

**L'INFLUENCE DES DETERMINANTS DE L'OPACITE  
INFORMATIONNELLE SUR LA DIVERSIFICATION DES  
RELATIONS BANCAIRES : UNE ETUDE SUR LES PME AU SENEGAL**

**THE INFLUENCE OF DETERMINANTS OF INFORMATIONAL  
OPACITY ON THE DIVERSIFICATION OF BANKING  
RELATIONSHIPS: A STUDY ON SMEs IN SENEGAL**

**Mouhamadou DIA**

Docteur en sciences de gestion  
Groupe Supdeco Dakar ; Sénégal  
Laboratoire FOCS/UCAD

**Codou SARR**

Doctorante en Économie  
Laboratoire LAFIDEV/UCAD

**Date de soumission** : 15/09/2025

**Date d'acceptation** : 15/10/2025

**Pour citer cet article** :

DIA. M. & SARR. C. (2025) « L'influence des déterminants de l'opacité informationnelle sur la diversification des relations bancaires : une étude sur les PME au Sénégal », Revue Française d'Economie et de Gestion « Volume 6 : Numéro 10 » pp : 737- 750.

Author(s) agree that this article remain permanently open access under the terms of the Creative Commons Attribution License 4.0 International License



## Résumé

Cet article se propose d'examiner empiriquement l'influence de l'opacité informationnelle sur le choix des PME sénégalaises entre une relation bancaire unique et une diversification de leurs relations. Il s'agira plus spécifiquement de vérifier la validité de l'hypothèse de Berger et al. (2001) dite de la « banque unique–firme opaque », selon laquelle les entreprises les plus opaques tendent à concentrer leurs relations auprès d'une seule banque, en mobilisant la taille et l'âge des PME comme indicateurs d'opacité informationnelle. Pour répondre aux hypothèses théoriques formulées dans notre étude, nous avons réalisé des tests économétriques portant sur un échantillon de 152 PME sénégalaises. Nos résultats montrent que les entreprises de petite taille se caractérisent par un nombre de banque réduit. Une entreprise petite concentre donc ses relations bancaires afin de bénéficier des avantages du financement relationnel et au fur et mesure que sa taille augmente elle diversifie ses relations. L'âge qui est un déterminant de l'opacité informationnelle est également corrélé à la probabilité d'avoir plusieurs banques. Ces résultats permettent de valider l'hypothèse de Berger et al. (2001) dans le contexte d'un pays en développement.

**Mots clés :** PME ; asymétrie d'information ; relation bancaire ; multibancarité ; rationnement de crédit.

## Abstract

This article proposes an examination of the impact of the opacity information on the PME selections entering a unique bank relationship and a diversification of their relations. It is more effective to verify the validity of the hypothesis of Berger et al. (2001) The “unique-firm-opaque bank” said that the enterprises with the largest operating companies tended to concentrate their relations with the same bank, and were mobile in the tail and the PME as information indicators. To respond to the hypothesis formulas in our study, we have all the necessary economic tests on a 152 PME sensor. Our results include the presence of petite enterprises that are involved in a redundant bank number. A small enterprise has a large interest in its relations with a financial beneficiary and its financial benefits and ensure that it increases the diversity of its relations. This is a determinant of the information that is corrected to the potential of more banks. These results help to validate the hypothesis of Berger et al. (2001) in the context of development.

**Keywords:** PME; information asymmetry; bank relationship; multi-bankarity ; credit rationing.

## Introduction

Les PME représentent plus de 80% des entreprises sénégalaises. Toutefois, malgré leur grand nombre, leur poids sur l'économie sénégalaise reste faible. Les PME sénégalaises font face à plusieurs défis dont le plus important est l'accès au financement. En effet, les PME accèdent difficilement aux crédits bancaires du fait de leur opacité informationnelle, leur faible formalisation et leur difficulté d'offrir les garanties demandées (Cali et al, 2020). Dans ce contexte, la littérature en finance bancaire a mis en évidence l'importance des relations banque–entreprise comme mécanisme de réduction des asymétries d'information et de facilitation du financement des PME (Petersen & Rajan, 1994 ; Berger & Udell, 1995). La relation bancaire permet à la banque de disposer d'une information de type qualitative qui découle des expériences passées notamment l'historique du crédit (Mbamou et Eloundou, 2024), mais également sur la confiance construite à partir des interactions avec le prêteur (Coffinet et Nicolas 2023). Toutefois, ces relations peuvent se traduire par une concentration sur une seule banque ou, au contraire, par une diversification auprès de plusieurs établissements financiers. Berger et al. (2001) formulent à ce sujet l'hypothèse dite de la « banque unique–firme opaque », selon laquelle les entreprises les plus opaques — celles dont la qualité de l'information financière est faible ou difficilement vérifiable — tendent à concentrer leurs relations auprès d'une seule banque. Ce choix s'explique par la nécessité de bâtir une relation de proximité permettant à la banque de mieux évaluer la qualité de l'entreprise et de limiter les risques liés à l'opacité informationnelle. L'opacité informationnelle peut être appréhendée à travers différentes dimensions, notamment la taille et l'âge de l'entreprise, qui conditionnent la disponibilité et la fiabilité des informations financières. Vigneron (2009) souligne en effet que les PME de petite taille et de création récente présentent une plus forte opacité, rendant plus difficile l'accès à un financement bancaire. Dès lors, la question de l'influence de l'opacité informationnelle sur la diversification des relations bancaires des PME revêt une pertinence particulière dans le contexte sénégalais, marqué par une dépendance élevée des PME vis-à-vis du financement bancaire et par une faible structuration des marchés financiers alternatifs. Ce qui nous amène à poser la question centrale suivante :

Quelle est l'influence de l'opacité informationnelle de la PME sur la diversification de ses relations bancaires ?

De cette question centrale découlent les deux questions spécifiques suivantes :

- Quelle est l'influence de la taille de la PME sur la diversification de ses relations bancaires ?
- Quelle est l'influence de l'âge de la PME sur la diversification de ses relations bancaires ?

Cet article se propose d'examiner empiriquement l'impact de l'opacité informationnelle sur le choix des PME sénégalaises entre une relation bancaire unique et une diversification de leurs relations. Il s'agira plus spécifiquement de vérifier la validité de l'hypothèse de Berger et al. (2001) dans le contexte d'un pays en développement, en mobilisant la taille et l'âge des PME comme indicateurs d'opacité informationnelle, conformément à Vigneron (2009). Ce travail vise à enrichir la littérature sur les relations banque-PME dans les économies émergentes, tout en apportant des éclairages utiles pour les décideurs publics et les acteurs du secteur bancaire en matière de politiques de financement adaptées aux spécificités des PME.

### **1. Revue de la littérature**

L'accès au crédit bancaire reste l'un des obstacles les plus importants à la croissance des petites et moyennes entreprises (PME) en Afrique. Plusieurs études soulignent une difficulté des PME à accéder aux financements bancaires à cause des facteurs structurels et institutionnels. Du côté des entreprises, la petite taille, l'informalité et l'absence de garanties réelles, conjuguées à des états financiers peu fiables, diminuent considérablement les chances d'obtenir un crédit (Beck & Cull, 2014). Du côté des banques, le coût élevé de traitement des petits prêts, associé à une information asymétrique, conduit à un rationnement de crédit, les institutions de prêt favorisant les grandes entreprises considérées comme moins risquées (Beck, Demirgüç-Kunt & Maksimovic, 2008 ; Banque Mondiale, 2020). La difficulté majeure des PME à accéder aux financements bancaires est due à leur opacité informationnelle. Berger, Klapper et Udell (2001) mettent en évidence que les petites entreprises constituent des firmes opaques potentiellement due au faible historique d'affaires ou au manque d'informations financières complètes et fiables disponibles. Selon ces auteurs une firme opaque aura tendance à concentrer ses relations bancaires et de travailler avec une banque unique. Une relation de long terme avec une banque unique favorise l'accumulation d'information privée (soft information) et permet de réduire les asymétries d'information. Ce qui permettrait à l'entreprise d'accéder plus facilement au crédit. Mais, au fur et à mesure que l'entreprise croît et vieillit, elle devient moins opaque et son besoin en monitoring diminue ; et si elle continue à travailler avec une seule banque, cette dernière aura tendance à exercer sur elle un pouvoir de monopole et à lui facturer donc des taux d'intérêts importants. C'est l'hypothèse « banque unique-firme opaque » de Berger et al. (2001). L'opacité informationnelle s'explique dans ce cadre précis, tant par la petite taille des structures considérées qui rend l'investissement nécessaire à l'acquisition d'une connaissance de l'activité à même de lever les problèmes d'asymétries d'information difficilement amortissable compte tenu des volumes d'affaires envisagés (Besanko et Kanatas, 1993), que par leur jeunesse, le

risque de perte des fonds engagés apparaît ainsi d'autant plus grand qu'un grand nombre d'entreprises n'atteignent jamais les 5 ans (Callies, 1998). La taille d'une entreprise est donc un indicateur du nombre de relations bancaires car elle détermine les besoins financiers de l'entreprise mais également, sa capacité à supporter les coûts financiers de maintien d'une ou plusieurs relations bancaires. Du point de vue de la banque, elle joue un rôle précieux dans le cadre d'une politique de diversification du risque (Detragiache et al., 2000). De nombreuses études empiriques, pour divers pays et selon divers critères de taille ont montré que le nombre de relations bancaires est d'autant plus faible que la firme est de petite taille (Dwyer, Castelli et Hasan, 2006, Ziane 2009 ; Tlili, 2012, Kosekova et al. 2025).

Une première hypothèse peut donc être formulée :

Hypothèse 1 : Plus la taille de la PME est réduite, plus elle tend à concentrer ses relations auprès d'une seule banque.

La littérature sur la finance des PME souligne que l'âge des entreprises influence de manière significative leur capacité à nouer et diversifier des relations bancaires. Les PME plus âgées bénéficient généralement d'un historique de crédit et d'un capital réputation, ce qui réduit l'asymétrie d'information et facilite l'accès à plusieurs sources de crédit. Ainsi, elles ont tendance à entretenir un plus grand nombre de relations bancaires (Berger & Udell, 1995 ; Cole, 1998). Des travaux plus récents confirment cette dynamique. Par exemple, Kosekova et al. (2025). Cette analyse nous amène à formuler notre deuxième hypothèse :

Hypothèse 2 : Plus l'âge de la PME est faible, plus elle tend à concentrer ses relations auprès d'une seule banque.

## **2. Méthodologie**

### **2.1. Présentation des données**

Pour répondre à nos questions de recherche, nous avons suivi une démarche hypothético-déductive. Ce qui nous a amenés à recueillir des données par enquête auprès de 200 PME tirées à partir de la base des PME dénommée : Centre Unique de Collecte de l'Information « CUCI ». Cependant, pour des raisons de commodité, nous avons décidé de ne travailler qu'avec les entreprises se situant dans la région de Dakar. Ainsi, les entreprises se trouvant en dehors de notre zone d'étude, ont été changées et remplacées par d'autres entreprises du même secteur et de la même taille. Notre échantillon final est de 152 entreprises, soit un taux de retour de 76 %.

## 2.2. Le modèle

Nous cherchons à détecter les facteurs explicatifs qui peuvent justifier, plus ou moins directement, le choix d'une stratégie de multibancarité pour une entreprise. Pour ce faire, nous proposons un test en deux étapes :

- l'utilisation des critères de tri comme la moyenne, la médiane (la valeur qui partage la population observée en deux classes de taille identique), le mode (valeur la plus fréquemment observée au sein de la population), les valeurs minimales et maximales, ainsi que, les pourcentages d'entreprises monobancaires, d'entreprises en relation avec deux banques, trois banques et plus.
- une régression logistique destinée à étudier les déterminants de la multibancarité.

Le modèle économétrique se présente ainsi :

$$NB_i = \alpha + \beta_1 \text{ Opacité} + \beta_2 \text{ Banque principale} + \beta_4 \text{ Facteurs de contrôle} + \varepsilon$$

## 2.3. Mesure des variables

Nous allons présenter la variable dépendante et celles explicatives.

### 2.3.1. La variable dépendante

La variable dépendante dans la régression logistique est la probabilité d'être en relation avec plus d'une banque et prend les valeurs suivantes : 0= 1 banque, 1= plus d'une banque.

### 2.3.2. Les variables explicatives

Nous allons d'abord présenter les variables liées à l'opacité informationnelle ensuite les variables liées à la banque principale enfin les variables de contrôle

- Variables opacité de l'entreprise.
  - Taille : C'est une variable qui prend les valeurs suivantes : 0= effectif compris entre un (01) et vingt (20) employés ; 1= effectif compris entre vingt et un (21) et deux cent cinquante (250) employés. D'après l'hypothèse d'opacité de l'entreprise, on s'attend à une relation positive entre la taille de l'entreprise et le nombre de banques. Ceci s'explique par le fait que : le plus souvent, les besoins de financement des grandes entreprises ne peuvent être satisfaits par une seule banque.
  - Age : Cette variable prend les valeurs suivantes : 0= 1 à 5 ans ; 1= 6 à 10 ans ; 2= 11 à 20 ans ; 3= 21 à 50 ans ; 4= 51 et plus. Une entreprise âgée qui a un historique de crédit est moins opaque qu'une jeune entreprise. Le signe positif est attendu.
- Variables de la banque principale
  - L'existence d'un rationnement par la banque principale (RAT) : nous avons intégré dans nos régressions une variable dichotomique prenant la valeur 1 si l'entreprise est rationnée par sa

banque principale et 0 autrement. Les réponses, données par les entreprises au questionnaire, nous donnent une mesure directe du rationnement. Nous nous attendons à une relation positive entre le rationnement et la multibancarité.

- La durée de la relation avec la banque principale. (DUR) : Elle prend les valeurs suivantes : 0 = - 2 ans, 1 = entre 2 et 5 ans, 2 = entre 5 et 10 ans, 3 = plus de 10 ans. Nous nous basons également sur les réponses au questionnaire proposé pour la mesure de cette variable. L'effet attendu de cette variable sur le nombre de banques est positif.

- L'importance du financement procuré par la banque principale (BQP) : qui est un proxy de l'intensité de la relation de clientèle entre la banque et le client. Elle prend les valeurs suivantes : 0 = - 25 %, 1 = 25-50 %, 2 = 50-75 %, 3 = > 75 %. L'effet attendu de cette variable sur la probabilité de multibancarisation est négatif.

- Le type de banque principale de l'entreprise : pour mesurer l'impact du phénomène, nous utilisons une variable binaire, prenant la valeur 1 si la banque principale de l'entreprise est de petite taille. L'effet attendu est négatif.

• Variables de contrôle

- le secteur d'activité : il prend les modalités suivantes : 1 = industries, 2 = BTP, 3 = Services, 4 = Commerce

- La structure juridique de son côté est prise en compte à travers une variable binaire SA prenant la valeur 1 lorsque l'entreprise a la forme d'une société anonyme, 0 dans le cas contraire. Les entreprises, ayant opté pour ce type de statut juridique, sont moins opaques que les autres entreprises ; en effet, elles se font le plus souvent certifier leurs états financiers.

### 3. Résultats

Nous allons d'abord présenter les résultats des statistiques descriptives ensuite les résultats de la régression logistique.

#### 3.1. Analyse du nombre de banques en fonction des caractéristiques des entreprises

L'analyse de nos données montre que la monobancarité n'est pas la règle pour les entreprises sénégalaises. En effet, les entreprises monobancaires ne représentent que 25,7% de notre échantillon. Les entreprises de notre échantillon nouent en moyenne 2,53 relations bancaires. Ceci confirme le choix de la multibancarité par les entreprises sénégalaises à l'instar de leurs homologues étrangères. Le choix de la multibancarité peut être guidé par plusieurs facteurs. La multibancarité est un outil qui permet aux entreprises de diversifier leurs sources de financement. En effet, la multibancarité permet de mettre en concurrence au moins deux banques pour pouvoir véritablement négocier et éviter ainsi une capture informationnelle par le

seul banquier informé. Vu aussi que toutes les banques n'ont pas la même approche ou la même technique d'évaluation, une entreprise considérée comme étant risquée par une banque peut être jugée acceptable par une autre.

### 3.1.1. Nombre de relations bancaires et variables d'opacité

Le tableau suivant récapitule les différents résultats relatifs au nombre de relations bancaires en fonction des variables d'opacité ; notamment, la taille et l'âge de l'entreprise.

**Tableau 1 : Nombre de banques et variables d'opacité**

Variables d'opacité		Indicateurs du nombre de relations bancaires					
		Moy	Méd.	Min.- Max.	% 1 banque	% 2 banques	% 3 banques et +
Taille	Petites entreprises	1,91	2	1-4	40	34,4	25,6
	Moyennes entreprises	3,42	3	1-9	4,8	27,4	67,8
Age	1 à 5 ans	1,63	1,5	1-4	50	41,7	8,3
	6 à 10 ans	2,20	2	1-4	29,6	29,6	40,8
	11 à 20 ans	2,84	3	1-8	19,6	23,5	56,9
	21 à 50 ans	3,44	2,5	1-9	6,3	43,8	49,9
	51 ans et +	3,71	3	1-7	0	42,9	57,1

Source : notre enquête sur les PME

L'analyse de la taille des entreprises nous permet de voir que 40% des petites entreprises sont en relation avec une seule banque alors que les moyennes entreprises en situation monobancaire ne représentent que 4,8%. Il faut noter aussi que les petites entreprises ont une moyenne de 1,91 relation bancaire contre 3,42 pour les moyennes entreprises. La médiane est de l'ordre de 2 pour les petites entreprises et 3 pour les moyennes entreprises. Le nombre maximal de relation bancaire est de 4 pour les petites entreprises contre 9 pour les moyennes entreprises. Ces résultats confirment les prédictions théoriques selon lesquelles le nombre de relations bancaires est une fonction croissante de la taille des entreprises (Ziane, 2009, Tlili, 2012). Les résultats des entreprises en relation avec deux banques confirment cette tendance. En effet, 34,4% des petites entreprises sont en relation avec deux banques contre 27,4% pour les moyennes entreprises. Il faut noter aussi que 25,6% des petites entreprises sont en relation avec trois banques et plus contre 67,8% pour les moyennes entreprises. Ces résultats prouvent une fois de plus que la taille est un déterminant important du choix du nombre de relations bancaires. Au sujet de l'âge des entreprises, il faut d'abord souligner que 15,1% des entreprises de notre échantillon ont entre 1 et 5 ans ; 36,2% ont entre 6 et 10 ans ; 33,6% ont entre 11 et 20 ans ; 10,5% ont entre 21 et 50 ans ; et 4,6% ont plus de 50 ans. Les premières années d'existence des entreprises semblent marquées par la monobancarité. Les entreprises de moins de 5 ans ont en moyenne 1,63 relation bancaire avec une médiane de 1,5 et le nombre maximal de relation

bancaire est de 4. Il faut noter aussi que 50% des entreprises de cette tranche d'âge sont mono bancaires. Les jeunes entreprises fortement exposées aux asymétries d'information préfèrent donc concentrer leurs relations de financement avec une seule banque afin de minimiser le rationnement de crédit. Les entreprises plus âgées semblent opter pour la multibancaire afin de profiter au maximum de la concurrence bancaire. En effet, 70,4% des entreprises qui ont entre 6 et 10 ans sont multibancaires contre 80,4% pour les entreprises qui ont entre 11 et 20 ans ; 93,7% pour les entreprises qui ont entre 21 et 50 ans ; et 100% pour les entreprises qui ont plus de 50 ans. La moyenne de relations bancaires est de 1.63 pour les entreprises qui ont moins de 5 ans contre 2,20 pour les entreprises qui ont entre 6 et 10 ans ; 2,84 pour les entreprises qui ont entre 11 et 20 ans ; 3,44 pour les entreprises qui ont entre 21 et 50 ans ; et 3,71 pour les entreprises qui ont plus de 50 ans. La valeur maximale de relations bancaire est de 4 pour les entreprises âgées de 1 à 10 ans et cette valeur devient supérieure ou égale à 7 pour les autres entreprises.

### 3.1.2. Nombre de relations bancaires et variables de rationnement, de secteur et de statut

Le tableau nous montre le lien entre le nombre de relations bancaires et les variables de rationnement, de secteur et de statut

**Tableau 2 : Nombre de relations bancaires et variables de rationnement, de secteur et de statut**

Autres variables		Indicateurs du nombre de relations bancaires					
		Moy.	Méd.	Min.- Max.	% 1 banque	% 2 banques	% 3 banques et +
<b>Rationnement</b>	Oui	2,73	3	1-8	18	27	55
	Non	2,24	2	1-9	38,5	38,1	23,4
<b>Secteur d'activité</b>	Industries	3,38	3	1-9	11,9	23,8	64,3
	BTP	1,80	1	1-3	60	0	40
	Services	2,17	2	1-8	33,3	37	29,7
	Commerce	2,33	2	1-4	31,7	39,1	29,2
<b>Statut</b>	GIE	1,89	2	1-3	33,3	44,4	22,3
	S.Ind	1,61	1	1-4	58,1	29	12,9
	SNC	2	2	1-2	0	100	0
	SARL	2,28	2	1-5	20,8	39,6	39,6
	SUARL	2,56	2	1-4	11,1	55,6	33,3
	S.A	3,85	3	1-9	7,5	10	82,5

Source : notre enquête sur les PME

L'analyse des résultats montre que 41.4% des entreprises interrogées n'obtiennent pas de leur banque principale tous les financements désirés. On constate aussi que 38,5% des entreprises rationnées sont monobancaires contre 18% pour les entreprises non rationnées. Cette tendance

à la monobancarité des entreprises rationnées est confirmée par l'analyse de la moyenne des relations par type d'entreprise. Ainsi, on constate que les entreprises rationnées ont en moyenne 2,24 relations bancaires contre 2,73 pour les entreprises non rationnées. Par rapport au secteur d'activité, pour l'ensemble des entreprises monobancaires, 12,8% sont des entreprises industrielles ; 15,4% sont des entreprises de bâtiment ; 46,2% sont des d'entreprises de services ; et 25,6% sont des entreprises commerciales. Une analyse plus affinée nous permet de voir que 11,9% des entreprises industrielles sont monobancaires contre 60% pour les entreprises de BTP ; 33,3% pour les entreprises de services ; et 31,7% pour les entreprises de commerce. Nous constatons, donc, une tendance à une multibancarité des entreprises industrielles. Cette tendance à la multibancarité des entreprises industrielles est confirmée par l'analyse des moyennes. En effet, les entreprises industrielles nouent en moyenne 3,38 relations bancaires contre 1,80 pour les entreprises de BTP ; 2,17 pour les entreprises de services ; et 2,33 pour les entreprises commerciales. Cette tendance à la multibancarité des entreprises industrielles peut s'expliquer par leur taille beaucoup plus importante par rapport aux entreprises des autres secteurs. Le nombre maximal de relations bancaires est de 9 pour les entreprises industrielles, 3 pour les entreprises de bâtiment, 6 pour les entreprises de service, et 4 pour les entreprises commerciales. L'analyse du nombre de banques par rapport au statut juridique des entreprises nous permet de voir que 33,3% des GIE sont monobancaires contre 58,1% pour les entreprises individuelles ; 20,8% pour les SARL ; 11,1% pour les SUARL ; et 7,5% pour les SA. Le nombre maximal de relations est de 3 pour les GIE, 4 pour les sociétés individuelles, 5 pour les SARL et 9 pour les SA. Les résultats montrent aussi que les GIE nouent en moyennes 1,89 relation bancaire contre 1,61 pour les entreprises individuelles ; 2 pour les SNC ; 2,28 pour les SARL ; 2,56 pour les SUARL ; et 3,85 pour les SA.

### **3.2. Résultats de la régression logistique**

Nous présentons dans le tableau suivant les résultats des régressions traitant des déterminants de la multibancarité des PME de notre échantillon.

**Tableau 3 : Résultats de la régression**

Logistic regression	Number of obs	=	151
	LR chi2(9)	=	93.24
	Prob > chi2	=	0.0000
Log likelihood = -42.649992	Pseudo R2	=	0.5222

	multbanc	Coef.	Std. Err.	z	P> z	[95% Conf. Interval]
	typbanc	-1.835988	.7886852	-2.33**	0.020	-3.381783 - .2901938
	impfin	-3.606265	1.045917	-3.45***	0.001	-5.656224 -1.556306
	duree	.1997803	.440927	0.45	0.650	-.6644207 1.063981
	rat	-1.679052	.7293945	-2.30**	0.021	-3.108639 - .249465
	nivend	.1537451	.5471101	0.28	0.779	-.918571 1.226061
	sect	.4482564	.3413356	1.31	0.189	-.2207491 1.117262
	statut	-1.330477	.9981992	-1.33	0.183	-3.286911 .6259577
	taille	2.802459	.9048505	3.10***	0.002	1.028984 4.575933
	age	1.110646	.3858646	2.88***	0.004	.3543656 1.866927
	_cons	10.3814	4.448755	2.33	0.020	1.662004 19.1008

Les astérisques portés en vis-à-vis des coefficients correspondent aux seuils de significativité suivants : \*\*\* = significatif à 1% ; \*\* = significatif à 5% ; \* = significatif à 10%

**Source : notre enquête sur les PME**

Les résultats de l'estimation appellent plusieurs commentaires :

La première série de variables concerne la mesure de l'opacité de l'entreprise. Deux variables nous semblent déterminantes de cette opacité : la taille et l'âge. Les résultats de la régression montrent que la taille de l'entreprise influe positivement sur la probabilité de multibancarité. Le coefficient de cette variable est significatif au seuil de 5%. Ceci confirme l'hypothèse H1 selon laquelle : « Plus la taille de la PME est réduite, plus elle tend à concentrer ses relations auprès d'une seule banque ». Ainsi, une entreprise opaque a tendance à concentrer sa dette sur un nombre limité de banques ; voire une seule banque qui lui procure le monitoring dont elle a besoin. Ce qui est conforme aux résultats de Ziane (2009), Chehade (2007), Tlili (2012). Plusieurs raisons expliquent ce choix : La taille est, d'abord, considérée comme un indicateur des besoins financiers de l'entreprise ; ce qui entraîne une corrélation positive entre la taille et le nombre de banques. La variable âge influence positivement la probabilité de multibancarité et le coefficient est significatif au seuil de 1%. Ainsi, notre hypothèse 2 selon laquelle « Plus l'âge de la PME est faible, plus elle tend à concentrer ses relations auprès d'une seule banque » est validée. Ce qui est conforme aux résultats de Ziane (2009), Chehade (2007), Tlili (2012). Nous allons maintenant nous intéresser à un certain nombre de variables qui à notre avis peut influencer le nombre de banques. La présence d'un rationnement par la banque principale influence négativement la probabilité de multibancarité. Le coefficient est significatif au seuil de 5%. Ce résultat s'explique par le fait que les PME rationnées sont les plus opaques et ont

tendance à concentrer leur relation bancaire afin de profiter des avantages d'une relation exclusive. La variable durée de la relation n'est pas significative et le signe positif du coefficient va dans le sens de notre intuition qui indiquait une tendance à la multiplication des sources de financement avec la durée de la relation bancaire. La variable importance du financement de la banque principale est négative et significative au seuil de 1%. L'influence négative de cette variable reflète la stratégie de financement des entreprises : une forte importance de financement de la banque principale implique un nombre de banques moins élevé (Ziane, 2009). La variable type de banque est négative et significative au seuil de 5%. La variable grande banque étant prise comme variable de référence, ce résultat implique que les entreprises entretenant des relations de long terme avec des banques de petite taille ont un nombre de partenaires financiers moins élevé. Le nombre de banques dépend, donc, du type de banque principale choisie par l'entreprise. Ce qui s'explique par le fait que les grandes banques qui ont une certaine complexité organisationnelle ne sont pas trop capables de fournir un financement de type relationnel. En effet l'information soft (qualitative) qui caractérise le financement relationnel est difficile à faire circuler dans les structures décentralisées comme les grandes banques. Ainsi, les entreprises de petites tailles du fait de leur opacité informationnelle préfèrent concentrer leurs financements auprès des banques de petite taille afin de réduire leurs problèmes de rationnement de crédit. Ce qui va dans le sens des résultats trouvés par Chehade (2007), Tlili (2012). La variable statut juridique n'a pas de lien significatif et le signe négatif ne va pas dans le sens de notre intuition. En effet, cette variable est prise en compte au travers d'une variable binaire SA prenant la valeur 1 lorsque l'entreprise a la forme d'une société anonyme, 0 dans le cas contraire. Les entreprises ayant opté pour ce type de statut juridique sont moins opaques que les autres entreprises car se faisant le plus souvent certifier leurs états financiers. Ces entreprises moins opaques doivent avoir un nombre de banques plus important que les autres.

### **Conclusion**

A partir de données d'enquête de PME sénégalaises qui ont bénéficié de crédit au niveau des banques, nous avons essayé de déterminer les variables qui peuvent influencer le nombre de relations bancaires des entreprises. A partir de la littérature théorique, nous avons posé des hypothèses en relation avec l'opacité de l'entreprise. Ainsi nous constatons que les entreprises de petite taille se caractérisent par un nombre de banque réduit. Une entreprise petite concentre donc ses relations bancaires afin de bénéficier des avantages du financement relationnel et au fur et mesure que sa taille augmente elle diversifie ses relations. En effet, la taille est considérée

comme un indicateur des besoins financiers de l'entreprise donc plus la taille augmente plus les besoins financiers augmentent et plus l'entreprise est tentée de diversifier ses partenaires financiers. L'âge qui est un déterminant de l'opacité informationnelle est également corrélé à la probabilité d'avoir plusieurs banques. Les résultats montrent, aussi, que le nombre de banques est déterminé par le type de banque principale. En effet, on constate que les entreprises qui sont en relation avec les petites banques ont un nombre de relations bancaires moins important que les autres. Ce qui s'explique par le fait que les grandes banques qui ont une certaine complexité organisationnelle ne sont pas capables de produire l'information soft nécessaire au financement de type relationnel, et préfèrent donc utiliser l'information hard pour choisir ses emprunteurs. En utilisant l'information « hard », les grandes banques peuvent sanctionner les petites entreprises. Ainsi donc ces emprunteurs vont préférer établir une relation durable qui dégage de l'information « soft » et qui assure l'obtention de crédits. Ils préfèrent donc concentrer leurs financements auprès des banques de petite taille. Les données collectées proviennent d'une enquête ; Il aurait été plus intéressant si nous avions eu la possibilité de les compléter par les états financiers des entreprises interrogées ce qui permettrait sans doute d'observer plus finement le lien entre la qualité de ces entreprises et leur stratégie de multibancarité.

### **Bibliographie**

Beck, T. & Cull, R. (2014). Financement des PME en Afrique. *Revue des économies africaines*, 23 (5), 583-613.

B Beck, T., Demirgüç-Kunt, A. & Maksimovic, V. (2008). Financing patterns around the world: Are small firms different?. *Journal of financial economics*, 89(3), 467-487.

Berger, A. N., & Udell, G. F. (2006). A more complete conceptual framework for SME finance. *Journal of Banking & Finance*, 30(11), 2945-2966.

Berger, A.N., Klapper, Udell, G. (2001), The ability of banks to lend to informationally opaque small business. *Journal of banking and finance*.

Berger, A.N., Klapper, Udell, G. (2001), The ability of banks to lend to informationally opaque small business. *Journal of banking and finance*.

Besanko, D. & Kanatas, G. (1993). Credit market equilibrium with bank monitoring and moral hazard. *The review of financial studies*, 6(1), 213-232.

Castelli, A., Dwyer Jr, G. P. & Hasan, I. (2006). Bank relationships and small firms' financial performance (No. 2006-05). Working paper.

Chehade, E.H. (2007). Les déterminants de la multibancarité de la PME: Une étude empirique sur le marché belge. Actes du Congrès International de l'Association Française de Finance (AFFI).

Mbama, P. C. & Éloundou, P. G. (2024). Relation de financement banque-PME et externalisation de la fonction comptable: l'assurance d'une symétrie de l'information. ACCRA, 20(2), 93-125.

Coffinet, J. & Nicolas, T. (2023). La relation bancaire: un atout pour le financement des petites et moyennes entreprises françaises en situation de crise. Revue d'économie financière, 150(2), 75-88.

Detragiache, E. & Garella, P. & Guiso, L. (2000). Multiple versus single banking relationships: Theory and evidence. The Journal of finance, 55(3), 1133-1161.

Petersen, M. & Rajan, R., (1994). The Benefits of Lending Relationships : Evidence from Small Business Data. Journal of Finance, 49, 3-37.

Kosekova, K., Maddaloni, A., Papoutsi, M. & Schivardi, F. (2025). Firm-bank relationships: a cross-country comparison. Review of Corporate Finance Studies, cfaf004.

Tlili R. (2012). Comment justifier la multibancarité au sein des PME? Thèse de doctorat en sciences de gestion, Université Paris-Dauphine.

Vigneron L. (2009). Conditions de financement de la PME et relations bancaire. Thèse de doctorat, Université Lille 2.

Ziane Y. (2009). Financement et relation de clientèle banques-entreprises. Presses universitaires de Nancy.