur d'activité	25
2.2.2. Classification selon la taille ou la dimension	26
2.2.2.1. L'effectif employé	26
2.2.2.2. Le chiffre d'affaire	26
2.2.3. Classification selon la forme juridique	26
2.2.3.1. L'entreprise individuelle (EI).....	26
2.2.3.2. La SARL (Société Anonyme à Responsabilité Limitée).....	27

Table des matières

2.2.3.3. La SAS (Société Par Action Simplifiée).....	27
2.2.3.4. La SNC (Société en nom collectif).....	27
2.2.3.5. La SA (Société Anonyme)	27
2.3. Rôle de l'entreprise	27
2.4. Mission de l'entreprise	28
3. La notion du crédit	28
3.1. Définition du crédit	28
3.2. Les caractéristiques du crédit	29
3.3. Le rôle du crédit	30
SECTION 2 : Le financement bancaire des entreprises	30
1. Définition du financement et besoin de financement des entreprises	31
1.1. Définition du financement	31
1.2. Les besoins du financement des entreprises.....	32
1.2.1. Les besoins de financement à long terme	32
1.2.2. Les besoins de financement à court terme	32
2. Les différents types et principales sources de financement	32
2.1. Les différents types de financement	33
2.1.1. Le financement d'investissement	33
2.1.2. Le financement d'exploitation.....	34
2.1.2.1. Les stocks	34
2.1.2.2. Les besoins de trésorerie	35
2.2. Les sources de financement.....	35
2.2.1. Le financement interne	35
2.2.1.1. Notion de l'autofinancement	35
2.2.1.2. Les avantages et inconvénients de l'autofinancement	36
A. Les avantages de l'autofinancement	36
B. Les inconvénients de l'autofinancement	37
2.2.2. Le financement externe	37
2.2.2.1. Le financement externe direct : via marché financier	38
A. Définition du marché financier	38
B. Les fonctions du marché financier	38
2.2.2.2. Le financement externe indirect ou bancaire	39
3. Typologie des crédits bancaire	39
3.1. Le crédit d'exploitation	39
3.2. Les crédits d'investissement	39
3.2.1. Les crédits à moyen terme	40
3.2.1.1. Les crédits à moyen terme mobilisable	40
3.2.1.2. Les crédits à moyen terme non mobilisable	40
3.2.1.3. Les crédits à moyen terme réescomptable	40
3.2.2. Les crédits à long terme	40
3.2.3. Les crédits bail (leasing).....	41
3.3. Le financement du commerce extérieur	41
3.3.1. Financement des exportations	42
3.3.1.1. Le crédit fournisseur	42
3.3.1.2. Le crédit acheteur	42
3.3.2. Financement des importations	42
3.3.2.1. L'encaissement documentaire ou la remise documentaire.....	42
3.3.2.2. Le crédit documentaire	43
3.4. Les crédits aux particuliers	43

Table des matières

3.4.1. Les crédits à la consommation	43
3.4.2. Le crédit immobilier	43
4. Les risques du crédit et les moyens de prévention	44
4.1. Les risques liés au financement bancaire	44
4.1.1. Définition du risque de crédit	44
4.1.2. Les raisons de l'apparition du risque	45
4.1.3. Conséquences du risque de crédit	45
4.1.3.1. Dégradation des résultats de la banque	46
4.1.3.2. Dégradation de la note de la banque	46
4.1.3.3. Dégradation de la solvabilité de la banque	46
4.1.4. Typologie des risques liés aux crédits	46
4.1.4.1. Classification par niveau	46
A. Le risque individuel ou particulier à l'entreprise	47
B. Le risque sectoriel	47
C. Le risque général ou global	47
D. Cas particulier de risque pays	48
4.1.4.2. Classification par nature	48
A. Risque de contrepartie	48
B. Risque d'immobilisation	48
C. Risque de non remboursement	49
D. Risque de liquidité	50
E. Risque de taux d'intérêt	51
F. Risque de change	51
G. Risque de solvabilité	52
H. Risque de marché	52
4.2. Moyens de préventions du risque de crédit	52
4.2.1. Application et le respect des règles prudentielles	53
4.2.1.1. La couverture des risques	53
4.2.1.2. La division des risques	54
4.2.2. Le suivi des engagements	55
4.2.3. Mise en place de procédures internes	55
4.2.4. Les garanties	55
4.2.4.1. Les garanties personnelles	56
A. Le cautionnement	57
a. Le cautionnement simple	57
b. Le cautionnement solidaire	57
B. L'aval	58
4.2.4.2. Les garanties réelles	58
A. L'hypothèque	58
a. L'hypothèque conventionnelle	59
b. L'hypothèque légale	59
c. L'hypothèque judiciaire	59
B. Le nantissement	59
a. Nantissement du fonds de commerce	60
b. Nantissement du matériel et de l'outillage	60
c. Nantissement ou gage sur véhicule	60
d. Nantissement des actifs financiers	61
e. Nantissement des marchés publics	61
4.2.4.3. Les garanties complémentaires	61
SECTION 3 : Les crédits d'exploitation	61

Table des matières

1. Le cycle d'exploitation et les besoins liés à l'exploitation	61
1.1. Définition du cycle d'exploitation	62
1.2. Phases du cycle d'exploitation	62
1.2.1. La phase d'approvisionnement	63
1.2.2. La phase de production.....	63
1.2.3. La phase de commercialisation	63
1.3. Le besoin de financement lié au cycle d'exploitation	63
2. Typologie des crédits d'exploitation	64
2.1. Les crédits d'exploitation par caisse (Directe)	64
2.1.1. Les crédits d'exploitation globaux	64
2.1.1.1. Facilité de caisse	65
2.1.1.2. Le découvert	66
2.1.1.3. Le crédit compagnie	67
A. Avantages et inconvénients du crédit compagnie	67
a. Avantage du crédit compagnie	67
b. Inconvénients du crédit compagnie	68
2.1.1.4. Le crédit relais	68
2.1.2. Les crédits d'exploitation spécifiques	69
2.1.2.1. Escompte commercial	69
2.1.2.2. L'affacturage ou le factoring	71
2.1.2.3. L'avance sur marchandise	72
2.1.2.4. Escompte du Warrant	72
2.1.2.5. Avances sur facture	73
A. Avantages et inconvénients des avances sur factures	74
a. Avantages des avances sur factures.....	74
b. Inconvénients des avances sur factures	74
2.1.2.6. Avances sur titres	74
2.1.2.7. Avance sur marché public	74
2.2. Les crédits d'exploitation par signature (Indirecte)	75
2.2.1. L'aval	76
2.2.2. Le crédit par acceptation	76
2.2.3. Les cautions	76
2.2.3.1. Les cautions fiscales	77
A. Obligation cautionnée TVA	77
B. La caution pour imposition contestée	77
2.2.3.2. Les cautions douanières.....	77
A. Les obligations cautionnée douane	77
B. La soumission de crédit à l'enlèvement	78
C. La caution d'admission temporaire	78
D. La caution d'exportation temporaire	78
E. La caution d'entrepôt fictif	78
F. La soumission contentieuse	78
2.2.3.3. Les cautions de marché	79
A. Les cautions délivrées dans le cadre de marché public	79
B. Caution d'adjudication	79
C. Caution de restitution d'acompte	79
D. Caution de bonne exécution	79
E. Caution de dispense de retenue de garantie	80
2.2.4. Le crédit documentaire	80
CONCLUSION.....	81

Table des matières

CHAPITRE II : La relation Banque-Entreprise et l'accompagnement bancaire

INTRODUCTION	83
SECTION 1 : Approche globale sur la relation Banque-Entreprise	84
1. Aperçu Général sur la relation banque-entreprise.....	84
2. Typologie de la relation banque-entreprise.....	85
3. Les déterminants de la relation banque-entreprise.....	87
3.1. Les mesures de force de la relation banque-entreprise.....	87
3.1.1. La capacité d'acquérir un avantage informationnel.....	87
3.1.2. L'étendue de la relation.....	88
3.1.3. La multibancarité.....	89
3.2. Les déterminants transactionnels de la relation.....	91
3.2.1. L'incertitude de l'environnement.....	91
3.2.2. Les coûts de transfert.....	92
3.2.3. La dépendance.....	92
3.3. Les déterminants du maintien de la relation.....	94
3.3.1. La confiance.....	94
3.3.2. Les relations interpersonnelles.....	95
3.3.3. La satisfaction à l'égard des expériences antérieures.....	96
3.4. Les avantages et les inconvénients de la relation.....	97
3.4.1. Les avantages de la relation de clientèle.....	97
3.4.2. Les inconvénients de la relation de clientèle.....	97
4. La relation banque-entreprise et l'asymétrie informationnelle.....	98
4.1. L'asymétrie informationnelle, firewall démantelé.....	98
4.1.1. Le client acteur de l'asymétrie informationnelle.....	99
4.1.2. Le client victime de l'asymétrie informationnelle.....	100
4.2. La relation client, l'outil stratégique miracle.....	101
4.2.1. Typologie de la relation banque-entreprise.....	101
4.2.1.1. Structure de gestion par le marché.....	101
4.2.1.2. Structure de gouvernance.....	102
4.2.1.3. Structure quasi-intégration.....	102
4.2.2. Une relation client, antidote de l'asymétrie.....	102
5. La relation bancaire au quotidien.....	104
5.1. Les conflits entre banquiers et dirigeants au cours de la relation bancaire.....	105
5.1.1. L'aléa moral et le risque de substitution des actifs.....	105
5.1.2. Les comportements opportunistes des dirigeants.....	105
5.2. Les actions correctrices.....	106
5.2.1. La mise en place du contrat de crédit.....	106
5.2.2. La quantité de crédit octroyée.....	107
5.2.3. La mise en place des pools bancaires.....	107
5.2.4. La fixation du prix du crédit.....	107
5.2.5. La fixation du terme de crédit.....	108
5.2.6. L'existence des clauses restrictives ou covenants.....	109
5.2.7. Le contrôle de la firme.....	109
SECTION 2 : Financement relationnel bancaire et accompagnement bancaire	111
1. Aperçu sommaire sur le financement relationnel bancaire.....	111
1.1. Définition du financement relationnel.....	111
1.2. Les spécificités du financement relationnel.....	113

Table des matières

1.3. Les avantages et les limites du financement relationnel	114
1.3.1. Les avantages d'un financement relationnel	114
1.3.1.1. La confidentialité des échanges d'informations	114
1.3.1.2. La flexibilité des contrats formels mis en place	115
1.3.1.3. Un contrôle renforcé du débiteur	115
1.3.1.4. L'acquisition d'une réputation de qualité au travers la certification bancaire	116
1.3.2. Les limites du financement relationnel	116
1.4. Les conséquences du financement relationnel sur les conditions de financement des entreprises	119
2. Financement relationnel bancaire et asymétrie informationnelle des entreprises	120
2.1. La dilution de l'asymétrie informationnelle des entreprises : une explication par le financement relationnel bancaire	121
2.2. Faible dilution de l'asymétrie de l'information : la responsabilité des dérives du financement relationnel bancaire	122
3. Notions de base sur l'accompagnement bancaire	125
3.1. Concept d'accompagnement	125
3.2. Le rôle de la banque dans l'accompagnement bancaire	127
3.3. L'importance de l'accompagnement bancaire	127
4. L'accompagnement comme dimension relationnelle et opérationnelle	129
4.1. La posture relationnelle de l'accompagnement	129
4.2. L'accompagnement comme démarche opérationnelle	130
4.3. L'accompagnement en phase d'exploitation	133
CONCLUSION	136

CHAPITRE III : L'accompagnement bancaire des crédits d'exploitation au sein de la Société Générale Algérie, agence de Tizi-Ouzou 00851

INTRODUCTION	138
---------------------------	------------

SECTION 1 : Présentation de la Société Générale Algérie agence de Tizi-Ouzou 00851 .. 139

1. Présentation du groupe Société Générale	139
1.1. Aperçu sur l'histoire du groupe Société Générale	139
1.2. Les métiers du Groupe Société Générale	140
1.2.1. La banque de détail	140
1.2.2. Gestion des actifs	140
1.2.3. Banque d'investissement et de financement	140
1.3. Les lignes de développement de Groupe Société Générale	141
2. Présentation de la Société Générale Algérie	141
2.1. Historique de la Société Générale Algérie	142
2.2. Activité de la banque	143
2.2.1. Les crédits	143
2.2.2. Les placements	144
2.2.3. Les autres produits	144
2.2.4. Les services	144
2.3. Structure organisationnelle de la Société Générale Algérie	144
2.4. Priorités stratégiques de la banque	144
2.4.1. Relation client	145
2.4.2. Efficacité commerciale et opérationnelle	145
2.4.3. Stratégie ressources humaines et culture	146
3. Présentation de la Société Générale de Tizi-Ouzou (00851)	146

Table des matières

3.1. La structure de la Société Générale Algérie de Tizi-Ouzou (00851)	147
3.1.1. La structure dédiée à la clientèle RETAIL	147
3.1.2. La structure dédiée à la clientèle CORPORATE	148
3.2. L'organigramme de l'agence SGA (00851)	149
3.3. Les activités de la SGA (00851) de Tizi-Ouzou	150
3.3.1. Les opérations de caisse	150
3.3.2. Les opérations de crédit	151
3.3.3. Les opérations de commerce extérieur	151
3.4. Les clients de la SGA (00851) de Tizi-Ouzou	151
3.5. Les produits et services de la SGA (00851) de Tizi-Ouzou	152
3.5.1. Les produits et services dédiés aux particuliers	152
3.5.1.1.Épargne de placement	152
3.5.1.2. Monétique	153
3.5.1.3. Services	153
3.5.2. Les produits et services dédiés à la clientèle professionnels	154
3.5.2.1. Financement	154
A. Crédit «Pharmalook ».....	154
B. Crédit « Med'Equip »	154
C. Crédit « Expert »	154
D. Leasing	155
E. CMT (crédit à moyen terme)	155
F. Avance sur facture	155
3.5.2.2. Monétique.....	155
A. Terminal de Paiement Électronique « TPE »	155
SECTION 2 : Les crédits d'exploitation au sein de la société générale Algérie	156
1. Financement de l'exploitation au sein de la société générale Algérie	156
1.1. Trésorerie	157
1.1.1. Découverts et facilité de caisse	158
1.1.2. Crédit Spot	158
1.1.3. Escompte commercial	158
1.1.4. Avances sur factures ou avances sur situations	158
1.2. Les crédits par signature	159
1.2.1. L'aval	159
1.2.2. Le crédit documentaire	159
1.2.3. Les cautions	159
2. Le montage d'un dossier de crédit	160
2.1. La constitution du dossier de crédit d'exploitation	160
2.1.1. La demande de crédit auprès de la banque	160
2.1.2. Liste de documents constitutifs du dossier de crédit d'exploitation	161
2.1.2.1. Les documents juridiques et administratifs	161
2.1.2.2. Les documents comptables et financiers	162
2.1.2.3. Les documents économiques	162
2.1.2.4. Les documents commerciaux	162
2.1.2.5. Les documents fiscaux et parafiscaux	162
2.2. L'identification du demandeur de crédit et son environnement	163
2.2.1. Historique de l'entreprise	163
2.2.2. L'entreprise : Entité juridique	163
2.2.3. L'entreprise : Entité économique	164
2.2.3.1. Les moyens mis en œuvre	164

Table des matières

A. Les moyens humains	164
B. Les moyens matériels	164
C. Les moyens financiers	165
2.2.3.2. Le produit	165
2.3. L'entreprise et son environnement	165
2.3.1. L'environnement économique.....	166
2.3.1.1. L'analyse économique.....	166
2.3.1.2. L'analyse de la conjoncture économique	166
2.3.2. L'environnement social	166
2.3.3. Le marché	167
2.3.4. Les partenaires	167
2.3.4.1. Les fournisseurs	167
2.3.4.2. Les clients	167
2.3.5. Les concurrents	168
2.3.6. Les perspectives de développement	168
3. L'étude du dossier de crédit	168
3.1. L'analyse commerciale	169
3.2. L'analyse financière	169
3.2.1. Présentation du bilan financier et analyse de l'équilibre financier	170
3.2.1.1. Élaboration et présentation du bilan financier.....	170
3.2.1.2. Analyse de l'équilibre financier	171
A. Le fonds de roulement (FR)	172
B. Le besoin en fond de roulement (BFR).....	172
C. La trésorerie (T)	172
3.2.2. Analyse de la rentabilité de l'entreprise	173
3.2.2.1. Retraitement du tableau de compte de résultat et diagnostic des soldes intermédiaires de gestion (SIG)	173
3.2.2.2. Analyse par la méthode des ratios	173
3.3. Le processus de décision	174
3.4. Le suivi du crédit	175
SECTION 3 : Étude d'un dossier de crédit d'exploitation et accompagnement bancaire .	176
1. Étude d'une demande de crédit d'exploitation	177
1.1. Identification de la relation	177
1.1.1. Constitution du dossier	177
1.2. Identification du demandeur	178
1.2.1. Présentation de l'affaire	178
1.2.2. Présentation de l'activité	178
1.2.3. Types de clientèle et du marché	178
1.2.3.1. Le marché ou secteur	178
1.2.3.2. La clientèle	179
1.2.4. Le produit ou process	179
1.2.5. Stratégie de l'entreprise	180
1.3. Présentation des bilans financiers des exercices (2018, 2019,2020) et analyse de l'équilibre financier.....	181
1.3.1. Élaboration des bilans financiers des exercices 2018, 2019, 2020	181
1.3.1.1. Les éléments de l'actif	185
A. Les immobilisations	185
B. L'actif circulant	185
1.3.1.2. Les éléments du passif	185

Table des matières

A. Capitaux propres	185
B. Les dettes à moyens et long terme	185
C. Les dettes à court terme	185
1.3.2. Analyse de l'équilibre financier	186
1.3.3. Le bilan prévisionnel de clôture pour l'année 2021.....	187
1.4. Analyse de la rentabilité de l'entreprise	187
1.4.1. L'analyse par les soldes intermédiaires de gestion (2018, 2019,2020).....	187
1.4.2. Étude de la capacité d'autofinancement.....	189
1.4.3. L'analyse par la méthode des ratios	190
1.4.3.1. Les ratios de structure financière.....	190
A. Ratio de financement permanent	190
B. Ratio de financement de l'activité	191
C. Ratio d'autonomie financière	191
D. Ratio de solvabilité	191
E. Ratio d'endettement global	191
1.4.3.2. Les ratios de liquidité	192
A. Ratio de liquidité générale	192
B. Ratio de liquidité relative	192
C. Ratio de liquidité immédiate	192
1.4.4. Étude de l'effet de levier	193
1.4.4.1. Rentabilité financière	193
1.4.4.2. Rentabilité économique	193
1.4.4.3. Effet de levier	194
2. Présentation de l'enquête.....	195
2.1. L'enquête par questionnaire	195
2.2. L'objet des questionnaires	196
2.3. L'élaboration du questionnaire	196
2.4. Types de questions	196
2.5. Traitement des résultats	197
3. Discussion et interprétation des résultats des deux enquêtes auprès de la banque et de l'entreprise.....	197
3.1. Le financement bancaire des entreprises.....	197
3.1.1. Selon les banquiers	197
3.1.2. Selon l'entreprise X.....	198
3.2.La relation Banque-Entreprise et le financement relationnel bancaire	199
3.2.1. Selon les banquiers	199
3.2.2. Selon l'entreprise X.....	199
3.3. L'accompagnement bancaire	200
3.3.1. Selon les banquiers	200
3.3.2. Selon l'entreprise X.....	201
CONCLUSION	203
CONCLUSION GENERALE	205
ANNEXES	209
LISTE DES TABLEAUX ET DES FIGURES	213
BIBLIOGRAPHIE	215
TABLES DES MATIERES	222