

Rôle de la Nature de l'Information dans l'Intermédiation Bancaire

Christophe J. Godlewski*

LaRGE

Université Robert Schuman, Strasbourg III

Première version : Mars 2004

Cette version : Avril 2004

Résumé

On étudie le rôle du traitement de l'information dans le cadre de l'intermédiation financière bancaire. Dans ce contexte, on s'intéresse aux différentes solutions adoptées par les banques face aux différents types d'imperfections de l'information. On tente ensuite de mettre en évidence les différentes dimensions et natures de l'information disponible et produite, afin de dégager une typologie de l'information « soft » vs l'information « hard ». Enfin, on discute alors les avantages et les inconvénients de ces deux types d'information, dans le cadre de l'intermédiation bancaire.

Mots clés : Intermédiation financière, banque à l'acte, banque à l'engagement, nature de l'information, rationnement du crédit, gestion du risque, théorie de l'architecture organisationnelle.

Classification JEL : G21, G39

*Université Robert Schuman, Institut d'Etudes Politiques, 47 avenue de la Forêt Noire, 67082 Strasbourg Cedex, FRANCE. tel. + 33 (0)3.88.41.77.37 / fax : + 33 (0)3.88.41.77.78, e-mail : christophe.godlewski@urs.u-strasbg.fr

1 Introduction

Une raison d'être des banques est le traitement et la résolution des problèmes d'information, particulièrement en ce qui concerne des emprunteurs complexes à analyser, comme les PME.

Différentes solutions peuvent être adoptées pour résoudre ces problèmes selon le type d'imperfection de l'information :

- la construction d'une relation de long terme (banque à l'engagement), qui implique le recours à l'utilisation et à la production de l'information « soft »,
- la banque à l'acte, qui passe par l'utilisation d'information « hard » intégrée ensuite dans un modèle quantitatif (fonction de score)¹.

La distinction entre ces deux types ou natures d'information n'est pas évidente, mais chacune présente ses avantages et ses inconvénients.

2 Intermédiation bancaire et production de l'information

Les coûts de transaction et l'asymétrie d'information constituent les fondements de l'existence des intermédiaires financiers (IF). Ceux-ci représentent une réponse à ces imperfections de marché (voir Leland et Pyle 1977, Diamond 1984, Diamond 1991). Une banque est considérée dans ce cadre comme un fournisseur de liquidité et un contrôleur de l'utilisation du capital. Un des rôles majeurs des institutions financières consiste à collecter, produire et transmettre de l'information. Les banques sont en effet les dépositaires de l'information sur la solvabilité et le risque de défaut de ses emprunteurs.

Une des principales fonctions attribuées à une banque et également sa principale raison d'être, est le contrôle et la production d'information dans un contexte d'imperfection d'informations sur les emprunteurs, particulièrement lorsque ceux-ci sont complexes à analyser. Les banques peuvent "filtrer" et surveiller les emprunteurs ainsi que leurs projets, ce qui implique le développement d'une relation de long terme qui est censé réduire les effets d'hasard moral. Ceci implique une

¹La banque pourrait également tirer profit de la Loi des Grands Nombres, en basant ses décisions de crédit sur les informations issues de l'échantillon que constitue son portefeuille de crédits (suffisamment important et diversifié).

opacité des actifs de la banque, dans la mesure où la valeur de ceux-ci dépend de cette relation².

Compte tenu du fait que la valeur de la promesse financière de l'intermédiaire financier bancaire dépend à la fois des caractéristiques individuelles et des anticipations sur l'impact des événements futures sur cette promesse, des institutions de marché existent pour faciliter le processus de financement avec les différents coûts informationnels existants :

- les coûts de recherche (recherche, sélection et négociation),
- les coûts de vérification (évaluation),
- les coûts de contrôle.

3 Conditions d'accès au crédit bancaire

Le rationnement de crédit constitue une des caractéristiques du marché de crédit bancaire. Ce phénomène provient de l'imperfection de l'information ex ante concernant le risque de défaut des emprunteurs potentiels. Il touche particulièrement les Petites et Moyennes Entreprises (PME)³.

Il existe plusieurs possibilités pour tenter de résoudre ce problème de sélection aléatoire de clientèle. La première solution est le menu de contrats qui engendre une auto-sélection (screening) (Bester 1985). Dans ce cas, le contrat de dette stipulant simultanément le taux d'intérêt et la garantie requise, est censé permettre de discriminer parmi les emprunteurs afin de pouvoir distinguer les " bons risques " des " mauvais risques ".

Une deuxième solution est la relation de long terme (LT) qu'entretient le banquier avec son client. L'historique des interactions banque-emprunteur génère de cette façon une "information interne". Cette source d'informations contient de nombreux critères de sélection, notamment la situation financière et la situation professionnelle de l'emprunteur et sa réputation.

²Freixas et Rochet (1997) listent deux autres fonctions principales : la transformation d'actifs (transformations de la qualité et de la maturité principalement), et la gestion des risques (risque de crédit, de taux et de liquidité), ce qui implique des fonctions d'estimation et de gestion.

³Compte tenu de leurs caractéristiques spécifiques : une rentabilité espérée plus faible par rapport aux autres emprunteurs, un risque de défaut plus important, des marges plus faibles pour les banques en raison d'un contexte de forte concurrence, et une opacité informationnelle, en raison d'une réticence des dirigeants à fournir les informations nécessaires, une faible incitation des agences privées à collecter cette information et une information incomplète donc peu crédible.

Enfin, une troisième solution consiste à appliquer des procédures de sélection qui permettent de mesurer et de quantifier le risque client, ainsi que d'estimer sa probabilité de défaut. Deux familles de procédures sont disponibles : les modèles qualitatifs et les modèles quantitatifs. Les modèles qualitatifs correspondent à la méthodologie "traditionnelle" d'analyse du risque de crédit. Ils se basent sur des sources d'informations privées et sur un jugement subjectif basé sur l'expérience passée du banquier. Les modèles quantitatifs visent à quantifier et à mesurer le risque client par des méthodes mathématiques ou statistiques.

4 Différentes natures et dimensions de l'information

La distinction entre information soft et hard a été étudiée depuis longtemps de manière implicite (Petersen 2002). Dans la littérature théorique, la distinction entre finance directe et indirecte, et la supériorité des banques est mise en évidence grâce à la capacité supérieure de celles-ci à collecter et à produire de l'information (voir Diamond 1984, Diamond 1991, Ramakrishnan et Thakor 1984). Cependant, les agences de rating fournissent également de l'information au marché.

La différence porte sur la nature de l'information produite. L'information disponible sur le marché repose principalement sur les documents comptables et sociaux, ce qui en fait de l'information hard. Les banques, à travers leur relations privilégiées avec les emprunteurs, peuvent générer de l'information supplémentaire soft : honnêteté du chef d'entreprise, ses capacités, sa stratégie, etc.

Une première dimension permettant de distinguer les deux types d'informations concerne leur nature. L'information hard peut se résumer à des chiffres. En finance, il s'agit de bilans comptables, de rentabilités des titres, etc. L'information soft est généralement sous forme de texte. Elle inclue des opinions, des idées, des projets, des commentaires, etc. La nature quantitative de l'information hard la rend plus facile à collecter, stocker et transmettre.

Une seconde dimension concerne la manière de collecter ces deux types d'information. Pour l'information hard la collecte est impersonnelle, et ne dépend pas du contexte dans lequel elle a été produite. Cette caractéristique permet d'étendre géographiquement et temporellement la zone de collecte de l'information. L'information hard étant également plus facilement comparable, la sépa-

rabilité du processus de collecte et de l'utilisation de l'information est possible. Certes, on peut toujours construire un indicateur quantitatif à partir d'une information soft. Le problème concerne la comparabilité de cet indicateur, qui demeure dépendante du contexte de la collecte de l'information et de la construction de l'indicateur. Compte tenu de cette dernière caractéristique, il est plus facile de déléguer l'activité de collecte et de production de l'information, voire même le processus d'utilisation de l'information, c.à.d. la prise de décision. Toutefois, cette caractéristique impose des restrictions sur l'information utilisable, puisque celle-ci doit être prévisible. Néanmoins, c'est bien cette prévisibilité qui permet la mise en place d'instructions qui guident la collecte de l'information et sa délégation. Ce cadre formel d'instructions et de règles doit cependant intégrer les connaissances experts nécessaires pour que l'information soit utilisable dans le processus de production. La dimension du contexte dans lequel l'information est produite doit être retranscrite dans les instructions, qui permettent alors d'automatiser le processus de prise de décision, comme l'octroi automatisé de crédits par exemple.

Enfin, une dernière dimension peut favoriser la distinction de l'information. L'information hard, de par ses caractéristiques décrites auparavant, est (facilement) contractuable, contrairement à l'information soft.

5 Avantages, inconvénients et implications en matière d'intermédiation bancaire

La réduction des coûts de transaction est le premier avantage de l'information hard. Elle provient de plusieurs sources. Les technologies de production qui reposent sur du hard sont plus facilement automatisables. L'économie des coûts liés à l'automatisation de la collecte et de la production de l'information fournit des gains de productivité. Le hard est également plus standardisé, ce qui permet des économies de gamme supplémentaires dans le processus de production. Le recours au hard peut également accroître la compétitivité du marché, en élargissant sa taille, que ce soit au niveau du segment de marché ou de la zone géographique d'activité. Enfin, dans la mesure où l'information hard est plus facilement transmissible, son utilisation réduit l'avantage compétitif de son producteur, ce qui était le cas pour les banques et la production d'information grâce aux relations de LT.

La facilité de stockage de l'information hard réduit son coût en vue d'une décision future basée sur cette information. Compte tenu de son indépendance du contexte dans lequel elle a été produite, l'information hard peut être ainsi plus facilement transmise entre les différents agents participant au processus de décision dans une organisation. Ces individus ne doivent plus faire partie du processus de production de l'information pour l'utiliser dans leur décision.

L'utilisation de l'information hard nécessite moins d'inputs dans le processus de prise de décision. Cette prise de décision nécessite une réduction de l'information disponible afin d'éviter la " sur-information " et de concentrer l'information indispensable dans le hard. Cela est d'autant plus crucial que l'organisation est importante et que nous nous déplaçons vers des niveaux hiérarchiques supérieurs. Cependant, la concentration de l'information dans le hard peut biaiser la décision, particulièrement dans le cas du crédit aux PME, qui seront alors rationnées.

L'opposition du hard vs soft correspond à un arbitrage entre la réduction des coûts de collecte et de processing (de transaction, de production et de stockage) de l'information contre une perte au niveau de la précision et de la profondeur de l'information. Cependant, une partie de l'information pertinente demeure sous forme soft. De plus, des problèmes de manipulation comptable peut biaiser l'information hard qui repose sur les documents sociaux de l'entreprise. Un emprunteur peut également manipuler soit même les éléments qui pourraient rendre l'information hard à son sujet plus favorable à ses besoins de financement.

5.1 Avantages et coûts de l'information soft pour l'intermédiation bancaire

La relation bancaire constitue une des deux "approches" principales de l'industrie bancaire (particulièrement commercial) face au client-emprunteur, particulièrement les PME.

La définition de la relation bancaire donnée par Boot (2000) est la suivante :

Définition 1 *La relation bancaire consiste en une fourniture de services financiers par un intermédiaire financier qui :*

- effectue des investissements pour obtenir des informations sur l'emprunteur
- évalue la rentabilité de la relation à travers l'interaction dans le temps et dans l'espace (en terme de produits financiers).

Cette définition comporte deux dimensions : l'information privée et les interactions multiples.

Berger et Udell (2002) définissent plus précisément la relation de long terme comme une technologie d'octroi de crédit qui dépend de la production d'information soft. Ce type d'information est plus difficile à communiquer sous une forme standardisée au sein de l'organisation, et jugée difficile à être transformée en hard. La modification de la structure organisationnelle et les mécanismes de contrôle peuvent affecter les incitations à collecter cette information soft.

Berger (1999) définit 3 conditions nécessaires à l'existence d'une relation :

1. l'information obtenue est plus importante que l'information "publique" (disponible sur le marché),
2. l'obtention de cette information s'effectue dans le temps à travers une multitude d'interactions (produits financiers multiples),
3. l'information demeure confidentielle (privée).

L'amélioration de l'échange d'informations incite à révéler et à produire plus d'informations. La banque est indispensable pour dépasser les problèmes d'asymétrie d'informations. Ces asymétries empêchent la mise en place de contrats complets et contingents aux états de la nature. La banque peut restaurer l'efficacité sur le marché en construisant des relations de long terme.

L'existence d'une relation peut permettre plus de flexibilité dans les contrats de dette (contrats implicites long terme), l'inclusion de covenants (meilleur contrôle des conflits d'intérêts potentiels) et de la garantie, et la fourniture de fonds qui ne seraient pas rentables dans une perspective court terme. La flexibilité du contrat permet une renégociation plus facile de ses termes. En plus du contrôle des conflits d'intérêts, les covenants permettent de réduire les problèmes d'agence, tandis que la garantie peut mitiger les problèmes d'aléa moral et de sélection adverse (Stiglitz et Weiss 1981). Notons également que l'accès au crédit bancaire peut être un moyen d'établir une crédibilité suffisante pour la firme avant d'accéder au marché des capitaux. Dans cette perspective, la banque fournit une certification à l'emprunteur (Diamond 1991).

Il existe 2 coûts principaux de la relation : les coûts liés au problème de la contrainte budgétaire non rigide, provenant d'un manque de rigidité pour renforcer les contrats de dette, et les coûts liés au problème de "hold up", provenant du monopole d'informations. L'impact de la concurrence sur la relation est double.

D'une part, la concurrence peut réduire les relations dans la mesure où elle incite l'emprunteur de changer de banque. Celle-ci peut réduire ses investissements spécifiques à la relation ce qui mène à diminuer la valeur de l'information. D'autre part, la concurrence exerce une pression sur les marges bancaires, réduisant ainsi ses profits.

L'impact de l'existence de ce type de relation sur le contrat de dettes reste mitigé dans les travaux empiriques (voir Petersen et Rajan 1994, Berger et Udell 1995, Elsas et Krahnén 1998, Degryse et VanCayseele 2000). Berger et Udell concluent que l'existence d'une relation réduit le coût du crédit bancaire, tandis que Degryse et Van Cayseele fournissent des conclusions inverses. Petersen et Rajan utilisent des mesures plus détaillées de la relation, comme sa dimension temporelle et sa concentration, pour étudier son impact sur la disponibilité et le coût du crédit bancaire. Leurs résultats montrent un faible effet de la relation sur le prix du crédit, mais significativement positif sur la disponibilité.

Dans le cadre de la banque à l'engagement et de la construction de relations de long terme qui génèrent de l'information soft, on retrouve les banques de proximité.

La définition "qualitative" de la banque de proximité utilisée est la suivante :

Définition 2 *Une banque de proximité est une institution financière qui accepte des dépôts et fournit des services de transactions et octroie des crédits à des ménages et des entreprises locales, et utilise l'information extraite de ces relations comme avantage comparatif par rapport à des établissements de plus grande taille.*

Une définition plus économique stipule :

Définition 3 *Une banque de proximité dispose d'une licence bancaire ; elle opère dans une zone géographique limitée ; elle offre une variété de produits de dépôts et de crédits ; elle se focalise sur le marché local tout en se préservant d'émettre et d'échanger ses parts de capital sur un marché financier.*

Les travaux empiriques montrent que les banques de proximité disposent d'un avantage important : leur capacité supérieure dans la production d'information soft dans le cadre des relations de long terme. L'argument de base est le fait que des banques plus grandes auraient plus de difficultés à produire et à communiquer ce type d'information, compte tenu de leur taille et de leur complexité organisationnelle (Stein 2002).

De Young et al. (2004) trouvent que le modèle de fonctionnement des banques de proximité reste viable à long terme, particulièrement le recours à la relation de long terme génératrice d'information soft, malgré les changements encourus, surtout l'intensification de la concurrence de la part des banques plus grandes. Ce type de banque peut concurrencer les grands établissements dans le cadre de stratégie de niches locales.

Scott (2004) poursuit l'analyse en étudiant l'existence de niche en terme de production d'information soft dans le cadre de prêt aux PME pour les banques de proximité. L'article tente de quantifier empiriquement certains aspects de la production de l'information soft et de tester si les banques de proximité disposent effectivement d'un avantage dans sa production. A cet effet, Scott construit un indicateur composite de production de l'information soft par la banque à partir d'une enquête du NFIB (National Federation of Independent Business)⁴. Les résultats de l'étude empirique démontrent que la production de l'information soft est plus importante dans les banques de proximité, indiquant l'existence de niche pour ce type de banques. La structure de marché ne semble pas affecter cette stratégie. Une question demeure ouverte : est ce que les entreprises sont prêtes à payer pour cette production d'information soft ?

Carter et al. (2004) fournissent des résultats supplémentaires sur les chances de survie des petites banques grâce à leur capacité supérieure dans la production d'information soft, en évaluant les rentabilités des crédits ajustées au risque de banques de différentes tailles sur la période de 1996-2001. Les résultats montrent que les petites banques génèrent des rentabilités plus importantes que les grandes banques, ce qui confirme leur avantage dans l'évaluation du risque de crédit et le production de l'information soft.

Enfin, Avery et Smakolyk (2004) étudient l'impact de la consolidation du secteur bancaire américain sur les banques de proximité sur la période 1994-2000, et plus particulièrement le rôle de la banque de proximité dans ce contexte dans la fourniture de crédit aux PME. Les résultats démontrent paradoxalement que le mouvement de consolidation représente une opportunité pour les banques de proximité, avec un accroissement de la part des crédits aux PME dans les bilans de ces petites banques.

⁴Il s'agit de combinaison de différents ratings sur une échelle de 1 à 5 attribué par le propriétaire de l'entreprise à l'importance de différents aspects/caractéristiques de sa relation avec le chargé de clientèle de sa banque principale.

5.2 Avantages et problèmes de l'information hard pour les banques

La nature de l'information n'est pas exogène. Il est possible de la changer, particulièrement "d'hardiser" de l'information soft. L'exemple du développement des agences de ratings au XIX^e siècle aux USA en témoignent. Avec le développement du commerce, les marchands pouvaient accéder à des marchés plus lointains, mais cela les amenait à traiter avec des contreparties qu'ils ne connaissaient pas ou peu. Il a été nécessaire de leur fournir une information condensée (dans une note ou rating) sur la qualité et la solvabilité de ces contreparties, ce dont les agences se sont chargées (Mercantile Agency, RG Dun, Bradstreets). Leur rôle était de collecter de l'information soft locale auprès des marchands, juristes et banquiers afin de la retranscrire dans leur rating afin d'informer des marchands des régions éloignées. Ceux-ci formaient leur décision sur la base de cette information hard.

Selon la définition donnée par Mester (1997), le credit scoring (ou scoring) est une méthode statistique d'estimation de la probabilité de défaut de la contrepartie. Autrement, c'est une méthode d'évaluation du risque de défaut des contreparties. Le mécanisme de scoring est relativement simple à concevoir. Généralement, on applique un modèle multivarié qui permet de combiner plusieurs variables prédictives - par exemples, les ratios comptables clés - en calculant leurs pondérations respectives pour produire un score ou une mesure de la probabilité de défaut. Le scoring utilise des données historiques passées afin d'isoler et de quantifier les différents effets des différentes caractéristiques des emprunteurs sur leur probabilité de défaut. Ensuite, en intégrant le scoring dans le processus de prise de décision de crédit (ou d'analyse et de gestion du risque de crédit)⁵, le score obtenu est comparé à un score seuil afin de pouvoir discriminer parmi les demandes de prêts celles qui seront acceptées et celles qui seront rejetées.

En nous basant sur les travaux de Feldman (1997a) et (1997b), nous pouvons présenter les avantages que procurent le scoring au niveau de la relation banque / entreprise, et plus particulièrement au niveau du processus de prise de décision de crédit et d'analyse et de gestion du risque de crédit. En premier lieu, le scoring affecte les interactions de la relation banque / entreprise. Dans le cadre d'une relation "traditionnelle", le contact personnel (physique) est nécessaire, avec sou-

⁵Dans ce cadre, le scoring peut également servir d'outil complémentaire aux techniques traditionnelles d'analyse et de gestion du risque de crédit (Frame et al. 2001).

mission d'une documentation plus ou moins importante (états financiers, budgets prévisionnels, etc.). En utilisant les techniques de scoring, le contact personnel est inutile. Ceci facilite et accélère le processus de décision, ainsi que le renouvellement, l'ajustement et l'administration des crédits.

En second lieu, le scoring permet de réduire le coût d'octroi du crédit. En effet, le score indique dans quelle mesure une intervention "humaine" est nécessaire. Lorsque le score obtenu est proche de la zone seuil, alors une analyse plus approfondie et généralement plus qualitative s'impose. Sinon, le scoring permet de trancher s'il y a lieu d'accorder ou non le crédit demandé par l'emprunteur. De ce fait, la vitesse de prise de décision est plus grande et cela permet d'accroître le volume des dossiers traités, et donc le volume des crédits accordés.

Enfin, en troisième lieu, le scoring affecte le prix du crédit, en permettant d'indexer celui-ci sur le risque inhérent à l'engagement. C'est ce mécanisme qui permet de réduire le rationnement du crédit. En effet, grâce aux techniques du scoring qui permettent une évaluation quantitative du risque de défaut, on peut améliorer la qualité de l'information sur les perspectives de remboursement du prêt. On peut alors prévoir de manière plus précise le niveau des pertes potentielles (voire de les diminuer), et ainsi ajuster le prix du crédit en fonction du risque de défaut de l'emprunteur.

Feldman (1997a) et (1997b) remarque que l'utilisation plus répandue du credit scoring (70% des grands institutions bancaires américaines utilisaient le scoring en 1997 dans le cadre du processus de décision de crédit PME) exerce un impact mitigé sur les petites banques locales. L'utilisation du credit scoring entraîne une plus forte concurrence sur le marché de crédit PME, puisque cette technique facilite l'entrée des grandes banques sur ce type de marché. Elle permet de diminuer le coût du crédit et permet de nouvelles possibilités de cibler des clients PME potentiels en dehors de la zone d'activité actuelle. De plus, le scoring permet de fournir des crédits à un taux plus faible aux emprunteurs de qualité.

Face à ces bouleversements, les petites banques doivent réagir. Trois scénarios s'offrent alors à elles :

1. rapatrier leur activité vers les PME qui demandent une relation plus personnalisée,
2. s'occuper des emprunteurs non standards,
3. exploiter les opportunités du credit scoring.

Les deux premières issues rejoignent l'idée de renforcer l'approche traditionnelle, en fournissant aux PME qui le souhaitent un service personnalisé et flexible. Cette stratégie de niche consiste donc bien à profiter des clients réticents aux relations impersonnelles et automatisées issues du scoring, prêts à payer plus pour une relation suivie. Le problème qui se pose dans le cadre de cette stratégie est le fait que l'utilisation du scoring par les grandes institutions financières risque d'évincer les petites banques locales du marché de crédit des emprunteurs de qualité. Les petites banques risquent de se retrouver avec une clientèle plus coûteuse et plus risquée.

5.2.1 Hardisation de l'information soft dans les modèles de score

Grunert et al. (2002) étudient le rôle des facteurs non financiers / qualitatifs dans la détermination du rating. Ces facteurs portent généralement sur la qualité du management et les perspectives de l'affaire. L'article part de l'hypothèse selon laquelle les différences d'opinion sur la qualité de l'emprunteur proviennent d'un traitement différent des facteurs non financiers et financiers dans le processus de détermination du rating. D'après les enquêtes de Günther et Grüning (2000), 70 des 145 banques allemandes interrogées utilisent des facteurs qualitatifs dans leur analyse du risque de crédit, le facteur le plus important étant la qualité du management. D'autres études montrent que l'intégration de facteurs qualitatifs améliore les taux de reclassement des emprunteurs. Les composantes qualitatifs des ratings apparaissent comme moins dispersées et plus stables. Les résultats de Grunert et al. mettent en évidence une prédiction plus précise du défaut (actuel et futur) avec l'utilisation de ces 2 types de facteurs.

Lehmann (2003) contribue également à cette littérature en exploitant une base de données portant sur le portefeuille de crédits aux PME d'une banque commerciale allemande, comportant des informations qualitatives (information soft) sur la qualité de la gestion, la qualité de la relation banque-entreprise, etc. La batterie de tests économétriques démontre que l'intégration de ce type d'information améliore considérablement le pouvoir de classification et de discrimination du modèle de score. Celui-ci a pour objectif de tester la capacité prédictive des ratings internes de la banque.

6 Nature de l'information et architecture organisationnelle

La littérature sur la TAO (théorie de l'architecture organisationnelle) a également exploité cette dichotomie de l'information pour expliquer la structure organisationnelle de la firme (Stein 2002). L'optimalité de la structure organisationnelle de la firme est influencée par le type d'information utilisée dans le processus de production de la firme. D'après Stein, des firmes de grande taille, plus hiérarchiques, utiliseront d'avantage l'information hard.

La dichotomie de l'information a également été utilisée pour l'explication de la structure organisationnelle et l'accès au capital. En suivant Stein, les grandes banques sont désavantagées dans l'activité de crédit aux PME, puisque ces relations reposent sur de l'information soft. Compte tenu de l'ampleur de l'organisation et de sa structure hiérarchique, l'information collectée doit être facilement et crédiblement transmissible aux échelons supérieurs qui utilisent cette information pour prendre une décision.

L'étude empirique de Berger et al. (2001) met en évidence la distance plus importante entre les grandes banques et leurs emprunteurs, et une relation plus impersonnelle également. La relation banque-emprunteur est d'autant moins durable et exclusive que la taille de la banque est plus importante. Lorsque les PME se trouvent face à un choix de banque, elles préfèrent des établissements plus petits, réduisant ainsi les problèmes de rationnement du crédit. De manière générale, la littérature empirique a mis en évidence que l'accès au financement des firmes dépend de leur transparence informationnelle (Petersen et Rajan 2002) et du niveau d'information hard disponible publiquement.

Berger et Udell (2002) se focalisent sur le relationship banking et l'information soft. L'article étudie les relations banques-PME dans un cadre organisationnel. La relation affecte les termes du contrat de dette de manière positive (réduction du taux de crédit, de la garantie requise, hausse de la disponibilité du crédit). Dans le cadre de la relation, le chargé de clientèle se voit octroyer plus d'autorité, ce qui peut accroître les problèmes d'agence et nécessite donc une structure organisationnelle adaptée, avec l'allocation de ressources plus importantes pour le contrôle de l'agent. Les résultats de l'étude montrent que la relation dépend de l'information soft, que le chargé de clientèle a une position cruciale dans la banque

et que les problèmes d'agence s'en trouvent accrus.

D'après Berger et al. (2002), la théorie des contrats incomplets stipule que de petites organisations sont plus performantes dans des activités qui nécessitent l'utilisation d'information de type soft. En effet, dans ce cadre, les incitations ex ante des agents sont affectées par le niveau de contrôle des actifs qui leur sont confiés. L'allocation des droits de contrôle affecte donc les incitations des agents. L'article de Berger et al. étudie empiriquement comment la nature d'une organisation bancaire affecte la manière de mener les activités et leur efficacité. Leurs résultats montrent que les grandes banques ont plus de propension à prêter aux grandes entreprises, et font du crédit à plus grande distance, avec une approche impersonnelle, et des relations plus courtes et moins exclusives.

Jensen et Meckling (1992) s'intéressent au coût de transfert de l'information spécifique qui implique l'organisation des droits de décision, qui incluent des droits d'aliénation de l'information, qui nécessite la mise en place d'un système de contrôle. Dans cette étude, la distinction porte sur l'information générale vs l'information spécifique, la différence étant le coût de transfert. L'information spécifique est plus coûteuse et nécessite une délégation de pouvoir à l'agent plus importante.

Si on considère la propriété comme un droit, celui-ci comporte 2 droits : le pouvoir/droit de décision et le droit d'aliénation (de ce droit). Il existe une relation entre le droit de décision et la connaissance. 2 moyens de colocation sont possibles : le transfert de connaissances et le transfert de droits. Le coût de transfert de connaissance est fonction de la nature de cette connaissance, de l'environnement organisationnel et de la technologie disponible. Ce transfert est bénéfique s'il engendre une décision plus efficace. Il existe donc un arbitrage entre le bénéfice marginal de la décision "mieux informée" et le coût marginal du transfert. La délégation du pouvoir et des droits de décision nécessite la prise en compte de ces coûts de transfert de connaissances et de l'impact de l'allocation des droits sur les incitations des agents à acquérir de l'information.

Harris et Raviv (2002) construisent un modèle théorique d'allocation de l'autorité avec 2 acteurs - un principal et un agent - disposant chacun de 2 informations privées sur le résultat, avec différentes préférences chacun. 2 régimes organisationnels sont envisagés : centralisé (l'agent rapporte la valeur de son information privée au principal) et décentralisé. L'allocation des droits de décision dépendra

de la manière dont l'information est transférée, de la nature de la décision et de l'impact de l'allocation de l'autorité sur les incitations de l'agent à communiquer son information privée.

Liberti (1999) mène une étude empirique de l'effet du changement de la structure hiérarchique sur les incitations des agents dans une grande banque étrangère en Argentine sur la période 1999-2001. Les hypothèses testées portent sur l'impact de la délégation de l'autorité et de la diminution du contrôle sur les incitations et l'effort des agents. Le cadre théorique correspond à celui de Aghion et Tirole (1997) qui distingue l'autorité réelle de l'autorité formelle, et qui stipule qu'une délégation de l'autorité accroît l'effort de l'agent. Liberti confronte la délégation de l'autorité (contrôle décentralisé) à un contrôle "classique", c.à.d. centralisé. Sur le terrain, le changement hiérarchique dans le département de crédit permet l'octroi d'une part plus importante d'autorité dans la prise de décision à certains managers, avec une diminution de la surveillance et du contrôle par les supérieurs. Les résultats mettent en évidence un accroissement du temps de la relation, de l'effort perçu et une diminution du nombre de plaintes. Les agents ayant reçu plus d'autorité utilisent leur information soft plus efficacement. La transmission et la fiabilité de ce type d'information est plus importante dans les organisations décentralisées.

Références

- AGHION, P., ET J. TIROLE (1997) : “Formal and Real Authority in Organizations,” *Journal of Political Economy*, 105, 1–29.
- AVERY, R., ET K. SMAKOLYK (2004) : “Bank Consolidation and Small Business Lending : The Role of Community Banks,” *Journal of Financial Services Research*, 25, 291–325.
- BERGER, A. (1999) : “The Dynamics of Market Entry : The Effects of Mergers and Acquisitions on De Novo Entry and Small Business Lending in the Banking Industry,” Finance and Economics Discussion Paper Series 1999-41, Board of Governors of the Federal Reserve System.
- BERGER, A., S. FRAME, ET N. MILLER (2002) : “Credit Scoring and the Price and Availability of Small Business Credit,” Finance and Economics Discussion Paper Series 2002-26, Board of Governors of the Federal Reserve System.
- BERGER, A., L. KLAPPER, ET G. UDELL (2001) : “The Ability of Banks to Lend to Informationally Opaque Small Businesses,” *Journal of Banking and Finance*, 25, 2127–2167.
- BERGER, A., ET G. UDELL (1995) : “Relationships Lending and Lines of Credit in Small Firm Finance,” *Journal of Business*, 68, 351–381.
- (2002) : “Small Business Credit Availability and Relationship Lending : The Importance of Bank Organisational Structure,” *Economic Journal*, 112, 32–53.
- BESTER, H. (1985) : “Screening vs. Rationing in Credit Markets with Imperfect Information,” *American Economic Review*, 75, 850–855.
- BOOT, A. (2000) : “Relationship Banking : What Do We Know?,” *Journal of Financial Intermediation*, 9, 7–25.
- CARTER, D., J. MCNULTY, ET J. VERBRUGGE (2004) : “Do Small Banks have an Advantage in Lending? An Examination of Risk-Adjusted Yields on Business Loans at Large and Small Banks,” *Journal of Financial Services Research*, 25, 233–252.
- DEGRYSE, H., ET P. VANCAYSEELE (2000) : “Relationship lending within a bank based system : evidence from European small business data,” *Journal of Financial Intermediation*, 9, 90–109.

- DEYOUNG, T., W. HUNTER, ET G. UDELL (2004) : “The Past, Present, and Probable Future for Community Banks,” *Journal of Financial Services Research*, 25, 85–133.
- DIAMOND, D. (1984) : “Financial Intermediation as Delegated Monitoring : A Simple Example,” *Economic quarterly*, Federal Reserve Bank of Richmond.
- (1991) : “Monitoring and Reputation : The Choice between Bank Loans and Privately Placed Debt,” *Journal of Political Economy*, 99, 689–721.
- ELSAS, R., ET J. KRAHNEN (1998) : “Is Relationship Lending Special? Evidence from Credit-File Data in Germany,” *Journal of Banking and Finance*, 22, 1283–1316.
- FELDMAN, R. (1997a) : “Credit scoring and small business loans,” *Community dividend*, Federal Reserve Bank of Minneapolis.
- (1997b) : “Small business Loans, Small Banks and a Big Change in Technology Called Credit Scoring,” *The region*, Federal Reserve Bank of Minneapolis.
- FRAME, W., A. SRINIVASAN, ET L. WOOSLEY (2001) : “The Effect of Credit Scoring on Small-Business Lending,” *Journal of Money, Credit and Banking*, 33, 813–825.
- FREIXAS, X., ET J.-C. ROCHET (1997) : *Microeconomics of Banking*. MIT Press.
- GÜNTHER, T., ET M. GRÜNING (2000) : “Einsatz von Insolvenzprognoseverfahren bei der Kreditwürdigkeitsprüfung im Firmenkundenbereich,” *Die Betriebswirtschaft*, 60, 39–59.
- GRUNERT, J., L. NORDEN, ET M. WEBER (2002) : “The Role of Non-Financial Factors in Internal Credit Ratings,” *Discussion Papers 3415*, CEPR.
- HARRIS, M., ET A. RAVIV (2002) : “Allocation of Decision Making-Authority,” *Presented paper*, EFA 2002 Berlin Meetings.
- JENSEN, M., ET W. MECKLING (1992) : *Contract Economics* chap. Specific and General Knowledge, and Organizational Structure, pp. 251–274. *Werin and Wijkander*, Blackwell.
- LEHMANN, B. (2003) : “Is It Worth the While? The Relevance of Qualitative Information in Credit Rating,” *Working paper*, University of Konstanz.
- LELAND, H., ET D. PYLE (1977) : “Informational Asymmetries, Financial Structure, and Financial Intermediation,” *Journal of Finance*, 32, 371–387.

- LIBERTI, J. (1999) : “Initiative, Incentives and Soft Information : How Does Delegation Impact the Role of Bank Relationship Managers?,” Job market paper, University of Chicago.
- MESTER, L. (1997) : “What’s The Point of Credit Scoring?,” Business review, Federal Reserve Bank of Philadelphia.
- PETERSEN, M. (2002) : “Information : Hard and Soft,” Mimeo, Kellogg School of Management, Northwestern University.
- PETERSEN, M., ET R. RAJAN (1994) : “The Benefits of Lending Relationships : Evidence from Small Business Data,” *Journal of Finance*, 49, 3–37.
- (2002) : “Does Distance Still Matter? The Information Revolution in Small Business Lending,” *Journal of Finance*, 57, 2533–2570.
- RAMAKRISHNAN, R., ET A. THAKOR (1984) : “Information Reliability and a Theory of Financial Intermediation,” *Review of Economic Studies*, 51, 415–432.
- SCOTT, J. (2004) : “Small Business and the Value of Community Financial Institutions,” *Journal of Financial Services Research*, 25, 207–230.
- STEIN, J. (2002) : “Information Production and Capital Allocation : Decentralized versus Hierarchical Firms,” *Journal of Finance*, 57, 1891–1921.
- STIGLITZ, J., ET A. WEISS (1981) : “Credit Rationing in Markets with Imperfect Information,” *American Economic Review*, 71, 393–409.