Revue Africaine de Gestion (RAG) – Numéro spécial AAM-RAG, janvier 2020

Revue électronique internationale
ISSN 2712-7133

Confiance en B to C, le modèle de Schilke et Cook révisité : cas de la microfinance

Pierre Daniel INDJENDJE NDALA [1] ***- Simon Gérard PETER*** [2]

Mots clés:
Modèle de confiance
Relation B to C
EMF
Client
Equations structurelles.

RÉSUMÉ

L'objectif de ce papier est d'éprouver le modèle de confiance de Schilke et Cook afin de le revisiter dans une relation B to C, entre un EMF et son client. Notre démarche quantitative utilise la technique des équations structurelles. Les données secondaires utilisées proviennent de 623 clients d'un EMF. Les résultats montrent que la relation de confiance entre l'EMF et son client se déroule en deux étapes. La première étape est la demande de crédit en front office, liant Client/Gestionnaire. Le gestionnaire prend en compte le risque client lors de l'élaboration du dossier en utilisant ses caractéristiques individuelles : l'âge et la récidive. C'est l'étape de la confiance calculée du gestionnaire. La deuxième étape se déroule en back office. C'est la phase validation/invalidation de la demande par le dirigeant de l'EMF qui utilise les caractéristiques individuelles du client et les proximités. Elle aboutit à la confiance.

© 2020 RAG – Tout droit reservé.

Adresse de correspondace de l'auteur :
1. Chercheur au LARSIG (Laboratoire de recherche en sciences informatique et de Gestion)
e-mail : pindjendje@yaoo.fr
2. *CREG, Université de Pau et des Pays de l'Adour*
LARSIG, Institut Supérieur de Technologie de Libreville
e-mail : simon9peter@yahoo.fr

INTRODUCTION

La confiance intervient dans toute relation humaine et sociale. Guibert (1999, p.2) soutient que la profusion et la grande variété de définitions selon les contextes freinent le développement cohérent de la compréhension du rôle de la confiance. La littérature sur la confiance recense plusieurs modèles. Nous citons entre autres le modèle KMV de Morgan et Hunt (1994) et le modèle de la confiance de Schilke et Cook (2013). Ces modèles ont été créés dans des contextes différents qui ne permettent pas toujours de généraliser leurs applications en tout lieu et en tout temps. Aussi, la crainte serait de voir le problème de la multiplicité des définions s'étendre au niveau de la construction des modéles qui risquerait de créer un capharnaüm dans la compréhension de la notion de confiance. Le modèle de confiance de Schilke et Cook, cité par Brulé-Gapihan et Boudes (2015, p.155), est construit dans un contexte ambivalent, B to B ou interorganisationnel, et C to C ou interindividuel. Les auteurs soutiennent que ce modèle « présente un cheminement type de l'élaboration d'une relation de confiance de son commencement à sa fin, en alliant dans une perspective dynamique les niveaux interindividuel et interorganisationnel ». Plus récemment il a été mobilisé par Neal et al. (2016) ; Matuleviciene et Stravinskiene (2016) ; Schilke et al. (2017) ; Bstieler et al. (2017) ; Reimann et al. (2017) ; Schilke (2018) ; Silva de Almeida et al. (2018) ; Lumineau et Schilke (2018). Ils ne prennent pas en compte les particularités et les paricularismes. Il est donc difficile d'appréhender, à travers de tels modèles, la parcimonie des éléments qui concourent à l'établissement de la confiance dans un espace où des éléments environnementaux pèsent fortement sur la construction de la confiance, notamment dans la microfinance. Dans ce secteur, notre focus sera sur les EMF de petite taille. En effet, ce type d'EMF, dans le contexte des pays au sud du Sahara, contrairement à ce que soutiennent Dardour et Ouvrard (2012, p.59), ne se soumettent pas aux critères prudentiels du comité de Bâle, n'adoptent pas des normes de travail partagées ni, ne prennent des décisions collégiales relatives à l'attribution des crédits. Ces établissements n'ont pas souvent de comité de validation de crédit. Ils fonctionnent avec un management bureaucratique et hiérarchique. Les gestionnaires initient les dossiers de crédit ou d'ouverture de compte puis les transmettent, pour décision discrétionnaire et finale de rejet ou d'accord, au dirigeant. La notion de confiance se trouve donc à deux niveaux. Le premier est celui du gestionnaire avec le client,

en face à face ; et le deuxième est celui du dirigeant seul avec le dossier transmis qui ne se contente que des éléments du dossier et de son expérience perceptuelle pour fonder sa décision. Dans un cadre où la cognition, les perceptions, les émotions et les attitudes jouent un rôle important dans les inter-relations, force est de constater que le modèle de construction de la confiance de Schilke et Cook n'est pas adapté à une relation B to C ou organisation-individu. En effet, ce modèle occulte la force des liens sociaux (Granovetter, 2005, p.35) et néglige l'ancrage territorial. Aussi, proposons-nous – dans cet article – de développer un modèle de préférences proxémiques. Malgré la complexité que cela augure, cette perspective offre un spectre d'explications plus englobant et procure un pouvoir prédictif ancré. Elle se justifie par la richesse du matériau emprique. Les EMF exercent des activités d'intermédiation financière sur le principe de la proximité géographique car ils sont considérés comme des banques de proximité et de la proximité temporelle car les prêts de petit montant accordés, sont de court terme. Dans la littérature, la notion de proximité est protéiforme. Nous distinguons la proximité d'accès, la proximité géographique et la proximité temporelle (Capo et Chanut, 2013, p.5), la proximité relationnelle, la proximité de processus, la proximité identitaire, la proximité fonctionnelle (p.6) et (Herault-Fournier et al., 2010, p.2; Vyt et al., 2017, p.6) et d'autres comme la proximité culturelle, la proximité professionnelle, etc. Nous tenterons de trouver les déterminants de la relation de confiance entre les clients et l'EMF via ses dirigeants. Mais ces clients ne présentent pas suffisamment de garantie, ni d'informations exigées pour la création d'une véritable relation de confiance. Dès lors il existe une asymétrie d'information source d'incertitude et de risque. Cela peut se traduire soit par une méfiance, soit par une confiance calculée de la part des responsables de l'EMF. Cependant, ces EMF prêtent malgré tout à ces clients à risque. A contrario, cela pourrait aboutir à la confiance. D'où notre question : « qu'est-ce qui peut déterminer la confiance dans une relation B to C entre un EMF et ses clients ? » Dans cette perspective « le modèle de Schilke et Cook peut-il être révisité ? » L'objectif de ce papier est de proposer un modèle de construction de la confiance plus adapté au contexte B to C en général et qui pourrait bien asseoir la relation client-EMF concourant à l'octroi des microcrédits individuels en particulier. Nous tenterons alors d'éprouver le modèle de construction de la confiance de Schilke et Cook (2013) dans un contexte B to C. Nous considérons la confiance, ici, comme volonté de vulnérabilité sous des

conditions de risque et d'interdépendance (Lewicki, McAllister et Bies, 1998, p.439). Le canevas de cette recherche présentera premièrement, les approches conceptuelle et théorique notamment le modèle de confiance Schilke et Cook (2013) et une revue de la littérature sur la confiance ; deuxièmement, la méthodologie de la recherche qui se repose sur une méthode quantitative utilisant la technique des équations structurelles ; troisièmement, l'exposition des résultats et leurs discussions ; et enfin, la conclusion.

1. Approches conceptuelle et thorique de la confiance

Nous présenterons les définitions et apports de quelques auteurs sur la confiance dans la littérature puis nous exposerons la comparaison entre le modèle de confiance de Schilke et Cook et notre modèle théorique.

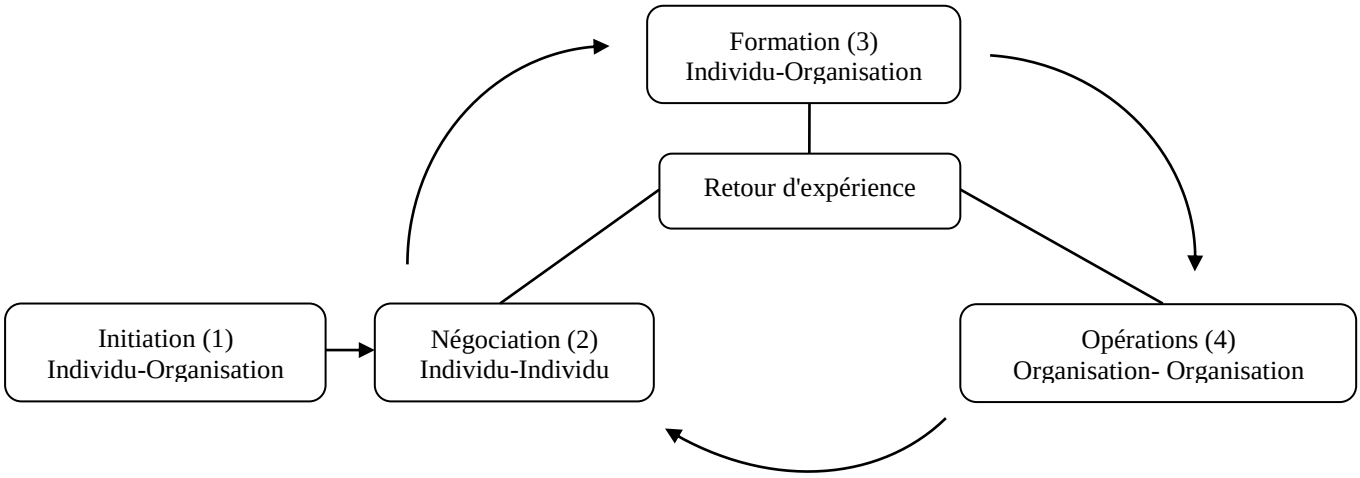
1.1. Confiance et confiance calculée

Anderson et Weitz (1989, p.311) définissent la confiance comme « la croyance d'une partie selon laquelle ses besoins seront comblés dans le futur par les actions entreprises par l'autre partie. » Selon Dutaillis (1981, p.19) « faire crédit, c'est faire confiance, c'est donner librement la disposition effective et immédiate d'un bien réel, d'un pouvoir d'achat, contre la promesse que le même bien sera restitué dans un certain délai, avec rémunération du service rendu et du danger couru, danger de perte partielle ou totale que comporte la nature même de ce service ». Pour Lorenz (2001, p.71), la confiance calculée s'observe quand un des acteurs a un intérêt personnel à ne pas trahir la confiance accordée. Nous considérons la confiance calculée comme une étape intermédiaire entre la méfiance et la confiance.

1.2. Comparaison entre le modèle de Schilke et Cook et notre modèle théorique

Schilke et Cook simplifient leur modèle de confiance en le séquençant en 4 phases à savoir, l'initiation, la négociation, la « formation », les opérations. Chaque phase fait l'objet d'un retour d'expérience (cf. figure 1).

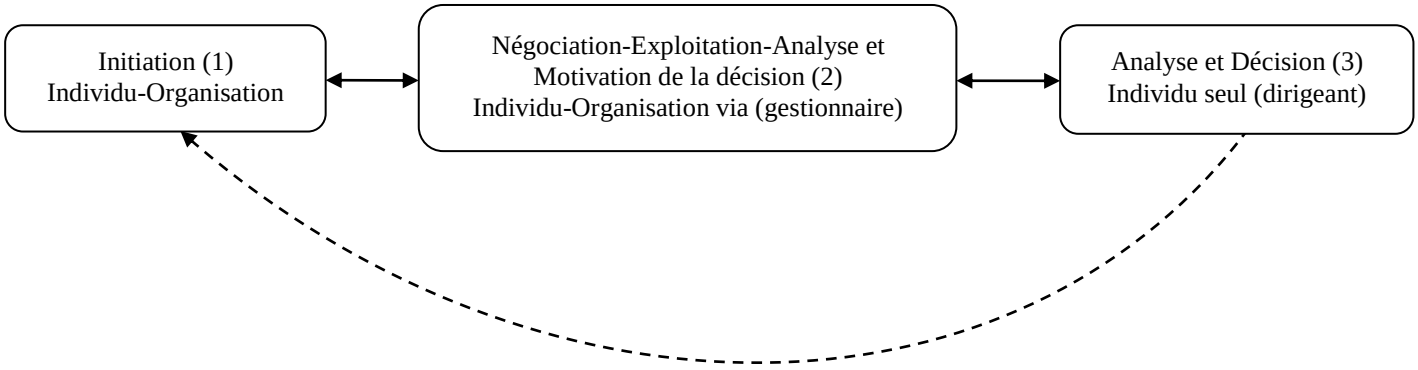
Figure 1 : Modèle de construction de la confiance de Schilke et Cook (2013)



Source : Brûlé-Gapihan et Boudes (2015, p.156)

Nous reprenons ces différentes phases et nous les critiquons en faisant ressortir les différences par rapport à notre modèle théorique dans un contexte B to C ou individu-organisation, notamment entre un client et son EMF d'affiliation (cf. figure 2).

Figure 2 : Modèle théorique de construction de la confiance dans un contexte B to C



Source : Auteurs (2020)

La 1ère phase d'élaboration d'une relation de confiance est pilotée par un intermédiaire appartenant à l'organisation qui est à la recherche de partenaires. Cette phase est essentiellement dédiée à la récolte d'information à partir des expériences passées ou de la réputation de l'organisation. En ce qui concerne notre contexte B to C, cette phase existe

effectivement. L'intermédiaire est le gestionnaire de compte. Il est en front office et reçoit les dossiers des clients pour l'ouverture d'un compte ou pour la demande d'un microcrédit. Mais, les informations recoltées sont généralement personnelles et insuffisantes pour tisser d'emblée une relation de confiance. C'est plutôt une phase de méfiance ou de confiance calculée. Le gestionnaire à la fin de cette phase, accordera le bénéfice du doute au client pour que son dossier puisse prospérer. L'intermédiaire dans ce cas, ne recherche pas des partenaires, contrairement au modèle de Schilke et Cook. La 2ème phase l'intermédiaire entre en négociation avec au moins un membre de l'autre organisation. La confiance présupposée est mise à l'épreuve des faits. Elle ne repose plus sur le calcul mais sur la compétence. Dans notre contexte, cette phase existe également. Le client négocie avec le gestionnaire de compte. C'est une phase d'apprentissage pour le client. Cette phase n'est pas basée sur la compétence mais, sur la conformité aux règles de l'EMF. C'est une phase que nous présumons de confiance calculée. La 3ème phase consiste en la formation du partenariat. L'intermédiaire veille à l'engagement des diverses ressources essentielles. La confiance accordée aux individus participant à l'échange, est progressivement transférée à leur organisation d'appartenance. Dans notre cas, cette phase n'existe pas. Cependant, le gestionnaire de compte pourrait continuer à investiguer sur le terrain pour essayer de réduire sa méfiance ou la confirmer. Mais les faiblesses en ressources financières et humaines de ce type d'EMF, ne permettent pas souvent ces investigations. La 4ème phase est consacrée à la mise en application concrète de la relation de collaboration qui donne lieu à la multiplication des échanges (B to B). Elle conduit à l'établissement d'un système de compréhension et d'habitudes de travail partagées. Dans cette veine, la confiance qui se formalise – autour de schémas comportementaux attendus – n'est plus questionnée (Schilke et Cook, 2013) : la confiance s'institutionnalise (Nielsen, 2004, p.242 ; Mayer et *al.*, 2004, p.711). Dans notre contexte, cette phase est l'institutionnalisation de la confiance. En effet, le gestionnaire de compte transmet les dossiers d'ouverture ou de demande de microcrédit au dirigeant de l'EMF pour validation. Le résultat peut être un rejet ou une acceptation. Tout le processus de la décision se déclenche chez le dirigeant de l'EMF. Sa décision est souvent subjective car elle met en œuvre sa cognition, ses perceptions, ses émotions et son expérience, en complément des éléments objectifs contenus dans le dossier du client. De la comparaison des deux modèles de

confiance, nous retenons que notre modèle théorique présente trois phases au lieu de quatre et qu'il est plus adapté à une relation B to C. La littérature posent un postulat implicite selon lequel les acteurs adhèrent à, et se font l'écho des décisions de leurs organisations respectives (Sebti et Ikram Nasr, 2015, p.62) ; cela justifie la relation EMF-client (Organisation-individu).

2. Facteurs explicatifs de la confiance

Nous exposons dans le contexte B to C, les déterminans potentiels qui expliquraient la confiance dans la phase négociation et dans la phase décision de notre modèle théorique. Il s'agit des éléments liés au client tels que l'âge, le sexe, le taux ou le coût et la récidive d'une part, et les proximités géographique, temporelle, professionnelle et culturelle d'autre part.

2.1. Facteurs explicatifs de la confiance liés au client dans la phase « négociation »

Un EMF ne peut pas évaluer la solvabilité d'un client à priori. Il doit donc collecter les informations d'ordre comptable ou personnel sur les emprunteurs potentiels. En effet, selon Baumann et Servet (2007, p.6), les risques ou les incertitudes qui frappent les clients de la microfinance sont principalement dus à la volatilité des revenus, aux pertes en capital, à la maladie et aux dépenses imprévues imputables à un environnement physique, politique, économique et social instable. Malgré tout, ces établissements octroient des microcrédits. Nous présentons successivement les facteurs personnels pris en compte dans la construction de la confiance notamment l'âge, le sexe, le taux du prêt ou coût, la récidive ou l'expérience du client à l'emprunt.

Age : La littérature sur l'âge nous indique que les personnes qui empruntent dans la microfinance sont majoritairement âgés de 20 ans à 55 ans (Benarous, 2004). Il afirme que ce sont les jeunes qui méritent le plus d'être soutenus par ce type d'institutions. Au Sénégal, les variables âge, sexe, historique des remboursements, garantie, et fréquence de remboursement sont en relation avec la probabilité de remboursement (Kinda et Achonu, 2012, p.27). Taouab (2014, p.101) montre entre autres que les clientes âgées de 35 à 87 ans sont de bons clients. Nous inférons l'hypothèse H11 : « plus le client est âgé (>55 ans) plus la confiance calculée du gestionnaire et la confiance du dirigeant sont réduites ».

Sexe : Le critère genre est pris en compte dans la microfinance. Les hommes sont

majoritairement demandeurs de microcrédits. Selon Evans et al. (1999), les femmes ont un accès difficile au microcrédit. Les raisons avancées pour expliquer ces écarts sont l'existence de contraintes socio-économiques et culturelles. Schreiner et Nagarajan (1998, p.6) montrent qu'être femme et avoir emprunté à d'autres sources informelles, sont de bons déterminants pour que les prêteurs informels jugent un emprunteur potentiellement solvable ou non. En Tunisie, Bassem (2008, p.201) montre notamment que le genre est négativement corrélé avec la probabilité de défaut. Taouab (2014, p.101) trouve que les femmes remplissant certaines caractéristiques, sont meilleures clientes que les hommes. Nous inférons l'hypothèse H12 : « le genre masculin réduit la confiance calculée du gestionnaire et réduit la confiance du dirigeant ».

Taux du prêt ou coût du microcrédit : Le taux d'intérêt agit comme un outil de sélection des emprunteurs. Selon Stiglitz et Weiss (1981) cité dans Xunsua (2010, p.4), une augmentation du taux d'intérêt, permet de compenser les pertes issues des défauts de remboursement. Une augmentation du taux engendre une élévation du niveau de risque moyen et détériore les profits du prêteur. Les emprunteurs à haut risque et non identifiables font augmenter le coût du crédit au détriment de bons clients (Bardhan et Udry, 1999; Bloch et Coeuré, 1995). Les clients pauvres ne peuvent pas payer les taux d'intérêt au prix du marché par conséquent, il faut leur prêter à des taux d'intérêt très bas (Acclassato, 2006). Nous inférons l'hypothèse H13: « Un coût du microcrédit élevé, réduit la confiance calculée du gestionnaire et réduit la confiance du dirigeant ».

La récidive ou l'expérience à l'emprunt : Schreiner (1999, p.7) met en évidence le risque en fonction de l'expérience. Un coefficient positif augmente le risque et un coefficient négatif diminue le risque. Il montre que les mauvais arriérés sont en pourcentage 5 points moins probables pour un emprunteur à sa 8ème fois que pour un emprunteur à sa 1ère fois. Les emprunteurs qui ont déjà reçu plusieurs prêts sont moins risqués. Nous inférons l'hypothèse H14 : « La récidive favorise la confiance calculée du gestionnaire et favorise la confiance du dirigeant ».

Le gestionnaire de compte exploite, analyse et motive la décision de rejet ou d'accord. Puis il transmet le dossier motivé à sa hiérarchie pour validation et décision. A ce niveau la confiance ne peut pas encore s'établir. C'est plus de la méfiance ou tout au plus, une

confiance calculée. S'il y a transmission du dossier alors le gestionnaire accorde le bénéfice du doute au client à partir des informations fournies, sauf erreur. Nous inférons H1 : «les facteurs individuels du client influencent positivement la confiance dans la phase négociation».

2.2. Facteurs explicatifs de la confiance dans la phase « décision »

Le degré de proximité dépend de l'intensité des liens structurels et sociaux (Möller et Wilson, 1995). Son ampleur se construit par la confiance et l'amitié ressentie lors des interactions. La proximité est, entre autres, un des éléments qui renforcent un échange en confiance. Nous retenons la notion de proximité large selon De Charentenay (2010) qui soutient que : « le proche n'est pas seulement celui qui me ressemble, mais l'autre dont je me fais proche parce que nous partageons la même humanité ». Les responsables des EMF sont obligés d'apprendre à connaitre leurs clients afin d'anticiper leurs comportements vis-à-vis du risque notamment le risque de défaut. La proximité est un aspect très important qui permettra de mieux connaitre les clients et de leur faire confiance plus facilement. Nous inférons l'hypothèse H2 : « plus la proximité est grande, plus la confiance est elevée ». Nous présentons successivement les proximités, géographique, temporelle, professionnelle et culturelle.

Proximité géographique : Les EMF sont des banques de proximité. Ils bâtissent leur stratégie sur la proximité géographique soutendue par la distance kilométrique qui sépare deux acteurs (Talbot, 2015, p.4). Rugimbana (2015) met en lumière le besoin des EMF d'ancrer leurs stratégies sur une bonne compréhension des environnements locaux. La proximité géographique est un réducteur d'incertitude. Kirat et Torre (2006, 2007); Bouba-Olga et al. (2006) mettent en lumière les avantages que la proximité géographique procure. Bah (2002) argue que: « Plus le client est proche, moins il est considéré comme risqué. En effet, nous pouvons supposer que la proximité géographique introduit une meilleure connaissance du client, ce qui induit une réduction du risque ». Nous inférons l'hypothèse H21: « la proximité géographique du client au siège de l'EMF, favorise la confiance du dirigeant et réduit la confiance calculée du gestionnaire ».

Proximité temporelle : les EMF accordent des prêts de faible montant et à court terme souvent inférieur ou égal à trois (3) mois. Dans la même veine que Belletante (1991) cité dans (Torrès et Gueguen, 2008, p.104), nous soutenons l'idée selon laquelle plus l'horizon temporel s'élargit plus l'incertitude croît. Moureau et Riveau (2004, p.10) soutiennent que « le temps qu'il fera dans un avenir proche n'est selon Keynes que modérément incertain. Suivant cette conception, c'est le futur et le long terme en particulier qui sont incertains ». L'effet de microcosme de Mahé de Boislandelle (1996) justifie que les EMF accordent des micrcrédits à court terme. Nous inférons l'hypothèse H22: « La proximité temporelle de remboursement favorise la confiance du dirigeant et réduit la confiance calculée du gestionnaire ».

Proximité professionnelle ou proximité métier : Sainsaulieu (1977) montre que l'individu forge une partie de son identité par le biais de son travail. L'identité professionnelle se définit comme la « façon dont différents groupes au travail s'identifient aux pairs, aux chefs, aux autres groupes ». Meier (2016) écrit : « La pratique d'un métier induit une certaine appréhension des choses et de l'univers technique. Elle confère une sensibilité et une capacité à discerner des nuances inaccessible au novice ». Dans notre cas, ce sont des enseignants et assimilés. Nous inférons alors l'hypothèse H23: « La proximité professionnelle client-dirigeant favorise la confiance du dirigeant et réduit la confiance calculée du gestionnaire ».

Proximité culturelle : La culture est un système de valeurs et de normes qui sont formées par diverses causes déterminantes comme la langue, la nationalité, le groupe ou l'ethnicité, l'éducation, la profession, la religion, la famille, la culture organisationnelle (Zhang et al., 2008). Nous retenons les aspects langue, nationalité, ethnicité et profession pour appréhender la notion de proximité culturelle. Hofstede (1980, 2001, 2005, 2010) offre un des cadres le plus généralement utilisés de la culture nationale usités dans plusieurs domaines. Dans notre contexte, les clients affichant la même nationalité que le dirigeant de l'EMF, partageant la même langue, les mêmes valeurs et normes culturelles (Zukin et Di Maggio, 1990), sont donc proches culturellement. Ils ont tendance à « l'iso-behaviorisme » c'est-à-dire adoptent les mêmes comportements face aux microcrédits, par mimétisme culturel ou par

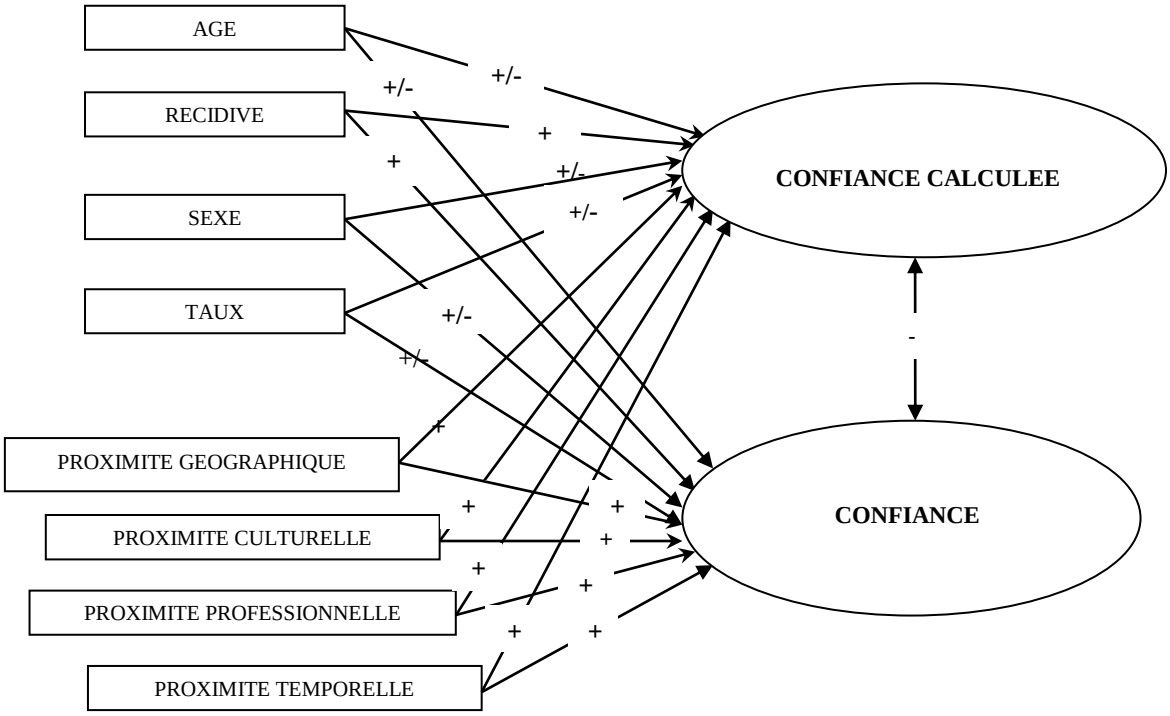
communautarisme. Guiso et al. (2009) et Huntington (2007) montrent que le partage d'une même langue ou la même culture favorise la confiance mutuelle qui à son tour, a une influence positive sur les échanges. Pictet (2014) soutient qu'une « entente et la confiance qui s'en suit, s'établissent plus rapidement entre individus d'une même culture ou qui possèdent tout au moins un ensemble de valeurs humaines ou sociales ». Nous inférons ainsi l'hypothèse H24: « la proximité culturelle client-dirigeant favorise la confiance du dirigeant et réduit la confiance calculée du gestionnaire ».

Cependant, il est nécessaire de mettre un bémol sur les bienfaits de la proximité car elle peut avoir des effets pervers. Par exemple, calquer son comportement sur celui des proches défaillants. D'autres travaux établissent notamment que l'origine ethnique est susceptibles de biaiser la décision de financement (Beck et al., 2011; Irwin et Scott, 2010; Largay et Xiaodong, 2011; Ya et al., 2012). Le pouvoir de la proximité doit en effet être relativisé car l'exacerbation de l'effet de proximité peut amener l'EMF, par la confiance aux mauvais clients proches, à occulter totalement ce que Julien (2001, p.149) appelle les signaux faibles . Toutefois, les différentes proximités culturelle, temporelle, géographique et professionnelle apparaissent comme les instruments de la confiance. Elles poussent le responsable de l'EMF à baisser la garde sur les contrôles et la vigilance nécessaires pour déceler les clients à risque mais qui lui sont proches. Enfin, nous supposons dans notre modèle, que la relation entre la confiance calculée du gestionnaire et la confiance du dirigeant de l'EMF, est une réciprocité positive d'où nous inférons l'hypothèse H3 : « la confiance client-gestionnaire favorise la confiance du dirigeant et réciproquement ».

2.3. Modèle hypothétique de confiance

Nous présentons dans la figure 3 ci-après un schéma hypothétique de la construction de la confiance sur la base des hypothèses de recherche précédentes.

Figure 3 : Modèle hypothétique de la confiance avec les effets escomptés



Source: Auteurs 2020.

3. Mthodologie de la rcherche

Nous présentons la méthodologie de la recherche, les données empiriques et la technique de leurs traitements. Puis nous présentons les variables et leur opérationnalisation.

3.1. Méthode et données empiriques

Nous adoptons une méthode quantitative basée sur une démarche hypothético-déductive. En effet, sur la base des hypothèses retenues supra, nous tenterons de les confirmer ou de les infirmer. La partie empirique concerne le cas d'un établissement de microfinance de deuxième catégorie, qui a été créée en 2002 par un groupe d'enseignants de nationalité togolaise et béninoise. Il est situé au quartier Lalala Dakar dans le 5ème arrondissement de la commune de Libreville au Gabon.

Il enregistre en avril 2017, environ 623 clients. Il accorde des prêts individuels en fonction du niveau de dépôt du client. Pour le premier prêt, le montant accordé représente le double du

dépôt. Au deuxième prêt, le montant représente le triple du dépôt etc. L'EMF a mis à notre disposition toute la base de données de l'entreprise anonymysée. Donc nous avons toute la population des clients. Nos données sont exhaustives et secondaires. Nous mobilisons la technique des équations structurelles pour déterminer simultanément les corrélations entre plusieurs variables quantitatives retenues.

3.2. Variables et leur mesure

Les variables cibles que nous retenons sont CONFIANCE et CONFIANCE CALCULEE qui sont utilisées comme variable explicative latentes non observée dans la technique des équations structurelles. Les variables manifestes ou observées sont de deux ordres. (1) Les variables liées au client : AGE, RECIDIVE, SEXE et TAUX ou coût du microcrédit. Nous ne prendrons pas en compte la variable montant du prêt car 13% seulement des montants respectent le principe de microcrédit (montant inférieur ou égal à 200 euros soit 120 000 FCFA environ) ; (2) Les variables proximité: PROXIMITE TEMPORELLE, qui indique le délai du prêt ; PROXIMITE GEOGRAPHIQUE qui indique la distance géographique entre la résidence du client et la localisation de l'EMF ; PROXIMITE PROFESSIONNELLE qui indique si le métier du client est le même que celui du dirigeant de l'EMF et PROXIMITE CULTURELLE qui indique si le client et le dirigeant de l'EMF ont la même nationalité ou ont la même langue en partage. Les variables SEXE, PROXIMITE GEOGRAPHIQUE, PROXIMITE PROFESSIONNELLE et PROXIMITE CULTURELLE sont binaires (prenant la valeur 1 si le client est un homme, habite dans le même arrondissement d'implantation de l'EMF, exerce le même métier que le dirigeant de l'EMF et s'il a la même nationalité ou parle la même langue que le dirigeant ; sinon elle prend la valeur 0). Les variables AGE, RECIDIVE, TAUX, PROXIMITE PROFESSIONNELLE prennent leur valeur décimale).

4. Rsultats de la recherche

Nous présentons les résultats et leurs discussions, enfin le modèle théorique de la confiance obtenu dans le contexte B to C ou EMF-client du secteur de la microfinance.

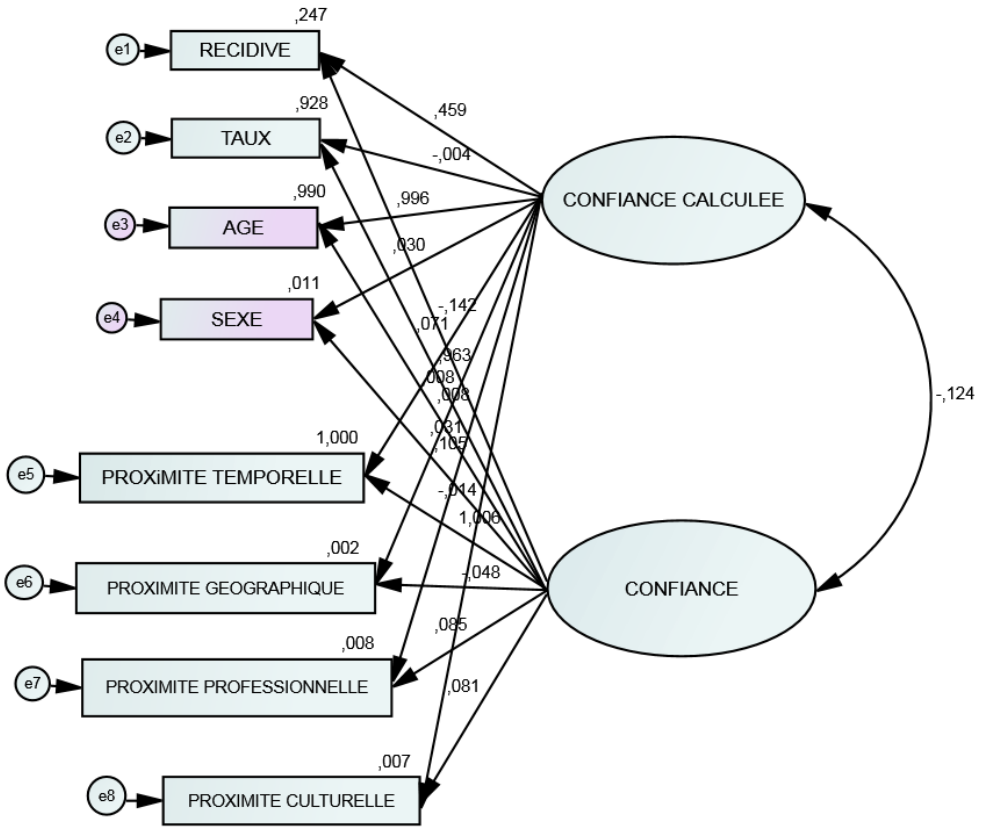
4.1. Résultats et Discussions

Les résultats de notre modèle d'équations structurelles (cf. figure 4 ci-après) sont valides car les critères absolus d'ajustement du modèle habituellement mobilisés dans la littérature, sont corrects. La qualité d'adéquation des données au modèle est tout à fait satisfaisante. Les indices GoF (Goodness of Fit) internes et externes préconisés par Tennenhaus et al. (2005), sont stables et proches de 1 dans notre cas ces indices GFI=0,85 et AGFI=0,80. Ils mesurent la part relative de la variance expliquée par le modèle. En outre, nous obtenons les indices de parcimonies du modèle global qui servent dans la comparaison de différents modèles alternatifs notamment l'indice PGFI=0,66 qui doit être le plus élevé possible. Nous discuterons uniquement les résultats significatifs au sens statistique du terme c'est-à-dire les résultats présentant une p-value au plus égale à 10%.

Résultats sur les variables liées au client

Les variables AGE et RECIDIVE ont un effet positif et significatif respectivement de 99% et 46% sur la variable CONFIANCE CALCULEE. Cela veut dire que les clients qui empruntent plusieurs fois et qui paradoxalement, sont en âge de la retraite augmentent la confiance calculée de l'EMF (via le gestionnaire du compte). Le résultat sur l'âge contredit celui de Benarous (2004) mais, il est en accord avec celui Taouab (2014, p.101) dans un contexte différent. Cet auteur estime que les clients âgés de 35 à 87 sont de bons clients dans le milieu rural.

Figure 4: Résultats des traitements du modèle par des équations structurelles



Source: Auteurs 2020. Modèle de la confiance par équations structurelles, issu du logiciel Amos.

La variable AGE est significative comme l'ont montrée Kinda et Achonu (2012, p.26). Le résultat sur la RECIDIVE est en accord avec celui de Schreiner (1999, p.7) qui estime que plus un micro-emprunteur recidive, moins il est risqué donc il est digne de confiance**.**

Les variables TAUX et SEXE influencent positivement et significativement la variable CONFIANCE de 96% et 11%. L'impact de l'AGE est négligeable. Par contre, la variable RECIDIVE impacte négativement et significativement CONFIANCE de 14%. Cela veut dire que les clients de sexe masculin, et dont le coût du microcrédit est paradoxalement élevé, renforcent la confiance de l'EMF via le dirigeant. Les clients qui empruntent plusieurs fois (supposés bons clients car ils ont déjà remboursé les microprêts précédents), réduisent paradoxalement la confiance. Le résultat sur le TAUX est en désaccord avec ceux de plusieurs auteurs notamment Stiglitz et Weiss (1981). Ces auteurs estiment respectivement que

l'augmentation du taux accroit le risque, car les clients enclins à rembourser démissionnent au profit de ceux qui présentent un risque de défaut élevé. Ce résultat est en désaccord avec Acclassato (2006) qui montre que l'effet négatif de l'augmentation du taux domine son effet positif sur le profit du prêteur ; ce résultat est également en contradiction avec Bardhan et Udry (1999). Quant à Bloch et Coeuré (1995), ils trouvent que les clients à haut risque non identifiables par l'EMF, augmentent le coût du microcrédit. En ce qui concerne la variable SEXE, notre résultat est en accord avec Schreiner et Nagarajan (1998, p.7); Kinda et Achonu (2012, p.26) qui montrent que la variable SEXE est significative. Le résultat sur le SEXE est en contradiction avec celui de Taouab (2014, p.101) et Schreiner et Nagarajan (1998, p.5) pour qui, les femmes sont meilleures clientes que les hommes. Mais il va dans le sens de Bassem (2008, p.201) qui trouve que le genre est corrélé négativement avec le risque de défaut. Le résultat sur la RECIDIVE est en désaccord avec celui de Schreiner (1999, p.7) qui estime que plus un micro-emprunteur recidive, moins il est risqué.

Résultats sur les variables proximité

Les variables manifestes PROXIMITE PROFESSIONNELLE, PROXIMITE CULTURELLE et PROXIMITE TEMPORELLE impactent positivement et significativement la variable latente CONFIANCE respectivement de 9%, de 8% et de 101%. Cela veut dire respectivement que les clients qui exercent la même profession (enseignant) et qui sont de la même culture ou nationalité (béninoise ou togolaise) que le dirigeant de l'EMF, augmentent la confiance par corporatisme d'une part et par communautarisme, nationalisme ou chauvinisme, d'autre part. Les microcrédits accordés à court terme et remboursés à échéance, ont le même effet. Le résultat sur la PROXIMITE PROFESSIONNELLE est en accord avec Sainsaulieu (1977) qui soutient que les personnes proches professionnellement s'identifient au groupe et aux pairs. Ces derniers leur vouent une confiance par corporatisme. Ce résultat est en accord avec Monceau (2013) qui indique qu'il est difficile d'appartenir à un même milieu professionnel qu'une cible et d'interroger, de percevoir des évidences non questionnées et les routines du dit-milieu.

Le résultat sur la PROXIMITE CULTURELLE est en accord avec Zukin et Di Maggio (1990) qui soutiennent que les clients qui partagent la même langue, les mêmes valeurs et normes

culturelles sont donc proches culturellement. Ce résultat est en accord avec de nombreux travaux établissant que l'origine ethnique est susceptible de biaiser la décision de financement par la confiance aveugle notamment les résultats de Beck et *al.*, (2011); Irwin et Scott (2010); Largay et Xiaodong (2011); Ya et *al.* (2012). Ces biais aboutissent à une escalade d'accords (Ring et Van de Ven, 1994, p.98 et 103), une dérive ou une fuite en avant des acteurs refusant de se dédire de leur engagement par peur de décevoir leurs partenaires (Bornarel, 2007). Le dirigeant de l'EMF peut même accorder un prêt à un client qui ne devrait pas l'obtenir, par aveuglement culturel ou par confiance ce que Karpik (1996) nomme la confiance dans une communauté. Cela implique un haut degré de corrélation entre ses membres, en mesure d'apprendre et de transmettre en interne certains standards ou conventions de comportement (David, 1994). Notre résultat est également en accord avec Huntington (2007); Guiso et *al.* (2009); De Charentenay (2010) ; Pictet (2014) qui soutient qu'il y a plus de confiance entre partenaires car il y a compréhension et partage, à travers la même langue et la même culture. Zucker (1986, p.7) explique qu'aux USA, la confiance basée sur les caractéristiques est liée à la famille (p.11) (ethnique p.48 ou religieuse p.9) et à la communauté locale (p.9)- la confiance basée sur les processus de relations courantes est érodée. L'auteur confirme notre résultat en intégrant les proches, la communauté et les éléments de la proximité culturelle.

Par contre, le résultat sur la proximité culturelle est en contradiction avec celui de Langlois et Dumont (1995) qui estiment que l'identité culturelle qui n'est pas authentique, peut être une copie de l'original étranger. Elle est une source d'incertitude et de division plutôt que de confiance et de cohésion. Il est également en désaccord avec Bornarel (2007) pour qui, la confiance idéale des organisations claniques produit des effets pervers lorsque l'imbrication sociale forte des acteurs induit des biais dans la sélection et le contrôle des partenaires.

La variable PROXIMITE TEMPORELLE impacte positivement et significativement la variable CONFIANCE CALCULEE, de 7%. C'est-à-dire que les prêts de court terme augmentent la confiance calculée de l'EMF via le gestionnaire, envers le client. Ce résultat est en accord avec l'approche de Belletante (1991) qui soutient l'idée selon laquelle, plus l'horizon temporel s'élargit plus l'incertitude croît. Notre résultat est en phase avec Moureau et Riveau (2004, p.10). Ce résultat justifie l'effet de microcosme de Mahé de Boislandelle (1996). C'est ainsi que les prêts concédés par des EMF sont en général de court terme, car le

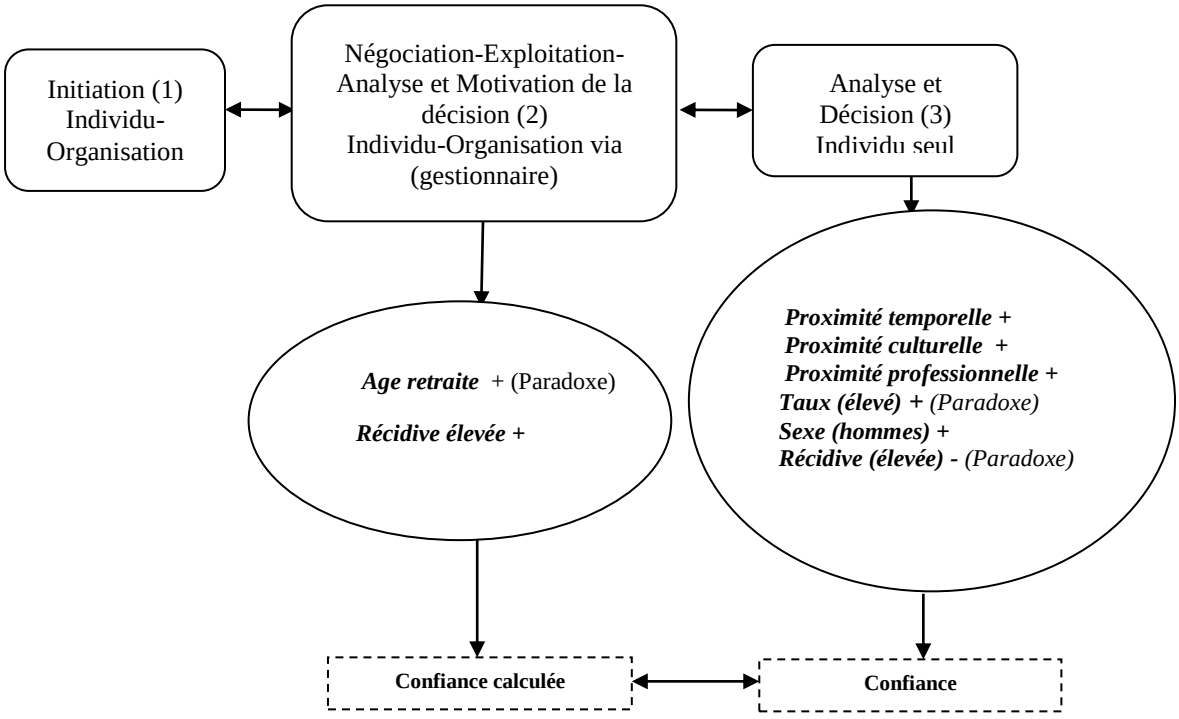
risque est réduit et il est minimum. Ce résultat est en contradiction avec Shapiro (1987) qui soutient qu'une relation d'échange sociale se crée lentement et à long terme.

Les variables latentes CONFIANCE CALCULEE et CONFIANCE ont des effets significativement contraires de 13%, l'une de l'autre car le signe de leur impact est négatif. Cela veut dire que la confiance calculée accordée par l'EMF via le gestionnaire réduit la confiance accordée par l'EMF via le dirigeant de l'EMF et réciproquement. Ce résultat montre une divergence et un antagonisme entre le gestionnaire qui motive la décision à partir des informations objectives et le dirigeant qui devrait décider objectivement. Cela montre que le dirigeant intègre, en plus, des considérations subjectives pour prendre ses décisions. Ce résultat est partiellement en accord avec le résultat de Brulé-Gapihan et Boudès (2015, p.167) qui estiment que la confiance idéale peut à terme conduire à la rupture de la confiance.

4.2. Modèle obtenu du complexe de la confiance

Nous obtenons in fine un modèle théorique de la construction « confiance/calculée-confiance » dans le contexte B to C entre un EMF et ses clients, présenté dans la figure 5.

Figure 5 : Modèle théorique de la formation de la confiance



Source: Auteurs 2020.

CONCLUSION

A l'issue de cette recherche, nous avons montré les éléments qui sont pris en compte pour établir une relation de confiance entre un EMF et ses clients. Cette relation est établie à deux niveaux. Le premier est en front office, concerne la négociation entre le client et le gestionnaire qui instruit le dossier et vérifie les critères présentés par le client pour établir la confiance qui est une confiance calculée. Le deuxième niveau est en back office, concerne la validation en dernier ressort du dossier de microcrédit par le dirigeant de l'EMF, qui montre une confiance envers les clients proches. Nous avons mobilisé une revue de la littérature sur la confiance et la proximité. Nous avons également utilisé la modélisation par des équations structurelles pour évaluer les impacts entre les variables qui expliquent la confiance calculée et la confiance. Les résultats significatifs nous indiquent que les EMF, via le gestionnaire de

compte, montrent dans la phase négociation, une confiance calculée aux clients en âge de la retraite paradoxalement, et qui ont une grande expérience à l'emprunt ou une récidive élevée. En outre, dans la phase décision, le dirigeant de l'EMF montre une confiance en validant les dossiers des microcrédits de clients qui présentent une proximité culturelle par communautarisme, nationalisme ou chauvinisme, une proximité professionnelle par corporatisme et une proximité temporelle pour les emprunteurs à court terme. Dans la phase décision, les caractéristiques personnelles des clients (sexe=masculin et le taux élevé=coût du microcrédit élevé) augmentent paradoxalement la confiance du dirigeant de l'EMF. La récidive réduit paradoxalement cette confiance. Nous pouvons répondre à la question de recherche par l'affirmative que le modèle de confiance de Schilke et Cook est révisité car n'est pas adapté dans la relation B to C et dans le contexte de la microfinance. Nous relevons deux apports de cette recherche à savoir un apport managérial et un apport théorique.

- comme apport managérial, nous retenons la mise en place d'un comité de validation des dossiers de microcrédit pour éviter que le dirigeant de l'EMF n'accorde unilatéralement des prêts par empathie du fait de ses proximités avec les clients. Ces proximités peuvent paradoxalement engendrer des effets négatifs car l'exacerbation de l'effet de proximité peut amener l'EMF, par une confiance aux clients proches, à occulter totalement les signaux faibles prônés par Julien (2001, p.149). Nous préconisons ce comité en suivant Devereux (2008, p.145) qui note qu'un individu élabore des dispositifs construisant une distance avec le terrain et des techniques de neutralisation des affects pour être objectif. Les dirigeants des EMF devraient adopter cette posture pour valider objectivement les dossiers de microcrédits.
- comme apport théorique, nous proposons un modèle du complexe de la confiance dans une relation B to C dans le secteur de la microfinance (cf. figure 5). Cette recherche fait ressortir une limite liée à la généralisation des résultats. En effet, nos résultats sont issus d'un seul cas d'EMF. Nous projetons élargir le terrain de l'étude à d'autres EMF locaux voire de plusieurs autres pays de la sous région Afrique centrale. Cela aura pour effet d'augmenter la taille de l'échantillon pour s'affranchir des biais de généralisation. Cependant, la taille de l'échantillon utilisée dans ce papier est suffisante pour obtenir des résultats acceptables et significatifs.

BIBLIOGRAPHIE

Acclassato D.H., (2006). « Taux d'intéret effectif, viabilité financière et réduction de la pauvreté par les institutions de microfinance au Bénin ». Séminaire de recherche du LEO.

Anderson E. et Weitz B., (1989). « Determinants of Continuity in Conventional Industrial Channel Dyads», Marketing Science, 8, 310-323. https://doi.org/10.1287/mksc.8.4.310.

Bah T., (2002). «Le marché de la transmission d'entreprise en France: constats et généralités», Colloque: Les enjeux de la transmission d'entreprise, Montpellier, 5-6 décembre, p. 10-24.

Bardhan F. et Udry C., (1999). Development Microeconomics, Oxford University Press.

Bassem B.S., (2008). « Le crédit scoring: une nouvelle voie pour réduire les problèmes de remboursement et améliorer la performance des IMFs ». Savings and Development Vol. 32:(3), pp. 175-204.

Baumann E., Servet J.-M. (2007). « La microfinance, une extension des marchés financiers. Réflexions à partir d'expériences sur trois continents (en Géorgie, en Inde et au Sénégal) » in Hernandez V., Phelinas P., Ould-Ahmed P. et al., Turbulences monétaires et sociales. L'Amérique latine dans une perspective comparatiste. Paris, L'Harmattan, p. 123-151.

Beck T., Behr P. et Madestam A., (2011). «Sex and Credit: Is There a Gender Bias in Microfinance?» European Banking center Discussion Paper 2011-027, Tilburg University, the Netherland.

Belletante B., (1991). « Pour une approche des spécificités financières de la PME au travers du concept de territoire financier », Revue internationale PME, vol. 4, n° 1, p. 30-49.

Benarous M., (2004). « La Banque Tunisienne de Solidarité: solidaire pas caritative », Laboratoire d'analyse et de perspectives économiques (LAPE).

Bloch L. et Coeuré B., (1995). « Imperfections du marché du crédit, investissement des entreprises et cycle économique », document de travail, INSEE, n°G9502.

Bornarel F., (2007). « La confiance comme instrument d'analyse de l'organisation », Revue française de gestion, vol.33, n°175, p.95-109.

Bouba-Olga O., Chauchefoin P. et Mathé J., (2006). « Innovation et territoire: une analyse des conflits autour de la ressource en eau », Flux, 2006, n° 63/64, p. 32-41.

Brulé-Gapihan E. et Boudes M., (2015). « Pécher par excès de confiance? Etude de cas d'une coopérative d'activité et d'emploi», Revue française de gestion, (41):248, p153-169.

Bstieler L., Hemmert M. et Barczak G., (2017). « The changing bases of mutual trust formation in inter-organizational relationships: A dyadic study of university-industry research collaborations », Journal of Business Research, vol.74, pp. 47-54.

Capo C. et Chanut O., (2013). « Le concept de proximité comme source de différenciation : proposition d'une grille de lecture des positionnements voulus des distributeurs français », Logistique et Management, 21 (1)1,7-19.

Dardour A.et Ouvrard S., (2012). « L'analyse du risque crédit dans les IMF françaises : une approche collective fondée sur la confiance », Humanisme et Entreprise, (5):310, p.57-72.

David P.A., (1994). « Les standards des technologies de l'information, leurs normes de communication et l'Etat: un problème de biens publics », in Orlean A. (ed), Analyse Economique des Conventions, P.U.F., Paris.

De Charentenay P., (2010). «La confiance et ses contraires », Études 1 (Tome 412), p. 4-6.

Devereux G., (2008). De l'angoisse à la méthode dans les sciences du comportement. Paris Flammarion.

Dutaillis G.P., (1981). Le risque du crédit bancaire, Editions Clet Banque.

Evans T.G., Adams A.M. et Mohamed R., (1999). « Demystifying Non Participation in Microcredit: A Population-based Analysis », World Development, Vol.27, n°2, 419-430.

Granovetter M., (2005). «The Impact of Social Structure on Economic Outcomes ». Journal of Economic Perspectives, 19(1): 33-50.

Guibert N., (1999). « La confiance en marketing : fondements et applications », Recherche et Applications en Marketing, vol.14, n°1, pp. 1-19.

Guiso L., Sapienza P. et Zingales L., (2009). « Cultural Biases in Economic Exchange », Quarterly Journal of Economics 124, 1095-1131.

Herault-Fournier C., Merle A. Prigent-Simonin AH. et Lazzerini L., (2010). « la proximité perçue par les consommateurs dans les points de vente collectifs », Les carnets pro de Liproco, n°2, 12p.

Hofstede G., (1980). Culture's Consequences, International Differences in Work-Related Values, SAGE publications: Newbury Park.

Hofstede G., (2001). Culture's Consequences: Comparing Values, Behaviors, Institutions, and Organizations Across Nations, 2nd ed., SAGE publications, Thousand Oaks.

Hofstede G.J., Pedersen P.B. et Hofstede G.H., (2002). Exploring culture: exercises, stories, and synthetic cultures. Yarmouth, Me.: Intercultural Press. 234p.

Hofstede G., (2005). Cultures and Organizations: Software of the Mind, 2nd Ed., McGrawHill: New York.

Hofstede G., (2010). Cultures and Organizations: Software of the Mind, 3rd Ed., McGraw-160 Hill: New York.

Huntington S.P., (2007). Le choc des civilisations. Ouvrage traduit de l'Anglais par Jean-Luc Fidel et Geneviève Joublain éd. Odile Jacob, 250 pp., Paris.

Irwin D. et Scott J., (2010). « Barriers faced by SMEs in raising bank finance », International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research, vol.16 n°3, pp.245-259.

Julien P.A., (2001). « Les PME à forte croissance et la métaphore du jazz. Comment gérer l'improvisation de façon cohérente », Revue internationale PME, vol.14, n°3-4, p.129-161.

Karpik L., (1996). « Dispositifs de confiance et engagements crédibles », Sociologie du Travail, n°4, p. 527-550.

Kinda O. et Achonu A., (2012). « A Credit Scoring Model for The Savings And Credit Mutual Of The Potou Zone (MECZOP)/Senegal. Consilience », The Journal of Sustainable Development, vol.7, n°1, p.17–33.

Kirat T. et Torre A., (2006-2007). « Conflits d'usages et dynamiques spatiales. Les antagonismes dans l'occupation des espaces périurbains et ruraux », dossier thématique Géographie, Économie, Société.

Lumineau F. et Schilke O., (2018). « Trust Development across Levels of Analysis: An Embedded-Agency Perspective», Journal of Trust Research, 8:(2): 238-248.

Langlois S. et Dumont F., (1995). L'horizon de la culture: hommage à Fernand Dumont, Les Presses de l'Université Laval. Institut québécois de recherche sur la culture, 555p.

Largay J.A. et Xiaodong Q., (2011). « Does Gender Influence the Terms of Small Business Loans? », Academy of Management Perspectives, vol.25, n°1, pp.96-98.

Lewicki R., McAllister D. et Bies R., (1998). Trust and distrust: New relationships and realities. The Academy of Management Review, 23 (3), 438-458.

Lorenz E., (2001). « Confiance interorganisationnelle, intermédiaires et communautés de pratique », Réseaux, vol.108, n°4, p.63-85.

Mahé de Boislandelle H., (1996). « L'effet de grossissement chez le dirigeant de PME : ses incidences sur le plan du management des hommes et de la GRH », IIIème Congrès international francophone Pme (CIFPME), trois-Rivières, Québec, pp. 101-115.

Matuleviciene M. et Stravinskiene J., (2016). « How to Develop Key Stakeholders Trust in Terms of Corporate Reputation », Inzinerine Ekonomika-Engineering Economics, 27:(4), pp. 472–478.

Mayer R.C., Davis J.H. et Schoorman D.F., (2004). « An Integrative Model of Organizational Trust », Academy of Management Review, 20:(3), pp.709-734.

Meier O., (2016). Management interculturel stratégie Organisation Perormance, Management Sup, Management - Ressources humaines, 6éd., Dunod, Paris, 326 pp.

Möller K. et Wilson D., (1995). Business marketing: An interaction and network perspective, Kluwer Academic Publishers Inc.

Monceau G., (2013). «Effets s'une pratique clinique de recherche», ResearchGate, site: https://www.researchgate.net/publication/289379363.

Morgan R.M. et Hunt S.D., (1994). « The Commitment Trust Theory of Relationship Marketing », Journal of Marketing, 58:(3), pp. 20-38.

Moureau N. et Rivaud D., (2004), L'incertitude dans les théories économiques, Paris, La Découverte.

Neal T.M.S., Shockley E., et Schilke O. (2016). « The dark side of institutional trust », in E. Shockley, T.M.S. Neal, B.H. Bornstein, et L.M. PytlikZillig (Eds.), Interdisciplinary perspectives on trust: Towards theoretical and methodological integration, p.177-192. NY: Springer.

Nielsen B.B., (2004). « The Role of Trust in Collaborative relationships: A Multi-Dimensional Approach », M@n@gement, 7:(3), pp.239-256.

Pictet R., (2014). L'Homme peut-il accéder à une société harmonieuse? Un essai sur l'évolution du comportement. éd. Connaissances et Savoirs. 846 pp.

Reimann M., Schilke O. et Cook K.S., (2017). « Trust is heritable, whereas distrust is not », PNAS, vol. 114, n°27, pp. 7007–7012.

Ring P.S. et Van de Ven A.H., (1994). « Developmental Processes of Cooperative Interorganizational Relationships », Academy of Management Review, (19):1, pp.90-118.

Rugimbana R., (2015). «Poverty alleviation in Africa through microfinancing innovations», chapter 28 in Nwankwo S. and Ibeh K., (2015). The Routledge Companion to Business in Africa, Routledge Companion, 580 pp. London and New York.

Sainsaulieu R., (1977). L'identité au travail, Presses de la Fondation Nationale des Sciences Politiques.

Schilke O. et Cook K.S., (2013). « A cross-level process theory of trust development in interorganizational relationships », Strategy Organization, 11:(3), pp.281-303.

Schilke O., Wiedenfels G., Brettel M. et Zucker L.G., (2017). « Interorganizational trust production contingent on product and performance uncertainty », Socio-Economic Review, 15:(2), pp. 307-330.

Schilke O., (2018). «A micro-institutional inquiry into resistance to environmental pressures», Academy of Management Journal, 61:(4), pp. 1431–1466.

Schreiner M. et Nagarajan G., (1998). «Predicting Creditworthiness with Publicly Observable Characteristics: Evidence from ASCRAs and Roscas in the Gambia», Savings and Development, Vol. 22, No. 4, pp. 399–414.

Schreiner M., (1999). A Scoring Model of the Risk of Costly Arrears at a Microfinance Lender in Bolivia, 31p.

Sebti H. et Ikram Nasr M., (2015). « Les acheteurs modérateurs de la financiarisation. L'échange social pour pallier le sentiment d'injustice », Revue française de Gestion, vol.41, n°248, pp. 57-75.

Shapiro S.P., (1987). «The social control of impersonal trust», American Journal of Sociology, 93, pp. 623–58.

Silva de Almeida J.M., Rezende da Costa P., Silva Braga Junior S. et Silveira Porto G., (2018). « Capacidade relacional e desenvolvimento de novos produtos em pequenas empresas de base tecnologica », Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas, vol.7, n°3, pp. 141-166.

Stiglitz J.E. et Weiss A. (1981). « Credit rationing in markets with imperfect information », American Economic Review, vol.71, June, n°3, pp.393-410.

Talbot D., (2015). « Faut-il être proche pour contrôler ? Effets des proximités sur le contrôle inter-organisationnel », actes de la XXIVème conférence internationale de Management Stratégique, Paris Dauphine.

Taouab O., (2014). « Prédiction de la défaillance de la clientèle du microcrédit au Maroc: la méthode des scores », European Scientific Journal, vol.10, n°19, p. 1857 – 7881.

Tennenhaus M., Vinzi V.E., Chatelin Y. et Lauro C., (2005). « PLS Path Modeling », Computational Statistics and Data Analysis, 48, 1, 159-205.

Torrès O. et Gueguen G., (2008). « Incidence de la loi proxémique sur la perception de l'incertitude des PME », Revue internationale P.M.E., 21(1), pp. 93-117.

Vyt D., Jara M., Mevel O., Morvan T. et Morvan N., (2017). Des distributeurs toujours plus proches du consommateur ? Le cas du drive alimentaire. Management & Avenir, INSEEC/Management Prospective ed., 93 (3), pp.141-160.

Xunsua Su (2010). « A Re-examination of credit rationing in the Stiglitz and Weiss model », Department of fina nce and management science, Discussion Paper. Norges Handelshoyskole, Norwegian School of Economics and Business Administration.

Ya W., Escalante C., Gunter L. et Epperson J., (2012). « A decomposition approach to analysing racial and gender biases in Farm Service Agency's lending decisions ». Applied Economics, vol.44, n°22, pp. 2841-2850.

Zhang J., Beatty S.E. et Walsh G., (2008). « Review and Future Directions of Cross-Cultural Consumer Services Research », in: Journal of Business Research, 61, pp. 211-224.

Zucker L.G., (1986). « Production of trust: institutional sources of economic structure 1840–1920 », Research in organizational behavior, 8, pp.53-111.

Zukin et Di Maggio (1990). The social organization of the economy. Cambridge University Press, Cambridge.