

REPUBLIQUE DU CAMEROUN
Paix-Travail-Patrie

UNIVERSITÉ DE YAOUNDE I

ECOLE NORMALE SUPERIEURE
D'ENSEIGNEMENT TECHNIQUE

BP. 886 EBOLOWA

DEPARTEMENT DE
L'INNOVATION, DES TECHNIQUES
COMMERCIALES ET DE
L'INDUSTRIALISATION



REPUBLIC OF CAMEROON
Peace-Work-Fatherland

UNIVERSITY OF YAOUNDE I

HIGHER TECHNICAL TEACHER'S
TRAINING COLLEGE

P.O BOX: 886 EBOLOWA

DEPARTMENT OF INNOVATION,
COMMERCIAL TECHNIQUES AND
INDUSTRIALIZATION

**CAPITAL RELATIONNEL ET ACCES AU FINANCEMENT
BANCAIRE DES PME EN CONTEXTE CAMEROUNAIS**

*Mémoire présenté et soutenu publiquement en vue de l'obtention du Diplôme de
Professeur d'Enseignement Technique Second Grade (DIPET II)*

FILIERE : GESTION FINANCIERE ET COMPTABLE

Par :

ZOUA NGBWA Marie Béatrice Prisca

Matricule : 19W1152

Licence en Administration et Gestion des Entreprises

SOUS LA SUPERVISION DE :

Dr. MBALLA ATANGANA Yves

Maitre-Assistant CAMES / Chargé de Cours

Université de Yaoundé II - Soa



ANNEE ACADEMIQUE 2020-2021

SOMMAIRE

| | |
|---|-----|
| AVERTISSEMENT..... | ii |
| DEDICACE | iii |
| REMERCIEMENTS..... | iv |
| SIGLES ET ABREVIATIONS | v |
| LISTE DES TABLEAUX | vii |
| LISTE DES FIGURES | ix |
| RESUME | x |
| ABSTRACT..... | xi |
| INTRODUCTION GENERALE | 1 |
| PREMIERE PARTIE : Apports du capital relationnel dans le financement bancaire des pme : une analyse theorique | 9 |
| CHAPITRE 1 : Portee du capital culturel sur le financement bancaire..... | 10 |
| CHAPITRE 2 : Le réseau social du dirigeant, un pilier dans l'accès au financement des PME..... | 27 |
| DEUXIEME PARTIE : La specificite du deploiement du capital relationnel sur l'accès au financement bancaire des pme camerounaises | 46 |
| CHAPITRE 3 : Les choix methodologiques de la recherche | 47 |
| CHAPITRE 4 : Mise en évidence de la contribution du capital relationnel sur l'accès au financement bancaire des PME Camerounaises..... | 67 |
| CONCLUSION GENERALE..... | 81 |
| BIBLIOGRAPHIE..... | 83 |
| ANNEXES..... | 87 |
| TABLE DE MATIERES | 92 |

AVERTISSEMENT

L'Ecole Normale Supérieure d'Enseignement Technique de l'Université de Yaoundé I à Ebolowa (ENSET) n'entend donner aucune approbation, ni improbation aux opinions émises dans ce mémoire. Celles-ci doivent être considérées comme propres à leur auteur.

DEDICACE

A

Ma mère

REMERCIEMENTS

Je voudrai à travers ce mémoire remercier tous ceux et toutes celles sans qui, cette recherche n'aurait pu être possible, en particulier :

Le Dr MBALLA ATANGANA YVES, pour la maestria avec laquelle il a dirigé cette recherche.

Ces remerciements sont également formulés à l'endroit de :

- ❖ Monsieur le ministre d'état, ministre de l'enseignement supérieur, le Pr Jacques FAME NDONGO qui coordonne les activités de formation dans l'enseignement supérieur, vision politique du chef de l'ETAT son Excellence Paul BIYA
- ❖ Au Chef de Département, Dr. SAMBA Michel Cyrille pour tous ses conseils
- ❖ Mon père Monsieur NGBWA NDONGO André pour tous ses sacrifices qui ont fait de moi ce que je suis aujourd'hui.
- ❖ Ma défunte mère Mme NGBWA Florence pour ses sacrifices et la formidable éducation quelle m'a inculquée.
- ❖ Mes frères et sœurs pour tous leurs multiples soutiens, en particulier mes deux grandes sœurs MFOUMOU NGBWA et ZE NGBWA.
- ❖ Ma belle-mère Mme NGBWA Julia, pour son soutien moral
- ❖ Le Professeur BINGONO et son épouse dont l'hospitalité a amplifié la célérité de cette formation.
- ❖ Je remercie Mes amis, en particulier EYOUM NJOH Harold Varel pour son soutien inconditionnel

Enfin, à tous ceux qui de près ou de loin ont contribué d'une quelconque manière à la réalisation de ce mémoire, retrouvez ici, l'expression de ma profonde gratitude.

SIGLES ET ABREVIATIONS

- ANETI 20: Agence Internationale pour l'Emploi et le Travail Indépendant
- APII 19: Agence de Promotion de l'Industrie et de l'Innovation.
- AS: Adaptabilité Sociale
- BEAC: Banque des Etats d'Afrique Centrale
- CEMAC: Communauté Economique et Monétaire d'Afrique Centrale.
- COBAC: Commission Bancaire d'Afrique Centrale
- COVID-19: Maladie à Corona Virus 2019
- DAF: Directeur Administratif et Financier.
- DSF: Déclarations Statistiques et Fiscales
- EMF: Etablissement de Micro Finance
- FCFA: FRANC CFA
- FMI: Fond Monétaire International
- GE: Grande Entreprise.
- IE: Intelligence Emotionnelle.
- INS: Institute National de la Statistique.
- JICA: Agence Japonaise de Coopération Internationale
- ME: Moyenne Entreprise.
- MINPMEESA: Ministère des Petites et Moyennes Entreprises, de l'Economie Sociale et de l'Artisanat
- OCDE: Organisation de Coopération et de Développement Economiques
- ONG: Organisation Non Gouvernementale.
- PCS: Perception Sociale
- PE: Petite Entreprise.
- PIB: Produit Intérieur Brut.
- PME: Petite et Moyenne Entreprise.
- PMI: Petite et Moyenne Industrie.
- PSS: Perception et Influence Sociale.

Capital relationnel et accès au financement bancaire des PME en contexte Camerounais

- RA: Réseau d'Affaires et de professionnels.
- RCA: République Centrafricaine
- RF: Réseau de Financement.
- RP: Réseau Personnel.
- RS: Réseau de Support.
- RUT: Réseau Universitaire ou Technologique
- SA: société Anonyme
- SARL: société à Responsabilité Limitée
- SDI: Syndicat Des Indépendants
- TIC: Technologies de l'Information et de le Communication
- TPE: Très Petite Entreprise.

LISTE DES TABLEAUX

| | |
|--|----|
| Tableau 1: les dimensions du capital relationnel et leurs caractéristique | 31 |
| Tableau 2: caractéristique de l'échantillon | 53 |
| Tableau 3: Opérationnalisation des variables | 54 |
| Tableau 4: Statut juridique..... | 56 |
| Tableau 5: Secteur d'activité | 56 |
| Tableau 6: Nombre de salariés | 56 |
| Tableau 7: Nature des activités..... | 56 |
| Tableau 8: Etablissement des états financiers | 57 |
| Tableau 9: Profil de la personne établissant les états financiers..... | 57 |
| Tableau 10: Age de l'entreprise..... | 58 |
| Tableau 11: Tranche d'âge du dirigeant | 58 |
| Tableau 12: groupe ethnique du dirigeant | 58 |
| Tableau 13: relation de la PME avec les institutions financières | 59 |
| Tableau 14: appartenance de la PME aux réseaux sociaux et/ ou associations..... | 59 |
| Tableau 15: Lien avec le dirigeant de l'institution financière | 59 |
| Tableau 16: Avez-vous déjà contracté un crédit bancaire ? | 59 |
| Tableau 17: type de crédit | 60 |
| Tableau 18: Durée du crédit | 60 |
| Tableau 19: Garanties exigées..... | 60 |
| Tableau 20: handicaps au financement de votre entreprise..... | 61 |
| Tableau 21: facteurs qui ont favorisé l'accès au crédit bancaire de votre entreprise | 61 |
| Tableau 22: facteurs qui favorisent l'accès au crédit bancaire et profil de la personne établissant les états financiers | 67 |
| Tableau 23: facteurs qui favorise l'accès au crédit bancaire de votre entreprise et établissement des états financiers..... | 69 |
| Tableau 24: facteurs qui favorisent l'accès au crédit bancaire et tranche d'âge du dirigeant..... | 68 |

**Capital relationnel et accès au financement bancaire des PME en contexte
Camerounais**

| | |
|--|----|
| Tableau 25: facteurs qui favorisent l'accès au crédit bancaire et groupe ethnique du dirigeant..... | 70 |
| Tableau 26: facteurs qui favorisent l'accès au crédit bancaire et relation de la PME avec les institutions..... | 71 |
| Tableau 27: facteurs qui favorisent l'accès au crédit bancaire et appartenance de la PME aux réseaux sociaux/associations | 73 |
| Tableau 28: facteurs qui favorisent l'accès au crédit bancaire et lien avec le dirigeant de l'institution..... | 74 |
| Tableau 29: Récapitulatif des résultats des tests de khi-deux..... | 77 |

LISTE DES FIGURES

| | |
|--|----|
| Figure 1 : Vers une modélisation du cadre théorique de la recherche | 45 |
| Figure 2 : modèle conceptuel | 55 |

RESUME

La présente étude part du constat selon lequel les petites et moyennes entreprises ont un accès limité au financement. Ce qui, impacte sur leur émergence et leur croissance. La théorie des réseaux sociaux évoque à ce propos l'asymétrie informationnelle comme cause de ce problème d'accès au financement et présente le capital relationnel comme moyen d'accès au crédit bancaire. Pour ce faire, nous avons opté pour une démarche hypothético-déductive à travers des enquêtes sur un échantillon de 75 PME installées au Cameroun et précisément dans les villes de Yaoundé, Douala et Ebolowa. A cela, nos résultats concluent que le capital relationnel est un excellent catalyseur d'accès au crédit bancaire lorsque les conditions bancaires classiques ne s'avèrent pas suffisantes. L'effet positif du capital relationnel passe par la réduction du degré d'opacité de la PME aux yeux de son banquier et l'établissement d'un lien de confiance entre la PME et ce dernier. Ces résultats impliquent un fort accès au financement bancaire des PME ayant réduit le degré d'opacité de la PME aux yeux du banquier et établis un climat de confiance avec ce dernier.

Mots clés : accès au financement bancaire, capital relationnel, PME Camerounaises, capital culturel, réseau social.

ABSTRACT

This study starts from the observation that small and medium-sized enterprises have limited access to finance. Which, on the other hand, has an impact on their emergence and growth. In this regard, social network theory evokes informational asymmetry as the cause of this problem of access to financing and presents relational capital as a means of access to bank credit. To do this, we opted for a deductive- hypothetical approach through a surveys on a sample of 75 SMEs located in Cameroon and specifically in the town of Yaounde, Douala and Ebolowa. In addition, our results conclude that relational capital is an excellent catalyst for access to bank credit when traditional banking conditions are not sufficient. The positive effect of relational capital involves reducing the degree of opacity of the SME in the eyes of its banker and establishing a bond of trust between the SME and the latter. These results imply strong access to bank financing for SMEs having reduced the degree of opacity of the SME in the eyes of the banker and established a climate of trust with the latter.

Keywords: access to bank financing, relational capital, Cameroonian SMEs, cultural capital, social network.

INTRODUCTION GENERALE

1. Contexte de la recherche

Les économies des pays développés comme celles des pays en voie de développement ont une force centrale qui réside dans le maillage à l'intérieur de ces économies d'un grand nombre important d'entreprises de petite taille. Ces entreprises qui assurent considérablement une part de la production, de la commercialisation mais également de la recherche et du développement. A partir des années 80, les études consacrées aux petites entités se développent dans la mesure où elles créent d'avantages d'emplois que les grandes firmes (Kewin, 2014). En France, les petites et moyennes entreprises (PME) constituent le poumon économique (99% des entreprises françaises sont des PME) ; elles représentent plus d'un tiers de la valeur ajoutée et de l'emploi total (LA TRIBUNE, 2019). Aux Etats unis, les PME jouent un rôle majeur dans l'économie, 22 millions de petites entreprises emploient 53% de la population active et contribuent pour moitié à la formation du produit intérieur brut, on estime à 16 millions le nombre d'américains propriétaires de leur petite entreprise, bien plus, les PME seraient responsables de 90% des quelques 11 millions de nouveaux emplois créés depuis janvier 1993.

Au Cameroun, la définition officielle de PME/PMI découle de la loi N° 2010/001 du 13 avril 2010 portant promotion des petites et moyennes entreprises (PME). Selon ces critères, rentrent dans la catégorie de PME, les entreprises ayant un effectif permanent entre 21 et 100 individus et dont le chiffre d'affaire annuel hors taxe est supérieur à 100 millions et n'excède pas un milliard de FCFA. Cette catégorie d'entreprise représente aujourd'hui selon les statistiques fournies par l'institut national de la statistique (INS) plus de 90% du tissu économique national camerounais, pour une participation dans le produit intérieur brut (PIB) évaluée à 34%. Dans ce segment de PME, se trouve les TPE (entreprises employant au plus 05 personnes et dont le chiffre d'affaire annuel hors taxe n'excède pas 15 millions de FCFA), les PE (entreprises ayant un effectif d'employé permanent compris entre 06 et 20 personnes et réalisant un chiffre d'affaire annuel hors taxe compris entre 15 et 100 millions de FCFA) et les ME (entreprises qui emploient au moins 21 et au plus 100 personnes et dont le chiffre d'affaire hors taxe est compris entre 100 millions et 1 milliard de FCFA). D'après le fichier du MINPMEESA, on dénombrait en 2015, 93969 entreprises (TPE, PE, ME, GE inclus). Dans ce

Capital relationnel et accès au financement bancaire des PME en contexte Camerounais

segment d'entreprise, 74.9% sont considérées comme des TPE, 19% sont des PE, 5,1% des ME et 0.8% des GE. Ainsi, 95% des entreprises camerounaises tombent dans la définition des PME. Par conséquent les PME constituent l'essentiel du tissu économique, donc la source essentielle du développement de l'économie. Le tissu des entreprises a depuis connu une forte dynamique, avec un effectif qui a plus que doublé (augmentation de 12,3%).

Depuis plus de 20 ans, la PME a été systématiquement placée sous les feux de l'actualité. Qu'ils s'agissent de compétitivité, d'innovation ou d'emploi, les acteurs de la vie politique, sociale et économique ne cessent de rappeler qu'elle est l'une des institutions fondamentales de nos sociétés contemporaines. Si la PME est bel et bien un moteur de l'économie, elle est aussi, de par ses spécificités, un système sujet à de multiples défaillances (survie limitée, problèmes de financement...). En 2007, le rapport du syndicat des indépendants (SDI) ressort que le taux de survie des entreprises sur le long terme est en chute depuis 15 ans. Selon cette étude, auparavant, $\frac{3}{4}$ des entreprises débutantes étaient encore actives après 5 ans alors que désormais, seule $\frac{2}{3}$ de ces entreprises sont encore sur le marché après 5 ans d'activité. Cette étude établit une baisse de plus ou moins 10% de la survie des entreprises sur 15 ans. Selon Sophie (Clusel, 2012) l'Europe comptait plus de 20 millions d'entreprises en 2010 dont 99,8% étaient des PME ; en 2011, un peu moins de 60000 entreprises sont entrées dans le processus de défaillance et ont dû cesser leurs activités. Pour (Mignon, 2000), seule la moitié des entreprises nouvellement créées survivent sur cinq ans.

Au Cameroun par exemple, les résultats de l'enquête du Ministère des PME (2009) indiquent que près de 77,1% des PME Camerounaises connaissent des problèmes de financement bancaire. Le résultat de Wanda (2007) a révélé que les banques ont un excès de liquidité, mais qu'elles sont réticentes à accorder des prêts aux PME. Cependant, les difficultés rencontrées par les PME pour accéder au crédit bancaire sont censées découler des facteurs liés à la demande, à l'offre et au pays (Owusu et al., 2015 ; Chimucheka & Rungani, 2013 ; Tsambou et al., 2015 ; Nguena, 2014 ; Wamba, 2013 ; Ngongang, 2012 ; Lopez-Gracia et Aybar-Arias, 2000). Fondamentalement, les difficultés rencontrées par les PME pour accéder aux prêts bancaires sont causées par un grave problème d'asymétrie de l'information (Stiglitz & Weiss, 1981).

Les rapports économiques publiés par le Financier d'Afrique (2015) confirment ces faits. Plus intéressant encore, ce rapport montre que ces faits ne sont pas limités au cas du Cameroun puisque les cinq autres pays de la zone CEMAC vivent ce même phénomène (réserves libres en millions de Francs CFA : Cameroun, 557 000 ; RCA, 26 349 ; Congo, 734 420 ; Gabon, 279

Capital relationnel et accès au financement bancaire des PME en contexte Camerounais

787 ; Guinée Équatoriale, 905 277 ; Tchad, 154 562 ; soit au total 1 624 185 milliards de réserves libres dans toute la zone. Le taux moyen des crédits accordés dans la zone étant de 72,4 pour cent, soit Cameroun, 74 pour cent ; RCA, 131 pour cent ; Congo, 44 pour cent ; Gabon, 76 pour cent ; Guinée Équatoriale, 39 pour cent ; Tchad, 80 pour cent). La masse des crédits accordés par les banques à ces dirigeants représentait en 2013 et 2014 respectivement 11,6 pour cent et 21 pour cent du total des actifs des banques. En termes relatifs, ces dirigeants ont bénéficié d'environ 1 611,5 milliards de Frs CFA en 2012, 2 017,1 milliards de Frs CFA en 2013 et 2 305,2 milliards de Frs CFA en 2014 de financement bancaire.

Le problème de financement des firmes est certes une vieille problématique qui date des années cinquante, notamment avec les travaux de Modigliani et Miller (1958), mais elle demeure toujours d'actualité, aussi bien dans les pays développés que dans les pays en voie d'émergence. Les travaux de ces auteurs américains portaient sur la question de la structure financière optimale et supposaient donc que les entreprises n'étaient pas rationnées.

Dans un contexte différent comme celui de l'Afrique en général et du Cameroun en particulier, on comprend que nombre d'entreprises rencontrent d'énormes difficultés dans l'obtention du financement bancaire. Des faits qui ont même conduit ces dernières années des chercheurs (Um-Ngouem 1996, 1997 ; Bekolo-Ebe 1989, 1992, 2002 ; Tchamambe 2002 ; Madji 2002 ; Nkakleu 2003 ; Wamba 2002, 2012, 2013, 2014, etc.) et le gouvernement camerounais (MINPMEESA) à penser de nouveaux mécanismes susceptibles d'amener les banques, qui demeurent toutefois sur liquides, à faire confiance aux entreprises locales et à financer leur activité et leur croissance

Afin de connaître les pesanteurs qui effritent cette confiance et plombent le financement des entreprises, des rapports (BEAC, 2009, COBAC, 2011 ; JICA ; etc.) et les résultats de travaux spécialisés sur le sujet tels que celui du Financier d'Afrique (2015) ont été consultés. Le Financier d'Afrique (2015) relève qu'en 2014, le total du bilan du système bancaire a enregistré une hausse de 9,2 pour cent, après une hausse de 17,5 pour cent en 2013, ralentissement provenant essentiellement, du côté de l'actif, d'une moindre croissance des crédits bruts (11,6 pour cent en 2014 après 21,0 pour cent en 2013). D'une manière non exhaustive, il en ressort que le niveau élevé du coût et des garanties exigées par les banques, un manque de profondeur du système financier, un profil de risque des banques ne favorisant pas le développement de la finance de long terme nécessaire au développement des investissements, et la gouvernance économique en général, sont des freins à l'obtention du crédit bancaire par les dirigeants d'entreprises au Cameroun.

Capital relationnel et accès au financement bancaire des PME en contexte Camerounais

Malgré un nombre important de travaux théoriques sur l'aptitude du capital relationnel à limiter les coûts de transaction, très peu de vérifications empiriques dans le contexte des pays africains en général et camerounais en particulier existent. Ainsi, cette étude tente de montrer à quel point le capital relationnel dont dispose la PME peut alléger, ou à défaut, remplacer la garantie réelle exigée par la banque. En se situant dans un environnement caractérisé par de fortes asymétries d'informations, l'étude examine également l'aptitude du capital relationnel à faciliter l'accès de la PME camerounaise au crédit bancaire. C'est pourquoi notre thème d'investigation porte sur : **capital relationnel et accès au financement bancaire des PME en contexte Camerounais.**

2. Problématique

Néanmoins, exerçant dans le même secteur d'activité, confrontés à de même caractéristiques environnementales, faute de pouvoir s'adapter beaucoup d'entreprises disparaissent alors que d'autres parviennent à se faire financer auprès des banques. À titre d'illustration, le ratio d'intermédiation bancaire (crédits bruts/dépôts de la clientèle) s'est situé à 79,6 pour cent en 2014. Ce pourcentage est en nette progression par rapport à 2013 où il était de 77,6 pour cent ; et est par ailleurs supérieur à celui des autres pays de la zone CEMAC (72, 4 pour cent). Les statistiques issues des rapports de la COBAC (2011) en sont aussi une illustration. Ces statistiques sont également confirmées par les travaux de quelques auteurs camerounais tels que Feudjo et Tchankam (2013), Wamba (2013), Nguena (2013), Kenmegni (2012). En effet, ils montrent qu'une fine proportion d'entreprises au Cameroun obtient du crédit bancaire et que les entreprises ayant des indicateurs de solvabilité et de rentabilité défavorables contractent en effet de nouvelles dettes. Une lecture globale de ces résultats révèle qu'en moyenne 20 pour cent des dirigeants d'entreprises ayant demandé un crédit ont pu en bénéficier.

En effet, selon les enquêtes menées par la Banque Mondiale, 40 % des petites et 30 % des moyennes entreprises considèrent l'accès au financement comme un frein majeur au développement de leurs activités. De même, plusieurs autres études (Banque Mondiale, 2006 ; Africapractice, 2005 ; FMI, 2004 ; E. Aryeetey, 1998) montrent que les difficultés d'accès au financement constituent le premier obstacle au développement des PME d'Afrique Subsaharienne, assez loin devant les problèmes de corruption, de déficience des infrastructures ou de fiscalité abusive. Les PME camerounaises, à l'instar de la plupart de leurs semblables d'Afrique subsaharienne, connaissent de sérieuses difficultés d'accès au crédit bancaire. En

Capital relationnel et accès au financement bancaire des PME en contexte Camerounais

effet, au Cameroun, l'indice d'accès au crédit (Banque mondiale) est évalué à 2,625 contre 7,875 pour l'Afrique du sud, à la tête de l'Afrique Subsaharienne. La part des crédits accordés par les banques au secteur privé par rapport au PIB est faible et presque stagnante. En 2000, elle était de 7,8 % contre 8,9 % en 2007 (E. Sacerdoti, 2009). Par ailleurs, les résultats de l'enquête du Ministère des PME (2009) indiquent que près de 77,1 % des PME camerounaises connaissent des problèmes de financement bancaire. Selon les rapports Doing Business (2020), les entreprises camerounaises sont passées de la 166^e position en 2019 à la 167^e position en 2020 en ce qui concerne l'obtention des prêts. Selon les mêmes rapports, l'indice de fiabilité des garanties présentées par les entreprises aux banquiers et celui de responsabilité des dirigeants des entreprises sont respectivement de 2 et 1, sur une échelle allant de 0 à 10. En ce qui concerne la fermeture d'entreprises, 2 316 entreprises sur 6 458 ont fermé entre 2009 et 2016, soit un taux de cessation de 36% (Investir au Cameroun). Cette perte de performance en termes de positionnement s'est traduite par une perte moyenne de 15 % de la valeur patrimoniale avec un taux de recouvrement des créances de 25,5 %. Ajouté à l'opacité qui caractérise souvent la gestion de la petite et moyenne entreprise pour insuffisance d'informations sur ses activités, un tel environnement est loin de faciliter son accès au crédit bancaire.

Le marché du crédit pour les PME en Afrique subsaharienne en général et au Cameroun en particulier est donc rude. L'accès réduit des PME au financement bancaire classique a favorisé le développement de comportements stratégiques peu formels. L'obtention du crédit bancaire par les entreprises au Cameroun tient compte d'un ensemble d'éléments parmi lesquels on retrouve la culture et l'environnement socio-économique du dirigeant.

Nous cherchons à appréhender comment la mise en place d'un capital relationnel combinant capital culturel et réseaux sociaux, peut permettre aux PME de surmonter les difficultés d'obtention de ressources financières. Plus précisément, nous cherchons à évaluer l'impact d'une telle configuration contractuelle sur les conditions de financement de ces structures particulièrement soumises aux difficultés associées aux asymétries d'information.

Fort de ce constat, l'on est amené à se poser la question principale suivante : existe-il une relation entre le *capital relationnel et l'accès au financement bancaire des PME* ?

De cette question principale, découlent les questions spécifiques suivantes :

Capital relationnel et accès au financement bancaire des PME en contexte Camerounais

- existe-il une relation entre le capital culturel du dirigeant et l'accès au financement bancaire des PME ?

- existe-il une relation entre le réseau social du dirigeant et l'accès au financement bancaire des PME ?

3. Objectifs de la recherche

Dans ce travail, notre objectif principal est de voir s'il existe un lien entre l'accès au crédit bancaire des PME Camerounaises et le capital relationnel du dirigeant. Il s'agit donc précisément de :

- Voir si l'accès au financement bancaire des PME est lié au capital culturel du dirigeant ;
- Voir si l'accès au financement bancaire des PME est lié au réseau social du dirigeant.

4. Hypothèses de la recherche

Pour atteindre nos objectifs, nous formulons deux (2) hypothèses principales :

H1 : le capital culturel du dirigeant influence significativement l'accès au financement bancaire des PME.

En effet, nous pensons que le capital culturel du dirigeant accroît la confiance entre parties contractantes et sont de nature à faciliter l'accès au crédit bancaire. D'où cette intuition appréciables des effets positifs sur les conditions de crédit..

H2 : l'appartenance du dirigeant aux réseaux sociaux influence positivement l'accès au financement bancaire des PME.

Ici, nous pensons que plus le dirigeant de la PME appartient à des réseaux sociaux, plus la PME a des facilités d'accès au crédit bancaire. D'où cette présomption d'une relation positive entre ces deux éléments.

5. Intérêt de la recherche

L'intérêt de ce travail de recherche, qui porte sur le capital relationnel et l'accès des PME Camerounaises au crédit bancaire, est fondé sur son aptitude à rendre fluide le marché du crédit

bancaire dans un contexte de forte asymétrie d'information. En effet, le capital relationnel dont dispose la PME est de nature à alléger la contrainte en garanties requises par la banque. Par ailleurs, le capital relationnel permet de minimiser les coûts de transaction relatifs à la collecte d'informations et aux mécanismes d'incitation et de surveillance liés au contrat de crédit. Ce travail servira par la suite de guide dans le processus de prise de décisions stratégiques par les professionnels. Depuis plusieurs décennies les PME font face à de nombreuses difficultés empêchant ainsi leur essor à cause de leur taille et leur risque de faillites élevés notamment en cas de crise, les banques qui sont censées jouer le rôle d'intermédiaire financier optent plutôt pour un rationnement de crédits, refusant ainsi d'octroyer des crédits aux PME. Face à ces difficultés il est nécessaire de trouver des voies et moyens permettant de faciliter l'accès au crédit bancaire de ces dernières vu leur rôle moteur dans l'économie.

6. Choix méthodologiques

L'approche méthodologique adoptée dans le cadre de ce travail de recherche est une double approche : analytique et empirique. L'approche analytique pour conceptualiser le cadre théorique sur les critères et choix du capital relationnel et le financement bancaire des PME. L'approche empirique : La problématique de cette recherche nous a amené à une approche quantitative, la recherche s'est inscrite afin d'apporter des réponses à une démarche hypothético-déductible. Nous avons réalisé une enquête sur le terrain à l'aide d'un questionnaire auprès de soixante-quinze (75) PME. L'enquête a été menée dans trois régions du pays (Yaoundé, Douala, Ebolowa) choisit selon une technique d'échantillonnage non probabiliste, les données collectées seront traitées à l'aide des techniques statistiques descriptives dans un premier temps. Dans un second temps, nous nous serviront des tris croisés et des tests de khi-deux pour établir respectivement l'existence ou non d'une relation entre les variables et mesurer le degré de cette relation.

7. Plan du travail

Dans notre étude, nous nous intéresserons premièrement au capital relationnel au cœur de l'accès au financement bancaire des PME (première partie). En chapitre 1 nous aborderons la portée du capital culturel sur le financement bancaire tandis que dans le chapitre 2 il sera question du réseau social du dirigeant, un pilier dans l'accès au financement bancaire des PME. Dans un second temps, nous examinerons la spécificité du déploiement du capital relationnel sur le financement bancaire des PME Camerounaises (deuxième partie). A cet effet, en chapitre

Capital relationnel et accès au financement bancaire des PME en contexte Camerounais

3 nous nous attarderons sur le choix méthodique de la recherche, alors qu'il s'agira de la mise en évidence de la contribution du capital relationnel sur l'accès au financement bancaire des PME Camerounaises.

**PREMIERE PARTIE : APPORTS DU CAPITAL
RELATIONNEL DANS LE FINANCEMENT
BANCAIRE DES PME : UNE ANALYSE**

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

Il sera question pour nous dans cette première partie du travail de présenter la portée du capital culturel sur le financement bancaire (Chapitre 1) d'une part, et d'autre part, le réseau social du dirigeant, un pilier dans l'accès au financement des PME (Chapitre 2).

CHAPITRE 1 : PORTEE DU CAPITAL CULTUREL SUR LE FINANCEMENT BANCAIRE

Le capital culturel et le financement bancaire sont deux notions aussi complexe l'une que l'autre. Il est donc nécessaire, pour éviter toute ambiguïté, de bien cerner les contours théoriques. A cet effet, la première section a été consacrée à la description de l'environnement du capital culturel et du financement bancaire, la deuxième quant à elle à la revue de la littérature sur le lien entre le capital culturel et le financement bancaire.

Section 1 : Les déterminants du capital culturel sur le financement bancaire

Cette section sera organisée en deux sous sections, tout d'abord il s'agira de présenter la relation banque-PME et ensuite le concept de capital culturel.

1.1. La relation banque-PME : une relation problématique

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

1.1.1. La banque et le risque

Les PME sont considérées comme des actifs risqués, plus imprévisibles et moins bien garantis que d'autres entreprises. Pour les banques, le risque de crédit ou risque de défaut constitue le risque majeur dans leurs relations avec les PME. L'évaluation de ce risque conditionne la décision d'octroi de crédit et le niveau de rémunération exigé par ces établissements.

1.1.1.1. La définition du risque de crédit

Considéré comme la forme la plus ancienne du risque sur les marchés de capitaux, le risque de crédit se définit comme le risque de défaut de remboursement de l'emprunteur. Le niveau de ce risque est fonction de l'estimation du risque de défaut. Certains l'analysent comme la distance au défaut. Le risque de crédit prend aussi diverses formes ou appellations : risque

Capital relationnel et accès au financement bancaire des PME en contexte Camerounais

de contrepartie (dans les transactions sur les marchés financiers et interbancaires), risque de faillite ou risque de crédit au sens propre (dans les transactions sur les marchés de crédits). Sur les marchés financiers où les instruments de crédits font l'objet de cotations régulières, le risque de défaut de remboursement est évalué par des primes de risques (spreads) qui traduisent en termes monétaires la vraisemblance de la réalisation du risque de non remboursement. Cependant, la rémunération de la banque se fait en fonction du risque qu'elle accepte d'assumer. Plus la probabilité de l'emprunteur de faire défaut est élevée, plus la rémunération exigée de celui-ci est importante.

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

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

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

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

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

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

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

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

➤ **Le risque de recouvrement**

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

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

1.1.1.2. Le risque de défaut comme principal risque des PME

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

Capital relationnel et accès au financement bancaire des PME en contexte Camerounais

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

- Les PME sont soumises fortement aux variations de la conjoncture. En effet, leur existence est justifiée par leur capacité de réponse technologique, organisationnelle et stratégique aux variations non anticipées par les grandes entreprises de la demande ;
- Ces entreprises présentent un risque de dépendance lié à leur positionnement stratégique dans leur méso-environnement¹. En effet, elles occupent un faible poids au sein de leur espace concurrentiel avec des activités et des clients faiblement diversifiés. Elles sont donc exposées au risque de standardisation des procédés, des biens et des produits de la filière au risque de substitution des donneurs d'ordres ;
- Les PME confrontées à d'importants problèmes de successions. L'évaluation de la petite entreprise est calculée en fonction du paiement anticipé des droits liés à la transmission de la firme. La prise en compte des problèmes successoraux des PME augmente leur probabilité de faillite dans la mesure où le paiement des droits de succession peut provoquer un état de cessation de paiement de l'entreprise (Ang, 1991) ;
- La gestion d'une PME est, en général, organisée autour de la personnalité du dirigeant propriétaire. Ce mode de gestion est risqué dans le sens où l'entrepreneur se comporte souvent avec un excès d'optimisme. D'une part, il a tendance à s'investir beaucoup plus dans les fonctions qu'il maîtrise que dans celles qui lui sont étrangères. D'autre part, le dirigeant d'une petite entreprise peut présenter, surtout lorsqu'il est le créateur de l'affaire, une propension à prendre des risques plus forts que ne le ferait le dirigeant d'une grande entreprise. En fait, il est plein d'enthousiasme pour le produit ou le service dans lequel il croit (Cieply, 1997) ;
- Ces entreprises ont généralement tendance à privilégier le court terme et les gains spéculatifs et non la prolifération de l'activité et le développement à long terme. Les banques sont donc plus méfiantes envers ce genre de comportement des entrepreneurs qu'elles jugent risqués ;
- Enfin, les caractéristiques de certains systèmes financiers sont susceptibles d'accélérer la faillite des PME. Dans une étude menée par Bertrand et al. (2007) qui concerne les effets de la dérèglementation bancaire des années quatre-vingt en France sur les

¹ Le méso-environnement est le « système intégré d'acteurs dans lequel se trouve intégré la petite entreprise ».

entreprises, les auteurs ont montré que la concurrence bancaire accrue s'est traduite par une augmentation du coût du capital pour les firmes rencontrant des problèmes de rentabilité. Ainsi, cet effet a accéléré les restructurations et a accentué le processus de faillite. Selon ces auteurs, il s'agit du processus schumpetérien de destruction créatrice. Ce sont, généralement, ces facteurs qui expliquent le niveau élevé du taux de défaillance affiché dans les PME par rapport aux grandes entreprises.

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

1.1.2. L'endettement des PME et les problèmes informationnels

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

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

après la signature du contrat et qui conduira au hasard moral et, donc, au risque de non-exécution partielle ou totale des engagements liés au contrat de crédit.

1.1.2.1.L'aléa moral dans la relation de financement

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

Dans le premier cas, l'individu non informé (le principal) ne connaît pas le comportement de son « partenaire » (l'agent). Ce dernier en profite d'abord pour agir dans son propre intérêt et justifier par la suite auprès du principal les mauvais résultats par le fait qu'ils sont liés à des événements indépendants de sa volonté. Par exemple, l'effort des travailleurs est généralement imparfaitement observable et ceux-ci peuvent avoir intérêt à profiter de cet état de fait pour « tirer au flanc » et déclarer que les mauvaises performances ne sont pas la conséquence d'un relâchement de leur effort.

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

Dans une relation de financement, le risque moral est défini comme le risque de non-respect par les agents des engagements stipulés au contrat. Il peut venir du désir de l'entrepreneur à utiliser les fonds obtenus d'une manière différente de celle prévue initialement et sur la base de laquelle il avait obtenu le prêt. En effet, l'entrepreneur peut utiliser ces fonds pour les allouer à des projets plus risqués en espérant avoir un rendement plus élevé ou à de nouveaux projets ou à des actions plus impératives (St-Pierre, 1999), ou pour satisfaire ses besoins personnels. Ceci aurait pu augmenter le risque de crédit et donc motiver un refus de financement si la banque avait pu disposer de ces informations. En choisissant des projets plus risqués que ceux présentés à l'appui de sa demande, l'emprunteur peut accroître son espérance de gain, mais augmenter également le risque de faillite et donc les pertes potentielles du prêteur.

Capital relationnel et accès au financement bancaire des PME en contexte Camerounais

Ce dernier peut être aussi soumis à d'autres risques de comportement opportuniste de l'emprunteur. Par exemple, ce dernier peut être incité, pour minimiser ses remboursements, à déclarer un résultat inférieur à celui réalisé effectivement. Williamson (1986) justifie cette situation par l'incapacité du prêteur à évaluer avec exactitude le taux de rendement du projet réalisé par l'emprunteur.

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

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

1.1.2.2. La sélection adverse dans la relation de financement

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

Dans son célèbre article « *the market for lemons :Quality uncertainly and the market mechanisms* », Akerlof (1970) était le premier à illustrer le phénomène de sélection adverse en utilisant l'image du marché de voitures d'occasion². Il explique que la difficulté d'identifier la qualité de produits différents, résultants de l'inobservabilité d'une caractéristique inaltérable du produit échangé par l'un des partenaires, posent un problème informationnel. En effet, si les

² Une cinquantaine sont des modèles de mauvaise qualité (« lemons ») et cinquante sont des modèles de bonne qualité.

Capital relationnel et accès au financement bancaire des PME en contexte Camerounais

acheteurs ne savent pas s'ils sont en face de bonnes ou de mauvaises voitures, l'asymétrie d'information est totale. Que se passe-t-il alors dans ce cas ?

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

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

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

1.2.Approche conceptuelle du capital culturel

Il sera question dans un premier temps de définir le concept de capital culturel et ensuite de donner les spécificités de cette notion.

1.2.1. Définitions du concept de capital culturel

Afin d'apporter une définition à ce concept, nous présenterons tout d'abord ses origines.

1.2.1.1. Origine du concept de capital culturel

Ce concept a été introduit en France (dans les héritiers en 1964, et la reproduction en 1970) par Bourdieu et Passeron. Ces auteurs veulent mettre en évidence le rôle de l'école dans la reproduction des inégalités sociales. Leur concept clé est celui du capital culturel : l'idée est que les enfants d'origine sociale favorisée reçoivent dans leurs familles des connaissances et des comportements qui sont valorisés à l'école. Ils bénéficient de ce fait d'un héritage culturel, qui favorise grandement leur réussite à l'école. Ainsi, la transmission intergénérationnelle des inégalités sociale se trouve assurée par un mécanisme plus subtil que la simple transmission de richesses matérielles. Les enfants d'origine favorisée ont une proximité plus grande avec la culture scolaire. Ils lisent des livres, vont au musée, au concert... ils acquièrent au sein de leur famille un langage, une façon de s'exprimer, qui sont ceux attendus par l'institution scolaire. Les enfants d'origine sociale défavorisée, au contraire, se voient imposé à l'école un langage qui n'est pas celui qu'ils pratiquent chez eux. L'école exige des élèves des pratiques culturelles qu'elle ne fournit pas elle-même, elle attend des connaissances dont elle ne donne pas les clés.

Ainsi, sous couvert de l'égalité des chances, l'école assure une reproduction de la classe sociale dominante, reproduction qui s'effectue de manière d'autant plus efficace qu'elle est cachée.

1.2.1.2. Définitions

Le capital culturel est une notion vaste et assez complexe. Il existe de nos jours une multitude de définitions du capital culturel. Une des plus ancienne datant de 1970 est celle de Bourdieu et Passeron qui définissent le capital culturel comme : « *les biens culturels qui sont transmis par les différentes actions pédagogiques familiales* ».

La définition du capital culturel ou capital humain selon l'OCDE est la suivante : « *Les connaissances, les qualifications, les compétences et caractéristiques individuelles qui facilitent la création de bien-être personnel, social et économique.* ».

Pour le centre d'observation de la société (2019), le capital culturel est une expression employée pour déterminer l'ensemble des ressources culturelles d'une personne, de la même façon qu'elle possède un patrimoine économique.

Pour le dictionnaire La Toupie (2020), le capital culturel ou patrimoine culturel est l'ensemble des créations matérielles (monuments, œuvres d'art, etc.) et immatérielles (traditions orales, folklores, rites, etc.) constituées au cours de l'histoire et représentant une richesse pour l'humanité dans son ensemble ou pour un peuple particulier.

Capital relationnel et accès au financement bancaire des PME en contexte Camerounais

En sociologie, le capital culturel est l'ensemble des savoirs, des compétences et des valeurs dont dispose un individu du fait de son appartenance à un milieu familial et socio-culturel.

Pour SCHOOLMOUV, le capital culturel est l'ensemble des ressources culturelles dont dispose un individu : langage, capacités artistiques, etc.

La définition la plus répandue du capital culturel la suivante : c'est l'ensemble des ressources culturelles détenues par un individu et qu'il peut mobiliser.

En économie, le capital culturel est une notion diffuse. En effet, La formation de la valeur est un élément clé de la séparation des phénomènes économiques et culturels, donc le capital culturel en soi génère la valeur économique et culturelle. Certains économistes définissent le capital culturel comme le quatrième composant du capital (après le physique, le naturel et l'humain) sans considérer le capital social. Donc, le capital culturel est un capital qui incorpore, préserve et fournit la valeur culturelle en plus de la valeur économique qu'il possède. Il se réfère aux caractéristiques acquises par les personnes et les organisations qui affectent leurs capacités de production quantitative et qualitative.

Dans un sens économique le capital culturel représente la culture qui permet à ses manifestations d'être considérées comme réserve de valeurs et de bénéfices au niveau individuel et collectif. Selon cette définition simplifiée, on peut distinguer entre stock et flux.

Le stock de capital culturel se réfère à la quantité de capital existant dans une période donnée en temps. Par contre le stock de capital produit, au fil du temps, devient le flux des services qui peuvent être consommés ou utilisés pour produire des autres biens ou services.

Selon Throsby, une des caractéristiques de ce capital est de contribuer à la valeur culturelle ; il est le stock de valeur culturelle contenu dans un bien. Le capital culturel se présente à la fois comme matériel et immatériel selon la notion de culture prise en compte par l'auteur. Il peut être matériel : les édifices, les œuvres d'arts comme les sculptures, cadres, les sites, les produits artisanaux etc. En tant que capital physique, il peut être créé par l'activité humaine, dans une durée limitée en temps ; sa valeur peut augmenter grâce à des investissements ; sa valeur financière est mesurable. Il peut être immatériel : dans le cas des travaux intellectuels sous forme d'idées, convictions, coutumes, valeurs communes d'un groupe, d'une entreprise ou d'une société.

Ce qui nous mène à dire que soit le capital culturel existant, soit la création d'un nouveau capital nécessite des ressources pour l'entretien.

Capital relationnel et accès au financement bancaire des PME en contexte Camerounais

Qu'est-ce qu'implique la reconnaissance du capital culturel comme une forme de capital en économie ? Throsby part de l'idée que la culture est une manifestation de comportement collectif¹³. Au-delà de cette discussion en perdant la notion personnelle et par conséquent l'importance de la diversité. Le capital culturel est détenu par les sociétés, les cités, les générations, les groupes et par chaque personne qui porte son propre background.

Partant de cette idée, le discours de Throsby devient plus complexe. Le capital culturel est une valeur culturelle qui en se compose de : diversité, transmission, créativité et capacité ; tout cela a une valeur précieuse économiquement et bien mesurable¹⁴. La préservation d'un capital nécessite un suivi efficace à long terme de façon à correspondre au mieux à chaque génération, à chaque contexte, à chaque territoire, à chaque société et individu.

Dans cette logique, le capital culturel ne devient pas seulement une forme de capital, mais le maillon le plus important pour faire le lien avec les autres. Cela se vérifie dans le capital naturel à travers la capacité d'adaptation et de la préservation, physique (ce n'est pas que du matériel mais aussi du savoir et du savoir-faire incorporé) et surtout humain où la dimension culturelle est la base de ce concept. Une des raisons pour laquelle le capital culturel devient le 'puzzle' indispensable dans sa notion économique grâce à sa caractéristique d'interconnexion.

1.2.1.3. L'encastrement culturel

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

- Les systèmes mentaux de perceptions, de catégorisation et de classification ;
- Les scripts qui orientent l'action et les règles de pertinence qui guident l'invocation de ces scripts ;
- Les valeurs, les normes, les goûts (Di Maggio, 1990). L'encastrement culturel décrit alors le rôle des significations collectives dans la formations des objectifs et des stratégies des acteurs du marché.

De nombreux auteurs de la Nouvelle sociologie économique reconnaissent le caractère habilitant de la culture pour l'action économique. Les représentations culturelles sont une forme de connaissance, une ressource indispensable pour l'analyse de l'environnement (attribuer des relations de causalité, de similarité, d'opposition), la catégorisation (le pur et l'impur, le juste et l'injuste, etc.), la planification et la justification de l'action (Emirbrayer et Goodwin, 1994 ; Verges, 1989). En ce sens, Pierre Bourdieu (2000) considère que l'aptitude (ou l'incapacité) à

mener des échanges marchands dépend directement de la culture (l'habitus) des agents. De même, les travaux de Boltanski et Thévenot (1991), portant sur la considération de l'action économique témoignent de l'importance de référence que fassent les agents à des principes de justice généraux et partagés (« les cités »). En l'absence de ces « cités », les rencontres n'auraient aucun sens et l'accord serait compromis. Les deux auteurs évitent d'évoquer la notion de culture, mais les cités et les conventions relèvent parfaitement de l'approche de l'encastrement culturel.

1.2.2. Spécificités du capital culturel

1.2.2.1. Les trois états du capital culturel

Selon Pierre Bourdieu, le capital culturel existe sous trois formes :

- A l'« **état incorporé** », « sous forme de dispositions durables de l'organisme », c'est-à-dire qu'il fait partie de l'individu lui-même (il tient au corps de l'individu) en tant que dispositions durables apprises lors du processus de socialisation et qui s'expriment par exemple par la maîtrise d'un certain niveau de vocabulaire, dans la fréquentation des œuvres culturelles,... le savoir imprègne l'individu et modifie, en l'outillant, son comportement.
- A l'« **état objectif** », il se présente sous forme de biens culturels, tels que tableaux, livres, dictionnaires, instruments, œuvres d'art, etc. le savoir est déposé dans un objet. Pour s'approprier réellement un bien culturel (le livre), il faut disposer de l'habitus correspondant (non seulement la lecture, mais la lecture de ce type de livres)
- A l'« **état institutionnalisé** » sous forme de compétences culturelles assistées par des titres scolaires (diplômes). Le diplôme est la validation par l'institution (l'éducation nationale par exemple) du capital culturel ; elle apporte une légitimité à celui qui le détient. Le savoir est symbolisé en des titres formels (diplômes, titres d'exercer) ou informels (caractéristique d'une classe sociale).

La notion de capital culturel a été construite pour rendre compte de l'inégalité des performances scolaires, en mettant d'emblée l'accent sur l'inégale répartition entre les classes des instruments nécessaires.

1.2.2.2. Les dimensions culturelles d'un capital monétaire

Jean-Michel Servet lors d'un exposé intitulé : La monnaie, capital de confiance, avait montré comment une monnaie solidaire est basée sur un "panier de valeurs partagées" (capital culturel) qui fonde un capital de confiance, lequel permet une fluidité de la monnaie optimale

Capital relationnel et accès au financement bancaire des PME en contexte Camerounais

dans la communauté économique qui partage cette monnaie. A partir de l'exemple de ces "monnaies du lien" (titre de son livre), présentant l'archétype de la monnaie, il a développé les principales caractéristiques de cette valeur symbolique qui assure une fiabilité raisonnable des échanges. Cette valeur de confiance est la condition de l'efficacité de la monnaie au service d'une fluidité adéquate des échanges : ni trop rapide, ni trop lente, avec des limites aux dérives spéculatives. Les monnaies (grandes ou petites) qui n'ont plus d'autre valeur que quantitative sont exposées à toutes les formes de spéculations abusives avec les jeux alternés de rétentions et d'accélération qui grippent les échanges. La communauté reste l'auteure de cet instrument de liaison adapté à ses valeurs.

Il en ressort notamment que si l'individu est propriétaire de son capital monétaire, une partie de sa valeur est en « copropriété » avec la communauté des utilisateurs (effets d'inflation, de dévalorisation, de difficulté de change, etc.).

1.2.2.3. Extension de la notion : un capital de savoirs

Nous proposons que, comme pour les droits et libertés culturels, la notion recouvre le champ large (anthropologique) de la culture : l'ensemble des savoirs, y compris les modes de vie : les savoir-quoi (connaissance des faits), savoir-pourquoi (des causes), les savoir-faire, savoir-être, savoir-faire-savoir (communiquer)... et bien d'autres encore. Les savoirs incorporés sont aussi vécus comme des saveurs touchant plus ou moins profondément l'identité : ils conditionnent l'exercice des droits culturels et partant de l'ensemble des droits fondamentaux, des libertés et responsabilités auxquels ces droits donnent accès. Il s'agit bien d'un capital, selon la définition proposée plus haut : un facteur de production (conditionnant une utilisation favorable des autres biens), un stock de connaissances accumulées, et enfin le principal espoir de progrès. La question est de savoir si une définition aussi large – qui ne gomme pas des analyses secteur selon les secteurs habituellement utilisés (connaissance, information, science, recherche, éducation, différents secteurs artistiques, patrimoines, politique, ...) est opérationnelle, en ce qu'elle clarifie la spécificité tout autant que la cohérence du domaine : les savoirs circulent entre eux et se fécondent. Les composants d'un capital culturel sont tous les types de connaissances ou de savoirs : Du point de vue du sujet : savoirs vivre, faire, être, faire savoir, ... Du point de vue des domaines : sciences, techniques, arts, modes de vie, ... Les composants du capital culturel d'une organisation peuvent être sommairement énumérés :

- Culture de l'organisation ;

Capital relationnel et accès au financement bancaire des PME en contexte Camerounais

- Ensemble des connaissances incorporées dans les métiers de l'organisation ;
- Ensemble des connaissances actuellement incorporées dans les personnes de l'organisation ;
- Plus spécifiquement, les secteurs :
 - Recherche & développement
 - Formation continue
 - Communication ;
- Stock d'outils de savoirs : données et instruments.

Section 2 : Une tentative d'explication du lien capital culturel et accès au financement bancaire à la lumière de la théorie de la force des liens faibles

Si l'analyse de la relation entre le capital culturel possédé par les dirigeants d'entreprises et leur accès au financement bancaire a été très peu abordée dans la littérature en sciences de gestion, on recense d'importants écrits qui abordent séparément ces deux concepts. Aussi, pour une meilleure lisibilité de ce travail, nous allons commencer par une délimitation des domaines en expliquant ces deux derniers avant de développer la relation positive qui existe entre eux.

2.1. La théorie de la force des liens faibles

Les premiers travaux d'importance qui posent la question des effets de la force du lien dans les études de réseaux égocentrés sont le fait de Mark Granovetter. Dans un article au titre évocateur (« The strenght of weak ties », littéralement « la force des liens faibles », 1973), le sociologue montre comment un réseau riche en lien faibles et peu dense (c'est-à-dire un réseau qui comporte peu d'interconnexions) favorise la circulation de nouvelles idées et d'informations pour celui que l'on appelle Ego. Si Granovetter a pu vérifier sa théorie par une enquête sur l'accès aux informations d'embauche (Granovetter,1974), ses concepts ont été transportés dans plusieurs autres domaines, dont la sociologie de la culture, notamment autour des questions d'omnivorisme (Peterson, 1992 ; Erickson, 1996 ; Relish, 1997) ou celle d'éclectisme culturel, qui ont émergé au début des années 1990. Ces travaux ont en effet souligné « combien la question de sociabilités avait partie liée avec la capacité à apprécier et/ou à mobiliser une vaste gamme de formes culturelles. L'étendue des répertoires culturels entretiendrait ainsi un rapport dialectique avec la diversification des réseaux relationnels et le type de capital social à disposition. Plus grande serait la variété des contacts d'un individu

(notamment en liens faibles) plus grande serait aussi (la nécessité de cette) diversité des goûts et des répertoires culturels » (Bergé & Granjon, 2005).

2.2. Déterminant de la structure financière au cameroun

Nous présentons tout à tour les déterminants liés au contexte, ceux qui ressortent de la relation banque-entreprise, ceux issus de l'entreprise et les déterminants relatifs au dirigeant.

2.2.1. Déterminants du contexte

L'accès au financement bancaire des PME camerounaises est influencé par des facteurs propres au contexte camerounais dont : la faiblesse du système judiciaire, les contraintes réglementaires de la COBAC, l'environnement fiscal et la surliquidité bancaire (Lefilleur, 2008).

Premièrement, le système judiciaire camerounais souffre le plus souvent du laxisme des autorités judiciaires dans le respect des lois et règlements, du manque d'efficacité dans le traitement des dossiers de litiges commerciaux, avec un nombre très élevé de procédures et de délais de règlements très longs (Fouda, 2009). Ces aspects rendent le pays particulièrement vulnérable à la corruption (Lefilleur, 2008). En fait, le classement de l'année 2011 de transparency international, ONG internationale intervenant dans la lutte contre la corruption, indique que le Cameroun est 134ème sur 182 avec une note de 2.5 sur 10 ; où 0 indique une corruption systématique et 10 une absence de corruption. Cette ONG révèle aussi que le système judiciaire est considéré comme l'un des secteurs les plus touchés par la corruption en Afrique. En d'autre terme, les procédures administratives et judiciaires sont corrompues et mettent en doute la fiabilité du système judiciaire camerounais (Lefilleur, 2008).

Deuxièmement, la COBAC en tant que contrôleur et régulateur des activités bancaires, impose aux banques des normes prudentielles. En effet, le respect d'un nombre de ratios plus particulièrement, les ratios de solvabilité et de liquidité limitent l'engagement des banques dans le financement des PME (Lefilleur, 2008). Autrement dit, à cause de ces ratios, les banques ne peuvent pas allouer aux PME toutes les ressources dont elles ont besoins (Joseph, 1998), ceci pouvant se justifier en matière de gestion des risques.

Troisièmement, les PME camerounaises évoluent dans un environnement fiscal peu propice aux affaires (Wamba et Tchamanbe-Djine, 2002 ; Missoka, 2010). En effet, selon le classement effectué par "Doing Business 2012" du groupe de la Banque Mondiale, le Cameroun est classé 171e sur 183 en matière de paiement des impôts et taxes, qui absorbent au Cameroun 49.9% des bénéfices bruts des entreprises. Dans un contexte caractérisé par une forte asymétrie

d'information, les PME ont tendance à contourner le plus souvent le paiement des impôts en falsifiant les données comptables contribuant ainsi à stimuler la méfiance des banquiers vis-à-vis des PME et à limiter leur engagement en matière de financement (Ndjanyou, 2001 ; Lefilleur, 2008 ; Takoudjou et al., 2013).

Quatrièmement, les banques de la CEMAC et celles du Cameroun en particulier sont surliquides. Dans la politique d'octroi du crédit, les banques collectent l'épargne en provenance des agents en excédent de financement, qu'elles octroient aux agents en déficit de financement ou alors elles se tournent vers la banque centrale (BEAC) pour se refinancer (Joseph, 1998). Par ailleurs, l'épargne collectée est essentiellement constituée des ressources à court terme, alors que les entreprises recherchent le plus souvent le financement à long terme (Joseph, 1998). Or en octroyant les crédits longs, les banques courent le risque de ne pas pouvoir faire face aux retraits imprévus des épargnants.

2.2.2. Les déterminants liés à la relation banque-entreprise

La relation banque-entreprise est caractérisée par l'existence d'une asymétrie d'information qui est l'une des raisons principales de l'exclusion de la PME du financement bancaire (Boot, 2000). Toutefois, certains facteurs liés à cette relation bancaire peuvent influencer l'accès des PME au financement. A cet effet, plusieurs travaux empiriques ont relevé l'importance qu'a la relation banque entreprise lors du processus d'octroi de crédit. A ce sujet, Hoshi et al. (1991) montrent que la relation banque-PME est mesurée par plusieurs facteurs dont les plus importants sont la durée de la relation et le nombre de banques. En effet, Wamba (2013) a montré qu'il existe une relation positive entre la durée de la relation banque-PME et l'accès au financement bancaire. Quant au nombre de banques, la littérature converge vers deux opinions contradictoires. En fait, pour Hernandez-Canovas et Martinez-Salano (2007), la multi bancarisation impacte positivement sur l'accès au crédit bancaire alors que pour des auteurs comme Von Thadden (1995), la multi bancarisation exerce un effet négatif sur l'accès au financement bancaire. En dehors de l'analyse des aspects de la relation banque-PME lors du processus d'octroi de crédit, les caractéristiques de l'entreprise sont aussi prises en compte.

2.2.3. Déterminants liés à l'entreprise

Les travaux de Quartey et al. (2017), allant dans le même sens que ceux de Nekhili et Derbel (2007), ont montré que les variables structurelles de l'entreprise telles que : l'âge, la taille et la structure de propriété sont des facteurs importants en ce qui concerne les caractéristiques de l'entreprise pris en compte lors de l'évaluation d'une demande de crédit. En

fait, pour eux, il existe une relation positive entre l'âge de l'entreprise et l'accès au crédit bancaire. Hooks (2003) souligne que les entreprises les plus jeunes éprouvent des difficultés dans la formulation de leur demande de prêt dès lors qu'elles ne possèdent pas suffisamment d'états financiers antérieurs. Pour Berger et Udell (1998), le recours à la dette est motivé par des objectifs de l'entrepreneur de protéger ses droits de propriété.

2.2.4. Déterminants liés au Dirigeant

Les études de St-pierre (1999) ont montré que l'entrepreneur occupe une place centrale au sein de l'entreprise, qui lui permet d'avoir accès aux informations qu'il ne veut pas toujours partager avec le banquier. En effet, St-pierre (1999) note que « l'entrepreneur hésite à dévoiler l'information qu'il croit stratégique de peur de réduire la compétitivité de son entreprise. Dans un tel contexte, un conflit lié à l'information s'installe entre le banquier et le dirigeant provoquant un climat de méfiance de la part du banquier, car il devient difficile pour lui de connaître si l'entreprise honorera ses engagements dans les délais fixés sur la base des informations jugées incomplètes. Nekhili et Derbel (2007) ont trouvé qu'il existe une relation positive entre l'expérience professionnelle du dirigeant et l'accès au crédit bancaire. De même, Robb et Wolken (2002) ont montré qu'il existe une relation significative entre l'âge du dirigeant et l'accès des PME au financement bancaire. De plus, Quartely et al. (2017) à travers leurs travaux ont relevé que l'expérience du dirigeant de PME impacte positivement sur l'accès de l'entreprise au financement bancaire.

Au regard de ce qui précède dans la littérature nous formulerons notre hypothèse de la manière suivante :

H1 : le capital culturel du dirigeant influence significativement l'accès au financement bancaire des PME.

CHAPITRE 2 : Le réseau social du dirigeant, un pilier dans l'accès au financement des PME.

Traiter du capital relationnel comme facteur d'octroi des crédits bancaires est un fait structurel et managérial qui implique d'adopter une démarche scientifique rigoureuse. Le choix des moyens pour aborder ce fléau dépend largement de l'angle d'approche du phénomène. Il est donc important de mener une approche managériale de détournement afin de comprendre les motivations des gestionnaires en charge des dépenses publiques. L'approche managériale s'intéresse aux méthodes et techniques de détournements utilisées. L'approche structurelle s'analyse sous l'angle des différentes failles structurelles offertes par les structures de l'État. Face aux différents handicaps liés à la nouveauté, la rareté des ressources et le manque de légitimité, les entrepreneurs doivent se procurer les moyens leur permettant de faire perdurer leurs projets nouvellement créés. Dans cette perspective, la théorie des réseaux sociaux a largement mis en avant que le capital relationnel de l'entrepreneur lui permet de véhiculer des ressources clés qui sont requises tout au long du processus entrepreneurial.

Section 1 : L'appartenance à un réseau social, mode alternatif d'accès au financement des PME

1.1. Les réseaux sociaux

Depuis plusieurs années, le terme "réseau social" est devenu banal. Dans le langage courant, il désigne aujourd'hui un type particulier des sites internet qui ont pour vocation d'entretenir des relations entre les individus qui y sont inscrits (Facebook, par exemple). Les sites des réseaux sociaux sont des outils qui permettent aux individus de se rencontrer et de communiquer alors qu'un réseau social en sociologie, désigne les relations que les individus entretiennent les uns avec les autres.

1.1.1. Définition

Les réseaux sociaux sont un ensemble de relations entre des individus ou des groupes d'individus, entretenant des liens plus ou moins forts.

Ces relations s'organisent en réseau, ce qui fait qu'il est insuffisant pour comprendre comment les individus interagissent, de ne considérer que les relations directes entre des individus, ou l'appartenance de l'individu à un groupe. Il est nécessaire de prendre en

considération l'ensemble des contacts direct et indirects (les contacts de ses contacts) de l'individu. L'analyse des réseaux privilégie l'étude de ces relations et cherche à décrire les formes ou la structure que prennent ces relations. Les réseaux sont donc une forme particulière de coordination entre un ensemble d'acteurs qui ne se connaissent pas forcément.

Stanley Milgram, dans les années 1960, a montré que la longueur de la chaîne de personnes requises pour lier une personne choisie arbitrairement avec une autre dans le même pays est relativement courte. C'est ce que l'on a appelé "petit monde".

1.1.2. Caractéristique d'un réseau social entrepreneurial

L'ampleur d'un réseau social entrepreneurial pourrait être estimée par le biais de la structure, nature, et/ou qualité des liens sociaux qu'il renferme.

- **La structure des liens sociaux** est appréhendée via le recours à différentes dimensions dont nous citons essentiellement la taille, la densité et la diversité structurale.

La taille désigne le nombre de liens directs entretenus entre l'entrepreneur et les membres de son réseau relationnel, dénommés alters (Burt, 1992, 1997 ; Greve et Salaff, 2003). La densité permet, encore mieux, d'entrevoir l'étendue à laquelle les contacts de cet entrepreneur sont inter liés et incarne la proportion de paires de personnes qui détiennent des relations entre elles. Quant à la diversité structurale, elle renvoie à un réseau constitué essentiellement par des contacts non redondants, qui permettent l'accès à des réseaux distincts, quitte à ce que l'entrepreneur se trouve à l'interface de trous structuraux (Burt, 1992, 1997).

- **La nature des liens sociaux** dont dispose l'entrepreneur au sein de son réseau fait référence à leur force. Ces liens peuvent être, selon la catégorisation opérée par Granovetter (1973, 1982), soit des liens forts, soit des liens faibles.

Il est communément admis que les liens forts sont caractérisés par un degré élevé de confiance interpersonnelle, d'affection et d'attachement. Ils sont généralement établis avec des personnes « intimes » sur lesquelles l'entrepreneur peut compter (conjoint, parents, amis intimes...) et auxquelles il consacre beaucoup de temps du fait qu'ils sont, émotionnellement, proches de lui. Subséquemment, ces liens, caractérisent les connaissances proches de l'individu que Krackhardt (1992) aborde compte tenu de deux critères : la fréquence qui implique que l'interaction est fréquente autant qu'elle donne lieu à un échange important d'informations et la durée qui énonce un « vécu relationnel » qui accroît la connaissance d'une partie par l'autre. A contrario, les liens faibles correspondent aux connaissances vagues, occasionnelles, fortuites

ou professionnelles qui ne génèrent pas un investissement affectif et à l'égard desquelles les entrepreneurs n'ont pas à s'investir au niveau émotionnel (Dubini et Aldrich, 1991). Ces liens reposent sur le développement de relations interindividuelles où les parties concernées n'éprouvent pas de proximité émotionnelle bien particulière, se rencontrent irrégulièrement, et consacrent peu de temps à échanger.

- **La qualité des liens sociaux** met en perspective la diversité des alters d'un réseau. Prenant appui sur la théorie des ressources sociales (Lin, 1981, 1995), nous pouvons inférer qu'un réseau entrepreneurial est d'autant plus porteur de valeur qu'il renferme des contacts diversifiés en termes de caractéristiques sociodémographiques et socioprofessionnelles.

Par ailleurs, convient-il de souligner combien même l'approche réticulaire de l'entrepreneur a mis en exergue l'intérêt pour le créateur de s'immiscer dans des réseaux différenciés et de tirer profit de son intermédiation entre des réseaux de contacts non redondants et décloisonnés afin d'accéder à des ressources variées et riches en termes de valeur tout au long du processus entrepreneurial. En d'autres termes, en passant d'une phase de création d'entreprise à une autre, l'entrepreneur, confronté à la rareté des ressources, est appelé à mobiliser plusieurs types de réseaux sociaux et à y investir afin de surmonter le cap de la nouveauté. De la sorte, il serait plus prédisposé à acquérir une certaine légitimité en s'alliant à des personnes (physiques ou morales) détenant des ressources complémentaires aux siennes.

Hite et Hesterly (2001, p.281) ont rejoint cette analyse en confortant les travaux de Burt (1992) pour mettre en perspective le rôle accru que jouent les trous structuraux dans la mise en contact de l'entrepreneur avec des réseaux distincts, durant le processus de création d'entreprise. Ils évoquent le fait que « la cohésion du réseau décroîtra », ou bien que « le nombre de trous structurels reliés s'accroîtra » ... « lorsque la firme passera de l'émergence aux premiers stades de croissance ». Anderson et al. (2007, 2010) vont dans cette même logique et mettent en avant que l'entrepreneur s'appuie dans un premier temps sur les liens forts entretenus avec les personnes qui lui sont proches. Ensuite, dès son engagement dans le montage de son projet, il se trouve amené à professionnaliser ses relations et à se détacher, voire prendre de la distance avec son spectre de connaissances intimes pour s'adresser à d'autres acteurs. En ce sens, l'entrepreneur vise à attirer de nouveaux contacts professionnels, à étendre son réseau relationnel et à multiplier ses liens faibles pour mieux réussir son projet.

Pour faire pérenniser son entreprise nouvelle sur le long terme, le porteur d'un projet a également intérêt à personnifier certaines relations professionnelles et à renforcer les liens faibles entretenus avec des contacts clés porteurs de valeur, afin qu'ils soient axés sur la

confiance mutuelle et l'échange interactif. Il aurait soin de s'entretenir plus fréquemment avec ces contacts pour que les liens se densifient et se fortifient avec eux (Granovetter, 1985 ; Johannisson, 1996 ; Delmar et Shane, 2004 ; Anderson et al., 2010).

1.1.3. La sociabilité

La sociabilité désigne l'ensemble des relations qu'une personne ou qu'un groupe entretient avec les autres.

On peut faire la distinction entre sociabilité formelle et informelle. La sociabilité formelle désigne l'ensemble des relations imposées et réglées, dans un cadre préalablement organisé (par exemple, lorsque les individus se fréquentent au cours de réunions dans une entreprise). La sociabilité informelle désigne des relations plus souples et libres, hors d'un cadre formel (par exemple, lors d'un pique-nique entre amis).

Une autre distinction importante est celle qui oppose liens forts et liens faibles. Un lien fort entre deux individus est constitué de relations intenses, c'est-à-dire régulières et intimes. Deux membres d'un couple, ou un parent et son enfant, ont entre eux des liens forts. A l'opposé, les liens faibles sont des liens moins intenses, voire qui ne consistent qu'en la connaissance de l'existence de l'autre (par exemple l'ami d'un ami dont on a seulement entendu parler).

Pour réaliser un projet, par exemple une recherche de stage ou d'emploi, les individus vont mobiliser un réseau, c'est-à-dire un ensemble d'acteurs grâce auxquels ils pourront réaliser leurs aspirations. On mobilise un réseau en faisant connaître ses besoins, donc en diffusant une demande via les canaux de transmission d'un réseau social (par exemple, en envoyant un courriel à tous ses contacts).

1.1.4. Le capital relationnel

Lorsque les individus mobilisent un réseau, ils ont accès à du capital relationnel. Pierre Bourdieu a forgé la notion de capital relationnel, qu'il met en relation avec d'autres formes de capital : économique, culturel et symbolique.

Le capital relationnel désigne l'ensemble des ressources auxquelles le réseau d'un individu lui permet d'avoir accès. Le capital relationnel désigne ainsi à la fois l'ensemble des personnes qui sont mobilisables (le "carnet d'adresses" de l'individu) mais aussi les ressources économiques et culturelles mobilisées à travers elles.

Des réseaux sociaux peuvent être conçus précisément pour augmenter le capital relationnel de leurs membres. C'est le cas des réseaux d'anciens élèves des grandes écoles, qui ont pour

Capital relationnel et accès au financement bancaire des PME en contexte Camerounais

fonction d'aider les plus jeunes à trouver des offres d'emploi ou des stages grâce à l'appui des anciens.

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

Tableau 1: les dimensions du capital relationnel et leurs caractéristique³

| Dimensions structurelles : | Dimensions relationnelle : |
|----------------------------|----------------------------|
| Les réseaux | les normes |
| Type : | Normes de confiance : |
| Informel Formel | Confiance sociale |
| Taille/capacité | Personnelle Familiale |
| Limitée Extensive | Générale |
| Structure : | Confiance : |
| Ouverte Fermée | Civique/Institutionnelle |
| Dense Etendue | |
| Homogène Hétérogène | Normes de réciprocité : |
| | En nature 1.2. |
| Hiérarchie : | Directe |
| Verticale Horizontale | Immédiate |

L'approche de l'encastrement de Granovetter

La démarche de Granovetter consiste à montrer que les phénomènes économiques sont encastres dans les réseaux des relations sociales. Ce contexte social (réseaux), à l'intérieur duquel les acteurs sont inscrits, à la fois le caractère habilitant et contraignant de l'action économique, puisque ce sont les ressources et la structure de ces réseaux qui facilitent et limitent

³ Source : Stone W, 2001, p.7.

les actions qu'ils entreprennent. Dans cette perspective, ce contexte recouvre, d'une part, les opportunités et les contraintes associées aux relations sociales bilatérales des agents et, d'autres part, les opportunités et les contraintes que fait peser sur eux l'architecture des réseaux à l'intérieur desquels ils réalisent leurs transactions : « *tandis que la coopération et la conformité dépendent fortement des relations interpersonnelles et de leur histoire, elles dépendent aussi de la configuration d'ensemble des réseaux sociaux au sein desquelles les individus sont situés* » (Granovetter, 2002). Ce sont ici les deux faces de la notion d'encastrement qui se dégagent, à savoir sa dimension relationnelle et sa dimension structurale.

1.2.1. L'encastrement relationnel

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

1.2.2. L'encastrement structural

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

par des entreprises dans leur développement, certains choix techniques renvoyant à des relations de confiance entre responsables d'entreprises et experts.

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

Section 2 : Le réseau social du dirigeant au cœur de l'accès au financement bancaire sous le prisme de la théorie l'encastrement.

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

2.1. Les réseaux sociaux

Un réseau est défini généralement comme étant un ensemble d'acteurs rattachés par des relations qui peuvent être fort diverses, selon le problème traité. Le réseau rend compte ainsi des systèmes de liens directs et indirects formés par l'ensemble des contacts entre acteurs en contact ; il peut s'agir des transactions sur un marché, des échanges de services entre individus d'un même quartier ou bien de la présence des conseils d'administration d'un ensemble d'entreprises (Steiner, 2005). Il s'agit « *des groupes d'individus entre lesquels la fréquence des interactions économiques et la densité des relations sociales permettent de lever l'incertitude*

liée au hasard moral en permettant de discerner précisément entre les membres malhonnêtes et les membres honnêtes » (Ferrary et Pesqueux, 2004).

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

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

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

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

2.1.1. L'analyse structurale de la sociabilité

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

On distingue d'abord la sociabilité *formelle* de la sociabilité *informelle*, ce qui permet de différencier les réseaux dont l'organisation est constituée (par exemple un réseau d'amis). Cette distinction n'empêche pas les relations formelles et informelles d'évoluer dans les deux sens ; un réseau d'amis peut, par exemple, se transformer en une association qui sera gérée par des rapports formels. On distingue encore entre sociabilité à caractère *collectif* ou *individuel*.

Capital relationnel et accès au financement bancaire des PME en contexte Camerounais

L'objectif est de savoir si la relation est dépendante d'un groupe ou d'un contexte spécifique, c'est-à-dire si elle ne peut exister que moyennant la présence d'autres relations ou si, au contraire, l'aspect strictement impersonnel l'emporte. Par exemple, les relations que des amis nouent quand ils se trouvent le soir autour d'un bar pour discuter, peuvent-elles survivre à la disparition de ce bar ?

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

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

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

➤ **Les liens faibles et les liens forts**

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

Capital relationnel et accès au financement bancaire des PME en contexte Camerounais

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

- La durée de la relation qui comporte deux significations avec l'ancienneté de la relation et le temps passé ensemble ;
- L'intensité émotionnelle ;
- L'intimité ;
- Les services réciproques que se rendent les partenaires ;
- La multiplicité de la liaison, c'est-à-dire la pluralité des contenus de l'échange⁴.

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

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

2.1.2. Le réseau personnel et l'entrepreneuriat

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

⁴ Granovetter considère que la plupart des liens multiplexes seront effectivement des liens forts, sans que la multiplicité soit une condition nécessaire de la force d'un lien.

Capital relationnel et accès au financement bancaire des PME en contexte Camerounais

De plus, le terme « personnel » a été attribué au concept de réseau pour qualifier soit la nature « privée » des relations, soit en référence au concept du réseau personnel développé par la sociologie des réseaux sociaux.

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

En ce qui concerne, la distinction entre les réseaux inter-organisationnels de ceux portant sur les réseaux personnels des entrepreneurs et malgré qu'il s'agit là de deux niveaux d'analyse bien distincts qui trouvent leurs racines dans des disciplines différentes (économie vs sociologie) et qui ont été utilisés dans des domaines de recherches variés (districts industriels et alliances vs création d'entreprise), O'Donnell et al. (2001) montrent qu'ils se chevauchent souvent dans les recherches en entrepreneuriat. En effet, « le terme réseau personnel a été utilisé dans la littérature pour englober des acteurs qui n'étaient pas traités en tant qu'individus » (O'Donnell et al., 2001). Par exemple, les clients ou les concurrents peuvent être inclus dans la définition du réseau personnel alors qu'il s'agit souvent d'entreprises. De même, dans les travaux sur les réseaux inter-organisationnels, l'individu et les relations interpersonnelles sont au centre de nombreuses recherches. Les auteurs concluent donc que « bien que le terme « personnel » puisse être accordé au terme « réseau », dans de nombreux travaux en entrepreneuriat, le réseau (personnel) entrepreneurial est compris comme incluant à la fois des liens formels et informels et des liens entre individus et organisations » (O'Donnell et al., 2001). Ainsi, du fait de la petite taille des entreprises créées et, donc, de la personnalisation de leur gestion « le problème de distinguer les échanges au travers des réseaux personnels et inter-organisationnels est en grande partie abandonné » (Johannisson et al., 1994).

Dans notre cadre de recherche, il paraît plus avisé de raisonner en termes de réseau personnel. En effet, le dirigeant de PME rentre en contact avec de multiples individus appartenant à différentes sphères économiques et sociales (institutions, amis, famille, experts-comptables...). Délimiter son réseau pour répondre à notre question de recherche paraît difficile. Le réseau personnel étant l'ensemble des relations personnelles de l'individu, il n'est

Capital relationnel et accès au financement bancaire des PME en contexte Camerounais

en rien exclusif. Il peut comprendre la famille, les amis, les autres chefs d'entreprise, les fournisseurs, les clients, les relations avec les institutions publiques ou privées, les relations très anciennes comme les très récentes, celles fréquentes et non fréquentes.

2.1.2.1. Les réseaux sociaux de l'entrepreneur, vecteur d'accès aux ressources externes essentielles

Partant de la définition de Nelson (1988, p.40) qui aborde le réseau social comme un ensemble de liens reliant certains acteurs, passant par celle de Hoang et Antonic (2003, p.167) qui assimilent le réseau social à « l'ensemble des acteurs et des relations qui les relient », nous aboutissons aux propos de Jack et al. (2010) qui assimilent le réseau social à une agglomération de relations interindividuelles dyadiques, triadiques ou multiplexes qui évoluent au fil du temps. Nous en concluons qu'il n'existe pas une définition universelle singulière du réseau social. Cependant, une conceptualisation consensuelle minimale met en avant que le réseau social comprend les acteurs/unités/nœuds qui sont connectés dans une certaine structure afin de réaliser certains gains anticipés. En ce sens, les travaux récemment menés par Anderson et al. (2007, 2010) et Jack et al. (2008, 2010) envisagent les réseaux sociaux dans une perspective dynamique congruente avec l'évolution du processus entrepreneurial. Cette approche soutient que selon l'état d'avancement de son projet, l'entrepreneur mobilise plusieurs types de réseaux sociaux et enrôle les différentes parties prenantes afin d'en acquérir les ressources externes humaines, matérielles, financières ou autres nécessaires à l'accomplissement des différentes activités réalisées. En ce sens, confronté à un besoin accru d'informations, de financement et d'accompagnement, l'entrepreneur est appelé à intégrer, rallier, voire influencer des réseaux sociaux diversifiés mais complémentaires, afin de faire avancer son projet nouvellement créé

Nous passerons en revue dans cette section les différentes appréhensions du réseau social d'un gestionnaire selon les théories managériales.

2.1.2.2. Rôle des différents réseaux de l'entrepreneur dans son accès au financement bancaire

Pour franchir les différentes phases préalables au montage et développement de son projet, l'entrepreneur est appelé à solliciter différents types de réseaux sociaux afin d'en retirer les ressources essentielles dont il aura besoin tout au long de son processus entrepreneurial. Les réseaux sociaux dont il est question dans cette étude renferment aussi bien le réseau personnel, que les réseaux de support, de financement et des affaires.

Capital relationnel et accès au financement bancaire des PME en contexte Camerounais

- **Le réseau personnel (RP)** comprend l'ensemble des personnes envers lesquelles l'entrepreneur détient une intensité émotionnelle forte et un degré de confiance élevé. Ces personnes peuvent être les membres proches de sa famille, ses condisciples et amis intimes ou les membres clés de son entreprise. Ce sont les acteurs avec lesquels l'entrepreneur échange fréquemment et qui servent à le conforter ou le dissuader dans ses décisions les plus éminentes. Ils lui servent également d'appui afin de s'introduire dans d'autres réseaux de connaissances (Julien et Lachance, 2006 ; Chabaud et Njigol, 2004, 2010).

Les membres du réseau personnel, étant majoritairement des liens forts, jouent un rôle clef dans la phase du prédémarrage et de démarrage d'une entreprise nouvelle. Ils apportent souvent leur soutien émotionnel et moral nécessaires dans la première phase de création, qui est particulièrement difficile à franchir (Calabrese et al., 2000 ; Witt, 2004 ; Julien, 2007).

En outre, l'entrepreneur s'adresse le plus souvent à son réseau familial et proche afin de combler ses besoins en fonds de proximité servant au montage financier de son projet.

- **Le réseau de support (RS)**, dénommé aussi réseau de soutien et de formation, rassemble plutôt les acteurs ou organisations qui peuvent aider l'entrepreneur à acquérir les connaissances et compétences requises au montage/développement de son entreprise récemment créée. Les structures d'appui à la création d'entreprises (notamment publiques) dont il est question à ce stade renferment les centres d'affaires, les chambres de commerce, l'APII19, l'ANETI20... De telles structures comportent aussi les différents organismes d'orientation, de conseil, d'information et d'accompagnement pour les nouveaux porteurs de projets qui veulent déclencher leurs processus de création ou ceux qui envisagent d'étendre leurs activités déjà entreprises. En effet, ces entrepreneurs requièrent certaines habiletés et informations indispensables à la création/développement (juridique, financier et économique) de leurs projets.

Nous pourrions également souligner le rôle auxiliaire des consultants et experts privés en création d'entreprise qui semblent offrir des services complémentaires à ceux proposés par les acteurs insérés dans les organismes d'appui publics.

- **Le réseau d'affaires et de professionnels (RA)** qui, semble-t-il, joue un rôle informationnel capital vis-à-vis des entrepreneurs, renferme en amont les fournisseurs d'équipements, de matières premières, et services et en aval les clients, transporteurs, distributeurs, semi-grossistes et représentants commerciaux. Constitué, entre autres, de

Capital relationnel et accès au financement bancaire des PME en contexte Camerounais

l'ensemble des différents clients, fournisseurs, hommes d'affaires, conseillers et experts comptables, le RA réunit tous les acteurs qui ont un fort potentiel d'informations et de conseils pour l'entrepreneur. Or, à un stade de déploiement d'un projet axé sur l'immatériel, pour lequel la levée de fonds est importante, l'entrepreneur a autant besoin d'informations de la part de son RA que de ressources financières en provenance de **son réseau de financement (RF)**. Pour ce faire, il a intérêt à se mobiliser et faire appel à des institutions et acteurs financiers, capitalistes de risque ou autres afin d'assurer le montage financier de son projet. Ce stade correspond essentiellement à la phase d'amorçage qui demeure problématique pour l'entrepreneur, d'autant qu'elle est caractérisée par un « equity gap » entre les fonds de proximité octroyés par le réseau entrepreneurial personnel (famille, amis proches) et ceux apportés par les capitalistes de risque (éventuellement les SICARs²¹ et/ou les banques). A ce niveau, ce sont les fonds d'amorçage et les business angels qui servent à consolider le démarrage des projets qu'ils estiment prometteurs au regard du profil de l'entrepreneur correspondant, de l'estimation de la rentabilité de son projet ainsi que de son Business Model Generation²². Dans le contexte tunisien, il serait judicieux de noter que l'intervention des business angels dans le domaine des TIC semble être une alternative émergente mais qui connaît un nouvel essor. Reste à l'entrepreneur de faire ses preuves afin de démystifier et démontrer l'importance de son idée.

Le RF parvient également à la phase de post-amorçage du projet à laquelle l'entrepreneur souhaite promouvoir le développement de son entreprise nouvelle afin de faire aboutir son projet et le pérenniser (Deffains-Crapsky, 2011). Cependant, les capitalistes de risque ainsi que les banquiers ne s'intéressent qu'aux projets percutants potentiellement créateurs de valeur et qui sont pilotés par des promoteurs enthousiastes et résilients (Temri et Haddad, 2009 ; Haddad, 2011).

Finalement, **le réseau universitaire ou technologique (RUT)** renvoie aux organismes de soutien à la recherche, à l'innovation, à la formation et à la création d'entreprises, à l'instar des laboratoires de recherche, écoles et universités, des partenaires scientifiques et techniques qui œuvrent pour la valorisation de la recherche préliminaire et le développement des nouveaux projets TIC.

Néanmoins, le rôle attribué au RUT, de moins en moins sollicité dans le contexte TIC tunisien, semble être en régression relativement à celui des autres types de réseaux. Ceci s'explique par le phénomène culturel national qui incite à faire détacher les nouveaux diplômés

de leur milieu universitaire de façon à ce que l'appui universitaire au processus de création d'entreprises soit rétréci. En conséquence de quoi, il s'avère que le maillage entreprises nouvelles-institutions et laboratoires de recherche est assez réduit dans le cadre tunisien, ce qui dénote le manque de collaboration entre les deux sphères professionnelle et universitaire (Haddad, 2011).

A partir de ce qui vient d'être évoqué, il semble qu'en fonction de son évolution dans le processus, l'entrepreneur ne mobilise pas le même réseau de connaissances. Aussi, convient-il de mettre en relief qu'en fonction des ressources recherchées, le(s) type(s) de réseau(x) mobilisé(s) varie(nt) adéquatement à l'étape du processus entrepreneurial. En effet, au fur et à mesure de son avancement dans le projet, l'entrepreneur se détache progressivement de son réseau personnel, constitué par les membres de sa famille, ses proches et ses amis intimes pour se réserver et s'immiscer dans des réseaux plutôt professionnalisés, formés par des relations de travail détenues avec les fournisseurs, clients, investisseurs, actionnaires, etc (Anderson et al., 2010 ; Jack et al., 2010). Dans cette optique, la logique à l'œuvre est toujours la même : attirer de nouveaux acteurs et parties prenantes au projet permet à l'entrepreneur d'accéder à d'autres ressources/compétences complémentaires, manquantes, voire nouvelles relativement à celles dont il dispose. En cela, l'image d'un porteur de projet connecté voire immergé dans des réseaux sociaux variés et évolutifs gagnera en termes de sociabilité et de confiance.

Dès lors, se pose la question du rôle des compétences sociales de l'entrepreneur dans le développement de ses réseaux de relations sociales, ce qui est de nature à faciliter son accès aux ressources externes.

2.1.3. Le rôle des compétences sociales de l'entrepreneur dans son accès au financement bancaire via le développement de ses réseaux sociaux

Il est d'usage d'utiliser la notion de compétence sociale dans les sciences sociales et de la définir en tant qu'une forme distincte d'intelligence qui reflète une perspicacité interpersonnelle conférant à l'individu la capacité de comprendre les différentes situations sociales, d'ajuster et d'adapter son comportement aux différentes demandes situationnelles (Witt et Ferris, 2003 ; Ferris et al., 2005).

Dans le contexte entrepreneurial, le concept de compétence sociale a largement été mobilisé dans les travaux de Baron et Markman (1998, 2000, 2003) ; Baron (2004) ; Baron et Tang (2009) afin de miser sur son rôle central dans la réussite d'un projet nouvellement créé.

Capital relationnel et accès au financement bancaire des PME en contexte Camerounais

Au niveau de ces recherches, les compétences sociales dont il a été question renferment : (a) **la perception sociale (PCS)** qui renvoie à la capacité de comprendre les motivations, attitudes et comportements des autres ; (b) **l'adaptabilité sociale (AS)** qui incarne l'aptitude à s'ajuster face à des situations et contextes sociaux différents; (c) **la persuasion et l'influence sociale (PSS)** qui impliquent le fait de persuader et convaincre l'autre dans un contexte social bien défini, et (d) **l'intelligence émotionnelle (IE)** qui consiste à développer des aptitudes de contrôle de soi, d'auto-motivation et de management des relations avec les autres afin de générer de la ferveur autour d'un nouveau projet de création.

Par ailleurs, Baron et ses collaborateurs (1998, 2000, 2003, 2004, 2009) se sont attelés à démontrer en quoi ces compétences sociales s'avèrent être des moyens pertinents qui aident l'entrepreneur à réaliser des profits tout en optimisant les coûts logistiques et de coordination. En outre, ils ont souligné que de telles compétences prédisposent le porteur d'un projet de certaines habiletés qui lui permettent de mobiliser, voire intéresser et fédérer les acteurs qui gravitent autour de lui (à savoir les partenaires financiers potentiels, les fournisseurs clés, les clients partenaires...). Ce même porteur de projet serait plus enclin à impulser les synergies requises entre les différents collaborateurs concernés par le développement de son entreprise afin d'assurer la durabilité de son entreprise nouvelle.

2.2. Les effets des compétences sociales de l'entrepreneur sur son accès au financement bancaire

A partir des travaux emblématiques du courant de recherches consacrées aux compétences sociales, il apparaît que les différents types de compétences abordées détiennent des retombées positives sur la réussite entrepreneuriale.

La PCS des entrepreneurs et leur manière de se présenter et d'entretenir avec les partenaires actuels et potentiels durant les réunions et les différentes manifestations leur confèrent une meilleure chance d'obtenir le financement requis au montage de leurs projets (Baron et Markman, 2000, 2003). Faire preuve d'un processus d'écoute active et de compréhension des motivations et attentes des autres au travers une analyse de leurs réactions s'avère indispensable pour un entrepreneur qui souhaite réussir une négociation commerciale ou vendre son projet vis-à-vis des parties prenantes. Dans cette optique, Carter et al. (1996) ont avancé que la PCS promeut chez les entrepreneurs une meilleure négociation avec les employés, les actionnaires, les partenaires, les fournisseurs, les clients, etc.

Capital relationnel et accès au financement bancaire des PME en contexte Camerounais

Par ailleurs, dans le domaine des TIC, le créateur d'une entreprise devrait faire preuve d'AS qui renvoie à la capacité d'ajuster ses objectifs, moyens et actions à différents contextes sociaux et à des demandes situationnelles en perpétuelle évolution. Signe de flexibilité comportementale et mentale, l'AS procure à l'entrepreneur l'aptitude à improviser et trouver des solutions en temps réel à des problèmes non récurrents pour arbitrer ses décisions avec tact (Baron et Tang, 2009). Elle lui permet, subséquemment, d'interagir avec des personnes qui ont des profils distincts, qui ont des motivations, attentes et attitudes différentes des siennes, mais avec lesquelles il devrait nouer des relations d'affaires afin de mener à bien le développement de son projet.

Or, le développement d'un projet entrepreneurial passe, sans conteste, par la détention des ressources financières requises. Dans cette perspective, Gartner et al. (1992), ainsi que Markman et Baron (1998, 2003), mettent en relief que l'entrepreneur qui dispose de fortes aptitudes de PSS est plus habile à convaincre les différentes parties prenantes, notamment les capital risqueurs et banquiers du bienfondé de son entreprise nouvelle ; ce qui l'aidera à acquérir les moyens financiers requis pour l'amorçage ou le post-amorçage de son entreprise.

En cela, il importe de mettre en avant que nul ne pourrait donner vie à un projet entrepreneurial indépendamment de son état émotionnel. La mise en perspective des aptitudes émotionnelles de l'entrepreneur (motivation, désir d'entreprendre...) en contexte de création d'entreprise remonte, d'ailleurs, aux travaux fondateurs de Shapero et Sokol (1982) sur l'intention d'entreprendre. A cet effet, l'attention est, désormais, de plus en plus prêtée à la capacité de l'entrepreneur de reconnaître et gérer ses émotions et celles de ses collaborateurs. Dans cette même logique, plusieurs chercheurs, dont figurent Friedman et al. (1980), Eisenberg (1995), Goleman et al. (2002) et Bar-on (2005), prônent l'IE qui représente l'aptitude de l'individu à gérer et prendre conscience de ses propres émotions (conscience et gestion de soi), ainsi qu'à reconnaître et gérer celles des autres (conscience et gestion sociale). Ils soulignent que les leaders qui sont capables d'exprimer leurs émotions clairement et convenablement peuvent avoir un avantage concurrentiel que les autres n'ont pas. Dans un contexte de création d'entreprise, cet avantage concurrentiel se traduit par l'habileté des entrepreneurs à induire positivement les émotions des autres afin d'obtenir aussi bien les informations que le financement requis.

**2.2.1. L'impact des compétences sociales de l'entrepreneur sur le
développement de son réseau de relations sociales**

En dépit de la rareté des recherches qui ont souscrit à la thèse avancée par Baron et Markman (1998, 2000, 2003) selon laquelle la formation et le développement du capital social entrepreneurial incombent aux compétences sociales, nous avons pu recenser très peu de travaux empiriques qui ont testé, jusqu'à ce jour, les relations de causalité existant entre les compétences sociales de l'entrepreneur et son capital social. De tels travaux ont été proposés par Chi et al. (2008), ainsi que Zhao et al. (2010).

Par ailleurs, quelques autres écrits se sont contentés de conceptualiser l'articulation entre les deux concepts : compétences sociales et capital social entrepreneurial. Parmi ces études conceptuelles, nous pourrions citer celles menées par : O' Donnell et al. (2001), Diener et Seligman (2002) et Neergaard et Madsen (2004).

En effet, en ligne avec les révélations de Baron et Markman (2000, p.1) selon lesquelles « Specific social skills, such as the ability to read others accurately, make favorable first impressions, adapt to a wide range of social situations, and be persuasive, can influence the quality of these interactions ... social capital is often the result of such skills », Neergaard et Madsen (2004, p.123) soulignent que « One future research theme could be to analyse how the density and range of social networks are influenced by the willingness to network as well as social skills ».

Baron et Tang (2009, p.287), en confortant les propos de Ferris et al. (2005), stipulent, que « persons high in social or political skills generally establish social networks that are broader in extend and higher in quality than persons who are low in such skills ».

En ce qui vient d'être évoqué, il paraît que les compétences sociales de l'entrepreneur favorisent le développement de ses différents réseaux sociaux, non seulement en termes de qualité, mais aussi en termes d'étendue et de bénéfices tirés.

En concordance avec les objectifs de cette étude, nous proposons, tel que le démontre la figure ci-dessous, de focaliser notre attention à ce qui permet de fonder un réseau entrepreneurial pour en dériver les conséquences relatives à l'accès aux ressources externes essentielles.

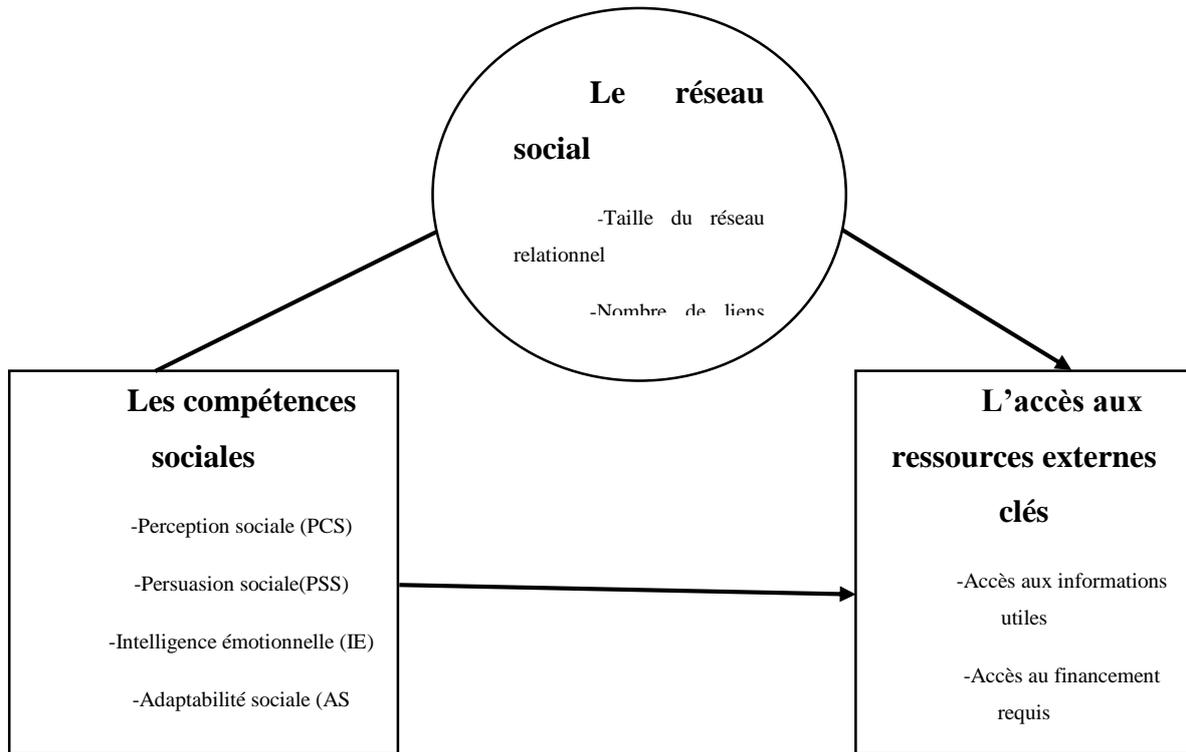


Figure 1 : *Vers une modélisation du cadre théorique de la recherche*⁵

H2 : l'appartenance du dirigeant aux réseaux sociaux influence positivement l'accès au financement bancaire des PME.

⁵ Note : Le réseau social dont il est question pourrait être un réseau personnel, de support, de financement, et/ou d'affaires

**Deuxième Partie : La spécificité du
déploiement du capital relationnel sur l'accès au
financement bancaire des pme camerounaises**

Tout travail scientifique se base, en effet, sur une conception et une vision des choses qui est considérée comme une condition de la cohérence globale du projet de recherche (Roger et 2003 in Demaria, 2008). D'où l'importance de se situer par rapport à plusieurs questions fondamentales liées, par exemple, au statut de la connaissance (qu'est-ce que la connaissance, la manière dont elle est engendrée ; etc.). Avant de formuler les questionnements de recherche sur lesquels nous allons baser notre travail de recherche, il nous semble indispensable de clarifier notre posture épistémologique ainsi que la méthodologie de recherche dans laquelle nous nous inscrivons et par la suite nous présenterons dans cette deuxième partie toujours les résultats obtenus après la collecte informations susceptibles de vérifier nos hypothèses et ceci grâce au questionnaire établi (annexe 1) et fin nous donnerons un conclusion générale.

CHAPITRE 3 : Les choix méthodologiques de la recherche

Pour mener à bien notre travail et évidemment répondre aux interrogations qui sous-tendent notre analyse, nous avons dans un premier temps mobilisé le maximum d'informations à travers une enquête sur l'accès des PME des villes de Yaoundé, Douala et Ebolowa au financement bancaire. Puis dans un second temps, nous les avons traitées grâce aux techniques de calculs statistiques adéquates au besoin. Ainsi, dans ce chapitre, nous présentons tour à tour les données et variables de notre étude (section 1) puis la méthodologie de l'analyse (section 2).

Section 1 : Justification des choix méthodiques

La méthode de recherche scientifique comporte deux chemins possibles : la démarche hypothético-déductive et celle dite empirico-déductive. La première consiste à la vérification de la théorie. Il s'agit d'infirmer ou de confirmer la théorie. La deuxième quant à elle consiste en la construction de la théorie. Il est question ici de demander comment construire la théorie à partir des faits observés.

De ces deux démarches, celle que nous adoptons dans notre étude est la démarche hypothético-déductive. Il est question ici dans un premier temps de passer à la conceptualisation de notre recherche à travers une revue critique de la littérature existante, conceptualisation qui aboutira à la construction des hypothèses et l'opérationnalisation qui suivra permettra de déterminer la nature des données à collecter. En effet, une hypothèse ne peut être considérée comme scientifique que dans la mesure où elle est susceptible d'être vérifiée par des informations concrètes. Mais, tout ceci est possible par la résolution de deux problèmes :

- La collecte des données nécessaires à la vérification des hypothèses ;
- Le traitement des données.

Dans le cadre de cette étude nous avons opté pour une démarche hypothético-déductible qui consiste à vérifier la théorie, soit pour l'affirmer, soit pour l'infirmer sous la base des hypothèses énoncées.

1.1. Le choix de la méthodologie

La méthodologie peut se définir comme étant l'étude du bon usage des méthodes (ensembles des règles qui, dans une science donnée, sont relativement indépendantes des contenus des faits particuliers étudiés en tant que tels) et des techniques (moyen précis pour atteindre un résultat partiel à un niveau et un montant précis de la recherche). Le choix de la méthodologie de recherche dépend des dimensions du problème, et éventuellement des contraintes liées à la recherche. C'est ainsi que compte tenu de toutes les considérations formules ci-dessus notre méthodologie a une démarche hypothético-déductive ; l'approche hypothético-déductive est basée principalement sur le développement d'objectifs, d'hypothèses ou propositions qui sont de nature générale. Cette approche consiste à soumettre les hypothèses énoncées au test de la réalité afin de les affirmer ou de les infirmer. Comme nous cherchons à établir l'existence d'une relation significative entre le capital relationnel et le financement bancaire des PME Camerounaises, la démarche hypothético-déductive est adaptée à notre étude.

Le choix de la méthodologie déductive est justifié par le fait que notre recherche s'inscrit dans le paradigme positiviste qui est une théorie suivant laquelle il existe une réalité objective du monde observé. Les données utilisées dans cette recherche sont primaires et recueillies auprès de 75 PME camerounaises des villes de Yaoundé, Douala et Ebolowa. La taille de cet échantillon se justifie par la présence du COVID-19 et par la réticence des PME à répondre au questionnaire.

Pour la définition des variables, notons que dans le cadre de notre rédaction, les variables indépendantes sont celles qui seront manipulées, jonglées et voire même éclatées en indicateurs. Ces indicateurs nous permettent d'élaborer l'objectif de notre recherche qui sera par la suite décliné en hypothèses de recherche. Nos variables indépendantes sont celles qui agissent sur la variable dépendante, elles ne peuvent donc pas être détachées de la variable dépendante dans le cadre de notre étude.

1.2. Collecte des données

La collecte des données implique la définition d'un échantillon au sein de la population préalablement définie. Il sera question ici de présenter la constitution de l'échantillon et la procédure de recueil des données.

1.2.1. La constitution de l'échantillon

Il est impossible de contacter tous les individus des unités statistiques pour leur soumettre le questionnaire matériellement et physiquement. L'importance de cette détermination est d'autant plus considérable qu'elle conditionne la possibilité de généralisation des résultats. L'administration de l'instrument de recueil des données s'est faite.

➤ La population

Les informations nécessaires à l'analyse sont obtenues auprès des entités qui constituent le groupe (population ou univers). Par définition la population est l'ensemble de tous les éléments définis dans l'espace et dans le temps concerné par le même problème, objet de l'étude. Pour ce qui est de notre étude, la population est constituée par certaines PME des villes de Yaoundé, Douala et Ebolowa. Plusieurs raisons justifient le choix de cette catégorie d'entreprises parmi lesquelles :

- Les PME ont montré une plus grande flexibilité et une meilleure résistance à la crise que les grandes entreprises :

- Elles présentent un faible coût en matière de création d'emploi ;

- Les PME facilitent le transfert de technologie.

Les PME contribuent efficacement à la lutte contre la pauvreté. Par ailleurs, d'après les rapports des DSF (2007).

➤ L'échantillon de la recherche

L'échantillon de cette recherche est construit à partir de la méthode par choix raisonné (méthode non probabiliste). Le choix de cette méthode se justifie par l'absence de base de sondage sur le financement bancaire des PME au Cameroun et le fait qu'elle prend en compte la subjectivité du chercheur. Notre échantillon est construit à partir des PME des villes de Yaoundé, Douala et Ebolowa. Toutefois, certaines entreprises sont exclues de notre échantillon à savoir : les institutions financières : banques, EMF, compagnies d'assurance et les entreprises qui n'entretiennent pas de relations de financement avec les banques classiques.

➤ **La méthode d'échantillonnage**

Les méthodes d'échantillonnages sont nombreuses et multiples, c'est ainsi qu'on distingue :

- Les méthodes dites probabilistes : dans ces méthodes, tout élément de la population présente une probabilité connue à priori et différente de zéro d'appartenir à l'échantillon. Parmi ces méthodes on peut citer le sondage aléatoire simple, le sondage systématique, le sondage stratifié, le sondage par grappe et le sondage à plusieurs degrés.
- La méthode des quotas : c'est une méthode d'échantillonnage non aléatoire permettant d'obtenir un échantillon ayant une certaine représentativité de la population étudiée. Comme dans la méthode de l'échantillonnage stratifiée, la population est segmentée en fonction des critères définis à priori de telle sorte que chaque élément appartient à un segment et un seul.
- Les méthodes par choix raisonné (méthodes dites non probabilistes) : elles reposent fondamentalement sur le jugement, et ce distinguent en cela des méthodes probabilistes dont l'objectif consiste précisément à éliminer cette subjectivité. Les échantillons constitués par choix raisonné permettent de choisir de manière très précise les éléments de l'échantillon et ainsi, de garantir plus facilement le respect des critères exigés par certaine désignation de recherche.

L'application de l'une ou l'autre de ces méthodes suppose préalablement l'existence d'un cadre d'échantillonnage précis. Du point de vue pratique, la procédure que nous avons adoptée est cette dernière méthode d'échantillonnage afin d'apprécier leur accès au crédit bancaire.

1.2.2. Procédure de recueil des données

L'obtention des informations relatives au capital relationnel et financement bancaire des PME Camerounaises nous a conduit à utiliser l'enquête par la questionnaire (Annexe 1).

➤ **Présentation**

Le questionnaire est un moyen de communication essentiel pour l'enquêteur et l'enquêté. Afin de construire un questionnaire, Ghiglione et Matalon (1987 :127) déclarent :

[...] il faut évidemment savoir de façon précise ce que l'on recherche, s'assurer que les questions ont un sens, que tous les aspects de la question ont été abordés.

Capital relationnel et accès au financement bancaire des PME en contexte Camerounais

Le questionnaire est élaboré dans le but de confronter les données empiriques, la pertinence des questions que le chercheur/l'enquêteur se propose d'élucider et de confirmer la validité des hypothèses postulées dans la phase préliminaire de sa recherche.

L'administration du questionnaire s'opère auprès d'une population cible. Un questionnaire standard est distribué à toutes les cibles : les cadres des PME répondent à un questionnaire sous la houlette de l'enquêteur. Le questionnaire de notre travail a pour but de recueillir des informations auprès des dirigeants des PME.

➤ Les variantes du questionnaire

Gautier distingue différents types de questionnaire : le questionnaire par poste ; le questionnaire par téléphone ; le questionnaire distribué. Alors que Quivy et Campenhoudt parlent de type de questionnaire : celui dit « d'administration indirecte » lorsque l'enquêteur le complète lui-même à partir des réponses qui lui sont fournies par le répondant ; et le questionnaire dit « d'administration directe ». Ici, le répondant remplit lui-même. Le questionnaire lui est remis en main propre par l'enquêteur qui lui donne toutes les explications utiles.

Dans le cas de notre étude, la variante utilisée est le questionnaire distribué, l'administration se faisait de façon de façon mixte (directe ou indirecte) auprès des cadres des PME camerounaises (directeur, comptable et DAF) ceci en fonction leur disponibilité.

➤ Objectifs pour la méthode choisie

- La connaissance de la population, ses conditions et ses modes de vie, ses comportements, ses opinions ;
- L'analyse du phénomène que l'on pense pouvoir mieux cerner à partir des informations portant sur les individus de la population cernée ;

D'une manière générale, le cas où il est nécessaire d'interroger un grand nombre de personnes et où se pose le problème de représentativité.

➤ Le contenu du questionnaire

Il se subdivise en quatre sections. La section 0 traite de l'identité de la structure, la section 1 s'intéresse au capital culturel de la PME, la section 2 s'intéresse à l'appartenance des PME à des réseaux sociaux, et la section 3 traite du financement bancaire de la PME.

➤ **Administration du questionnaire**

Il importe avant toute administration de définir avec précision la personne auprès de qui l'information pertinente doit être recueillie. C'est ainsi que l'on nomme l'unité déclarante (la personne répond pour elle-même) et l'unité de référence (la personne interrogée répond au nom de l'entreprise).

Pour notre étude, il apparaît avec évidence qu'il sera question de l'unité de référence. En égard des objectifs de notre recherche, les personnes interrogées sont les cadres des PME Camerounaises (directeur, comptable et DAF). Ces derniers doivent être en mesure de donner les informations aussi bien sur l'entreprise que sur lui-même.

En définitive sur 100 questionnaires administrés, 80 répondaient aux caractéristiques de notre étude. Et c'est finalement 75 que nous avons retenu par rapport aux réponses satisfaisantes, questionnaires qui représente la taille définitive de notre échantillon.

➤ **Difficultés rencontrées sur le terrain**

Plusieurs difficultés ont été rencontrées sur le terrain. La localisation des entreprises vient au premier lieu. Beaucoup d'entreprises enquêtées n'ont pas de déclaration à l'INS.

Beaucoup d'enquêtés par contre pensaient que nous étions des agents envoyés par les services fiscaux pour connaître la situation de leur entreprise ce qui fait qu'ils n'ont pas rempli nos questionnaires ou ont tout simplement refusé de nous recevoir.

Un autre type de difficulté fut l'indisponibilité des dirigeants ce qui ne nous a pas permis de constituer rapidement notre échantillon.

Section 2 : Canevas de la recherche

2.1. Méthode de traitement des données

Avant de présenter nos différentes variables ainsi que leurs mesures nous allons d'abord nous appesantir sur l'analyse des données.

2.1.1. Analyse des données

L'analyse des données peut se définir comme l'ensemble des méthodes permettant une étude approfondie quantitative. Pour Gérald (1996), la phase d'analyse des données est une phase où le chercheur devrait faire le choix de l'analyse statistique dont les résultats lui

Capital relationnel et accès au financement bancaire des PME en contexte Camerounais

permettront de valider ou informer ses hypothèses de recherche. Ainsi, le traitement des données se fera tout d'abord à l'aide des statistiques descriptives. Ensuite, nous ferons usage du logiciel de traitement de données SPSS.

Pour mesurer le financement bancaire des PME à travers nos indicateurs, nous avons retenu la question ci-après : quels sont les facteurs qui favorisent l'accès au crédit bancaire de votre entreprise.

2.2.2. Recensement des données brutes de l'étude

Il s'agit de ressortir la structure, la taille et les statistiques brutes de l'échantillon de l'étude.

➤ Structure de l'échantillon

La structure globale de l'échantillon de notre étude repose sur trois sous-échantillons liés au statut juridique (SARL, SA et entreprise individuelle) et au secteur d'activité (commerce, industrie et services). Le tableau ci-après ressort ces sous-échantillons en grandes masses.

Tableau 2: caractéristique de l'échantillon⁶

| | | effectif |
|---------------------------|-------------------------|-----------------|
| Statut juridique | SARL | 46 |
| | SA | 26 |
| | Entreprise individuelle | 3 |
| | Total | 75 |
| Secteur d'activité | Commerce | 57 |
| | Industrie | 15 |
| | Services | 3 |
| | Total | 75 |

⁶ Source : l'auteur sur la base des statistiques de l'enquête de terrain.

Capital relationnel et accès au financement bancaire des PME en contexte Camerounais

Le tableau ci-dessus montre que 46 PME parmi celles visitées sont des SARL, 26 des SA et 3 des entreprises individuelles et que 57 PME exercent dans le commerce, 15 dans l'industrie et 3 dans les services.

2.3. Opérationnalisation des variables et méthodes d'analyse

Nous analyserons nos différentes variables de l'opérationnalisation aux caractéristiques ainsi que la méthode d'analyse.

2.3.1. Opérationnalisation des variables

Notre étude porte sur l'analyse du capital relationnel et l'accès au financement bancaire des PME Camerounaises. Avant de traiter la méthode de traitement de données adoptée, il importe d'opérationnaliser les différents concepts du capital relationnel et l'accès au financement bancaires des entreprises. Ces différents aspects et les variables de mesure sont représentés dans le tableau suivant :

Tableau 3: Opérationnalisation des variables

| Variabiles | Facteurs et mesure des items |
|---------------------------------|--|
| Capital culturel | « EEF » ⁷ : 1 : états établis régulièrement et certifiés ; 2 : états établis occasionnellement et 3 : états non établis. « PEEF » ⁸ : 1 : comptable de l'entreprise ; 2 : un prestataire (cabinet d'expertise) et 3 : une tierce personne sans compétences. « INVTEE » ⁹ : (total des employés)-1 « INVAE » : (âge de l'entreprise) « SA » : (secteur d'activité) 1 : industrie ; 2 : commerce et 3 : services. |
| Appartenance à un réseau | L'appartenance de la PME aux réseaux et/ou associations « AR » : 1 si oui et 0 si non. Liens directs avec les institutions financières « LIF » : 1 si oui et 0 si non. |

⁷ « EEF » : L'établissement des états financiers par l'entreprise

⁸ « PEEF » : Profil de la personne établissant les états financiers

⁹ « INVEE » : Inverse de la taille de l'entreprise

Capital relationnel et accès au financement bancaire des PME en contexte Camerounais

Accès au financement bancaire Le levier financier de la dette « LF » : (dettes financières/fonds propres).

Motif de la demande du crédit « MDC » : 1 : investissement et 0 si non (cycle d'exploitation).

Nature des activités « NA » : 1 : biens industriels durables et/ou services ; 2 : textiles et 3 : produits alimentaires et/ou chimiques.

Pour le lien entre les différentes variables, nous utiliserons le modèle ci-dessous :

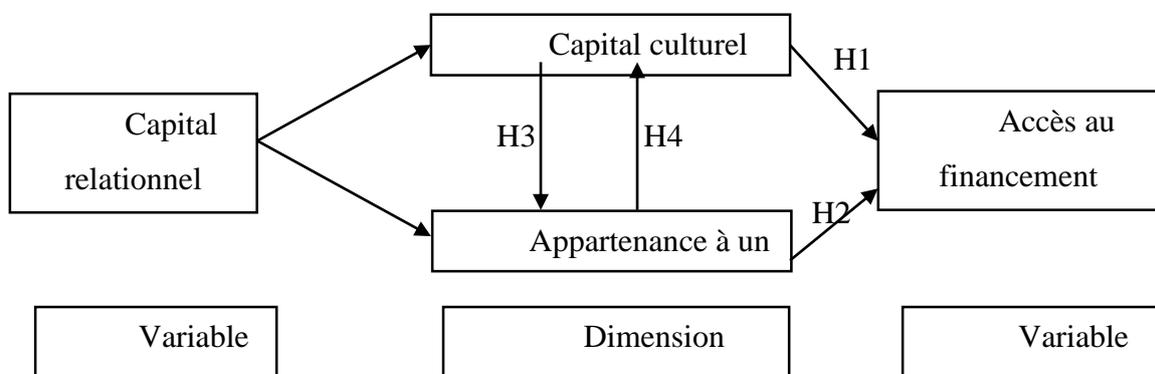


Figure 2: modèle conceptuel

NB : H3 et H4 sont des aspects inexpliqués dans la recherche.

➤ Les variables explicatives

Les variables indépendantes sont relatives à la relation banque-entreprise (nombre de banque, durée relation), à l'entreprise (âge de l'entreprise, structure de propriété) et au dirigeant d'entreprise (âge dirigeant, expérience professionnelle).

➤ La variable dépendante

La variable dépendante dans cette étude est l'accès au crédit bancaire. Cette variable est dichotomique, elle prend la valeur '1' si accès au crédit et '0' si non accès au crédit.

➤ Caractéristique de nos variables¹⁰

Capital relationnel et accès au financement bancaire des PME en contexte Camerounais

Tableau 4: Statut juridique

| | Fréquence | Pourcentage | Pourcentage valide | Pourcentage cumulé |
|--------|-------------------------|-------------|--------------------|--------------------|
| Valide | SARL | 46 | 61,3 | 61,3 |
| | SA | 26 | 34,7 | 96,0 |
| | Entreprise individuelle | 3 | 4,0 | 100,0 |
| | Total | 75 | 100,0 | 100,0 |

Source : notre enquête

Notre échantillon est constitué de 75 entreprises, 61.3% sont des SARL, 34.7% des SA et 4% des entreprises individuelles.

Tableau 5: Secteur d'activité

| | Fréquence | Pourcentage | Pourcentage valide | Pourcentage cumulé |
|--------|--------------|-------------|--------------------|--------------------|
| Valide | Commerce | 57 | 76,0 | 76,0 |
| | Industrie | 15 | 20,0 | 96,0 |
| | Services | 3 | 4,0 | 100,0 |
| | Total | 75 | 100,0 | 100,0 |

Source : notre enquête

76% de notre échantillon exerce dans le commerce, 20% dans l'industrie et 4% dans les services.

Tableau 6: Nombre de salariés

| | Fréquence | Pourcentage | Pourcentage valide | Pourcentage cumulé |
|--------------|------------|-------------|--------------------|--------------------|
| Valide | 1 à 9 | 37 | 49.3 | 49.3 |
| | 10 à 50 | 20 | 26.7 | 76.0 |
| | Plus de 50 | 18 | 24.0 | 100.0 |
| Total | 75 | 100.0 | 100.0 | |

Source : notre enquête

Ces résultats montrent que 49.3% des entreprises de l'échantillon emploient moins de 10 personnes, 26.7% entre 10 et 50 personnes et 24% plus de 50 personnes

Tableau 7: Nature des activités

Capital relationnel et accès au financement bancaire des PME en contexte Camerounais

| | | Fréquence | Pourcentage | Pourcentage valide | Pourcentage cumulé |
|--------|---|-----------|-------------|--------------------|--------------------|
| Valide | Biens industriels durables et/ou services | 5 | 6,7 | 6,7 | 6,7 |
| | Textiles | 1 | 1,3 | 1,3 | 8,0 |
| | Produits alimentaire | 69 | 92,0 | 92,0 | 100,0 |
| | Total | 75 | 100,0 | 100,0 | |

Source : notre enquête

Ces statistiques montrent que la plupart des entreprises de l'échantillon commercialisent les produits alimentaires et représente 92%. 6,7% de l'échantillon les biens industriels durables et 1.3% les textiles.

Tableau 8: *Etablissement des états financiers*

| | | Fréquence | Pourcentage | Pourcentage valide | Pourcentage cumulé |
|--------|------------------------------------|-----------|-------------|--------------------|--------------------|
| Valide | Etablis régulièrement et certifiés | 71 | 94,7 | 94,7 | 94,7 |
| | Etablis occasionnellement | 4 | 5,3 | 5,3 | 100,0 |
| | Total | 75 | 100,0 | 100,0 | |

Source : notre enquête

On remarque que sur 75 dirigeants, 94.7% établissent les états financiers régulièrement, et 5.3% les établissent occasionnellement.

Tableau 9: *Profil de la personne établissant les états financiers*

| | | Fréquence | Pourcentage | Pourcentage valide | Pourcentage cumulé |
|--------|-----------------------------------|-----------|-------------|--------------------|--------------------|
| Valide | Comptable de l'entreprise | 32 | 42,7 | 42,7 | 42,7 |
| | Prestataire (cabinet d'expertise) | 20 | 26,7 | 26,7 | 69,4 |
| | Tierce personne sans compétence | 23 | 30,6 | 30,6 | 100,0 |
| | Total | 75 | 100,0 | 100,0 | |

Source : notre enquête

A partir de ce résultat, les états financiers dans 42,7% des entreprises de l'échantillon sont établis par le comptable de l'entreprise, 26,7% par un prestataire et 30,6% par une tierce personne.

Capital relationnel et accès au financement bancaire des PME en contexte Camerounais

Tableau 10: Age de l'entreprise

| | Fréquence | Pourcentage | Pourcentage valide | Pourcentage cumulé |
|-------------------------|-----------|-------------|--------------------|--------------------|
| Valide 3 à 5 ans | 25 | 33,3 | 33,3 | 33,3 |
| 6 à 15 ans | 36 | 48,0 | 48,0 | 81,3 |
| Plus de 15 ans | 14 | 18,7 | 18,7 | 100,0 |
| Total | 75 | 100,0 | 100,0 | |

Source : notre enquête

Notre échantillon est composé de 33,3% d'entreprise ayant entre 3 à 5 ans, 48% d'entreprise ayant entre 6 à 15 ans et 18,7% d'entreprise ayant plus de 15 ans.

Tableau 11: Tranche d'âge du dirigeant

| | Fréquence | Pourcentage | Pourcentage valide | Pourcentage cumulé |
|----------------------------------|-----------|-------------|--------------------|--------------------|
| Valide Inférieur à 35 ans | 18 | 24,0 | 24,0 | 24,0 |
| 35 à 50 ans | 35 | 46,67 | 46,67 | 70,67 |
| Plus de 50 ans | 22 | 29,33 | 29,33 | 100,0 |
| Total | 75 | 100,0 | 100,0 | |

Source : notre enquête

Ces statistiques montrent que la plupart des dirigeants d'entreprises des entreprises camerounaises ont un âge compris entre 35 et 50 ans et représente 46,67% de l'échantillon. 24% ont un âge inférieur à 35 ans et 29,33% ont plus de 50 ans.

Tableau 12: groupe ethnique du dirigeant

| | Fréquence | Pourcentage | Pourcentage valide | Pourcentage cumulé |
|-----------------------|-----------|-------------|--------------------|--------------------|
| Valide Bantous | 9 | 12,0 | 12,0 | 12,0 |
| Semi-Bantous | 58 | 77,3 | 77,3 | 89,3 |
| Haoussa | 8 | 10,7 | 10,7 | 100,0 |
| Total | 75 | 100,0 | 100,0 | |

Source : notre enquête

Ces statistiques montrent que dans la plupart des entreprises les dirigeants sont des Semi-bantous avec un pourcentage élevé de 77,3%, ensuite viennent les Bantous avec un pourcentage de 12% et enfin les Haoussa avec 10,7%.

Capital relationnel et accès au financement bancaire des PME en contexte Camerounais

Tableau 13: relation de la PME avec les institutions financières

| | Fréquence | Pourcentage | Pourcentage valide | Pourcentage cumulé |
|------------------------|-----------|-------------|--------------------|--------------------|
| Bonne | 72 | 96,0 | 96,0 | 96,0 |
| Valide Mauvaise | 3 | 4,0 | 4,0 | 100,0 |
| Total | 75 | 100,0 | 100,0 | |

Source : notre enquête

A partir de ces résultats, nous constatons que 96% des entreprises de l'échantillon ont une bonne relation avec les institutions financières, et 4% des mauvaises relations.

Tableau 14: appartenance de la PME aux réseaux sociaux et/ ou associations

| | Fréquence | Pourcentage | Pourcentage valide | Pourcentage cumulé |
|-------------------|-----------|-------------|--------------------|--------------------|
| Valide Oui | 67 | 89,3 | 89,3 | 89,3 |
| Non | 8 | 10,7 | 10,7 | 100,0 |
| Total | 75 | 100,0 | 100,0 | |

Source : notre enquête

Notre échantillon nous montre que la plupart des PME appartiennent à des réseaux sociaux et/ou associations.

Tableau 15: Lien avec le dirigeant de l'institution financière

| | Fréquence | Pourcentage | Pourcentage valide | Pourcentage cumulé |
|---------------------------|-----------|-------------|--------------------|--------------------|
| Lien fort | 11 | 14,7 | 14,7 | 14,7 |
| Valide Lien faible | 51 | 68,0 | 68,0 | 82,7 |
| inexistant | 13 | 17,3 | 17,3 | 100,0 |
| Total | 75 | 100,0 | 100,0 | |

Source : notre enquête

Notre échantillon montre que la plupart des dirigeants ont un lien faible avec le dirigeant de l'institution financière, 68%. 17.3% ont un lien inexistant et 14,7% un lien fort.

Tableau 16: Avez-vous déjà contracté un crédit bancaire ?

| | Fréquence | Pourcentage | Pourcentage valide | Pourcentage cumulé |
|-------------------|-----------|-------------|--------------------|--------------------|
| Valide Oui | 75 | 100,0 | 100,0 | 100,0 |

Source : notre enquête

Capital relationnel et accès au financement bancaire des PME en contexte Camerounais

Toutes les entreprises de notre échantillon ont déjà contracté un crédit.

Tableau 17: *type de crédit*

| | Fréquence | Pourcentage | Pourcentage valide | Pourcentage cumulé |
|---|-----------|-------------|--------------------|--------------------|
| Valide Crédit d'investissement (emprunt bancaire, prêt...) | 5 | 6,7 | 6,7 | 6,7 |
| Crédit d'exploitation (découvert bancaire, escompte commercial ...) | 56 | 74,7 | 74,7 | 81,3 |
| Crédit-bail | 3 | 4,0 | 4,0 | 85,3 |
| Autre réponse | 11 | 14,7 | 14,7 | 100,0 |
| Total | 75 | 100,0 | 100,0 | |

Source : notre enquête

Sur notre échantillon, la quasi-majorité des entreprises ont contracté un crédit d'exploitation (74,7%), 6,7% un crédit d'investissement, 4% un crédit-bail et 11% un autre type de crédit.

Tableau 18: *Durée du crédit*

| | Fréquence | Pourcentage | Pourcentage valide | Pourcentage cumulé |
|--|-----------|-------------|--------------------|--------------------|
| Valide Très court terme (3 mois) | 34 | 45,3 | 45,3 | 45,3 |
| Moyen terme (3 ans) | 30 | 40,0 | 40,0 | 85,3 |
| Long terme (20 ans) | 11 | 14,7 | 14,7 | 100,0 |
| Total | 75 | 100,0 | 100,0 | |

Source : notre enquête

Selon l'échantillon de l'étude, 45,3% des entreprises de notre échantillon ont contracté un crédit à très court terme, 40% à moyen terme et 14,7% à long terme.

Tableau 19: *Garanties exigées*

| | Fréquence | Pourcentage | Pourcentage | Pourcentage |
|--|-----------|-------------|-------------|-------------|
|--|-----------|-------------|-------------|-------------|

Capital relationnel et accès au financement bancaire des PME en contexte Camerounais

| | | | | valide | cumulé |
|---------------|--------------|----|-------|--------|--------|
| Valide | Oui | 70 | 93,3 | 93,3 | 93,3 |
| | Non | 5 | 6,7 | 6,7 | 100,0 |
| | Total | 75 | 100,0 | 100,0 | |

Source : notre enquête

Notre échantillon nous montre que des garanties ont été exigées à la quasi-majorité des entreprises, 93.3%. Par contre 6.7% n'ont pas eu besoin de garanties.

Tableau 20: handicaps au financement de votre entreprise

| | | Fréquence | Pourcentage | Pourcentage valide | Pourcentage cumulé |
|---------------|---|-----------|-------------|--------------------|--------------------|
| Valide | business plan | 22 | 29,3 | 29,3 | 29,3 |
| | L'insuffisance des garanties | 5 | 6,7 | 6,7 | 36,0 |
| | La non appartenance de la PME aux réseaux/associations | 1 | 1,3 | 1,3 | 37,3 |
| | Le problème de gouvernance | 10 | 13,3 | 13,3 | 50,7 |
| | Age de l'entreprise | 12 | 16,0 | 16,0 | 66,7 |
| | Manque de notoriété | 21 | 28,0 | 28,0 | 94,7 |
| | Qualité des études | 1 | 1,3 | 1,3 | 96,0 |
| | Relation banque-PME | 3 | 4,0 | 4,0 | 100,0 |
| | Total | 75 | 100,0 | 100,0 | |
| | | | | 0 | |

Source : notre enquête

Dans les entreprises de notre échantillon, 29,3% des cadres d'entreprise considèrent le business plan comme un handicap à leur octroi de crédit bancaire, par contre pour 6,7% il s'agit de l'insuffisance des garanties, 1,3% la non appartenance à des réseaux sociaux, 13,3% le problème de gouvernance, 16% l'âge de l'entreprise, 28% le manque de notoriété, 1.3% la qualité des études et 4% la relation banque-PME.

Tableau 21: facteurs qui ont favorisé l'accès au crédit bancaire de votre entreprise

| | | Fréquence | Pourcentage | Pourcentage valide | Pourcentage cumulé |
|---------------|--|-----------|-------------|--------------------|--------------------|
| Valide | Appartenance de la PME aux réseaux sociaux/associations et Age de l'entreprise et Relation banque-PME | 23 | 30,7 | 30,7 | 30,7 |
| | Relation banque-PME et Bonne | 39 | 52,0 | 52,0 | 82,7 |

Capital relationnel et accès au financement bancaire des PME en contexte Camerounais

| | | | | |
|---|----|-------|-------|-------|
| gouvernance de l'entreprise et Appartenance de la PME aux réseaux sociaux/associations | | | | |
| Notoriété et Business plan | 11 | 14,7 | 14,7 | 97,3 |
| Age de l'entreprise | 1 | 1,3 | 1,3 | 98,7 |
| Bonne gouvernance de l'entreprise | 1 | 1,3 | 1,3 | 100,0 |
| Total | 75 | 100,0 | 100,0 | |

Source : notre enquête

Selon notre échantillon, 52% des cadres d'entreprises considèrent comme facteurs favorisant leur accès au crédit la relation banque PME, la bonne gouvernance de l'entreprise et l'appartenance à des réseaux sociaux. 30,7% considèrent l'appartenance à des réseaux sociaux, l'âge de l'entreprise et la relation banque-PME. 14,7% la notoriété et le business plan, 1.3% l'âge de l'entreprise et 1.3% la bonne gouvernance de l'entreprise.

2.3.2. Méthode d'analyse

L'analyse statistique est l'unique méthode d'analyse retenue pour ce travail. Cette méthode d'analyse va nous permettre d'expliquer le lien existant entre les variables d'intérêt fixés. A ce sujet, nous ferons recours à la technique de tri croisé et des tests de Khi-deux.

2.3.2.1. Présentation et choix de la méthode

Les statistiques sont une méthode de recueil de d'information. Ces dernières proviennent des observations portant sur des sujets présentant une certaine propriété. L'objectif de la méthode est de traduire les observations par des nombres qui permettent d'avoir des renseignements sur cette propriété. L'ensemble des observations est appelé population. Le caractère est la propriété étudiée sur les sujets ou observations. Selon le cas, l'on peut disposer d'une série statistique qualitative (lorsque le caractère étudié est qualitatif) ou à l'opposé d'une série statistique quantitative (lorsque le caractère étudié est quantitatif).

2.3.2.2. Présentation et justification du choix de la méthode d'analyse

➤ Présentation de la méthode d'analyse

La méthode d'analyse choisie est celle des statistiques descriptives. Les statistiques descriptives aideront à faire une analyse préliminaire des variables d'intérêt étudiées. Dans le

Capital relationnel et accès au financement bancaire des PME en contexte Camerounais

cadre de notre recherche, deux types de statistiques seront abordées dans la suite de nos travaux : les tris croisés et la Khi-deux.

- **Les tris croisés** : l'analyse bi-variée communément appelé tri croisé a pour objectif de mettre en évidence les relations éventuelles qui existent, entre deux variables étudiées simultanément.
- **La Khi-deux** : Le test d'indépendance du khi-carré (l'écriture anglaise est « chi-square ») a été développé par *Karl PEARSON* (1857-1936).

En statistique, le test du khi-deux de Pearson ou test du khi-deux d'indépendance est un test statistique qui s'applique sur des ensembles de données catégorielles pour évaluer la probabilité qu'une différence observée entre les ensembles soit due au hasard. Il convient aux données non-appariées prises sur de grands échantillons ($n > 30$). Il est le test de khi-deux le plus communément utilisé (comparativement aux autres tel que le test de khi-deux de Yates, le test du rapport de vraisemblance ou le test du porte manteau).

L'expression test du khi-carré recouvre plusieurs tests statistiques, trois tests principalement :

- Le test d'ajustement ou d'adéquation, qui compare globalement la distribution observée dans un échantillon statistique à une distribution théorique, celle du khi-carré.
- Le test d'indépendance du khi-carré qui permet de contrôler l'indépendance de deux caractères dans une population donnée.
- Le test d'homogénéité du khi-carré qui teste si des échantillons sont issus d'une même population.

Le test qui nous intéresse ici est uniquement le test d'indépendance du khi-carré. Ce test sert à apprécier l'existence ou non d'une relation entre deux caractères au sein d'une population, lorsque ces caractères sont qualitatifs où lorsqu'un caractère est quantitatif et l'autre qualitatif, ou bien encore lorsque les deux caractères sont quantitatifs mais que les valeurs ont été regroupées. De façon formelle, on dira que ce test permet de vérifier l'absence de lien statistique entre deux (2) variables X et Y. Les deux sont dites indépendantes lorsqu'il n'existe aucun lien statistique entre elles, dit autrement, la connaissance de X ne permet en aucune manière de se prononcer sur Y.

➤ **Formalisation du test**

Il repose sur l'hypothèse principale suivante :

H_0 : les deux variables X et Y sont indépendantes.

En termes de p -value, l'hypothèse nulle est généralement rejetée lorsque $p \leq 0.05$.

Il est donné par la formule :

$$\chi^2_{calculé} = \sum_{i=1}^l \sum_{j=1}^e \frac{(n_{ij} - e_{ij})^2}{e_{ij}} \text{ avec } e_{i,j} = \frac{L_i C_j}{n} = \frac{C_j L_i}{n}$$

À noter que ce test permet de contrôler l'existence d'une dépendance mais en aucun cas le sens de cette dépendance (sauf dans certains cas particuliers où l'existence d'une relation implique une causalité univoque comme dans l'exemple ci-après où le sexe peut avoir une influence sur le choix d'une certaine matière mais où il est impossible que le choix d'une certaine matière ait une influence sur le sexe).

Aussi, les différents tests du khi-carré ne doivent pas être confondus avec la distribution théorique du khi-carré, dont les valeurs tabulées servent seulement à valider ces différents tests.

2.3.2.3. Justification du choix de la méthode d'analyse

Le choix de l'utilisation des statistiques tient certes, de l'objet de l'étude mais aussi et surtout à la nature des variables qui sont pour certaines quantitatives et pour d'autres qualitatives. L'usage des statistiques offre plusieurs avantages mais dans le cadre de cette étude nous n'évoquerons que quelques-uns directement rattachés à l'objet de notre étude notamment :

- La manipulation des variables peu importe leur nature (quantitative, qualitative) : à ce titre nous observons qu'au moyen des statistiques descriptives, la manipulation des variables est plus aisée, qu'elles soient quantitatives ou qualitatives ;
- La structure de la série statistique : on peut observer que le traitement de l'échantillon de travail découle des statistiques brutes de terrain ;
- L'analyse de la relation entre les variables qui sera l'étape de couronnement de notre travail. Cette dernière prendra appui sur les tests de significativité de Pearson.

Nous ferons recours aux tris croisés car les données sont quantitatives et qualitatives. Ceci nous permettra d'apprécier la distribution d'une variable par rapport à une autre. En effet, les tris croisés pour leur part serviront à établir la présomption de l'existence d'une relation entre les variables d'intérêt de l'étude. Nous avons choisi pour éprouver nos hypothèses le test de Pearson pour les raisons suivantes : l'échantillon est aléatoire et apparié, les observations sont indépendantes.

Ce chapitre avait pour objectif de traiter de la démarche méthodologique nécessaire à l'atteinte de l'objectif de notre étude. Deux grandes sections ont servi de socle à ce travail, la section 1 et la section 2.

La section 1 s'est consacrée à la justification des choix méthodiques et s'est organisée autour de la méthodologie d'analyse et les données d'enquête ; le déroulement de cette opération notamment, la préparation, les instruments utilisés et les dates de réalisation proprement dite de l'enquête de collecte des données. Il ressort au terme du dépouillement des données un certain nombre d'informations pertinentes à savoir : le nombre de PME visité, le nombre de PME visité en fonction du statut juridique et du secteur d'activité et l'effectif global obtenu au terme de l'enquête de collecte de données.

La section 2 quant à elle s'est appesantie sur le canevas de la recherche. Elle s'est organisée autour du recensement des données brutes de l'étude, des statistiques descriptives et de la méthode d'analyse. Il en découle au terme de cette présentation que les tris croisés et la Khi-deux sont des techniques d'analyse appropriées à notre étude. Ces statistiques descriptives ont permis de décrire l'échantillon de l'étude et de s'engager dans la recherche des liens existant entre les variables explicatives et la variable d'intérêt de notre étude.

En somme, nous retenons de ce chapitre deux idées. D'abord il a permis de déterminer la taille et la structure de l'échantillon de la recherche. Ensuite, il a bialisé avec précision, les voies devant conduire aux résultats recherchés et à leur analyse.

Chapitre 4 : mise en évidence de la contribution du capital relationnel sur l'accès au

Dans ce chapitre, nous allons d'abord présenter les résultats obtenus puis, nous suivrons les analyses et les interprétations desdits résultats. Nous présenterons et analyserons d'abord les résultats des tris croisés desquels découleront ceux des khi-deux. Par la suite, nous interpréterons ces résultats puis, suivront leur confrontation aux hypothèses de l'étude.

Section 1 : présentation des résultats de la recherche

Dans cette section, nous présentons les résultats des statistiques descriptives et des tris croisés relatifs à chaque hypothèse.

1.1. Résultats relatifs à la première sous-question

➤ **Tris croisés et test de khi-deux :**

Tableau 22: facteurs qui favorisent l'accès au crédit bancaire et profil de la personne établissant les états financiers

Tableau croisé

| | Profil de la personne établissant les états financiers | | Total |
|--|--|-----------------------------------|--------|
| | Comptable de l'entreprise | Prestataire d'expertise (cabinet) | |
| les facteurs qui favorise l'accès au crédit bancaire de votre entreprise | 4 | 19 | 23 |
| Appartenance de la PME aux réseaux sociaux/associations | 17,4% | 82,6% | 100,0% |
| Age de l'entreprise et Relation banque-PME | 31 | 8 | 39 |
| Bonne gouvernance de l'entreprise et Appartenance de la PME aux réseaux sociaux/associations | 79,5% | 20,5% | 100,0% |
| Notoriété et Business plan | 2 | 9 | 11 |
| | 18,2% | 81,8% | 100,0% |
| Age de l'entreprise | 1 | 0 | 1 |
| | 100,0% | 0,0% | 100,0% |
| Bonne gouvernance de l'entreprise | 1 | 0 | 1 |
| | 100,0% | 0,0% | 100,0% |
| Total | 39 | 36 | 75 |
| | 52,0% | 48,0% | 100,0% |

Source : nos soins

Capital relationnel et accès au financement bancaire des PME en contexte Camerounais

Tests du khi-carré

| | Valeur | ddl | Signification asymptotique (bilatérale) |
|--------------------------|--------|-----|---|
| khi-carré de Pearson | 29,72 | 4 | ,000 |
| Rapport de vraisemblance | 32,58 | 4 | ,000 |
| N d'observations valides | 8 | | |
| | 75 | | |

a. 4 cellules (40,0%) ont un effectif théorique inférieur à 5. L'effectif théorique minimum est de ,48.

Source : nos soins

Le tableau ci-dessus montre que :

- 4 PME, soit 5.33% de l'échantillon dont le comptable établis états financiers de l'entreprise considèrent que l'appartenance de la PME aux réseaux sociaux favorise leur accès au crédit bancaire. Tandis que 19 PME, soit 26.03% de l'échantillon dont un prestataire établis les états financiers de l'entreprise considère que l'appartenance de la PME aux réseaux sociaux favorise leur accès au crédit bancaire.
- 31 PME, soit 41.33% de l'échantillon dont le comptable de l'entreprise établis les états financiers considère que la relation banque-PME, la bonne gouvernance de l'entreprise et l'appartenance de la PME aux réseaux sociaux facilite leur accès au crédit bancaire. Tandis que 8 PME, soit 10.67% de l'échantillon dont un prestataire établis les états financiers de l'entreprise considère que la relation banque-PME, la bonne gouvernance de l'entreprise et l'appartenance de la PME aux réseaux sociaux facilite leur accès au crédit bancaire.
- 2 PME, soit 2.67% de l'échantillon dont le comptable établis états financiers de l'entreprise considèrent que la notoriété et le business plan favorise leur accès au crédit bancaire. Tandis que 9 PME, soit 12.0% dont un prestataire établis les états financiers de l'entreprise considère que la notoriété et le business plan favorise leur accès au crédit bancaire.
- 1 PME, soit 1.33% de l'échantillon dont le comptable établis états financiers de l'entreprise considèrent que l'âge de la PME favorise leur accès au crédit bancaire. Tandis qu'aucune des PME dont un prestataire établis les états financiers de l'entreprise ne considère que l'âge de la PME favorise leur accès au crédit bancaire.
- 1 PME, soit 1.33% de l'échantillon dont le comptable établis états financiers de l'entreprise considèrent que la bonne gouvernance de l'entreprise favorise leur accès

Capital relationnel et accès au financement bancaire des PME en contexte Camerounais

- Au crédit bancaire. Tandis qu'aucune des PME dont un prestataire établis les états financiers de l'entreprise ne considère que la bonne gouvernance de la PME favorise leur accès au crédit bancaire.

***Tableau 23:** facteurs qui favorise l'accès au crédit bancaire de votre entreprise et établissement des états financiers*

Tableau croisé

| | | | Etablissement des états financiers | | Total |
|---|---|-------------|------------------------------------|---------------------------|--------|
| | | | Etablis régulièrement et certifiés | Etablis occasionnellement | |
| quels sont les facteurs qui favorise l'accès au crédit bancaire de votre entreprise | Appartenance de la PME aux réseaux sociaux/associations et Age de l'entreprise et Relation banque-PME | Effectif | 23 | 0 | 23 |
| | | pourcentage | 100,0% | 0,0% | 100,0% |
| | Relation banque-PME et Bonne gouvernance de l'entreprise et Appartenance de la PME aux réseaux sociaux/associations | Effectif | 36 | 3 | 39 |
| | | pourcentage | 92,3% | 7,7% | 100,0% |
| | Notoriété et Business plan | Effectif | 11 | 0 | 11 |
| | | pourcentage | 100,0% | 0,0% | 100,0% |
| | Age de l'entreprise | Effectif | 1 | 0 | 1 |
| | | pourcentage | 100,0% | 0,0% | 100,0% |
| | Bonne gouvernance de l'entreprise | Effectif | 0 | 1 | 1 |
| | | pourcentage | 0,0% | 100,0% | 100,0% |
| Total | Effectif | 71 | 4 | 75 | |
| | pourcentage | 94,7% | 5,3% | 100,0% | |

Tests du khi-carré

| | Valeur | ddl | Signification asymptotique (bilatérale) |
|--------------------------|--------|-----|---|
| khi-carré de Pearson | 20,15 | 4 | ,000 |
| Rapport de vraisemblance | 10,08 | 4 | ,039 |
| N d'observations valides | 75 | | |

a. 7 cellules (70,0%) ont un effectif théorique inférieur à 5. L'effectif théorique minimum est de ,05.

Source : nos soins

Capital relationnel et accès au financement bancaire des PME en contexte Camerounais

Le tableau ci-dessus fait état de ce que :

- 23 PME, soit 30.67% de l'échantillon dont les états financiers sont établis régulièrement et certifiés considèrent que l'appartenance aux réseaux sociaux/ associations et l'âge de l'entreprise et la relation banque-PME favorise leur accès au crédit bancaire. Tandis qu'aucune des PME dont les états financiers sont établis occasionnellement ne considèrent que ces trois critères favorisent leur accès au crédit bancaire.
- 36 PME, soit 48% de l'échantillon dont les états financiers sont établis régulièrement et certifiés considèrent que la relation banque-PME, la bonne gouvernance de l'entreprise et l'appartenance aux réseaux sociaux favorise leur accès au crédit bancaire. Tandis que 3 PME, soit 4% de l'échantillon dont les états financiers sont établis occasionnellement ne considèrent que ces trois critères favorisent leur accès au crédit bancaire
- 11 PME, soit 14.67% de l'échantillon dont les états financiers sont établis régulièrement et certifiés considèrent que la notoriété et le business plan favorise leur accès au crédit bancaire. Tandis qu'aucune des PME dont les états financiers sont établis occasionnellement ne considèrent que ces trois critères favorisent leur accès au crédit bancaire.

Tableau 24: *facteurs qui favorisent l'accès au crédit bancaire et tranche d'âge du dirigeant*

Tableau croisé

| | | | tranche d'âge du dirigeant | | Total |
|--|---|-------------|----------------------------|--------|--------|
| | | | Jeune | Vieux | |
| facteurs qui favorisent l'accès au crédit bancaire de votre entreprise | Appartenance de la PME aux réseaux sociaux/associations, Age de l'entreprise et Relation banque-PME | Effectif | 0 | 23 | 23 |
| | | pourcentage | 0,0% | 100,0% | 100,0% |
| | Relation banque-PME, Bonne gouvernance de l'entreprise et Appartenance de la PME aux réseaux sociaux/associations | Effectif | 5 | 34 | 39 |
| | | pourcentage | 12,8% | 87,2% | 100,0% |
| | Notoriété et Business plan | Effectif | 0 | 11 | 11 |
| | | pourcentage | 0,0% | 100,0% | 100,0% |
| | Age de l'entreprise | Effectif | 0 | 1 | 1 |
| | | pourcentage | 0,0% | 100,0% | 100,0% |
| | Bonne gouvernance de l'entreprise | Effectif | 1 | 0 | 1 |
| | | pourcentage | 100,0% | 0,0% | 100,0% |
| Total | Effectif | 6 | 69 | 75 | |
| | pourcentage | 8,0% | 92,0% | 100,0% | |

Capital relationnel et accès au financement bancaire des PME en contexte Camerounais

Tests du khi-carré

| | Valeur | ddl | Signification asymptotique (bilatérale) |
|---------------------------------|----------------|-----|---|
| khi-carré de Pearson | 15,77 | 4 | ,003 |
| | 5 ^a | | |
| Rapport de vraisemblance | 11,94 | 4 | ,018 |
| N d'observations valides | 75 | | |

a. 7 cellules (70,0%) ont un effectif théorique inférieur à 5. L'effectif théorique minimum est de ,08.

Source : nos soins

Le tableau ci-dessus montre que :

- 23 PME, soit 30.67% de l'échantillon dirigés par les vieux considèrent que l'appartenance aux réseaux sociaux/associations, l'âge de la PME et la relation banque-PME favorise leur accès au crédit bancaire. Tandis qu'aucune des PME dirigées par les jeunes ne considèrent que ces trois éléments favorisent leur accès au crédit bancaire.
- 34 PME, soit 45.33% de l'échantillon dirigés par les vieux considèrent que la relation banque-PME, la bonne gouvernance de l'entreprise et l'appartenance de la PME aux réseaux sociaux/associations favorise leur accès au crédit bancaire. Tandis que 5 PME, soit 6.67 des PME dirigées par les jeunes considèrent que la relation banque-PME, la bonne gouvernance de l'entreprise et l'appartenance de la PME aux réseaux sociaux/associations favorise leur accès au crédit bancaire.
- 11 PME, soit 14.67% de l'échantillon dirigés par les vieux considèrent que la notoriété et le business plan favorise leur accès au crédit bancaire. Tandis qu'aucune des PME dirigées par les jeunes ne considèrent que ces deux éléments favorisent leur accès au crédit bancaire.
- 1 PME, soit 1.33% de l'échantillon dirigés par les vieux considèrent que l'âge de l'entreprise favorise leur accès au crédit bancaire. Tandis qu'aucune des PME dirigées par les jeunes ne considèrent que l'âge de l'entreprise favorise leur accès au crédit bancaire.
- 1 PME, soit 1.33% de l'échantillon dirigés par les jeunes considère que la bonne gouvernance favorise leur accès au crédit bancaire. Tandis qu'aucune des PME dirigées par les vieux ne considèrent que la bonne gouvernance favorise leur accès au crédit bancaire.

Capital relationnel et accès au financement bancaire des PME en contexte Camerounais

Tableau 25: facteurs qui favorisent l'accès au crédit bancaire et groupe ethnique du dirigeant

Tableau croisé

| | | | groupe ethnique du dirigeant | | | Total |
|---|--|--------------------|------------------------------|--------------|---------|---------|
| | | | Bantous | Semi-Bantous | Haoussa | |
| facteurs qui favorisent l'accès au crédit bancaire de votre entreprise | Appartenance de la PME aux réseaux sociaux/associations et Age de l'entreprise et Relation banque-PME | Effectif | 0 | 22 | 1 | 23 |
| | | pourcentage | 0,0 % | 95,7 % | 4,3 % | 100,0 % |
| | Relation banque-PME et Bonne gouvernance de l'entreprise et Appartenance de la PME aux réseaux sociaux/associations | Effectif | 8 | 24 | 7 | 39 |
| | | pourcentage | 20,5 % | 61,5 % | 17,9 % | 100,0 % |
| | Notoriété et Business plan | Effectif | 0 | 11 | 0 | 11 |
| | | pourcentage | 0,0 % | 100,0 % | 0,0 % | 100,0 % |
| | Age de l'entreprise | Effectif | 1 | 0 | 0 | 1 |
| | | pourcentage | 100,0 % | 0,0 % | 0,0 % | 100,0 % |
| | Bonne gouvernance de l'entreprise | Effectif | 0 | 1 | 0 | 1 |
| | | pourcentage | 0,0 % | 100,0 % | 0,0 % | 100,0 % |
| Total | | Effectif | 9 | 58 | 8 | 75 |
| | | pourcentage | 12,0 % | 77,3 % | 10,7 % | 100,0 % |

Tests du khi-carré

| | Valeur | ddl | Signification asymptotique (bilatérale) |
|---------------------------------|----------------|-----|---|
| khi-carré de Pearson | 21,02 | 8 | ,007 |
| | 2 ^a | | |
| Rapport de vraisemblance | 22,86 | 8 | ,004 |
| | 6 | | |
| N d'observations valides | 75 | | |

a. 12 cellules (80,0%) ont un effectif théorique inférieur à 5. L'effectif théorique minimum est de ,11.

Source : nos soins

Le tableau ci-dessus montre que :

- 22 PME, soit 29.33% de l'échantillon dont le dirigeant est semi-bantous considèrent que l'appartenance de la PME aux réseaux sociaux/associations, l'âge de l'entreprise et la relation banque-PME favorisent leur accès au crédit bancaire. Tandis que 1 PME, soit 1.33%

Capital relationnel et accès au financement bancaire des PME en contexte Camerounais

de l'échantillon dont le dirigeant est haoussa considère que l'appartenance de la PME aux réseaux sociaux/associations, l'âge de l'entreprise et la relation banque-PME favorisent leur accès au crédit bancaire.

- 24 PME, soit 32% de l'échantillon dont le dirigeant est semi-bantous considèrent que la relation banque-PME, la bonne gouvernance de l'entreprise et l'appartenance de la PME aux réseaux sociaux favorisent leur accès au crédit bancaire. Tandis que 7 PME, soit 9.33% de l'échantillon dont le dirigeant est haoussa considère que la relation banque-PME, la bonne gouvernance de l'entreprise et l'appartenance de la PME aux réseaux sociaux favorisent leur accès au crédit bancaire. Tandis que 8 PME, soit 10.67 dont le dirigeant est bantou considèrent que la relation banque-PME, la bonne gouvernance de l'entreprise et l'appartenance de la PME aux réseaux sociaux favorisent leur accès au crédit bancaire.
- 11 PME, soit 14.67% de l'échantillon dont le dirigeant est semi-bantou considèrent que la notoriété et le business plan favorisent leur accès au crédit bancaire. Tandis qu'aucune des PME de l'échantillon dont le dirigeant est haoussa et bantou ne considère que la notoriété et le business plan favorisent leur accès au crédit bancaire.
- 1 PME, soit 1.33% de l'échantillon dont le dirigeant est semi-bantou considèrent que la bonne gouvernance de l'entreprise favorise leur accès au crédit bancaire. Tandis qu'aucune des PME de l'échantillon dont le dirigeant est haoussa et bantou ne considère que la bonne gouvernance de l'entreprise favorise leur accès au crédit bancaire.

***Tableau 26:** facteurs qui favorisent l'accès au crédit bancaire et relation de la PME avec les institutions*

Tableau croisé

| | | | relation de la PME avec les institutions financières | | Total |
|---|--|--------------------|--|----------|--------|
| | | | Bonne | Mauvaise | |
| facteurs qui favorise l'accès au crédit bancaire de votre entreprise | Appartenance de la PME aux réseaux sociaux/associations et Age de l'entreprise et Relation banque-PME | Effectif | 21 | 2 | 23 |
| | | pourcentage | 91,3% | 8,7% | 100,0% |
| | Relation banque-PME et Bonne gouvernance de l'entreprise et Appartenance de la PME aux réseaux sociaux/associations | Effectif | 39 | 0 | 39 |
| | | pourcentage | 100,0% | 0,0% | 100,0% |
| | Notoriété et Business plan | Effectif | 11 | 0 | 11 |
| | | pourcentage | 100,0% | 0,0% | 100,0% |
| | Age de l'entreprise | Effectif | 1 | 0 | 1 |
| | | pourcentage | 100,0% | 0,0% | 100,0% |
| | Bonne gouvernance de l'entreprise | Effectif | 0 | 1 | 1 |
| | | pourcentage | 0,0% | 100,0% | 100,0% |
| Total | Effectif | 72 | 3 | 75 | |
| | pourcentage | 96,0% | 4,0% | 100,0% | |

Capital relationnel et accès au financement bancaire des PME en contexte Camerounais

Tests du khi-carré

| | Valeur | ddl | Signification asymptotique (bilatérale) |
|--------------------------|--------|-----|---|
| khi-carré de Pearson | 27,44 | 4 | ,000 |
| Rapport de vraisemblance | 11,60 | 4 | ,021 |
| N d'observations valides | 75 | | |

a. 7 cellules (70,0%) ont un effectif théorique inférieur à 5. L'effectif théorique minimum est de ,04.

Source : nos soins

Le tableau ci-dessus montre que :

- 1 PME, soit 28% de l'échantillon dont la gouvernance est bonne considèrent que l'appartenance aux réseaux, l'âge de l'entreprise et la relation banque-PME favorisent leur accès au crédit bancaire. Tandis que 2 PME, soit 2.67% de l'échantillon dont la gouvernance est mauvaise considèrent que l'appartenance aux réseaux, l'âge de l'entreprise et la relation banque-PME favorisent leur accès au crédit bancaire.
- 39 PME, soit 52% de l'échantillon dont la gouvernance est bonne considèrent que la bonne gouvernance, l'appartenance aux réseaux, et la relation banque-PME favorisent leur accès au crédit bancaire. Tandis qu'aucune des PME de l'échantillon dont la gouvernance est mauvaise ne considèrent que la bonne gouvernance, l'appartenance aux réseaux, et la relation banque-PME favorisent leur accès au crédit bancaire.
- 11 PME, soit 14.67% de l'échantillon dont la gouvernance est bonne considèrent que la notoriété et le business plan favorisent leur accès au crédit bancaire. Tandis qu'aucune des PME de l'échantillon dont la gouvernance est mauvaise ne considèrent que la notoriété et le business plan favorisent leur accès au crédit bancaire.
- 1 PME, soit 1.33% de l'échantillon dont la gouvernance est bonne considère que l'âge de l'entreprise favorise leur accès au crédit bancaire. Tandis qu'aucune des PME de l'échantillon dont la gouvernance est mauvaise ne considèrent que l'âge de l'entreprise favorisent leur accès au crédit bancaire.
- 1 PME, soit 1.33% de l'échantillon dont la gouvernance est mauvaise considère que la bonne gouvernance de l'entreprise favorise leur accès au crédit bancaire. Tandis

Capital relationnel et accès au financement bancaire des PME en contexte Camerounais

qu'aucune des PME de l'échantillon dont la gouvernance est bonne ne considèrent que la bonne gouvernance de l'entreprise favorisent leur accès au crédit bancaire.

Ces croisements effectués vont nous permettre de vérifier la pertinence de notre première hypothèse

H 1 : Le capital culturel du dirigeant influence significativement l'accès au financement bancaire des PME

1.2. Résultats relatifs à la deuxième sous-question

Tableau 27: *facteurs qui favorisent l'accès au crédit bancaire et appartenance de la PME aux réseaux sociaux/associations*

Tableau croisé

| | | | appartenance de la PME aux réseaux sociaux et/ ou associations | | Total |
|--|---|---------------------------------|--|--------------------|----------------------|
| | | | Oui | Non | |
| facteurs qui favorise l'accès au crédit bancaire de votre entreprise | Appartenance de la PME aux réseaux sociaux/associations et Age de l'entreprise et Relation banque-PME | Effectif pourcentage | 23 100,0% | 0 0,0% | 23 100,0% |
| | Relation banque-PME et Bonne gouvernance de l'entreprise et Appartenance de la PME aux réseaux sociaux/associations | Effectif pourcentage | 39 100,0% | 0 0,0% | 39 100,0% |
| | Notoriété et Business plan | Effectif pourcentage | 4 36,4% | 7 63,6% | 11 100,0% |
| | Age de l'entreprise | Effectif pourcentage | 1 100,0% | 0 0,0% | 1 100,0% |
| | Bonne gouvernance de l'entreprise | Effectif pourcentage | 0 0,0% | 1 100,0% | 1 100,0% |
| | Total | Effectif pourcentage | 67 89,3% | 8 10,7% | 75 100,0% |

Tests du khi-carré

| | Valeur | ddl | Signification asymptotique (bilatérale) |
|--------------------------|---------------------|-----|---|
| khi-carré de Pearson | 48,287 ^a | 4 | ,000 |
| Rapport de vraisemblance | 36,503 | 4 | ,000 |
| N d'observations valides | 75 | | |

a. 7 cellules (70,0%) ont un effectif théorique inférieur à 5. L'effectif théorique minimum est de ,11.

Source : nos soins

Capital relationnel et accès au financement bancaire des PME en contexte Camerounais

Le tableau ci-dessus montre que :

- 23 PME, soit 30,67% de l'échantillon qui appartiennent aux réseaux sociaux considèrent que l'appartenance de la PME aux réseaux sociaux, l'âge de l'entreprise et la relation banque-PME favorisent leur accès au crédit bancaire. Tandis qu'aucune des entreprises n'appartenant pas aux réseaux sociaux ne considèrent cela.
- 39 PME, soit 52% de l'échantillon qui appartiennent aux réseaux sociaux considèrent que l'appartenance de la PME aux réseaux sociaux, la relation banque-PME et la bonne gouvernance favorisent leur accès au crédit bancaire. Tandis qu'aucune des entreprises n'appartenant pas aux réseaux sociaux ne considèrent cela.
- 4 PME, soit 5.33% de l'échantillon qui appartiennent aux réseaux sociaux considèrent que la notoriété et le business plan favorisent leur accès au crédit bancaire. Tandis que 7 PME, soit 0.93% des entreprises n'appartenant pas aux réseaux sociaux considèrent la notoriété et le business plan.
- 1 PME, soit 1.33% de l'échantillon qui appartiennent aux réseaux sociaux considèrent que l'âge de l'entreprise favorise leur accès au crédit bancaire. Tandis qu'aucune des entreprises n'appartenant pas aux réseaux sociaux ne considèrent cela.
- 1 PME, soit 1.33% de l'échantillon qui n'appartiennent pas aux réseaux sociaux considèrent que la bonne gouvernance favorise leur accès au crédit bancaire. Tandis qu'aucune des entreprises appartenant aux réseaux sociaux ne considèrent cela.

***Tableau 28:** facteurs qui favorisent l'accès au crédit bancaire et lien avec le dirigeant de l'institution*

| | | | lien avec le dirigeant de l'institution financière | | | Total | |
|---|--|--------------------|--|--------|--------------|--------|--------|
| | | | fort | faible | Non existant | | |
| facteurs qui favorise l'accès au crédit bancaire de votre entreprise | Appartenance de la PME aux réseaux sociaux/associations et Age de l'entreprise et Relation banque-PME | Effectif | 4 | 16 | 3 | 23 | |
| | | pourcentage | 17,4% | 69.6% | 11.6% | 100,0% | |
| | Relation banque-PME et Bonne gouvernance de l'entreprise et Appartenance de la PME aux réseaux sociaux/associations | Effectif | 3 | 30 | 6 | 39 | |
| | | pourcentage | 7,7% | 76.9% | 15.4% | 100,0% | |
| | Notoriété et Business plan | Effectif | 4 | 4 | 3 | 11 | |
| | | pourcentage | 36,4% | 36.4% | 27.2% | 100,0% | |
| | Age de l'entreprise | Effectif | 0 | 1 | 0 | 1 | |
| | | pourcentage | 0,0% | 100% | 0,0% | 100,0% | |
| | Bonne gouvernance de l'entreprise | Effectif | 0 | 1 | 0 | 1 | |
| | | pourcentage | 0,0% | 100% | 0,0% | 100,0% | |
| | Total | | Effectif | 11 | 40 | 24 | 75 |
| | | | pourcentage | 14,7% | 53.3% | 32% | 100,0% |

Source : nos soins

Capital relationnel et accès au financement bancaire des PME en contexte Camerounais

Tests du khi-carré

| | Valeur | ddl | Signification asymptotique (bilatérale) |
|---------------------------------|--------------------|-----|---|
| khi-carré de Pearson | 6,133 ^a | 4 | ,189 |
| Rapport de vraisemblance | 5,705 | 4 | ,222 |
| N d'observations valides | 75 | | |

a. 6 cellules (60,0%) ont un effectif théorique inférieur à 5. L'effectif théorique minimum est de ,15.

Source : nos soins

Le tableau ci-dessus montre que :

- 4 PME, soit 5.33% de l'échantillon qui ont un lien fort avec le dirigeant de l'institution considèrent que l'appartenance de la PME aux réseaux sociaux, l'âge de l'entreprise et la relation banque-PME favorisent leur accès au crédit bancaire. Tandis que 16 PME, soit 21.33% qui ont un lien faible avec le dirigeant considèrent que l'appartenance de la PME aux réseaux sociaux, l'âge de l'entreprise et la relation banque-PME favorisent leur accès au crédit bancaire et 3 PME, soit 0.4% qui n'ont aucun lien avec le dirigeant considèrent que l'appartenance de la PME aux réseaux sociaux, l'âge de l'entreprise et la relation banque-PME favorisent leur accès au crédit bancaire
- 3 PME, soit 4% de l'échantillon qui ont un lien fort avec le dirigeant de l'institution considèrent que l'appartenance de la PME aux réseaux sociaux, la relation banque-PME et la bonne gouvernance favorisent leur accès au crédit bancaire. Tandis que 30 PME, soit 40% de l'échantillon qui ont un lien faible avec le dirigeant de l'institution considèrent que l'appartenance de la PME aux réseaux sociaux, la relation banque-PME et la bonne gouvernance favorisent leur accès au crédit bancaire et 6 des PME, soit 8% qui n'ont aucun lien avec le dirigeant de l'institution considèrent que l'appartenance de la PME aux réseaux sociaux, la relation banque-PME et la bonne gouvernance favorisent leur accès au crédit bancaire.
- 4 PME, soit 5.33% de l'échantillon qui ont un lien fort avec le dirigeant de l'institution considèrent que la notoriété et le business plan favorisent leur accès au crédit bancaire. Tandis que 4 PME, soit 5.33% de l'échantillon qui ont un lien faible avec le dirigeant de l'institution considèrent que la notoriété et le business plan favorisent leur accès au crédit bancaire 3 PME, soit 4% des entreprises qui n'ont aucun lien avec le dirigeant de l'institution considèrent la notoriété et le business plan.

Capital relationnel et accès au financement bancaire des PME en contexte Camerounais

- 1 PME, soit 1.33% de l'échantillon qui a un lien faible avec le dirigeant de l'institution considèrent que l'âge de l'entreprise favorise leur accès au crédit bancaire. Tandis que les autres entreprises ne considèrent cela.
- 1 PME, soit 1.33% de l'échantillon qui ont un lien faible avec le dirigeant de l'institution considèrent que la bonne gouvernance favorise leur accès au crédit bancaire. Tandis qu'aucune des autres entreprises ne considèrent cela.

Ces croisements effectués vont nous permettre de vérifier la pertinence de notre première hypothèse

H 2 : l'appartenance du dirigeant aux réseaux sociaux influence positivement l'accès au financement bancaire des PME.

Section 2 : Discussion du résultat de la recherche et implication de la recherche

Dans la section qui s'achève, il a été établi au moyen de l'analyse des différents résultats issus des statistiques descriptives, l'existence d'une probable relation entre les variables explicatives (celles qui permettent de capter le capital relationnel de la PME) et les variables à expliquer (celles qui permettent de capter le financement bancaire de la PME).

Il est question dans cette section d'approfondir l'analyse en justifiant l'effectivité ou non de cette relation au moyen de la significativité. C'est pour cette raison que nous allons recourir à l'interprétation des résultats des tests de khi-deux issus des tris croisés. L'intérêt de l'analyse des résultats des tests repose sur le fait qu'en plus d'établir l'existence d'une relation entre variables, il sera aussi possible d'apprécier le degré de significativité de la relation entre ces variables.

Dans cette section, nous nous limiterons uniquement à l'interprétation des résultats des tests de khi-deux et à leur confrontation aux hypothèses.

2.1. Discussion des résultats

Le tableau ci-dessous est un récapitulatif des résultats des tests de khi-deux. Ces résultats découlent des tris croisés entre variables explicatives (indépendantes) et variables à expliquer (dépendantes).

Nous allons nous en servir pour interpréter les différents résultats obtenus.

Capital relationnel et accès au financement bancaire des PME en contexte Camerounais

2.1.1. Résultats des tests de khi-deux

Pour lever l'incertitude liée à la fiabilité du projet et à la solvabilité du prêteur, le banquier utilise deux méthodes d'évaluation. L'une préconise une approche instrumentale pour définir une méthode objective des risques. L'autre privilégie une évaluation sociale dans laquelle la perception subjective de l'emprunteur par l'évaluateur et la détention d'informations spécifiques acquise à travers les réseaux sociaux, vont être déterminantes dans la décision d'attribution des prêts (Ferrary, 1999).

En s'appuyant sur les différents concepts psychologiques comme la structure sociale (Granovetter, 1974, 1985) et la confiance, nous proposons ici de présenter les résultats de la recherche que l'on a mené auprès de 75 PME des villes de Yaoundé, Douala et Ebolowa. Néanmoins, il faut noter que l'impact des liens sociaux et de la confiance a fait l'objet d'un nombre limité de travaux.

En ce sens, Portes (1998) souligne que le capital relationnel à travers les relations de confiance entre différents partenaires, induit à une diminution des coûts (coûts d'agence, coûts d'influence, coûts de transactions) et un élargissement de l'espace discrétionnaire des dirigeants. On peut supposer que l'existence d'un niveau élevé de confiance tend à améliorer les conditions d'emprunt pour l'entreprise, car la banque considère que son risque est plus faible et est susceptible de réduire son recours aux mécanismes formels de garanties (audits, prises de garanties).

Tableau 29: Récapitulatif des résultats des tests de khi-deux

| Tris croisés | valeur | Ddl | Signification asymptotique (bilatérale) |
|--|---------------------|------------|--|
| Profil de la personne établissant les états financiers ≠ Facteurs qui favorisent l'accès au crédit bancaire | 29,729 ^a | 4 | 0,000*** |
| Etablissement des états financiers ≠ Facteurs qui favorisent l'accès au crédit bancaire | 20,152 ^a | 4 | 0,039 |
| Tranche d'âge du dirigeant ≠ Facteurs qui favorisent l'accès au crédit bancaire | 15,755 ^a | 4 | 0,003 |

Capital relationnel et accès au financement bancaire des PME en contexte Camerounais

| | | | |
|---|---------|---|-------|
| Groupe ethnique ≠ Facteurs qui favorisent l'accès au crédit bancaire | 21,002a | 8 | 0,007 |
| Relation banque-PME ≠ Facteurs qui favorisent l'accès au crédit bancaire | 27,446a | 4 | 0,000 |
| Appartenance de la PME aux réseaux sociaux et/ou associations ≠ Facteurs qui favorisent l'accès au crédit bancaire | 48,287a | 4 | 0.000 |
| Lien avec le dirigeant de l'institution financière ≠ Facteurs qui favorisent l'accès au crédit bancaire | 6,133a | 4 | 0,189 |

Source : l'auteur (extrait des résultats des tris croisés)

Le tableau ci-dessus récapitule les résultats des tests de khi-deux issus des croisements des variables de l'étude.

Seuls les résultats de la colonne N°4 seront interprétés (**signification asymptotique**). Pour ce faire, deux paramètres vont nous intéresser : le signe du résultat et la valeur du résultat. Le signe du résultat selon qu'il est positif ou négatif, va permettre d'établir une relation bilatérale entre variables croisées.

Pour sa part, la valeur du résultat va permettre de pouvoir apprécier le degré de significativité de la relation entre les variables croisées. La significativité de la relation sera déduite par comparaison entre la statistique de Pearson (P calculée) et les statistiques théoriques ($P \leq 0,01$; $P \leq 0,05$; $P \leq 0,1$).

Ainsi, nous retenons des résultats des tests de khi-deux de la colonne N°4, les interprétations qui suivent.

2.1.2. Interprétations des résultats des tests de khi-deux

- Il y'a existence d'un lien positif entre l'accès au financement bancaire de la PME et le profil de la personne établissant les états financiers car, le résultat est du signe positif (0,000). La relation entre ces deux variables est donc positive et significative à 1%. En

Capital relationnel et accès au financement bancaire des PME en contexte Camerounais

d'autres termes, le financement bancaire d'une entreprise est étroitement lié au profil de la personne établissant les états financiers.

- Il y'a existence d'un lien positif entre l'accès au financement bancaire de la PME et l'établissement des états financiers car, le résultat du test de khi-deux est du signe positif (0,000). La relation entre ces deux variables est donc positive et significative à 1%. En d'autres termes, le financement bancaire d'une entreprise est étroitement lié à l'établissement des états financiers.
- Il y'a existence d'un lien positif entre l'accès au financement bancaire de la PME et l'âge du dirigeant car, le résultat est du signe positif (0,003). La relation entre ces deux variables est donc positive et significative à 1%. En d'autres termes, le financement bancaire d'une entreprise est étroitement lié à l'âge du dirigeant.
- Il y'a existence d'un lien positif entre l'accès au financement bancaire de la PME et le groupe ethnique du dirigeant car, le résultat est du signe positif (0,007). La relation entre ces deux variables est donc positive et significative à 1%. En d'autres termes, le financement bancaire d'une entreprise est étroitement lié au groupe ethnique du dirigeant.
- Il y'a existence d'un lien positif entre l'accès au financement bancaire de la PME et la relation de la PME avec les institutions financières car, le résultat est du signe positif (0,000). La relation entre ces deux variables est donc positive et significative à 1%. En d'autres termes, le financement bancaire d'une entreprise est étroitement lié à la relation entretenue avec les institutions financières.
- Il y'a existence d'un lien positif entre l'accès au financement bancaire de la PME et l'appartenance de la PME aux réseaux sociaux et/ou associations car, le résultat est du signe positif (0,000). La relation entre ces deux variables est donc positive et significative à 1%. En d'autres termes, le financement bancaire d'une entreprise est étroitement lié à l'appartenance de la PME aux réseaux sociaux et/ou associations.
- Il y'a existence d'un lien positif entre l'accès au financement bancaire de la PME et le lien avec le dirigeant car, le résultat est du signe positif (0,189). Cependant, cette relation n'est pas significative. En d'autres termes, le financement bancaire d'une entreprise n'a pas de lien significatif avec le lien qu'a le dirigeant avec l'institution financière.

2.2. Implication de la recherche

Il est question de ressortir les difficultés dans la gestion liée à un capital relationnel que rencontrent les PME et de proposer quelques solutions palliatives à ces difficultés.

- Une première implication est de considérer qu'un chef d'entreprise qui passe par son capital relationnel peut avoir facilement accès au crédit et à des conditions meilleures qu'un chef d'entreprise qui se présente de façon spontanée ;
- Cette structure sociale joue un rôle important dans la formation de la confiance. Notre étude révèle ou confirme aussi que la confiance facilite l'accès au crédit et améliore les conditions d'emprunts (coût du crédit et montant des garanties demandées). En cas de difficultés, une relation de confiance facilite la communication et permet au banquier de les gérer ;
- Il faut sensibiliser les chefs d'entreprises qu'au-delà des documents comptables et des ratios financiers de leur entreprise et de leur projet, ils seront eux-mêmes jugés. C'est donc leur capacité à inspirer confiance et leur capacité à entretenir une relation de qualité que dépendent en grande partie les réponses des acteurs quasi incontournables de leur environnement, à commencer par les banquiers ;
- Enfin, permettre à ces derniers de compléter leur évaluation procédurale par d'autres critères d'évaluation de type relationnel. La prise en compte des relations interpersonnelles par les banquiers tout en cernant la portée et la limite de ce concept, permettra non pas de se méfier de tout le monde, mais plutôt d'avoir recours, au cas par cas, à des modes de gestion basés sur la confiance en toute connaissance de cause.

➤ Recommandations managériales

On peut recommander aux banquiers et aux dirigeants d'établir entre eux des relations de confiance et / ou des liens sociaux. Ce type de relation encourage la transparence, réduit les coûts de surveillance et de contrôle, et facilite l'évaluation du risque. Ils peuvent contribuer à l'amélioration des conditions d'emprunts et donc, la réduction des problèmes de rationnement de crédit.

Dans ce chapitre, nous avons vérifié l'impact du capital relationnel sur l'accès au financement des PME Camerounaises. Pour cela nous avons procédé à la vérification de cette relation à travers le test de khi-deux et les tris croisés, ensuite nous avons fait des propositions de solutions qui pourront améliorer la performance de nos PME à l'avenir.

CONCLUSION GENERALE

Le problème initial de notre recherche était de trouver une explication au problème d'accès au financement bancaire des PME à travers le capital relationnel. Ainsi, le but de notre étude était de mesurer l'influence du capital relationnel sur l'accès au crédit bancaire. Notre motivation à un tel thème s'explique par la vérification du modèle de structure sociale dans les entreprises Camerounaises. Divers éléments théoriques (la force des liens faibles de Granovetter, la théorie des réseaux sociaux et la théorie d'encastrement social) ont meublé cette partie. Afin d'analyser ces préoccupations, nous avons opté sur un échantillon de 75 PME issus des villes de Yaoundé, Douala et Ebolowa a servi de socle à cette affirmation.

Une méthodologie d'analyse a été appliquée aux données recueillies dans le chapitre. Ce dernier a principalement permis l'obtention des résultats préliminaires notamment ceux des statistiques descriptives. Les autres résultats (tris croisés et khi-deux) ont été déterminés et analysés. Nos résultats sont riches d'enseignement sur les différents aspects de la relation bancaire, en particulier, les informations recueillies sur la formation des liens sociaux et leur impact sur les conditions de financement. La création et le développement du capital relationnel peuvent être favorisés par des rencontres et activités extra-professionnelles, par une connaissance personnelle et l'ancienneté.

L'analyse du risque de leur projet prend en compte la qualité de leur relation avec le banquier. Ces relations facilitent le transfert d'information liées aux compétences du dirigeant et aux différentes opportunités de son projet, favorisant une meilleure connaissance de l'entreprise de la part du banquier. Une relation de confiance s'installe alors entre les deux partenaires (Lewicki et Bunker, 1996). Ce climat de confiance réduit les coûts de transactions et les problèmes d'asymétries (Nooteboom, 2000 ; Wamba, 2013) et favorisent la coopération (Das et Teng, 1998).

Le processus de financement ne peut être limité à une simple transaction financière. Notre travail nous a envoyé à des dimensions sociales et interpersonnelles de l'acte de financement, encore peu investies par les chercheurs académiques, alors qu'elles constituent des pistes d'investigations prometteuses pour qui veut mieux comprendre comment se dénoue

Capital relationnel et accès au financement bancaire des PME en contexte Camerounais

une demande de crédit venant d'un dirigeant propriétaire d'une PME ou d'une personne physique, voulant entrer dans les affaires par création ex nihilo ou reprise d'une entreprise donnée (Gharsailli et Paturel, 2013).

Nous avons deux principales limites à notre recherche. La première peut être adressée à la taille de l'échantillon utilisée et à l'utilisation de la méthode non probabiliste dans le choix de l'échantillon. Mais il est certain que les pistes de réflexion qui ont émergé, demanderaient à être approfondies et confirmées. C'est dans ce sens qu'ont été rédigés des hypothèses destinées à être testées. La deuxième limite concerne l'étude de l'influence du capital culturel sur l'appartenance à un réseau social (hypothèse 3) et de l'influence de l'appartenance à un réseau sur le capital culturel (hypothèse 4) qui constitue les aspects inexplorés de cette recherche.

BIBLIOGRAPHIE

- ◆ Atouba, Nguoko, C.D (2020). *Modes de financement et survie des TPE dans les arrondissements d'Ebolowa 1^{er} et 2^{ème}*. Mémoire présenté et soutenu publiquement en vue de l'obtention du Diplôme de Professeur d'Enseignement Technique de Deuxième Grade (DIPET II).
- ◆ Aubier, M., & Cherbonnier, F. (2007). L'accès des entreprises au crédit bancaire. *Economie prevision*, (1), 121-128.
- ◆ Badreddine, A. (2011). *Les effets de la multibancaisation sur le financement des PME par les banques* (Doctoral dissertation, Thèse de doctorat en Sciences de Gestion, sous la direction de Fabrice ROTH, Ecole doctorale Sciences économique et de gestion, Université Lyon 3).
- ◆ Becquart-Leclercq, J. (1979). Réseau relationnel, pouvoir relationnel. *Revue française de science politique*, 102-128.
- ◆ Bernard, L. (2012). Le capital culturel non certifié comme mode d'accès aux classes moyennes. *Actes de la recherche en sciences sociales*, (1), 68-85.
- ◆ Bourdieu, P. (1979). Les trois états du capital culturel. *Actes de la recherche en sciences sociales*, 30(1), 3-6.
- ◆ Chabaud, D., & Ngijol, J. (2005). La contribution de la théorie des réseaux sociaux à la reconnaissance des opportunités de marché. *Revue internationale PME Économie et gestion de la petite et moyenne entreprise*, 18(1), 29-46.
- ◆ Champagne, P. (1987). Capital culturel et patrimoine économique. *Actes de la recherche en sciences sociales*, 69(1), 51-66.
- ◆ Chemgnie Wabo, S. (2012). *Étude des critères de décision d'octroi de crédit bancaire aux PME camerounaises* (Doctoral dissertation, Université du Québec à Trois-Rivières).
- ◆ Chertok, G., de Malleray, P. A., & Pouletty, P. (2009). Le financement des PME. *Rapport du Conseil d'analyse économique*, (83).
- ◆ Dagobert, N., & ZOURMBA, T. (2020). Modes de financement à long terme et croissance des pme camerounaises. *REVUE AFRICAINE DE MANAGEMENT*, 5(1).

Capital relationnel et accès au financement bancaire des PME en contexte Camerounais

- ◆ Doumbia, S. (2011). Surliquidité bancaire et « sous-financement de l'économie ». *Revue Tiers Monde*, (1), 151-170.
- ◆ Draelants, H., & Ballatore, M. (2014). Capital culturel et reproduction scolaire. Un bilan critique. *Revue française de pédagogie. Recherches en éducation*, (186), 115-142.
- ◆ Eve, M. (2002). Deux traditions d'analyse des réseaux sociaux. *Réseaux*, (5), 183-212.
- ◆ Ferrary, M. (2010). Dynamique des réseaux sociaux et stratégies d'encastrement social. *Revue d'économie industrielle*, (129-130), 171-202.
- ◆ Flore, K. K. C., & Omenguele, G. R. (2019). L'effet synergique des déterminants de l'accès au financement bancaire par les PME au Cameroun. *Journal of Academic Finance*, 10(2), 84-101.
- ◆ Flore, K. K. C., & Omenguele, G. R. (2019). L'effet synergique des déterminants de l'accès au financement bancaire par les PME au Cameroun. *Journal of Academic Finance*, 10(2), 84-101.
- ◆ Foliard, S. (2008). *Le financement bancaire des créateurs de très petites entreprises* (Doctoral dissertation, Thèse de doctorat en sciences de gestion). Université Lyon III).
- ◆ Forsé, M. (2008). Définir et analyser les réseaux sociaux. *Informations sociales*, (3), 10-19.
- ◆ Godechot, O., & Mariot, N. (2004). Les deux formes du capital social. *Revue française de sociologie*, 45(2), 243-282
- ◆ Guigou, J. D., & Vilanova, L. (1999). Les vertus du financement bancaire : fondements et limites. *Finance, Contrôle et Stratégie*, 2(2), 71-133.
- ◆ Henri, N., & Edson, N. S. (2012). Accès au crédit bancaire et survie des PME camerounaises : Le rôle du capital social (Bank Credit Access and Cameroonians SMEs Survival: Does Social Capital Matter?). *Revue Africaine des Sciences Economiques et de Gestion*, 19(1-2), 111-136.
- ◆ Hugon, P. (2007). Rentabilité du secteur bancaire et défaillances du financement du développement : le cas de la CEMAC. *Revue Tiers Monde*, (4), 771-788.
- ◆ Kenfack, M. K. (2016). L'obtention du crédit bancaire par les PME au Cameroun. *Africa Development*, 41(1), 121-158.
- ◆ Lacroix, M. (2004). Analyse des réseaux sociaux et interdisciplinarité dans les études québécoises. *Globe : revue internationale d'études québécoises*, 7(1), 11.
- ◆ Lamine, W., & Fayolle, A. (2014). Compétences sociales et réseau entrepreneurial : le cas des créations d'entreprises technologiques. *Entreprendre Innover*, (1), 95-106.

Capital relationnel et accès au financement bancaire des PME en contexte Camerounais

- ◆ Lazega, E. (1998). *Réseaux sociaux et structures relationnelles*. Paris: Presses universitaires de France.
- ◆ Lemieux, V., & Ouimet, M. (2004). *L'analyse structurale des réseaux sociaux*. De Boeck Supérieur.
- ◆ Mauger, G. (2002). Capital culturel et reproduction scolaire. *Sciences Humaines. Hors-Série, 36*.
- ◆ Mayegle, F. X., & Omam, F. D. N. (2015). Capital social du dirigeant et performance des entreprises : une étude quantitative auprès des PME du Cameroun. *Management Avenir, (1)*, 35-54.
- ◆ Mercklé, P. (2004). Les réseaux sociaux. *Les origines de l'analyse des réseaux sociaux, CNED/ens-lsh*.
- ◆ Mercklé, P. (2011). *Sociologie des réseaux sociaux*. La découverte.
- ◆ Mercklé, P. (2013). La « découverte » des réseaux sociaux. *Réseaux, (6)*, 187-208.
- ◆ Michel, C. A. L. L. O. N., & Michel, F. (2006). Les réseaux sociaux à l'aune de la théorie de l'acteur-réseau. *Sociologies pratiques, 2(13)*, 37-44.
- ◆ Molou, L., Ndjambou, R., & Fotso, R. (2018). Accès au crédit bancaire par le financement de proximité : Cas des PME Camerounaises. *Management & Sciences Sociales, (25)*, 130-145.
- ◆ Ndjanyou, L. (2001). Risque, l'Incertitude, et Financement Bancaire de la PME Camerounaise : l'exigence d'une analyse spécifique du risque. *Ndjanyou@ cm. refer.org, Ceraf*.
- ◆ Ngongang, D. (2012). Le financement du haut de bilan dans les PME camerounaises et tchadiennes. *Revue Congolaise de Gestion, (1)*, 45-80.
- ◆ Ngongang, D. (2015). Asymétrie d'information et rationnement du crédit bancaire dans les PME camerounaises. *Revue Congolaise de Gestion, (1)*, 11-54.
- ◆ Nguena, C. L. (2013). *Déficit de Financement des PME au Cameroun : A qui la faute ?* (No. 13_012). Association of African Young Economists.
- ◆ Omrane, A. (2013). Les réseaux sociaux de l'entrepreneur et son accès aux ressources externes : le rôle des compétences sociales. *Management Avenir, (7)*, 73-93.
- ◆ Pannier, E. L'analyse des réseaux sociaux : théories, concepts et méthodologies.
- ◆ Paturel, R., Richomme-Huet, K., & De Freyman, J. (2005, June). Du capital social au management relationnel. In *XIVème Conférence de l'AIMS*.

Capital relationnel et accès au financement bancaire des PME en contexte Camerounais

- ◆ Perruchet, A. (2005). *Investir dans une thèse : Capital humain ou capital culturel ?* (Doctoral dissertation, Université de Bourgogne)
- ◆ Portolés, J. B., & roig Madorran, E. Variations autour du concept d’empreinte culturelle.
- ◆ QMICHCHOU, M. (2016). Capital relationnel de l’entreprise et création de la valeur. *International Journal of Service Industry Management*, 1(1), 6-14.
- ◆ Saint-Charles, J., & Mongeau, P. (2005). L’étude des réseaux humains de communication.
- ◆ Sali, A (2020). *Participation du dirigeant au capital social et performance des PME camerounaises*. Mémoire présenté et soutenu publiquement en vue de l’obtention du Diplôme de Professeur d’Enseignement Technique de Premier Grade (DIPET I).
- ◆ Serre, D. (2012). Le capital culturel dans tous ses états. *Actes de la recherche en sciences sociales*, (1), 4-13.
- ◆ Tsambou, A. D., Akono, C. Z., Ndokang Esone, L., & Tsafack Nanfosso, R. (2017). Financement Bancaire des Petites et Moyennes Entreprises au Cameroun. *African Development Review*, 29(4), 648-659.
- ◆ Um-Ngouem, M. T. (1996). *Financement bancaire et gestion des petites et moyennes entreprises camerounaises* (Doctoral dissertation, Bordeaux 4).
- ◆ Wamba, H. (2013). Capital social et accès des PME africaines au crédit bancaire : le cas du Cameroun. *La Revue des Sciences de Gestion*, (1), 53-68.
- ◆ Wamba, H., & Niyonsaba Sebigunda, E. (2014). Le rôle du capital social en matière d’octroi de crédits bancaires aux PME : une étude à partir de l’expérience camerounaise. *Revue internationale PME*, 27(2), 39-62.
- ◆ Wamba, L. D., Sahut, J. M., & Teulon, F. (2018). L’importance des dimensions temporelles de la relation banque-PME sur la décision d’octroi de crédit bancaire dans un contexte d’asymétrie d’information. *Gestion 2000*, 35(4), 77-95.

ANNEXES

Capital relationnel et accès au financement bancaire des PME en contexte Camerounais

RÉPUBLIQUE DU CAMEROUN

Paix - Travail – Patrie

UNIVERSITÉ DE YAOUNDÉ I

ECOLE NORMALE SUPERIEURE
D'ENSEIGNEMENT TECHNIQUE

BP. 886 EBOLOWA/ Tél : 237 243 71 78 16

Site web : www.enst-ebolowa.com

mailto:enstebwa@gmail.com



REPUBLIC OF CAMEROON

Peace-Work-Fatherland

UNIVERSITY OF YAOUNDE I

HIGHER TECHNICAL TEACHERS'
TRAINING COLLEGE

P.O BOX: 886 EBOLOWA/ Tél : 237 243 71 78 16

Site web : www.enst-ebolowa.com

mailto:enstebwa@gmail.com

(ANNEXE 1) CAPITAL RELATIONNEL ET ACCES DES PME CAMEROUNAISES AU FINANCEMENT BANCAIRE

QUESTIONNAIRE_PME

Les informations collectées au cours de cette enquête sont strictement confidentielles au terme de la loi N°91/023 du 16 décembre 1991 sur les Recensements

Dans le cadre de mon projet de fin d'étude option gestion financière et comptable, je vous demande de consacrer quelques minutes de votre temps pour répondre à ce questionnaire.

Numéro du questionnaire

Date de l'enquête

Nom de la structure

Section 0 : identification de la structure

S0Q1 : Statut juridique

- SARL
- SA
- Entreprise individuelle

S0Q2 : Secteur d'activité

- Commerce
- Industrie
- Services

Capital relationnel et accès au financement bancaire des PME en contexte Camerounais

S0Q3 : Nombre de salariés

- 0 à 5
- 6 à 20
- 21 à 100

S0Q4 : Nature des activités

- Biens industriels durables et/ou services
- Textiles
- Produits alimentaire

Section 1 : variables caractéristiques du capital culturel

S1Q1 : Profil de la personne établissant les états financiers

- Comptable de l'entreprise
- Prestataire (cabinet d'expertise)
- Une tierce personne sans compétence

S1Q2 : Age de l'entreprise

S1Q3 : Etablissement des états financiers

- Etablis régulièrement et certifiés
- Etablis occasionnellement
- Etats non établis

S1Q4 : tranche d'âge du dirigeant

- Jeune
- Vieux

S1Q5 : groupe ethnique du dirigeant

Section 2 : variables caractéristiques du capital relationnel

S2Q1 : relation de la PME avec les institutions financières

- Bonne

Capital relationnel et accès au financement bancaire des PME en contexte Camerounais

- Mauvaise
- Très mauvaise

S2Q2 : appartenance de la PME aux réseaux sociaux et/ ou associations

- Oui
- Non

S2Q3 : lien avec le dirigeant de l'institution financière

- Lien fort
- Lien faible
- Non existant

Section 3 : financement bancaire de la PME

S3Q1 : Avez-vous déjà contracté un crédit bancaire ?

- Oui
- Non

S3Q2 : Si oui, quel type de crédit

- Crédit d'investissement (emprunt bancaire, prêt...)
- Crédit d'exploitation (découvert bancaire, escompte commercial ...)
- Crédit-bail
- Autre réponse

S3Q3 : pour quelle durée

- Très court terme (3 mois)
- Court terme (2 ans)
- Moyen terme (3 ans)
- Long terme (20 ans)

S3Q4 : votre banque vous demande des garanties

- Oui
- Non

S3Q5 : quels sont les facteurs qui favorise l'accès au crédit bancaire de votre entreprise

- Appartenance de la PME aux réseaux sociaux/associations

Capital relationnel et accès au financement bancaire des PME en contexte Camerounais

- Garantie exigées
- Age de l'entreprise
- Bonne gouvernance de l'entreprise
- Relation banque-PME
- Profil de la personne établissant les états financiers
- Notoriété
- Business plan
- Groupe ethnique du dirigeant

S3Q6 : quels sont les handicaps au financement de votre entreprise

- L'insuffisance des garanties
- Appartenance de la PME aux réseaux/associations
- Le problème de gouvernance
- Age de l'entreprise
- Manque de notoriété
- Qualité des études
- Business plan
- Relation banque-PME
- Profil de la personne établissant les états financiers

Merci pour votre prompt participation !!!!

TABLE DE MATIERES

| | |
|---|-----|
| SOMMAIRE..... | i |
| AVERTISSEMENTSOMMAIRE..... | i |
| AVERTISSEMENT..... | ii |
| DEDICACE..... | iii |
| REMERCIEMENTS..... | iv |
| SIGLES ET ABREVIATIONS..... | v |
| LISTE DES TABLEAUX..... | vii |
| LISTE DES FIGURES..... | ix |
| RESUME..... | x |
| ABSTRACT..... | xi |
| INTRODUCTION GENERALE..... | 1 |
| 1. Contexte de la recherche..... | 1 |
| 2. Problématique..... | 4 |
| 3. Objectifs de la recherche..... | 6 |
| 4. Hypothèses de la recherche..... | 6 |
| 5. Intérêt de la recherche..... | 6 |
| 6. Choix méthodologiques..... | 7 |
| 7. Plan du travail..... | 7 |
| PREMIERE PARTIE : Apports du capital relationnel dans le financement bancaire des pme : une analyse theorique..... | 9 |
| CHAPITRE 1 : Portee du capital culturel sur le financement bancaire..... | 10 |
| SECTION 1 : Les déterminants du capital culturel sur le financement bancaire..... | 10 |
| 1.1. La relation banque-PME : une relation problématique..... | 10 |
| 1.1.1. La banque et le risque..... | 10 |

Capital relationnel et accès au financement bancaire des PME en contexte Camerounais

| | |
|---|----|
| 1.1.2. L'endettement des PME et les problèmes informationnels..... | 14 |
| 1.2. Approche conceptuelle du capital culturel..... | 17 |
| 1.2.1. Définitions du concept de capital culturel | 17 |
| 1.2.1.1. Origine du concept de capital culturel..... | 18 |
| 1.2.1.2. Définitions | 18 |
| 1.2.2. Spécificités du capital culturel..... | 21 |
| SECTION 2 : Une tentative d'explication du lien capital culturel et accès au financement bancaire à la lumière de la théorie de la force des liens faibles..... | 23 |
| 2.1. La théorie de la force des liens faibles..... | 23 |
| 2.2. Déterminant de la structure financière au cameroun..... | 24 |
| 2.2.1. Déterminants du contexte..... | 24 |
| 2.2.2. Les déterminants liés à la relation banque-entreprise | 25 |
| 2.2.3. Déterminants liés à l'entreprise..... | 25 |
| 2.2.4. Déterminants liés au Dirigeant..... | 26 |
| CHAPITRE 2 : Le réseau social du dirigeant, un pilier dans l'accès au financement des PME..... | 27 |
| SECTION 1 : L'appartenance à un réseau social, mode alternatif d'accès au financement des PME..... | 27 |
| 1.1. Les réseaux sociaux | 27 |
| 1.1.1. Définition | 27 |
| 1.1.2. Caractéristique d'un réseau social entrepreneurial | 28 |
| 1.1.3. La sociabilité | 30 |
| 1.1.4. Le capital relationnel..... | 30 |
| 1.2. L'approche de l'encastrement de Granovetter | 31 |
| 1.2.1. L'encastrement relationnel..... | 32 |
| 1.2.2. L'encastrement structural..... | 32 |
| SECTION 2 : Le réseau social du dirigeant au cœur de l'accès au financement bancaire sous le prisme de la théorie l'encastrement. | 33 |

Capital relationnel et accès au financement bancaire des PME en contexte Camerounais

| | |
|---|-----------|
| 2.1. Les réseaux sociaux | 33 |
| 2.1.1. L'analyse structurale de la sociabilité | 34 |
| 2.1.2. Les réseaux sociaux de l'entrepreneur, vecteur d'accès aux ressources externes essentielles | 38 |
| 2.2. Les effets des compétences sociales de l'entrepreneur sur son accès au financement bancaire..... | 42 |
| 2.2.1. L'impact des compétences sociales de l'entrepreneur sur le développement de son réseau de relations sociales | 44 |
| DEUXIEME PARTIE : La spécificité du déploiement du capital relationnel sur l'accès au financement bancaire des pme camerounaises | 46 |
| CHAPITRE 3 : Les choix méthodologiques de la recherche | 47 |
| SECTION 1 : Justification des choix méthodiques..... | 47 |
| 1.1. Le choix de la méthodologie | 48 |
| 1.2. Collecte des données | 48 |
| 1.2.1. La constitution de l'échantillon..... | 49 |
| 1.2.2. Procédure de recueil des données | 50 |
| SECTION 2 : Canevas de la recherche | 52 |
| 2.1. Méthode de traitement des données | 52 |
| 2.1.1. Analyse des données | 52 |
| 2.1.2. Recensement des données brutes de l'étude | 53 |
| 2.2. Opérationnalisation des variables et méthodes d'analyse..... | 54 |
| 2.2.1. Opérationnalisation des variables | 54 |
| 2.2.2. Méthode d'analyse | 62 |
| 2.2.2.1. Présentation et choix de la méthode | 62 |
| 2.2.2.2. Présentation et justification du choix de la méthode d'analyse..... | 62 |
| CHAPITRE 4 : mise en évidence de la contribution du capital relationnel sur l'accès au financement bancaire des PME Camerounaises..... | 67 |
| SECTION 1 : présentation des résultats de la recherche | 67 |

**Capital relationnel et accès au financement bancaire des PME en contexte
Camerounais**

| | | |
|---|---|----|
| 1.1. | Résultats relatifs à la première sous-question..... | 67 |
| 1.2. | Résultats relatifs à la deuxième sous-question..... | 73 |
| SECTION 2 : Discussion du résultat de la recherche et implication de la recherche . | | 76 |
| 2.1. | Discussion des résultats | 76 |
| 2.1.1. | Résultats des tests de khi-deux..... | 77 |
| 2.1.2. | Interprétations des résultats des tests de khi-deux | 78 |
| 2.2. | Implication de la recherche | 80 |
| CONCLUSION GENERALE..... | | 81 |
| BIBLIOGRAPHIE..... | | 83 |
| ANNEXES..... | | 87 |