

Lab.RII

UNIVERSITÉ DU LITTORAL CÔTE D'OPALE
Laboratoire Redéploiement Industriel et Innovation

DOCUMENTS DE TRAVAIL

N°100

Mai 2005



Éric VERNIER

LE FINANCEMENT BANCAIRE DE LA CREATION D'ENTREPRISE

BANKING FINANCEMENT AND BUSINESS CREATION

Éric VERNIER

RESUME : La personnalité de l'entrepreneur est une variable primordiale dans l'analyse financière du projet. L'environnement économique de l'entreprise en gestation est l'autre paramètre que les banquiers examinent avant de décider de la faisabilité du projet de création. Le prêt est accordé en fonction du secteur d'activité, du marché et des aspects financiers du dossier. L'ensemble de ces variables et des aspects de la personnalité du créateur d'entreprise doivent être en phase avec la stratégie financière de la banque en question pour que le prêt soit accordé. Le difficile ajustement des besoins aux capacités de financement fait que les intermédiaires en « conseil à la création d'entreprises » se multiplient et prospèrent

ABSTRACT : The entrepreneur's personality is an important factor in the financial analysis of a project. The economic context of a start up is another parameter used by bankers to examine the economic feasibility of the project before any decision. Loan's attribution depends on the sector of the activity, on the market and on the financial aspects of the project. All these parameters and aspects of entrepreneur's personality must be compatible with financial strategy of the bank. In this case the loan is possible. The coordination between the needs and the financial capabilities is difficult. Therefore, consulting enterprises focused on entrepreneurship become an important actor in the starting of new businesses.

LE FINANCEMENT BANCAIRE DE LA CREATION D'ENTREPRISE

TABLE DES MATIERES

INTRODUCTION	4
1. LA VISION THEORIQUE : ASYMETRIE D'INFORMATION ET RATIONNEMENT DU CREDIT	4
2. L'ETUDE SUR L'OCTROI DE PRET	6
2.1. Entretiens avec les banquiers	7
2.2. Les réponses au questionnaire	9
BIBLIOGRAPHIE	11

INTRODUCTION

L'une des principales inquiétudes du créateur d'entreprise provient de la recherche de ressources financières pour pouvoir débiter l'exploitation. Il est nécessaire dans la plupart des cas de se tourner vers les établissements de crédit, afin d'obtenir un prêt suffisant pour financer les acquisitions d'immobilisations et le fonds de roulement. Les capitaux propres étant ce qu'ils sont en France, c'est-à-dire nettement insuffisants (de nombreux gouvernements ont essayé d'y remédier, notamment Edith Cresson), la problématique du recours à l'emprunt s'avère d'autant plus prégnante.

Vibert et Letowski (1992) ont réalisé une étude sur les entrepreneurs, inventoriant les principaux freins à la création d'entreprise :

- situation économique difficile (44%) ;
- poids des charges (44%) ;
- difficulté d'obtention des prêts (32%) ;
- peur du risque juridique et financier (25%) ;
- incertitude sur le marché (22%) ;
- peur de quitter un emploi stable (17%) ;
- complexité des démarches administratives (15%).

De leur côté, les banquiers se méfient des créateurs d'entreprise à cause des risques inhérents à une nouvelle firme. En effet, la banque ne peut se fier qu'aux comptes prévisionnels de la PME. Elle doit se prononcer dans une optique potentielle, c'est-à-dire prospective de la vie de l'entreprise. Les entreprises, qui en phase de démarrage ne permettent pas une analyse historique, sont source de difficultés pour la banque. La prise de risque est donc très élevée, l'entreprise n'ayant pas encore pu faire la preuve de ses performances et ne fournissant pas de garanties classiques.

En outre, le lancement de l'entreprise est une phase turbulente. L'analyse de l'ensemble des données disponibles à la Banque du développement des petites et moyennes entreprises (BDPME) confirme que le risque *création* est très élevé : plus de 35% des opérations échouent dans les cinq années suivant la création. Ce taux de défaillance est plus de trois fois supérieur au taux constaté pour les entreprises en développement et plus de 50% supérieur à celui des entreprises en transmission. Il reflète la difficile ascension d'une PME en création. « Une entreprise nouvelle sur deux démarre avec un investissement inférieur à 7600 euros. Et seulement 1/3 d'entre elles obtient un prêt bancaire » (Fédèle, 1998). Les banques s'engagent difficilement dans le soutien à la création d'entreprise. Si elles sont si prudentes, c'est qu'elles doivent aider au développement du tissu économique et industriel sans mettre en danger les dépôts de leurs clients. Van Loye (1983) estime que la PME est « sous bancarisée » du fait de son statut et des risques qu'elle véhicule. Les banques préfèrent financer les opérations des entreprises établies que celles des entreprises en phase de première croissance. Tous ces facteurs représentent l'ensemble des problèmes majeurs de la création d'entreprise qui freinent les établissements financiers dans leur décision d'accord de prêt.

1. LA VISION THEORIQUE : ASYMETRIE D'INFORMATION ET RATIONNEMENT DU CREDIT

Bien qu'il existe une forte interdépendance entre les banques et les PME, la nature de leurs relations est souvent empreinte de nombreux conflits qui tiennent leur origine dans les

objectifs divergents de chacune des parties. Les entrepreneurs, qu'ils soient de jeunes créateurs ou d'anciens clients, se plaignent d'être l'objet d'abus de pouvoir des grandes institutions financières qui seraient trop exigeantes envers eux et ne respecteraient pas les spécificités de leur entreprise. De l'autre côté, les banquiers affirment qu'ils rencontrent des difficultés dans leurs relations avec les entrepreneurs, causées par l'incompétence en gestion de certains dirigeants et la rétention d'informations pertinentes dans leurs dossiers d'emprunt. Cette dissonance de point de vue amène les patrons de PME à affirmer qu'ils font l'objet de discrimination à la faveur des grandes entreprises. Le banquier est donc soumis dans sa relation avec les petites et moyennes entreprises à de nombreuses sources d'asymétrie d'information. Le système d'information de la petite entreprise est en effet réputé plus opaque que ne l'est celui des grandes entreprises (Ang, 1991), si bien que les banques sont plus à même de développer des comportements de rationnement financier face à cette clientèle.

Pendant de nombreuses années, on a invoqué des problèmes chroniques de liquidités, de rentabilité et de capitalisation pour conclure que les PME, dans leur ensemble, présentaient un niveau de risque financier plus élevé que les grandes entreprises. Or, depuis quinze ans, la littérature est devenue plus nuancée (Saint-Pierre et Beaudoin, 1996). En fait, la sous-capitalisation présumée des PME est davantage imputable à une faible rentabilité plutôt qu'à une petite taille. Saint-Pierre et Beaudoin affirment finalement que le risque financier n'a pas été démontré de façon suffisante et que l'étude de la structure de financement des PME ne peut se faire en dissociant l'entreprise de son contexte.

Plusieurs études ont montré que le système d'information des petites entreprises souffre de nombreuses déficiences (Ang, 1991 ; Ennew et al., 1995). Il existerait, tout d'abord, une réticence de leur dirigeant à transmettre des données comptables et financières¹. Ensuite, compte tenu de la faible envergure du marché des titres pour les petites entreprises, il y aurait peu d'incitations pour une agence à collecter et à diffuser des informations sur cette catégorie de firmes. Ils semblent enfin que les entreprises ont peu d'instruments à leur disposition pour signaler leur situation à des investisseurs potentiels. L'usage des techniques de planification et de prévision à moyen et long terme est en effet très peu répandu. Ces plans, lorsqu'ils existent, sont par ailleurs rarement formalisés et la qualité de l'information dépend de l'équipe managériale qui la produit. Or, cette dernière est souvent incomplète dans les petites entreprises qui souffrent tout particulièrement d'un manque de connaissances et de compétences en gestion financière, lacunes servant d'argumentaires aux banquiers les plus frileux.

Un aléa de moralité apparaît à chaque fois que l'emprunteur est susceptible de détourner une partie du résultat afin de réduire sa charge financière. Cette éventualité laisse planer un doute sur le respect des conditions d'exécution des contrats. Ce type de comportement, marqué par l'opportunisme au sens de Williamson (1988), peut être adopté chaque fois qu'il y a asymétrie informelle, c'est-à-dire que le prêteur est dans l'incapacité d'observer les performances de l'entreprise. Selon Williamson, dans la mesure où le dirigeant a intérêt à cacher les résultats de l'entreprise, afin de minimiser ses remboursements, le prêteur peut être amené à contrôler l'entreprise financée. Le problème des PME dans leur difficulté d'accès au crédit n'est donc pas uniquement une question d'insuffisance de solvabilité, mais c'est aussi la conséquence de l'embarras des prêteurs et des emprunteurs à communiquer sur la base d'une information partagée. Cette vision correspond au modèle de la banque à l'acte basé sur la méfiance du

¹ En France, 30% des PME/PMI ne satisfont pas l'obligation légale de dépôt des comptes.

cocontractant et qui s'oppose au modèle relationnel, très présent en Allemagne et qui tend à se développer en France (Lamarque, 1994).

Cette incertitude stratégique doit donc être réduite en organisant la relation de financement de telle manière qu'elle permette au prêteur d'estimer la qualité d'engagement de la PME (et réciproquement) en fonction de critères qui ne sont que pour partie communs à ceux utilisés par l'emprunteur. En particulier, les éléments qualitatifs d'appréciation de la situation de l'emprunteur et les facteurs déterminant sa compétitivité sont le plus souvent hors du champ des critères de solvabilité. Seules les grandes entreprises et les entreprises cotées fournissent ce type d'informations qui est à la base des arbitrages de portefeuille et des décisions d'investissement. Ces éléments recouvrent non seulement les relations de la firme avec ses environnements économiques et financiers mais aussi les conséquences de ses décisions d'investissement sur sa santé financière et sa compétitivité, et donc celles de sa banque et de l'ensemble des acteurs, salariés, clients, fournisseurs, État.

On peut alors dire que le risque PME est un risque lié au surcoût d'acquisition de l'information par rapport aux grandes entreprises qui sont soumises aux exigences des marchés financiers. Dès lors, des outils comme la cotation Banque de France, la charte banque-entreprise ou encore les plates-formes d'initiatives locales et les réseaux consulaires peuvent servir à pallier ces lacunes et à réaliser la production d'une information adaptée. De même, les associations d'aide à la création et les réseaux d'accompagnement (Adie, Cigales, France initiatives réseau,...) ont un rôle important à jouer non seulement au travers de l'action ciblée qu'elles mènent mais aussi par la collecte, la formalisation et la diffusion d'information sous forme de connaissance partageable et à partager pour améliorer les capacités de prévisions et donc d'anticipation des acteurs.

Un autre enjeu pour le prêteur consiste dans sa capacité à se donner les moyens de valider, suivre ce type d'information et à consacrer, directement ou par des conventions avec des intervenants externes, le temps nécessaire à l'acquisition d'une véritable capacité d'expertise du secteur par une relation de proximité et une stabilité de la relation plus importante. Il est possible d'apporter des éléments de réponses en organisant la délégation de l'examen des petits dossiers aux structures de proximité travaillant en réseau, suivant des critères simples de suivi, s'inspirant de ceux mis en place par la Banque des PME (BDPME) par l'intermédiaire de sa filiale la Sofaris dans le cadre de son programme en faveur des très petites entreprises (TPE) ou de ceux fonctionnant dans le cadre de l'épargne de proximité (Adie par exemple).

Quels que soient les choix envisagés dans l'amélioration des échanges entre le banquier et son client, la complexité des facteurs entrant en jeu dans cette relation (schéma 1) s'accroît lorsque le client est un créateur d'entreprise.

2. L'ETUDE SUR L'OCTROI DE PRET

Pour effectuer ces recherches, deux méthodes ont été combinées, qualitative et quantitative :

Une méthode qualitative a été utilisée par des entretiens individuels auprès de banquiers habitués aux créations d'entreprise. Cinq entretiens semi-directifs ont donc été réalisés avec des chargés d'affaires (BDPME, Crédit agricole, BNP Paribas, Crédit lyonnais, Société générale). Le but de ces entretiens exploratoires est de participer à l'élaboration et à la mise au point d'un questionnaire et d'hypothèses de recherche. Mais l'intérêt ne se limite pas seulement à la pré-élaboration de l'enquête principale. Ils ont également permis d'explorer

des cas particuliers tels que les différents points de vue selon la banque interrogée, et donc de favoriser l'introduction d'une *dimension compréhensive*.

Le guide d'entretien a été construit sur les informations apportées par l'étude théorique et traite de plusieurs thèmes :

- la relation banquier/créateur ;
- les principaux points d'un dossier de création d'entreprise ;
- l'impact des caractéristiques et des motivations du créateur dans la décision du banquier.

Il s'articule autour de la problématique : « Quelle importance occupe la personnalité du créateur d'entreprise dans l'accord du prêt ? »

La méthode quantitative s'est traduite par un questionnaire distribué aux 250 chargés d'affaires et chargés d'études nationaux de la BDPME. Ces professionnels ont pour mission de garantir et de cofinancer avec les banques des dossiers de création, de transmission et de développement d'entreprise. Il s'agit donc d'un échantillon idéal habitué aux dossiers de création d'entreprise et à l'analyse de la personnalité du créateur. Sur ces 250 personnes et après trois relances, 102 questionnaires ont été retournés.

2.1. Entretiens avec les banquiers

Les entretiens ont été orientés autour de quatre thèmes.

1. Importance de la personnalité du créateur d'entreprise dans l'octroi du prêt bancaire

La BDPME, la BNP et la Société générale ont la même opinion sur l'importance de la personnalité du créateur d'entreprise : elle est essentielle dans leur décision. Ces banquiers estiment qu'un bon projet ne suffit pas pour réussir, l'entrepreneur doit être compétent dans son métier et posséder de réelles motivations.

Le Crédit agricole et le Crédit lyonnais pensent aussi que la personnalité est importante, mais leur avis est moins tranché. Le Crédit agricole attache plus d'importance aux garanties, à l'apport financier de départ dans le projet et au patrimoine du créateur. Le Crédit lyonnais prend surtout en compte la nature du projet et les chiffres prévisionnels de l'entreprise.

2. La relation banquier/créateur d'entreprise

Il semble que cette relation se divise en deux parties : la relation financière et la relation sociale.

Concernant la relation financière, elle est vécue comme difficile pour l'ensemble des interviewés.

La relation sociale est généralement bien vécue, malgré l'impact de la relation financière. Le Crédit agricole souligne le fait que les créateurs s'adressent régulièrement à leur banquier d'origine qu'ils connaissent déjà depuis plusieurs années, ce qui permet d'entretenir des échanges plus enrichissants. Le Crédit lyonnais insiste sur le rapport de confiance qui lui semble primordiale pour traiter avec le créateur d'entreprise. La Société générale souligne également que la relation sociale est importante et que le chargé d'affaires doit passer du

temps avec le créateur pour comprendre ses attentes, ses problèmes, son implication et sa personnalité.

3. Les principaux points d'un dossier de création d'entreprise

Les interviewés ont exprimé des avis convergents sur cette question, les principaux points cités sont :

- **le projet** : l'objet, le produit et l'emplacement géographique ;
- **la personnalité du créateur d'entreprise** : l'expérience professionnelle, les qualités humaines, la motivation, les connaissances du marché et l'entourage familial et professionnel ;
- **l'aspect financier du projet** : l'apport personnel, le prévisionnel, le plan de financement, les garanties et le patrimoine du créateur ;
- **le secteur d'activité** : le marché, la concurrence, les clients et l'existence d'un carnet de commandes, le plan de développement commercial, les avantages concurrentiels, l'existence de produits de substitution et les barrières à l'entrée du marché.

4. L'impact des caractéristiques et des motivations du créateur dans la décision du banquier

Concernant les caractéristiques de l'entrepreneur, certaines variables ont été jugées peu intéressantes, en général, par les interviewés : l'environnement familial du créateur, son âge et sa formation.

En revanche, les activités professionnelles antérieures de l'entrepreneur ont été considérées par les banquiers interrogés comme très importantes. Cette variable constitue un atout majeur pour l'acceptation du dossier pour la simple et bonne raison que cela diminue les risques et qu'ainsi le banquier est rassuré. Chaque interviewé a souligné l'importance de l'expérience professionnelle du créateur, car il connaît déjà le marché, les concurrents et les clients. Il peut même avoir des relations déjà établies avec des fournisseurs et des clients (carnet de commandes).

Concernant les motivations et les qualités de l'entrepreneur, trois caractéristiques principales ont été retenues par les interviewés :

- le goût d'entreprendre :

Il est une suite logique de la passion d'un métier et de la volonté de réussir. Le créateur doit être conscient que son entreprise va bouleverser sa vie professionnelle et personnelle, il passera énormément de temps dans son entreprise et beaucoup moins au sein de sa famille. C'est un sacrifice qui ne doit pas être considéré comme une obligation, le créateur doit sentir s'il est prêt à entreprendre et s'il est capable d'être heureux de cette façon. De plus, il a le devoir de connaître les risques financiers et personnels qu'il encourt en devenant dirigeant et savoir les mesurer pour les minimiser.

- Le sens du relationnel :

Le créateur a l'obligation de posséder un sens du relationnel très marqué, car il aura à négocier tout au long de la vie de son entreprise, que ce soit avec ses clients, ses fournisseurs, ses salariés ou ses partenaires financiers. Il doit posséder une grande ouverture d'esprit et s'adapter à toutes les situations.

- La volonté d'autonomie et d'indépendance :

C'est une motivation du créateur qui plaît aux banquiers. En effet, les interviewés ont décliné plusieurs attitudes correspondant à cette motivation : le créateur est libre d'agir et de s'organiser comme il veut, il n'a pas de comptes à rendre à un supérieur, il ne subit plus le poids de la hiérarchie et de son autorité, il a le pouvoir de gérer son temps, il maîtrise l'organisation de son travail et il se sent responsable. Ce sont ces caractéristiques qui feront que le créateur conduira son entreprise sur le chemin de la réussite à condition qu'il maîtrise son nouveau statut en possédant de solides connaissances et qu'il soit entouré d'une équipe de professionnels.

2.2. Les réponses au questionnaire

Pour les 102 personnes interrogées¹, la personnalité du créateur est un élément important dans l'étude du projet. Ce critère a été considéré comme très important par 49,5 % de l'échantillon, ce qui montre la place prépondérante de la personnalité du créateur d'entreprise dans le projet. Toutefois, elle n'a été considérée déterminante que pour 34,7 % des banquiers.

Concernant son impact sur la décision d'accord de prêt du banquier, 57,8% des personnes interrogées pensent que la personnalité du créateur est le plus fort élément conditionnant leur décision d'octroi de crédit. Ainsi, 42,2% ne sont pas d'accord avec cette affirmation et 74,4% d'entre eux estiment que ce sont les éléments financiers, c'est-à-dire le prévisionnel, le plan de financement et l'apport personnel du projet, qui constituent l'élément décisif.

Il a été demandé aux banquiers de choisir, parmi une liste de critères suggérés par les entretiens, les éléments importants dans une étude de création d'entreprise. Il apparaît alors cinq éléments importants dans l'étude pour les banquiers :

- le parcours professionnel du créateur (87,3% de réponses) ;
- l'apport financier (83,3% de réponses) ;
- le marché et son évolution (78,4% de réponses) ;
- les motivations du créateur (70,6% de réponses) ;
- la concurrence de l'entreprise (53,9% de réponses).

Bien que les qualités du créateur d'entreprise ne soient prises en compte que par seulement 32,4% des personnes interrogées, il ressort trois caractéristiques principales :

- le sens des affaires ;
- le sens du relationnel ;
- la capacité d'adaptation et de mutation.

En effet, ces éléments ont été cités par plus de 50 % des personnes interrogées comme les trois principales qualités que doit réunir un entrepreneur.

Par ailleurs, 70,6% des banquiers interrogés accordent une grande importance aux motivations du créateur d'entreprise et plus particulièrement :

- au goût d'entreprendre du créateur : 63,7% des banquiers l'ont placé en 1^{ère} position ;
- à sa volonté d'autonomie : 58,8% des banquiers l'ont placé au moins en deuxième position ;
- à son besoin d'épanouissement : 58,8% des banquiers l'ont placé au moins en 3^{ème} position.

¹ Analyses avec le logiciel SPSS.

Cette étude a confirmé que l'entourage familial du créateur ne constitue pas un élément décisif dans la décision d'octroi de crédit : il a été considéré comme un élément peu ou pas important par 38,2% des banquiers. De même, 53,9% des personnes interrogées sont peu ou ne sont pas influencées par l'âge du dirigeant.

Concernant la formation et les diplômes du créateur d'entreprise, 59,8% des personnes interrogées pensent qu'elle est importante dans leur décision, mais qu'elle n'est pas décisive (78,4% ont évalué la formation sur une échelle comme un élément « pas important » à « important »).

L'entourage familial du créateur, son âge et sa formation ne sont donc que des éléments complémentaires pour les banquiers.

Par contre, 90,2% des personnes interrogées considèrent les activités professionnelles antérieures du créateur comme un élément très important dans leur décision.

Enfin, 67,7% des banquiers interrogés rencontrent au maximum une seule fois le créateur d'entreprise avant de lui accorder un crédit, ce qui est paradoxal avec le fait qu'ils souhaitent, pour 90,2% d'entre eux, connaître la personnalité du créateur. Il faut souligner sur ce point que l'échantillon est constitué uniquement de chargés d'affaires et de chargés d'études de la BDPME, ce qui explique le faible taux de rencontre avec les entrepreneurs. En effet, la BDPME travaille toujours en partenariat avec d'autres établissements financiers qui connaissent le créateur. Les salariés de la BDPME ont donc tendance à se fier à l'opinion du banquier et ne ressentent pas le besoin de rencontrer plusieurs fois le créateur d'entreprise.

Notre étude a révélé des différences comportementales chez les banquiers. En effet, les chargés d'affaires et les chargés d'étude de la BDPME, bien qu'ils vérifient la cohérence de tous les éléments, n'accordent pas la même importance aux variables. Par exemple, lors de l'analyse des éléments dans un projet de création d'entreprise, nous avons pu distinguer plusieurs familles de banquiers dont une principale qui se concentre, pour l'étude d'un projet, sur le marché et son évolution, le parcours professionnel du créateur et ses motivations. Un autre groupe est plutôt attiré par les éléments financiers du projet. Il n'existe donc pas de « recette miracle » pour convaincre un banquier d'octroyer un prêt ; toutefois, des caractéristiques telles que l'expérience professionnelle et des capacités de gestionnaire semblent indispensables chez le créateur d'entreprise pour établir une relation de confiance avec le banquier.

Pour des contraintes de logistiques et temporelles, il n'a pas été possible d'interroger des chargés d'affaires de plusieurs banques sur l'ensemble du territoire national. En effet, l'échantillon du questionnaire est composé de 102 chargés d'affaires et chargés d'études de la Banque du Développement des Petites et Moyennes Entreprises. Or cette institution financière a un fonctionnement particulier puisqu'elle n'intervient, dans le financement des entreprises, qu'en partenariat avec d'autres banques. Certaines réponses seraient certainement différentes dans d'autres établissements bancaires plus traditionnels. Par exemple, les questions sur la mesure de la personnalité du créateur d'entreprise ont convergé vers des résultats contradictoires : les personnes interrogées souhaitent connaître le créateur pour lui accorder un prêt, mais ils ne le rencontrent, en moyenne, qu'une seule fois, ce qui paraît insuffisant pour déterminer ses qualités et cerner sa personnalité.

En définitive, cette étude a montré que les variables de la personnalité du créateur d'entreprise sont prépondérantes dans l'analyse bancaire du projet. Pourtant, les aspects sur l'environnement socio-économiques de l'entreprise sont également pris en compte par les établissements financiers. Par conséquent, le créateur d'entreprise peut réunir des qualités essentielles et se voir refuser son crédit, l'empêchant ainsi de concrétiser son projet. En effet, il ressort nettement de l'étude que le prêt est accordé également en fonction du secteur d'activité, du marché et des aspects financiers du dossier. L'ensemble de ces variables et des éléments constituant la personnalité du créateur d'entreprise doivent être en parfaite adéquation pour réunir toutes les chances d'accord de prêt.

BIBLIOGRAPHIE

- Bruyat C. (1993), « Création d'entreprise : contributions épistémologiques et modélisation », Thèse de doctorat de Sciences de Gestion, Université P. Mendès-France de Grenoble.
- Campbell J. P. (1970), *Managerial Behaviour, Performance and Effectiveness*, Mac Graw Hill.
- Cooper A. (1993), « Challenges in predicting new firm performance », *Journal of Business Venturing*, 8, pp. 241-255.
- D'Amboise G. (1974), « Personal Characteristics, Organizational Practices and Managerial Effectiveness : A Comparative Study of French and English Speaking Chief Executives in Quebec », Ph. D. University of California.
- Ghiselli E. E. (1971), *Explorations in Managerial Talen*, Good Year Publishing Co Inc.
- Guilhot B. (2000), « Défaillances d'entreprise : 70 ans d'analyses théoriques et empiriques », *Revue Française de Gestion*, 130.
- Hisrich R. et Peters M. (1991), *Entrepreneurship*, Economica.
- Liquet J-C., Flambard S. et Jean S. (2003), *Cas d'analyse des données en marketing*, Editions Tec & Doc Lavoisier.
- March J. G. et Simon H. (1964), *Les organisations*, Editions Dunod.
- Mendez A. (2001), « Le cas d'une banque mutualiste : les mécanismes de la confiance », *Revue Française de Gestion*, 135.
- Thiétart R-A. et coll. (1999), *Méthodes de recherche en management*, Editions Dunod.
- Van Loye G. (1983), « Le financement du développement des PME par les banques », *Revue Française de Gestion*, 42.
- Vibert F. et Letowski A. (1992), « Toujours autant d'intentions de créer, mais moins de créations effectives », ANCE.