

**UNIVERSITE ROBERT SCHUMAN – STRASBOURG**

**INSTITUT D'ETUDES POLITIQUES**

**LE CREDIT INTERENTREPRISES : UNE ETUDE  
COMPAREE FRANCE – ALLEMAGNE**

**Martin Weill**

Mémoire de 4<sup>ème</sup> année d'IEP  
Section Economie et Entreprise

Direction du mémoire : Anne-France Delannay

**Mai 2007**

L'Université Robert Schuman n'entend donner aucune approbation ou improbation aux opinions émises dans ce mémoire. Ces opinions doivent être considérées comme propres à leur auteur.

## **Résumé**

Nous effectuons dans une première partie une synthèse de la littérature existante justifiant l'existence du crédit interentreprises. Nous explicitons dans un premier temps les motifs financiers reposant sur l'asymétrie d'information et la substituabilité du crédit fournisseur et du crédit bancaire de court terme. Puis nous passons en revue les explications basées sur la relation commerciale stratégique, le rapport de force qui pousse à l'octroi ou à la demande de crédit interentreprises. Dans une seconde partie, nous étudions les raisons des différences de délais constatées entre la France et l'Allemagne. Il apparaît que des facteurs techniques tels que la protection juridique ou les moyens de paiement jouent un rôle. Les facteurs culturels basés sur la confiance expliquent aussi la prédisposition allemande à payer plus promptement les fournisseurs et à recourir plus au crédit bancaire de court terme, substitut moins onéreux au crédit fournisseur.

**Mots-clés :** crédit interentreprises ; délais de paiement ; France ; Allemagne

## **Abstract**

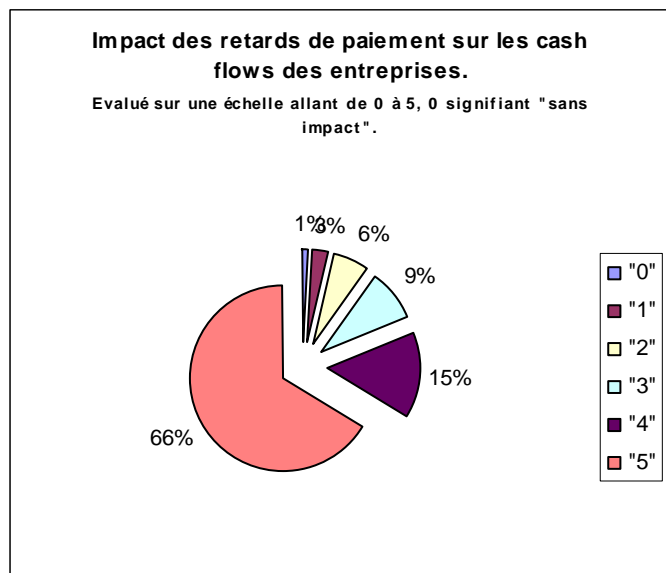
The first part is intended to give a review of the empirical and theoretical literature on trade credit. We show first the financial motives based on information asymmetries and the substitutability of supplier credit and short term bank credits. Second, we review the explanations based on strategic interactions between suppliers and customers, the power relation that leads to the offer or the demand of trade credit. In the second part, we offer an explanation to the observed differences in terms of payment between France and Germany. It appears that technical factors such as commercial law or payment instruments play a role. Cultural factors based on trust may also explain the German predisposition to pay quicker the suppliers and to use short term bank credits that are a cheaper alternative to supplier credit.

**Keywords:** trade credit; terms of payment; France; Germany

<b>1</b>	<b>SYNTHESE DE LA LITTERATURE .....</b>	<b>10</b>
1.1	LES ARGUMENTS FINANCIERS A L'EXISTENCE DU CREDIT INTERENTREPRISES.....	10
1.2	LE CREDIT INTERENTREPRISES, OUTIL STRATEGIQUE DE L'ENTREPRISE .....	22
<b>2</b>	<b>LE CREDIT INTERENTREPRISES EN FRANCE ET EN ALLEMAGNE.....</b>	<b>38</b>
2.1	LA MISE EN LUMIERE DES DIFFERENCES .....	38
2.2	LES FACTEURS TECHNIQUES A L'ORIGINE DE CES DIFFERENCES .....	43
2.3	LA CONFIANCE, FACTEUR CULTUREL FORT .....	56

Le 24 janvier 2007, un accord sur les délais de paiement était trouvé dans l'industrie automobile entre constructeurs, équipementiers et sous-traitants. Il permettra, selon François Loos, alors ministre délégué à l'Industrie, de dégager « 1 milliard d'euros pour les PME », en réduisant les délais de règlement de plus de 100 jours à 90 jours dans un premier temps et 60 jours à terme (Les Echos, 25 janvier 2007). Ici présenté comme un problème, le crédit interentreprises n'en reste pas moins un objet d'attention pour nombre d'entreprises pour lesquelles il est un moyen de financement privilégié. Il représente depuis quelques décennies 30% de la dette des entreprises françaises, soit trois fois le montant des découverts bancaires (Boissay (2004)).

Au niveau européen, une étude de la Commission européenne (2006), reprise dans la figure 1, montre que les délais, et souvent les retards de paiement ont une importance toute particulière pour les entreprises. Ici, 66% des répondants donnent la note maximale à l'impact à leur yeux des retards de paiement pour les cash flows de leur entreprise.



**Figure 1 : Impact des retards de paiement sur les entreprises européennes. Source : Commission européenne (2006)**

Le crédit interentreprises résulte des délais de paiement que s'accordent les entreprises entre elles. En effet, le paiement à une date ultérieure d'un bien ou d'un service reçu s'assimile à un prêt sur la période considérée. Sa particularité est d'être obligatoirement associé à un transfert de bien ou une fourniture de service.

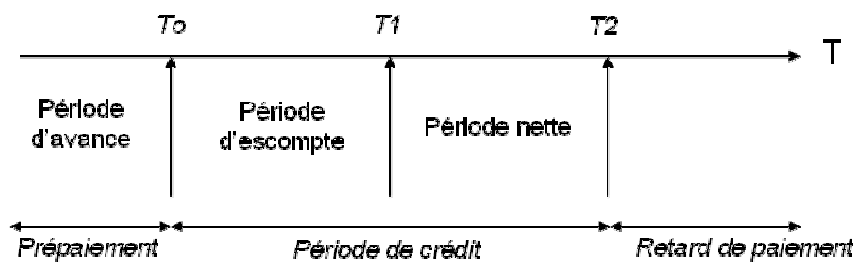


Figure 2 : Les formes du crédit interentreprises. Source : Ziane (2004)

La figure 2 présente les différentes périodes auxquelles nous ferons référence par la suite.  $T_0$ , début du délai de paiement, est, sauf exception, fixé à la date de facturation. Entre  $T_0$  et  $T_1$  court la période d'escompte, pendant laquelle un certain montant, *l'escompte pour paiement comptant*, peut être déduit de la facture, ce afin d'inciter les clients à payer rapidement. Entre  $T_1$  et  $T_2$  le paiement de l'intégralité de la facture est dû.  $T_2$  est le délai de paiement, obligatoirement indiqué sur la facture. Au-delà de la date  $T_2$ , le paiement est considéré en retard, pouvant entraîner la majoration de la facture de pénalités de retard.

Afin de distinguer l'offre de la demande de crédit, on définit le *crédit* (ou délai) *client* et le *crédit* (ou délai) *fournisseur*. Le premier est accordé par un fournisseur à son client et apparaît à l'actif de son bilan au poste « créances client ». Le second est demandé par un client à son fournisseur et apparaît au passif de son bilan comme « dettes fournisseurs ». On peut enfin calculer le *solde du crédit interentreprises* d'un agent en déduisant les dettes fournisseurs des créances clients (Dietsch (1997)). Le crédit interentreprises est une forme

de crédit particulièrement souple, ne s'accompagnant que de peu de formalisme comparativement à un crédit bancaire. Tout au plus est-il fait obligation de mentionner les modalités de paiement et les pénalités de retard dans les conditions générales de vente.

Le crédit interentreprises apparaît à première vue comme un crédit gratuit, il a cependant un coût. En effet, de nombreuses entreprises offrent un escompte pour paiement comptant (généralement de 0,5 à 2 % du montant de la facture pour un paiement sous 10 jours). Il apparaît alors un coût d'opportunité de la prise de crédit. Le taux implicite du crédit fournisseur se calcule comme suit :

$$\text{taux implicite} = \left\{ \left( \frac{100}{100 - d} \right)^{360 / (n - m)} - 1 \right\}$$

Avec  $d$  : taux de l'escompte pour paiement comptant ;  $n$  : le délai de paiement net en jours et  $m$  le délai de paiement comptant (d'après Ng et al. (1999)). Pour des conditions classiques de 2% d'escompte pour paiement ( $d$ ) sous 10 jours ( $m$ ), net à 60 jours ( $n$ ), on obtient un taux équivalent annuel de 15,6 %<sup>1</sup>. Comparé au taux équivalent moyen du découvert bancaire pour les « personnes morales ayant une activité industrielle, commerciale, artisanale, agricole ou professionnelle non commerciale » de 10,64% publié au Journal Officiel du 4 janvier 2007<sup>2</sup>, le crédit fournisseur peut être considéré comme un crédit onéreux.

Malgré son coût élevé, cette forme de crédit est massivement utilisé par les entreprises, et constitue la première source de financement des PME en France (Dietsch (1997)). Il apparaît paradoxal que le crédit interentreprises puisse persister, en concurrence avec des

---

<sup>1</sup> Les conditions classiques aux Etats-Unis sont encore plus significatives : « 2/10 net 30 » soit un taux équivalent de 43,9%

<sup>2</sup>Taux moyen observé au 4<sup>ème</sup> trimestre 2006 : [http://www.banque-france.fr/fr/poli\\_mone/taux/credit/usure.htm](http://www.banque-france.fr/fr/poli_mone/taux/credit/usure.htm)

crédits bancaires beaucoup plus avantageux. L'explicitation de ce paradoxe nous permettra de traiter des raisons théoriques de l'existence de ce type de crédit.

Ses déterminants seront étudiés de manière plus empirique, grâce à une comparaison entre les pratiques françaises et allemandes en matière de délais de paiement. En effet, les délais étant très différents entre ces deux pays (figure 3), cette comparaison nous semble permettre une première approche des raisons expliquant les différences dans la longueur des délais observés. De plus, sur le plan pratique, le choix de l'Allemagne est dû au fait que ce pays est le premier partenaire de la France au sein de l'Union Européenne, et que son économie est réputée être solide et efficiente.

	<b>Allemagne</b>	<b>France</b>
<b>Intrum Justitia<sup>3</sup></b>	46,6 jours	66,2 jours
<b>Eurofactor<sup>4</sup></b>	52 jours	65 jours
<b>Atradius<sup>5</sup></b>	29 (national)	62 (national)
<b>Altarès<sup>6</sup></b>	30 à 50 jours (contractuel) + 9,8 jours (retard)	50 à 70 jours (contractuel) + 11,9 jours (retard)

**Figure 3 : Délais de paiement moyens en France et en Allemagne**

Nous nous intéresserons plus particulièrement aux PME, qui sont, dans nos deux pays, les entreprises les plus concernées par le crédit interentreprises. En effet, les grandes entreprises ont accès à des sources de financement dont ne disposent pas leurs homologues de plus petite taille.

<sup>3</sup> Intrum Justitia (2006)

<sup>4</sup> Eurofactor (2006)

<sup>5</sup> Atradius (2007)

<sup>6</sup> Altarès (2007)



Sur le plan de la méthodologie, nous verrons dans une première partie une synthèse de la littérature théorique et empirique justifiant l'existence même du crédit interentreprises. Puis dans une seconde partie, nous étudierons, en croisant les disciplines (droit, économie, sociologie), les origines des différences de délais de paiement entre la France et l'Allemagne.

# **1 Synthèse de la littérature**

Une difficulté majeure dans l'analyse provient généralement de la distinction entre les facteurs d'offre et de demande dans le crédit interentreprises. Il ne nous semble pas pertinent de les opposer, mais plutôt de les intégrer dans les différentes explications proposées. L'octroi de crédit interentreprises étant indissociable de la transaction commerciale, on peut distinguer deux aspects le justifiant. D'une part la notion de crédit, liée à des considérations financières (1.1). Et d'autre part la considération des relations stratégiques qui se nouent du fait de la relation commerciale (1.2).

## ***1.1 Les arguments financiers à l'existence du crédit interentreprises***

Les théories classiques de la finance permettent de justifier l'existence même du crédit interentreprises par la présence d'asymétries d'informations. La théorie et l'observation empirique se rejoignent sur le rôle du crédit fournisseur comme substitut au crédit bancaire (1.1.1). Ceci étant expliqué par le fait que le crédit interentreprises permet d'atténuer les asymétries rencontrées (1.1.2).

### **1.1.1 Le crédit interentreprises est un substitut au crédit bancaire en cas d'existence d'asymétries d'information**

Lorsque les marchés sont imparfaits, il existe des asymétries d'information entre les banques et les entreprises. Ceci conduit au rationnement du crédit accordé à ces dernières (1.1.1.1). Le crédit commercial se présente alors comme alternative au crédit bancaire (1.1.1.2).

### **1.1.1.1 Le rationnement du crédit bancaire dû aux asymétries d'information**

L'existence d'asymétries d'information dans la relation entre les banques et les entreprises en fait un marché imparfait (1.1.1.1.1). Ces imperfections mènent au rationnement du crédit bancaire disponible (1.1.1.1.2).

#### ***1.1.1.1.1 L'imperfection du marché du crédit***

Dans un marché parfait, la banque dispose d'une information totale et exacte sur l'entreprise cliente. Le taux d'intérêt reflète alors parfaitement le risque que court l'entreprise.

Dans la pratique, dans la relation entre la banque et l'entreprise, cette dernière bénéficie d'un avantage informationnel. En effet elle est la seule à disposer de l'information sur sa vraie capacité, voire même sa volonté de rembourser. De plus, la banque n'est pas en mesure de contrôler l'utilisation qui est faite des fonds afin de s'assurer que l'entreprise fait tous les efforts en vue de pouvoir rembourser à terme. Il s'agit d'un problème d'agence classique, il existe un risque moral de la part du client.

#### ***1.1.1.1.2 Le rationnement du crédit bancaire***

La théorie des jeux nous apprend qu'il existe un phénomène d'anti-sélection dès lors que la banque ne peut pas évaluer parfaitement les caractéristiques d'un emprunteur. Et donc, ne peut pas proposer un taux reflétant le vrai risque de l'entreprise. Pour Stiglitz et Weiss (1981), il existe un taux optimal pour les banques dans l'hypothèse d'imperfections de marché. En effet avec l'augmentation des taux s'accroît le risque, faisant baisser la rentabilité pour la banque, car seuls les clients les plus risqués acceptent des taux élevés.

On atteint un point, le « taux optimal », à partir duquel la rentabilité vient même à baisser avec l'augmentation du taux. Ceci vient en opposition avec la théorie classique qui voudrait que les taux augmentent jusqu'à ce que l'offre et la demande de crédit s'égalisent. Or, du fait de cet optimum, ce n'est pas le cas, la concurrence est faussée et le crédit est rationné. Les agents prêts à payer plus que le taux optimal de la banque seront considérés comme des mauvais risques et ne seront pas financés.

### **1.1.1.2 Le crédit interentreprises, alternative au crédit bancaire**

On peut expliquer théoriquement l'effet de substitution entre le crédit bancaire et le crédit fournisseur (1.1.1.2.1). Les études empiriques au plan micro et macro économiques (respectivement 1.1.1.2.2 et 1.1.1.2.3) viennent conforter ce résultat.

#### ***1.1.1.2.1 Le rôle d'intermédiation financière des fournisseurs en cas de rationnement du crédit bancaire***

Selon Laffer (1970), les crédits commerciaux sont le moyen de transfert des fonds des agents à excédent de financement vers les agents à besoin de financement. En effet, les clients rationnés par les banques se tournent vers leurs fournisseurs. En mesure de leur accorder un délai de paiement, qui est en soi un crédit, puisque les liquidités nécessaires au paiement sont laissées au client jusqu'à la date de règlement. Le crédit bancaire et le crédit fournisseur sont donc deux crédits concurrents et substituables.

Cette vision est reprise par Schwartz (1974) qui démontre qu'en maximisant leurs profits, les entreprises ayant un accès facilité au crédit sont incitées à vendre des ressources monétaires à des entreprises ayant des opportunités d'investissement mais des ressources

limitées. Ce faisant, elles favorisent la croissance de leurs clients et repoussent la barrière à leur propre croissance que représente la taille du marché.

Les fournisseurs ont alors, selon Jain (2001), un rôle de seconds intermédiaires financiers. La banque assure le premier échelon et prête aux entreprises via leurs fournisseurs. Au lieu de financer directement une entreprise, elle va financer les besoins à court terme du fournisseur sur son poste créances clients. Nous verrons par la suite (1.1.2.1) que cette décision va dépendre des coûts d'observation (« monitoring ») du client par la banque et de la distribution de probabilité des revenus du client.

Selon Emery (1984), les fournisseurs sont incités à placer leurs liquidités en crédit client car ils peuvent appliquer un taux implicite beaucoup plus élevé que le taux de marché. Ce faisant ils assument pleinement un rôle d'intermédiaire financier.

#### ***1.1.1.2.2 Des observations empiriques micro-économiques nombreuses***

L'analyse empirique de Petersen et Rajan (1997), considérée comme l'une des plus complètes à ce sujet, confirme à partir d'un panel de 3400 entreprises de moins de 500 salariés aux Etats-Unis ces résultats théoriques. Ils observent que les entreprises ayant le plus de facilités à générer des liquidités en interne sont les moins enclines à recourir au crédit fournisseur. Preuve que celui-ci est une situation moins préférable. Ils montrent de plus qu'un meilleur accès au crédit bancaire est corrélé négativement avec le recours au crédit fournisseur. Le financement par le crédit fournisseur étant plus onéreux que par le crédit bancaire, son utilisation par les entreprises est la preuve d'une part qu'elles sont rationnées, et d'autre part qu'il est effectivement l'alternative. Toujours dans la même optique, ils montrent que la longueur de la relation bancaire est négativement corrélée avec la demande de crédit fournisseur. Or, on sait que la longueur de la relation avec une banque est un signe de sa qualité, donc de la facilité de l'accès au crédit.

Summers et Wilson (2003) complètent cette analyse pour le marché anglais, ne trouvant cependant pas de corrélation significative entre liquidité et faible coût du financement d'une part et offre de crédit interentreprises d'autre part. Ils notent notamment que les grandes entreprises (au coût de financement généralement plus faible) ne sont pas les plus grandes offreuseuses de crédit client. Cette différence des observations peut tenir aux échantillons considérés dans les deux études, notamment s'il s'avérait que le marché anglais était moins rationné en crédit bancaire que le marché américain. Dans ce cas, le recours au crédit interentreprises comme source de financement alternatif est moins indispensable. Sur le marché américain, l'étude de Ng et al. (1999) ne permet pas non plus de démontrer que la liquidité supérieure des fournisseurs soit une raison déterminante de l'octroi de crédit client.

Nilsen (2002) apporte un élément nouveau quant à la taille des entreprises. En effet, dans une étude sur l'industrie manufacturière américaine, il montre que la taille est accessoire dans l'allongement du crédit. Il remarque en effet que des grandes entreprises n'ayant pas de « rating »<sup>7</sup> de leurs obligations recourent au crédit interentreprises en cas de contraction monétaire. Cela démontre que ces entreprises utilisent le crédit interentreprises pour des raisons financières, le substituant au crédit bancaire rationné. L'absence de notation des obligations étant le signe d'une entreprise en moins bonne santé, donc prioritairement rationnée par les banques.

---

<sup>7</sup> La notation financière

### ***1.1.1.2.3 A l'échelle macro-économique, un lien avec les cycles conjoncturels***

La démonstration peut aussi se faire à un niveau plus global. Delannay et Dietsch (1999) démontrent qu'à l'échelle macroéconomique, les périodes de récession, donc d'augmentation des taux d'intérêt sont accompagnées d'une augmentation de la demande de crédit fournisseur. Ceci conforte la théorie selon laquelle le crédit fournisseur est un crédit de substitution, disponible quand le crédit bancaire ne l'est plus.

En revanche, les études empiriques de Ng et al. (1999) et Summers et Wilson (2003) concordent sur le fait que les entreprises auraient une plus faible propension à faire varier les termes du crédit que le prix en cas de variation de la demande ou des taux d'intérêt. Dénotant d'autres motifs justifiant l'octroi de crédit interentreprises que nous verrons plus loin (1.2)

Dans un marché du crédit imparfait, ce qui est le cas dans la pratique, le crédit est rationné et les entreprises se tournent vers leurs fournisseurs, utilisant le crédit commercial comme substitut. L'avantage du crédit interentreprises sur les autres crédits est qu'il permet de dépasser les asymétries d'information, justement causes du rationnement.

## **1.1.2 Le crédit interentreprises permet de dépasser les asymétries d'information**

Le crédit commercial est utilisé malgré son coût plus important car il permet de dépasser les asymétries d'information qui sont la cause du rationnement par les banques. On peut voir les avantages du côté du créancier et du débiteur. Le fournisseur est en effet supposé mieux connaître son client que la banque, il a un avantage dans le « monitoring »<sup>8</sup> (1.1.2.1). Le client et le fournisseur gagnent tous les deux, à démontrer une capacité de remboursement afin de pouvoir bénéficier de crédit bancaire, c'est le « signaling »<sup>9</sup> (1.1.2.2).

### **1.1.2.1 Un avantage concurrentiel des fournisseurs dans le « monitoring » des clients**

Nous avons vu qu'il n'est pas rare que pour une vente, la banque (ou l'investisseur en général) prête des fonds au fournisseur, qui à son tour prêtera au client via le crédit client. L'alternative serait que l'investisseur prête directement au client, qui pourrait alors payer le fournisseur comptant. Cette solution à deux étages d'intermédiation peut paraître inefficace, sauf si l'on conçoit que le fournisseur bénéficie d'avantages comparatifs face à la banque dans l'allocation du crédit. Ceci pour deux raisons : étant dans l'industrie, le fournisseur dispose d'informations privées sur le client (1.1.2.1.1), et d'autre part, et pour les mêmes raisons, le fournisseur peut plus facilement récupérer les biens en cas de non-paiement (1.1.2.1.2).

---

<sup>8</sup> L'observation

<sup>9</sup> Le signalement



### ***1.1.2.1.1 Le fournisseur dispose d'informations privées concernant son client***

Selon Mian et Smith (1992), le monitoring des clients est un sous-produit de la relation commerciale si les représentants du fournisseur sont en contacts régulier avec le client, et donc au courant des éventuelles difficultés qu'il pourrait rencontrer. De plus, la répétition de la vente, et donc du paiement est une preuve supplémentaire de la bonne foi et de la capacité de remboursement du client. Ceci est encore plus flagrant dans le cas où le fournisseur passe par un détaillant à haute valeur ajoutée. Le fournisseur doit en effet contrôler l'activité de son revendeur, le contrôle de la capacité de remboursement est alors une dépense supplémentaire minime, en faisant la supposition qu'il existe des économies d'échelle dans l'analyse.

Jain (2001) propose dans ce sens un modèle où elle suppose que le fournisseur, à la différence de la banque, peut observer son client gratuitement. Elle en retire que, si les coûts du monitoring sont indépendants des revenus (c'est-à-dire fixes), la banque préférera prêter via le crédit interentreprises, quelle que soit la distribution de probabilité des revenus. L'intuition est que si tous les clients de la banque font faillite, elle supporte des coûts fixes sur chacun d'eux. Alors que si elle prête via le crédit fournisseur, elle ne les supporte qu'une seule fois, par la faillite du fournisseur. Elle bénéficie donc de coûts plus faibles pour le même revenu.

Selon Smith (1987), l'usage de l'escompte pour paiement comptant permet aussi aux entreprises de tester la santé de leur client. En effet, compte tenu du taux implicite élevé du crédit interentreprises en présence d'escompte, ne pas profiter de celui-ci peut être une marque de difficultés financières dans l'entreprise cliente. Ferris (1981) rappelle que la présence des deux échéances permet de se renseigner sur le planning de paiement dès la fin de la période d'escompte, donc avant même un éventuel défaut. Le fournisseur a donc l'avantage sur la banque d'être alerté plus tôt. Cependant, l'étude empirique de Summers et

Wilson (2003) sur 600 entreprises britanniques semble montrer que ces dernières n'associent pas forcément le paiement sans profiter de l'escompte comme un mauvais signe. Ceci serait expliqué par le fait qu'il y a d'autres priorités pour l'entreprise qui expliquent un paiement net<sup>10</sup>, comme par exemple le besoin de vérifier la qualité du produit<sup>11</sup>. Ils montrent aussi que les retards de paiement sont mieux acceptés venant de clients locaux, ce qui est la preuve que les coûts du monitoring ont une influence dans les délais. Ceci en considérant qu'il est moins coûteux d'observer un client dans une zone proche, ce qui est très vraisemblable.

#### ***1.1.2.1.2 Avantage dans la revente du bien***

Pour Frank et Maksimovic (2004), reprenant des argumentations plus anciennes, le fournisseur appartenant à la même industrie que son client, il est mieux à même que la banque de récupérer le bien pour le revendre en cas de non-paiement. C'est en effet son activité principale que de vendre ce type de biens. Supposons que la banque exige le bien lui-même comme garantie, il y a fort à parier que, ne connaissant pas les circuits de vente, les usages, etc. elle en obtienne un prix inférieur en cas de revente. Il est donc optimal pour la banque de prêter via le fournisseur, puisque la garantie offerte est meilleure. Pour Dietsch (1998) ceci reviendrait à dire que les fournisseurs sont de meilleurs liquidateurs que les banques. La banque ne doit néanmoins pas négliger l'analyse du risque, dans la mesure où il existe un seuil au-delà duquel les coûts de revente dépassent les avantages.

Notons ici qu'il apparaît une difficulté si le bien est transformé, incorporé à un autre ou revendu. La protection du vendeur dépend alors des systèmes juridiques en vigueur, notamment de l'organisation de la clause de réserve de propriété. Celle-ci confère, en droit

---

<sup>10</sup> C'est-à-dire en T2

<sup>11</sup> Voir à ce sujet en infra 1.1.2.2.2 au sujet du « signaling » par le fournisseur

français, selon l'article 2367 du Code Civil, la possibilité de repousser le transfert de propriété à la date du paiement effectif. Le fournisseur reste propriétaire du bien pendant tout le délai de paiement. Il peut donc, en théorie, récupérer le bien en cas de non-paiement, pour le revendre. C'est un type de garantie où le fournisseur a un avantage sur la banque.

Dietsch (1998) souligne néanmoins que, en France, les créanciers sont assez peu protégés, et que les banques hésitent donc à prêter. Le phénomène de substitution par absence d'alternative autre que le crédit interentreprises joue alors.

Pour Dietsch (1998), il faut tempérer ce motif, en ce que le crédit interentreprises n'est pas le plus efficient. Il note en effet que ce ne sont généralement pas les entreprises qui ont le plus d'avantages dans le monitoring (généralement par leur taille) qui prêtent le plus. On note en effet que la charge du crédit interentreprises porte plus sur les PME.

### **1.1.2.2 Le crédit interentreprises outil de « signaling » pour le client comme pour le vendeur**

Selon Leland et Pyle (1977), un des moyens de réduire les asymétries d'information est le « signaling », la divulgation d'information sur l'entreprise afin d'accroître la confiance du fournisseur. Le crédit interentreprises permet de réduire l'asymétrie d'information en offrant un moyen aux entreprises de se signaler auprès de la banque. De plus, l'émission du signal étant coûteuse, la banque a l'assurance de l'implication de l'entreprise. La demande de crédit fournisseur et son prompt règlement sont un moyen pour le client de signifier à la banque sa capacité de remboursement (1.1.2.2.1). Mais, l'accord de crédit client favorise

aussi le fournisseur en ce qu'il peut être un moyen de signaler sa qualité auprès de la banque (1.1.2.2.2).

#### ***1.1.2.2.1 « Signaling » pour le client***

Pour Boissay (2004), le crédit interentreprises permet d'envoyer des signaux positifs vers la banque. En effet, des délais courts sont plus coûteux -ou du moins plus dur à honorer- pour les mauvais entrepreneurs, donc permettent aux bons de se démarquer. Selon lui, les bons entrepreneurs demandent plus de crédit fournisseur, mais avec des délais plus courts, ce qui permet de bénéficier de taux plus faibles. Ceci permet au final d'accéder à des taux plus faibles autant auprès des banques, auprès desquelles on a fait valoir sa qualité bon entrepreneur, que des fournisseurs. Les gains sur le crédit bancaire meilleur marché venant compenser les pertes liées au crédit interentreprises de court terme.

Dans une autre optique, Dietsch (1998) envisage que le coût du signal à destination du fournisseur est moins cher qu'à destination de la banque, du fait de la relation étroite entre eux. D'où l'intérêt pour les clients à signifier leur capacité de remboursement en premier lieu à leurs fournisseurs.

#### ***1.1.2.2.2 « Signaling » pour le fournisseur***

Intuitivement, le fait d'être en mesure d'accorder du crédit client est une marque de santé financière de l'entreprise. Cet octroi étant relativement coûteux pour le fournisseur, le signal peut être pris au sérieux par la banque. Cette position est défendue par Biais et Gollier (1997).

De plus, Smith (1987) avance l'idée que dans une industrie où il existe une asymétrie d'information sur la qualité du bien, les délais longs témoignent de l'existence d'une

période d'inspection. Donc, un fournisseur peu réticent à accorder des délais longs signifierait de sa confiance dans la qualité de ses produits. A l'inverse, selon Lee et Stowe (1993) un vendeur conscient de la piètre qualité de ses produits tendrait à offrir un escompte pour paiement comptant important, afin d'inciter à une période d'inspection courte, en partageant le risque au détriment de l'acheteur.

Le motif financier explique une partie du crédit interentreprises en ce qu'il est un financement de substitution optimal, car il permet de réduire l'asymétrie d'information. Cependant, de nombreuses études semblent ne pas confirmer la place prépondérante ce type d'explication. Van der Wijst et Hol (2002), au terme d'une étude empirique, montrent que le motif financier n'explique que partiellement l'existence même du crédit interentreprises. Cette étude se base sur le test des différentes hypothèses du motif financier d'explication du crédit interentreprises. Les auteurs constatent que les pouvoirs explicatifs de ces motifs ne sont pas suffisants pour être exclusifs.

Or, le crédit interentreprises ayant la particularité d'être adossé à un transfert de bien ou à une prestation de service, le fournisseur peut aussi faire valoir des motifs stratégiques à l'octroi de crédit à ses clients. Nous verrons donc dans une deuxième partie les relations stratégiques à l'origine de l'existence du crédit interentreprises.

## 1.2 Le crédit interentreprises, outil stratégique de l'entreprise

Comme nous l'avons évoqué dans la première partie, le crédit interentreprises ne peut être expliqué par les seules théories financières. Du fait de l'existence d'une interaction entre un client et son fournisseur, il apparaît des relations de pouvoir. Le crédit client et le crédit fournisseur peuvent être utilisés comme instruments de la mise en œuvre de la stratégie de l'entreprise. Le modèle de Porter (1980) nous offre un cadre d'analyse que nous pouvons réutiliser en partie.

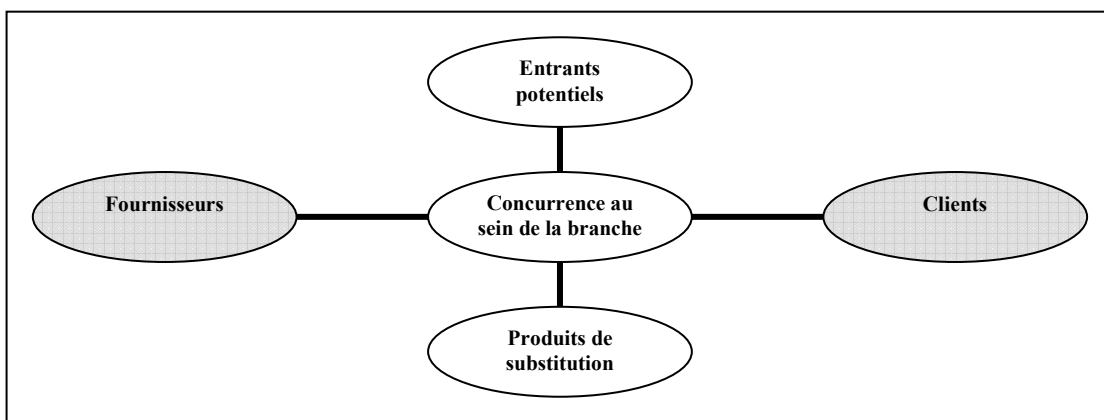


Figure 4 : Le modèle de Porter (1980), source : Hungenberg (2004)

Le modèle de Porter permet de schématiser les forces s'appliquant à une entreprise. Dans le cadre de notre analyse, nous nous intéresserons tout particulièrement au pouvoir de marché des fournisseurs et au pouvoir de marché des clients. Le pouvoir de marché du fournisseur dépend avant tout de la différenciation et de l'unicité des produits livrés. Plus celles-ci sont élevées, plus le pouvoir est présumé élevé. Le degré de concentration des fournisseurs joue aussi un rôle important. Le pouvoir de marché du client se définit en contrepoint, leur pouvoir augmente avec la concentration des acheteurs et le volume de leurs achats.

Nous réutiliserons ces concepts pour voir en quoi le pouvoir de négociation du fournisseur influe sur l'offre de crédit (1.2.1), et celui du client sur la demande (1.2.2).

## **1.2.1 L'offre de crédit, le pouvoir du fournisseur**

L'offre de crédit client par un fournisseur relève d'un choix dicté par des considérations stratégiques. Il permet en effet de faire varier le prix effectif du bien, sans pour autant varier le prix nominal observable par tous. Il est donc un moyen de discrimination par les prix (1.2.1.1). Cette discrimination s'inscrit dans un objectif clair, favoriser les ventes (1.2.1.2). Il est aussi encouragé par la solidité de la relation commerciale, qui implique des investissements spécifiques (1.2.1.3).

### **1.2.1.1 La discrimination par les prix**

Dans une situation d'oligopole, un acteur voulant augmenter sa part de marché ne peut le faire par une baisse des prix nominaux, car elle serait suivie immédiatement de la baisse des prix des concurrents afin de préserver leurs parts. En offrant un crédit à ses clients, le fournisseur fait baisser le prix effectif sans en avertir ses concurrents. L'utilisation du crédit client pour opérer une discrimination par les prix a été particulièrement étudiée par Petersen et Rajan (1997). Le crédit client permet d'une part d'utiliser les normes sectorielles en matière de termes du crédit afin de favoriser les « mauvais » risques (1.2.1.1.1). Et d'autre part de réaliser des ventes plus importantes en permettant d'offrir des prix moindres aux « mauvais » risques, ce qui n'aurait pas été possible sans crédit interentreprises (1.2.1.1.2).

#### ***1.2.1.1.1 Contourner les normes sectorielles***

Selon Petersen et Rajan (1997), même si l'on exclut l'hypothèse d'un avantage du fournisseur par rapport à la banque dans le financement des clients, l'offre de crédit

interentreprises peut être justifiée par les discriminations de prix qu'elle permet. En effet, Petersen et Rajan (1994) montrent qu'une fois que la décision d'accorder un crédit a été prise, les termes du crédit sont surtout conformes aux normes de la branche. Ils sont donc peu sensibles à la qualité de l'emprunteur. De ce fait, les « mauvais » emprunteurs voient le prix effectivement payé réduit grâce au crédit fournisseur. Si les termes sont négociés par rapport à un client moyen, le mauvais client paye son crédit moins cher que s'il devait verser la prime correspondant à son risque effectif à la banque. C'est un moyen de discrimination en faveur des emprunteurs de qualité moindre, dont l'élasticité au prix est plus importante du fait du rationnement du crédit bancaire. Il permet au fournisseur de vendre à moindre prix, ce qui attire des clients et donc lui permet d'augmenter sa demande globale. Pour Schwartz et Whitcomb (1978), les pertes sur le prix sont compensées, grâce à l'élasticité, par les quantités vendues, de telle manière que le profit total augmente. Ils proposent un modèle où le fournisseur maximise son profit en égalisant le coût marginal lié aux conditions de crédit (donc le prix que paient les clients) aux recettes marginales.

#### ***1.2.1.1.2 Baisser les prix offerts aux seuls « mauvais » risques***

Petersen et Rajan (1997) complètent leur modèle par une deuxième explication, dans le cas d'une entreprise réalisant des marges importantes. Son intérêt est d'augmenter ses ventes – donc à des clients de moindre qualité- sans pour autant faire de réduction de prix aux clients actuels. Si l'on considère que son profit marginal est croissant, elle est prête à supporter un coût légèrement plus élevé afin d'augmenter son volume de ventes. En supposant que la discrimination directe par les prix soit interdite par la loi, un crédit fournisseur cher est un moyen de discrimination déguisé. Les « bons » emprunteurs le trouveront trop onéreux et paieront au plus vite alors que les « mauvais » le trouveront toujours plus intéressant que le financement bancaire.



Enfin, à plus long terme, le fournisseur ayant un portefeuille de clients peu différencié est incité à soutenir son client afin de sécuriser ses débouchés. Pour Petersen et Rajan (1997), il ne considérerait pas ses seuls profits immédiats, mais la valeur actualisée des profits futurs espérés grâce à ce client.

Empiriquement, Petersen et Rajan (1997) testent cette théorie en étudiant la relation entre l'offre de crédit client et la marge bénéficiaire de l'entreprise. Ils trouvent en effet une relation positive, qui confirme qu'une marge élevée est une incitation à vendre plus, si nécessaire en subventionnant l'acquisition d'une unité supplémentaire par le client. Ziane (2004) fait la même constatation à partir de son enquête sur le marché français.

Brennan et al. (1988) démontrent que dès lors que l'élasticité-prix de la demande ou le prix de réservation des « bons » clients sont plus importants que ceux de « mauvais » clients, il existe des possibilités de discrimination par les prix. Ceci du fait du manque de concurrence sur le marché des biens et des asymétries d'information. Il est rentable pour le fournisseur de définir des termes du crédit qui soient intéressants pour les seuls clients désirant utiliser du crédit, et non ceux désirant payer comptant (donc emprunter auprès de la banque). Ils remarquent enfin qu'empiriquement, le modèle est cohérent avec les observations faites sur le long terme sur le marché automobile américain. Ils comparent le crédit interentreprises à la subvention d'un prêt financier et remarquent que les fournisseurs ne peuvent offrir un taux inférieur au taux sans risque sans voir tous les clients demander du crédit, et limiter la marge de manœuvre en matière de discrimination. Ils utilisent alors l'escompte pour paiement comptant pour rehausser le taux implicite au dessus du taux sans risque. Seuls les clients ayant un « mauvais » risque sont alors incités à profiter du crédit.

Brennan et al. (1988) démontrent enfin que dans un marché oligopolistique, il est envisageable pour les fournisseurs de se spécialiser dans l'octroi de crédit client alors que les autres maintiennent une part de marché plus importante mais avec paiement comptant.

### **1.2.1.2 Le crédit client, outil de promotion des ventes**

Le crédit interentreprises étant un moyen de baisser le prix d'un achat, il peut être utilisé comme toute autre méthode promotionnelle. D'une part, du fait que le délai est un des termes du crédit, donc qu'il est négociable (1.2.1.2.1). D'autre part, il permet de favoriser la demande dans des périodes « creuses », par exemple dans les industries à forte saisonnalité (1.2.1.2.2).

#### ***1.2.1.2.1 Le délai, argument de négociation***

Tel que le note Ziane (2004), le fournisseur, à la différence d'un intermédiaire financier classique, n'est pas soumis à une obligation de réaliser un bénéfice sur la partie financière de la transaction commerciale. Le fournisseur peut alors faire varier son offre de crédit pour satisfaire une demande du client. Le modèle de Nadiri (1969) considère le crédit client comme une dépense de marketing, il est utilisé afin de favoriser les ventes, pour maintenir une position concurrentielle (part de marché). Il permet, en accélérant la vente, un déstockage permettant de transférer le risque vers le client.

A long terme, il est perçu positivement par les clients qui se le sont vu accorder. C'est donc un investissement dans la relation commerciale. Or, la relation construite a des avantages indéniables : réduction des coûts de monitoring, débouchés assurés, etc. Rollenhagen

(2003) qualifie cette étroite relation qui se noue entre le fournisseur et le client, et au détriment de la banque, de « ligne de crédit permanente »<sup>12</sup>.

Summers et Wilson (2003) étudient de manière qualitative les déterminants des différences dans les conditions de crédit. La première raison invoquée par les entreprises sondées est « Attirer de gros clients »<sup>13</sup>, puis « Argument final de la vente »<sup>14</sup>. Ceci montre clairement que les fournisseurs envisagent la fourniture de crédit client comme un élément de leur promotion des ventes.

#### ***1.2.1.2 Lissage des ventes***

Pour Emery (1984), un des motifs explicatif du crédit fournisseur est de créer une « file d'attente » dans les ventes plutôt que chez les clients ou dans la production du produit. Il permettrait d'écouler la production dans des périodes où la demande est moindre, en étant moins regardant sur les termes du crédit. Dans un article suivant, Emery (1987) envisage que le crédit client permettrait de stimuler les ventes dans les périodes « creuses » dans le cas de ventes saisonnières. Le niveau des ventes serait alors en partie lissé sur toute l'année.

Pour Summers et Wilson (2003), il apparaît nettement que le crédit interentreprises est un outil utilisé pour accroître ses ventes en dépit des normes sectorielles. En effet, ils remarquent que les entreprises en croissance et celle qui en anticipent une font de plus gros investissements en créances clients.

---

<sup>12</sup> « ständige Kreditlinie », traduction par nos soins, p. 23

<sup>13</sup> « To attract large customers », traduction par nos soins

<sup>14</sup> « As a final 'clincher' for a sale », traduction par nos soins

### **1.2.1.3 Les investissements spécifiques**

Les barrières à la sortie d'un marché sont une raison pour beaucoup d'entreprises de ne pas en sortir, même s'il devient moins profitable. Les investissements spécifiques au marché, ne pouvant donc être réutilisés pour produire dans un autre domaine, sont généralement une barrière forte. Dans le cas présent, les investissements sont réalisés par le fournisseur, qui investit dans une relation commerciale (1.2.1.3.1), mais aussi par le client, qui doit gérer sa réputation auprès de ses fournisseurs (1.2.1.3.2).

#### ***1.2.1.3.1 Investissements du fournisseur***

Smith (1987) montre que, comme le fournisseur a investi dans la relation commerciale, il peut être amené à apporter plus de soutien à un client connaissant des difficultés passagères. Ceci afin de ne pas perdre le client dans lequel il avait investi, tout en s'assurant des revenus futurs. Le fournisseur fait un investissement de relativement court terme dans une relation à plus long terme. Il est effectivement intuitif de penser que le fournisseur a, dans la limite du raisonnable, intérêt à ne pas abandonner un client trop tôt, au risque de perdre des débouchés en précipitant les difficultés du débiteur. Une bonne relation commerciale est de plus toujours favorable en cas de tensions futures, que celles-ci soient du fait du client (retard de paiement) ou du fournisseur (retard de livraison, qualité moindre, etc.).

Sur ce point, Summers et Wilson (2003) notent que ces revenus futurs engagent plus le fournisseur que la banque, ils y ont un intérêt fort.

### ***1.2.1.3.2 Investissements du client***

Si l'on retourne la perspective, il y a une incitation à prêter, comme le notent Ng et al. (1999), si les clients ont investi dans des actifs spécifiques à l'industrie, tels que des usines ou du savoir-faire. On peut considérer que ces clients sont plus enclins à rembourser dans les temps, car la mauvaise réputation qui découlerait d'un accident de paiement leur serait dommageable dans une industrie dont ils ne peuvent sortir facilement. Les investissements du client sont un moyen de réduire l'asymétrie d'information dont nous avons traité précédemment.

Le fournisseur est donc incité à offrir du crédit pour des raisons stratégiques. Raisons stratégiques qui ont majoritairement trait aux possibilités de jouer indirectement sur le prix via les délais de paiement. Mais il ne faut pas oublier que le rapport de force peut être inversé : si le client a un pouvoir supérieur à son fournisseur, c'est lui qui dictera les termes du crédit.

## **1.2.2 La demande de crédit, le pouvoir du client**

La relation de pouvoir s'exprime aussi dans le sens client-fournisseur. Le pouvoir de négociation du client face à son fournisseur est le volet le plus connu du public du crédit interentreprises. Comme nous le disions en introduction, il a été régulièrement médiatisé par les politiques, émus des conditions qu'imposent de grands clients à leurs multiples fournisseurs et sous-traitants. La demande de crédit fournisseur vient du client qui fait jouer la concurrence entre ses fournisseurs (1.2.2.1). Un client ayant un pouvoir de marché va aussi pouvoir l'exploiter en cas de difficultés passagères (1.2.2.2). Enfin, une théorie explique la demande de crédit interentreprises par la nécessité de grouper les paiements afin de faciliter la gestion de trésorerie (1.2.2.3).

### **1.2.2.1 Le rôle de la concurrence**

Le client est à la base du crédit interentreprises s'il a moyen d'imposer ses conditions au fournisseur. Il sera alors tenté d'allonger les délais afin d'alléger sa propre trésorerie (1.2.2.1.1). La situation peut devenir plus difficile pour le fournisseur, s'il est en plus contraint par la concurrence que fait jouer le client avec d'autres fournisseurs (1.2.2.1.2).

#### ***1.2.2.1.1 Le pouvoir de négociation du client***

Le pouvoir de marché des clients est souvent cité comme raison majeure du crédit client. On notera tout particulièrement la situation de la grande distribution, où les distributeurs vendent quasi-exclusivement comptant des biens qu'ils achètent avec des délais assez longs. Délais généralement peu négociables par le fournisseur, dépendant du distributeur.

Summers et Wilson (2003) mettent en évidence un lien clair entre la nature du marché dans lequel évolue le fournisseur et les caractéristiques des clients d'une part et les délais de paiement d'autre part. L'activité dans un marché dominé par des clients puissants est liée à un fort pourcentage de ventes à crédit. Ceci est expliqué par le fait que les clients ont un pouvoir de négociation face à leurs fournisseurs. Ils tempèrent néanmoins leur analyse en rappelant que ce peut être un objectif stratégique pour certains fournisseurs que de conquérir des grands clients, afin de se forger une réputation. De plus, bien que payant plus tard, leur risque de défaut est moindre, et les volumes commandés beaucoup plus importants.

Dans une étude empirique sur le marché français, Dietsch et Kremp (1996) étudient le solde du crédit interentreprises comme indicateur du risque client. Il ressort de l'étude du solde en fonction de la taille des entreprises que les grandes ont tendance à faire porter le risque aux plus petites. Ils notent qu'à la suite de la récession du début des années 1990 (1993-1994), les grandes entreprises ont amélioré leur solde, en augmentant leurs délais fournisseurs et en stabilisant les délais client. Ce sont donc leurs partenaires, en amont et en aval qui en ont fait les frais. Les fournisseurs contraints d'offrir plus, et les clients, rationnés. La présence du rapport de force est mise en lumière par l'observation que ce sont généralement les TPE et PME qui sont le plus dépendantes et qui n'ont plus de contrôle sur les délais qui leur sont appliqués. Beaucoup de petites entreprises n'ont d'autre choix que de voir les problèmes de trésorerie de leurs clients se répercuter sur la leur, du fait des crédits accordés.

On peut néanmoins nuancer ce constat : dans l'avant propos du Rapport de l'Observatoire des délais de paiement 2006, son président, Jean-Paul Betbèze, analyse les délais non

comme le reflet d'un « rapport de force » mais d'un « rapport de faiblesse ». Si les clients ayant un pouvoir de marché sont obligés de demander du crédit à leurs fournisseurs, c'est bien parce qu'ils sont eux-mêmes soumis aux délais que leurs imposent leurs clients. On peut ici rappeler l'effet d'accumulation : les entreprises tirent sur le crédit fournisseur pour financer les délais supplémentaires que leurs clients réclament (Dietsch et Kremp (1996)).

Ziane (2004) a interrogé les entreprises de son échantillon sur les déterminants des termes du crédit client. Les « décisions internes à l'entreprise » arrivent en première place (44%), viennent ensuite les « demandes émanant des clients » (35%) et enfin les normes sectorielles (35%). Croisé avec la position des entreprises dans la chaîne de production, il en tire la conclusion que le pouvoir de négociation est un élément important de la détermination des termes. En effet, les entreprises réputées avoir un fort pouvoir de négociation classent en premier les « décisions internes à l'entreprise », alors que les entreprises ayant un pouvoir plus faible voient les « demandes des clients » comme premier facteur explicatif. Il cite notamment les commentaires retournés avec son questionnaire qui qualifient d'« héroïque » de la part d'un fournisseur de refuser un paiement retardé, signe d'une dépendance manifeste.

#### ***1.2.2.1.2 La concurrence entre fournisseurs***

Il faut de plus citer le rôle de la concurrence entre les fournisseurs. En effet, du moment où un concurrent offre des conditions de crédits plus favorables (en terme d'escompte ou de délai), l'entreprise court un risque à ne pas offrir les mêmes conditions. En effet, si les produits sont relativement indifférenciés (coûts de changement faibles, forte concurrence), et si les clients valorisent fortement le crédit fournisseur, ils pourraient changer pour le concurrent.



Summers et Wilson (2003), notent que le motif de s'aligner avec les autres fournisseurs est, selon leur enquête, une raison non-négligeable de la variation des termes du crédit client. Cette raison nous a aussi été spontanément donnée comme motif majeur de l'octroi de crédit client dans l'industrie textile<sup>15</sup>. Les différents producteurs de vêtement de sport étant relativement substituables, les distributeurs peuvent inciter les fournisseurs à s'aligner sur des délais longs sous peine d'une dégradation –voire d'une rupture- de la relation commerciale.

Ziane (2004), toujours dans les commentaires de son questionnaire, relève une contribution au sujet des demandes des clients : « la plupart des fournisseurs sont prêt à tout pour vendre ». Signe à nouveau que la concurrence influe sur la décision d'accorder, et surtout d'allonger le délai.

### **1.2.2.2 L'utilisation du crédit fournisseur par une entreprise en crise**

Dans un prolongement logique, on peut voir un comportement du client visant à se placer sciemment dans une position défavorable à court terme, mais qui, du fait du pouvoir de marché associé, deviendra intéressante à terme.

Selon Wilner (2000), toute entreprise sur le point d'emprunter via le crédit fournisseur doit s'interroger sur la part des profits du prêteur qu'elle représentera. En accord avec les théories stratégiques classiques, il conseille à une entreprise sachant avoir un pouvoir de négociation du fait de son importance dans les résultats de son partenaire d'accepter un contrat en apparence défavorable. Ceci permettant de se ménager une marge de négociation plus grande en cas de difficultés futures.

---

<sup>15</sup> Entretien M. Eric Cheney, Credit Manager chez Columbia Sportswear Company, réalisé par nos soins dans leurs locaux le 16 février 2007.

Il démontre donc que les entreprises ayant le plus haut risque de défaut sont plus incitées à payer un taux (implicite) de crédit fournisseur plus élevé, pour profiter des possibilités de renégociation. Le fournisseur va alors, en guise de contrepartie rehausser les taux en fonction de son niveau de dépendance.

S'il n'est pas possible pour les fournisseurs dépendant d'opérer une discrimination en fonction des besoins des clients, le client tendra à choisir le fournisseur le plus dépendant, même s'il offre un taux plus haut, afin de bénéficier d'un éventuel pouvoir de renégociation.

Dans la même optique, Ziane (2004), note que le motif « conserver un client » est, pour toutes les tailles d'entreprise un élément explicatif majeur de l'allongement des délais. Ceci est donc une preuve que les entreprises en crise peuvent tirer sur le crédit, vu qu'il y a de fortes chances qu'il soit accordé.

### **1.2.2.3 Le crédit fournisseur, outil de la diminution des coûts de transaction**

Ferris (1981) propose une explication du crédit interentreprises comme outil de la gestion de trésorerie. Par ce biais, il est possible de payer en une fois de nombreuses factures reçues pendant une certaine période. Ceci permet d'une part de profiter d'économies d'échelles sur les coûts liés au paiement (contrôle des factures, émission de chèque, ...), et d'autre part de choisir la date des décaissements. Il y a un avantage réciproque pour le fournisseur, qui peut planifier ses encaissements s'il se coordonne avec son client. Cela peut lui permettre de diminuer ses propres coûts de financement à court terme.

Cette théorie apparaît quelque peu dépassée aujourd'hui avec la dématérialisation des supports de paiement. Elle est néanmoins encore étudiée, dans une acception plus large que

notre définition, par exemple par Nilsen (2002), dans une étude empirique sur le marché américain. Il ne faut pas non plus négliger le fait que cette théorie s'accommode mal de la présence d'un escompte pour paiement comptant, propre à inciter à un paiement rapide, donc interdisant l'accumulation de factures.

Les motifs stratégiques à l'octroi ou à la demande de crédit interentreprises sont majoritairement basés sur le fait qu'il est un reflet des relations de pouvoir que l'on peut déjà observer dans d'autres domaines dans la relation entre fournisseur et client. Il ne faut néanmoins pas négliger le fait que le crédit interentreprises peut être un moyen de soutien d'un client en difficulté, généralement beaucoup moins cher pour le fournisseur qu'une reprise des invendus ou une remise commerciale<sup>16</sup>.

---

<sup>16</sup> Entretien M. Eric Cheney, voir note p.33.

Krahnén (1995) propose une synthèse des raisons justifiant l'existence du crédit interentreprises, présentées dans une matrice reliant le type de marchés financiers et le type de marché des biens. Pour lui, le crédit interentreprises ne peut exister qu'en présence d'imperfections de marché.

		<b>Marché financier</b>	
		<i>Parfait</i>	<i>Imparfait</i>
<b>Marché des biens</b>	<i>Parfait</i>	Pas d'explication à l'existence du crédit interentreprises	Explication par les théories financières
	<i>Imparfait</i>	Explication par les théories stratégiques	Explication mixte

**Figure 5 : Explications à l'existence de crédit interentreprises. Source Rollenhagen (2003)**

Cette matrice a certainement un pouvoir explicatif réduit, car nombre d'articles présentés précédemment seraient classés en « explication mixte ». En effet, il semble qu'il n'existe pas, ni théoriquement, ni empiriquement d'explication unique à l'existence du crédit interentreprises. Les raisons de l'octroi ou de la demande de crédit sont fortement liées à l'environnement et aux caractéristiques des entreprises observées et les explications se cumulent. Prenons comme seul exemple une PME fictive, produisant des biens à destination de la grande distribution. Elle sera vraisemblablement rationnée dans ses crédits bancaires, ses fournisseurs joueront alors pour elle le rôle d'intermédiaires financiers. Mais en même temps, elle sera elle-même fournisseur dépendant des conditions fixées par des distributeurs concentrés et très puissants, tirant largement sur les délais. Des motifs financiers (marché financier imparfait) et stratégiques (situation d'oligopole, marché des biens imparfait) se conjuguent.

Le mérite de cette présentation est de faire apparaître qu'en conditions de marché parfait, le crédit interentreprises ne pourrait théoriquement pas exister. Ceci peut être vu positivement par des entreprises pour lesquelles il est un problème, et donc en ce qu'il existe une marge d'amélioration de leur condition, qui passe par l'amélioration de la qualité des marchés.

Après cet aperçu de la littérature justifiant l'existence même du crédit interentreprises, nous pouvons nous intéresser à son application pratique, par une comparaison des cas français et allemands en matière de délais de paiement.

## **2 Le crédit interentreprises en France et en Allemagne**

Après avoir justifié théoriquement l'existence du crédit interentreprises, nous nous intéresserons aux déterminants des délais. Il nous semble approprié d'envisager les cas allemands et français, dont nous verrons qu'ils sont suffisamment différents pour justifier une étude (2.1). Il est des facteurs techniques qui expliquent ces différences (2.2). Mais nous verrons qu'il existe un facteur culturel important dans les relations économiques, la confiance, dont l'expression est très différente en France et en Allemagne (2.3).

### **2.1 La mise en lumière des différences**

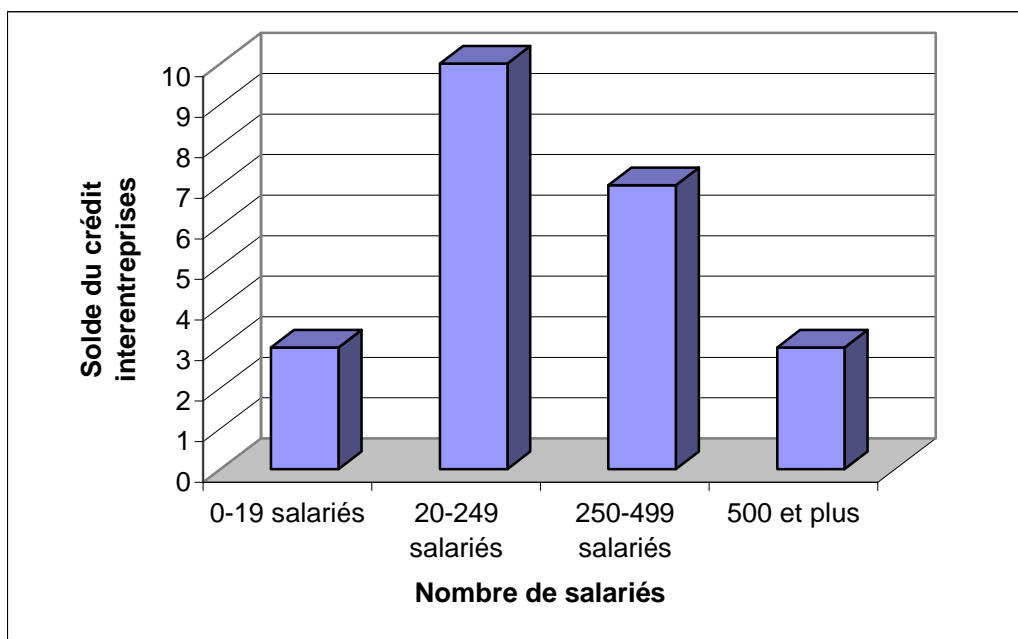
On constate des différences nettes entre les cas français et allemand en matière de délais de paiement. Nous commencerons par une présentation des deux situations séparément (2.1.1) avant de les mettre en perspective (2.1.2).

#### **2.1.1 La situation du crédit interentreprises en France et en Allemagne**

Nous étudierons brièvement les caractéristiques du crédit interentreprises dans les deux pays considérés : la France (2.1.1.1) et l'Allemagne (2.1.1.2).

##### **2.1.1.1 Le crédit interentreprises en France**

Selon l'Observatoire des entreprises de la Banque de France (2006), en 2004, ce sont les entreprises de 20 à 249 salariés qui ont le solde commercial le plus important (en moyenne, 10 jours de chiffre d'affaires, contre 3 pour les entreprises de 0 à 19 salariés, 7 pour les entreprises de plus de 250 salariés et 3 pour les entreprises de plus de 500 salariés (figure 6)).



**Figure 6 : Solde du crédit interentreprises des entreprises françaises en fonction du nombre de salariés. Source : Banque de France (2006)**

Ce solde est globalement en baisse sur les 15 dernières années, et de manière spectaculaire dans l'industrie. En règle générale, la charge du crédit interentreprises baisse pour les grandes et les moyennes entreprises et se renforce pour les petites. Ceci s'explique notamment par la relation de pouvoir entre les entreprises, les petites se voient imposer leurs conditions, elles payent donc rapidement sans forcément pouvoir réduire dans les mêmes proportions le délai client. L'étude par secteur fait ressortir que pour 3/4 des entreprises, le délai client est d'au moins 50 jours. De plus, concernant les petites PME, le solde commercial dépasse 30 jours dans de nombreux secteurs, à l'exception notable du commerce<sup>17</sup>. Ceci crée donc une tension sur les trésoreries de ces entreprises qui peut mener à des défaillances individuelles ou en chaîne.

<sup>17</sup> Le secteur du commerce est caractérisé par des clients qui payent dans l'immense majorité des cas comptant, mais les fournisseurs sont toujours payés avec un délai, d'où solde négatif.

### 2.1.1.2 Le crédit interentreprises en Allemagne

Selon la Bundesbank (1999), le crédit fournisseur en Allemagne se répartit de manière similaire à la France selon la taille des entreprises. La figure 7 reprend la part du crédit fournisseur dans le total du bilan des entreprises allemandes. Nous avons fait figurer les chiffres des entreprises françaises à titre de comparaison.

	1 à 19 salariés	20 à 99 salariés	100 à 499 salariés	500 à 1999 salariés	Plus de 2000 salariés
Allemagne	24,2 %	22,8 %	19,4 %	15,5 %	12,6 %
<i>France</i>	34,5 %	34,6 %	30,6 %	24,7 %	15,7 %

**Figure 7 : Part du crédit fournisseur dans le bilan des entreprises allemandes et françaises classées par taille** Source : Bundesbank (1999)

Il apparaît donc que ce sont les petites PME qui recourent le plus au crédit fournisseur. Une seconde étude, de la Bundesbank (2006), analysant les bilans des PME allemandes mène aux mêmes résultats en tendance.



## 2.1.2 Des délais différents pour un solde similaire

On observe sur le long terme (selon Bardes (2006) au minimum sur 15 ans) une stabilité importante de la différence en terme de délais de paiement entre la France et l'Allemagne. La mesure étant assez délicate, et dépendant de la taille et de la composition des échantillons, il convient de croiser les sources. La figure 8 regroupe les délais mesurés par des entreprises spécialisées dans l'assurance-crédit ou le recouvrement de créances. On note que même si les chiffres ne correspondent pas en valeur absolue, ils sont tous cohérents en tendance. Les résultats concordent malgré des échantillons différents : les délais sont nettement plus importants en France qu'en Allemagne. On prendra garde au fait que ces chiffres sont fournis par des professionnels qui ont intérêt à noircir le tableau, dans la mesure où cela incite les entreprises à recourir à leurs services. Mais si ceci affecte la valeur absolue, cela n'a pas de raison d'influer sur la tendance.

	Allemagne	France
<b>Intrum Justitia</b> <sup>18</sup>	46,6 jours	66,2 jours
<b>Eurofactor</b> <sup>19</sup>	52 jours	65 jours
<b>Atradius</b> <sup>20</sup>	29 (national)	62 (national)
<b>Altarès</b> <sup>21</sup>	30 à 50 jours (contractuel) + 9,8 jours (retard)	50 à 70 jours (contractuel) + 11,9 jours (retard)

Figure 8 : Délais de paiement comparés France - Allemagne

Ces chiffres sont confortés par une étude de la Banque de France, vraisemblablement moins encline à orienter les résultats. Selon Bardes (2006), à partir de la banque de

<sup>18</sup> Intrum Justitia (2006)

<sup>19</sup> Eurofactor (2006)

<sup>20</sup> Atradius (2007)

<sup>21</sup> Altarès (2007)

données BACH<sup>22</sup>, les créances clients représentent environ 25% du total bilan en France dans l'industrie en 2002, contre environ 9% en Allemagne. De même, les dettes fournisseur représentent environ 23% du total bilan en France et environ 7% en Allemagne. Ce qui permet d'obtenir un solde du crédit interentreprises égal approximativement à 2% dans les deux pays. Les conditions sont très différentes, l'équilibre n'en reste pas moins similaire.

Si l'on effectue une moyenne des quatre rapports utilisés pour la construction de la figure 8, la différence entre la France et l'Allemagne est de 19,5 jours. C'est à ce délai moyen que nous ferons référence par la suite dans notre développement des facteurs explicatifs des différences observées.

---

<sup>22</sup> Bank for the Account of Companies Harmonised, placée sous le contrôle du Comité européen de centrales de bilans, regroupe des entreprises européennes, du Japon et des Etats-Unis.

## **2.2 Les facteurs techniques à l'origine de ces différences**

Les différences en matière de délais de paiement peuvent être expliquées par la présence de normes différentes dans les deux pays pour des raisons légales, culturelles, etc. (2.2.1). Nous verrons en quoi ces normes peuvent, théoriquement, engendrer un équilibre stable dans lequel l'écart constaté aujourd'hui se maintient (2.2.2).

### **2.2.1 Liste des différences techniques en faveur d'un paiement rapide en Allemagne**

Les différences techniques relèvent majoritairement de différences dans les législations allemandes et françaises (2.2.1.1) mais aussi dans les moyens de paiement généralement utilisés (2.2.1.2) justifiant un paiement plus rapide en Allemagne.

#### **2.2.1.1 Protection juridique**

La protection juridique du fournisseur semble plus forte en Allemagne qu'en France. A partir d'instruments comparables, les droits des fournisseurs semblent plus facilement défendables dans la pratique en Allemagne. Nous verrons ceci grâce à une comparaison des types de contrats (2.2.1.1.1), puis des clauses de réserve de propriété (2.2.1.1.2) et enfin de l'utilisation des pénalités de retard (2.2.1.1.3).

##### ***2.2.1.1.1 Un vendeur plus protégé en Allemagne, comparaison des types de contrats***

On peut analyser selon Usunier et Rudler (2000), les différences entre le contrat de vente français et le *Kaufvertrag*, littéralement le contrat d'achat allemand, en terme de protection

contre l'opportunisme de l'autre partie. En effet, le rôle d'un contrat est de protéger au maximum les parties des manœuvres dommageables du cocontractant (absence de paiement, paiement retardé, qualité insuffisante, etc.). Il faut se rappeler qu'un contrat est dans les deux pays nécessairement incomplet, car il est impossible de prévoir tous les problèmes à régler et que de toute façon une rédaction trop précise entraîne généralement la méfiance.

En France, la vente est régie par le Code civil (livre troisième, titre VI) ainsi que par le code de commerce, dans le cadre des ventes commerciales. En Allemagne, le même schéma prévaut, en l'occurrence un chapitre spécifique du *Bürgerliches Gesetzbuch* (BGB, l'équivalent du Code civil français) aux paragraphes 433 à 514, et les paragraphes 373 à 383 du *Handelsgesetzbuch* (code de commerce). Les obligations et l'objet du contrat sont similaires dans les deux pays.<sup>23</sup>

Il existe néanmoins une différence fondamentale entre les deux contrats. Le droit français se fonde sur le principe d'unité qui veut que le transfert de propriété s'effectue dès le contrat de vente, soit à l'échange des consentements. En Allemagne, on observe le principe, issu du droit romain, d'abstraction. Il y a alors deux contrats, l'échange de consentement et l'échange de propriété. Le premier contrat ressort du droit des obligations, et n'entraîne pas de modification de la situation des patrimoines des cocontractants. La modification réelle est entraînée par le second contrat, sous le régime du droit des biens, qui transfère la propriété du bien d'une part, et la propriété du moyen de paiement d'autre part. C'est dans ce deuxième contrat que les deux parties exécutent simultanément leurs obligations.

---

<sup>23</sup> « Dans les deux pays, le contrat est réputé être à obligations réciproques, synallagmatique en France suivant l'article 1102 du Code Civil, *gegenseitig* en Allemagne, et a pour objet le transfert de propriété de la chose du patrimoine du vendeur à celui de l'acheteur, moyennant le paiement du prix de cette chose, ainsi qu'un certain nombre d'obligations accessoires » Usunier et Rudler (2000), p. 153

Le droit français tend plus à protéger l'acheteur, là où le droit allemand tend à protéger le vendeur. Usunier et Rudler (2000), remarquent en effet, que sur le simple plan linguistique, le terme de contrat de vente implique un vendeur peu vertueux, tenté d'agir de façon opportuniste aux dépens de l'acheteur. A l'inverse, le *Kaufvertrag* allemand sous-tend un acheteur peu vertueux face à un vendeur qui doit être protégé.

Le principe de séparation allemand permet de ne transférer la propriété que lorsque le bien a effectivement été payé. Notamment, en cas de faillite de son client le fournisseur allemand peut se saisir du bien dont il est resté pleinement propriétaire. En France, il n'est pas anodin de noter que pour limiter les risques liés aux faillites, les entreprises en difficulté (sauvegarde et redressement<sup>24</sup>) se voient dans l'obligation de payer comptant, ce afin de synchroniser le transfert de propriété et le paiement.

Le droit allemand apparaît plus formaliste et précis, selon von Breitenstein (1988) : « De façon différente du droit allemand avec ses distinctions subtiles entre divers cas de non-respect des obligations contractuelles [...] le droit français ne connaît que le concept d'inexécution de l'obligation avec un mode de sanction unique en pratique, c'est-à-dire l'obligation de verser des dommages et intérêts. »<sup>25</sup> Le droit allemand peut apparaître plus équilibré entre les intérêts des cocontractants.

Cette protection supérieure du vendeur en Allemagne, peut, dans le domaine des délais de paiement, inciter le client à un paiement plus rapide. Il y est incité par les risques plus élevés de voir ouverte une procédure contre lui afin d'obtenir un paiement dû.

La procédure de recouvrement est elle aussi considérée comme plus efficace en Allemagne, notamment l'injonction de payer (*Mahnverfahren*) qui est rapide et relativement peu onéreuse. Le juge vérifie que les plaintes sont recevables, et adresse une

---

<sup>24</sup> Respectivement articles L. 622-13 et L. 631-18 du Code de Commerce.

<sup>25</sup> « Anders als im deutschen Recht mit seinen subtilen Unterscheidungen in verschiedenen Fällen der Verletzung einer vertraglichen Leistungspflicht... kennt das französische Recht nur einen Begriff der Nichterfüllung („inexécution de l'obligation“) mit der praktisch einzigen Sanktion, nämlich der Verpflichtung zum Schadenersatz », cité et traduit par Usunier et Rudler (2000), p. 164

injonction de payer. Si l'injonction ne suffit pas, elle est transformée en assignation en paiement, procès civil qui implique une procédure contradictoire, donc plus longue et coûteuse.

### ***2.2.1.1.2 Une clause de réserve de propriété plus efficace en Allemagne***

Le 29 juin 2000, le Parlement européen et le Conseil adoptent la directive 2000/35/CE « concernant la lutte contre le retard de paiement dans les transactions commerciales ». Cette directive doit permettre de fixer des cadres communs afin de limiter les entraves à la réalisation du marché intérieur générées par les disparités en matière de délais de paiement. Les trois points clés concernent les intérêts pour retard de paiement, la réserve de propriété et les procédures de recouvrement.

Sur le plan de la réserve de propriété -dont on a vu au point 1.1.2.1.2 (l'avantage comparatif du fournisseur dans la revente du bien) qu'elle permettait d'accroître la sécurité du vendeur en conditionnant le transfert de propriété au paiement complet du prix du bien- les législations françaises et allemandes découlent du même texte. Néanmoins, du fait du *Trennungsprinzip* (principe de séparation) exposé au paragraphe précédent, la clause de réserve de propriété est plus facilement applicable en Allemagne. Elle est d'ailleurs considérée comme « très efficace »<sup>26</sup> par les auteurs du rapport sur l'application de la directive (Commission Européenne (2006)). En Allemagne, la clause de réserve de propriété<sup>27</sup> (*Eigentumsvorbehalt*) simple est comparable au mécanisme français : il est

---

<sup>26</sup> «Retention of title works very efficiently in Germany where it is a simple, straightforward protection», p. 152, traduction par nos soins. Commission Européenne (2006)

<sup>27</sup> § 449 Eigentumsvorbehalt

(1) Hat sich der Verkäufer einer beweglichen Sache das Eigentum bis zur Zahlung des Kaufpreises vorbehalten, so ist im Zweifel anzunehmen, dass das Eigentum unter der aufschiebenden Bedingung vollständiger Zahlung des Kaufpreises übertragen wird (Eigentumsvorbehalt).

(2) Auf Grund des Eigentumsvorbehalts kann der Verkäufer die Sache nur herausverlangen, wenn er vom Vertrag zurückgetreten ist.

possible de récupérer les biens n'ayant pas été transformés ou vendus, ceci sans mise en demeure préalable (Ferrand (1997)). Dans la pratique, des clauses de réserve de propriété plus sophistiquées ont été élaborées, puis validées par la jurisprudence. Il en va ainsi de la réserve de propriété prolongée, *verlängerter Eigentumsvorbehalt*, en cas de revente ou de transformation du bien par l'acheteur. Il y a cession de la créance par l'acheteur au fournisseur en cas de revente du bien. En cas de transformation, la chose nouvelle passe directement dans le patrimoine du fournisseur. Cette forme de réserve de propriété est quasiment systématiquement présente dans les conditions générales de vente allemandes (*AGB, Allgemeine Geschäftsbedingungen*).

En France<sup>28</sup>, la réserve de propriété est régie par l'article 2367 du Code civil. Elle ne permet pas la récupération du bien si celui-ci n'est plus entre les mains du vendeur ou si il a été transformé.

---

(3) Die Vereinbarung eines Eigentumsvorbehalts ist nichtig, soweit der Eigentumsübergang davon abhängig gemacht wird, dass der Käufer Forderungen eines Dritten, insbesondere eines mit dem Verkäufer verbundenen Unternehmens, erfüllt.

(1) *Si le vendeur d'une chose mobilière s'en est réservé la propriété jusqu'au paiement du prix de vente, il sera admis en cas de doute que le transfert de propriété a lieu sous la condition suspensive du paiement complet du prix de vente (réserve de propriété)*

(2) *Sur le fondement de la clause de réserve de propriété, le vendeur ne peut réclamer la chose que s'il s'est retiré du contrat.*

(3) *L'engagement d'une clause de réserve de propriété est nul, pour autant que le transfert de propriété est dépendant de la réalisation d'obligation envers un tiers, particulièrement si celui-ci est en relation avec le vendeur.* (Traduction par nos soins d'après Ferrand (1997))

<sup>28</sup> Code Civil Chapitre IV : De la propriété retenue à titre de garantie (inséré par Ordonnance n° 2006-346 du 23 mars 2006 art. 13 Journal Officiel du 24 mars 2006)

« Art. 2367. - La propriété d'un bien peut être retenue en garantie par l'effet d'une clause de réserve de propriété qui suspend l'effet translatif d'un contrat jusqu'au complet paiement de l'obligation qui en constitue la contrepartie.

« La propriété ainsi réservée est l'accessoire de la créance dont elle garantit le paiement.

« Art. 2368. - La réserve de propriété est convenue par écrit.

« Art. 2369. - La propriété réservée d'un bien fongible peut s'exercer, à concurrence de la créance restant due, sur des biens de même nature et de même qualité détenus par le débiteur ou pour son compte.

« Art. 2370. - L'incorporation d'un meuble faisant l'objet d'une réserve de propriété à un autre bien ne fait pas obstacle aux droits du créancier lorsque ces biens peuvent être séparés sans subir de dommage.

« Art. 2371. - A défaut de complet paiement à l'échéance, le créancier peut demander la restitution du bien afin de recouvrer le droit d'en disposer.

« La valeur du bien repris est imputée, à titre de paiement, sur le solde de la créance garantie.

« Lorsque la valeur du bien repris excède le montant de la dette garantie encore exigible, le créancier doit au débiteur une somme égale à la différence.

« Art. 2372. - Le droit de propriété se reporte sur la créance du débiteur à l'égard du sous-acquéreur ou sur l'indemnité d'assurance subrogée au bien. »

Il est donc vraisemblable que les clients soient incités à payer plus rapidement, dans la mesure où le risque de se voir reprendre le bien est plus important en Allemagne. Dans l'échantillon d'Atradius (2006), la clause de réserve de propriété est beaucoup plus utilisée en Allemagne (11% des entreprises interrogées) qu'en France (seulement 1%). Le résultat est néanmoins à relativiser, du fait du faible nombre de répondants. Notons que dans cette étude, c'est en Allemagne que les entreprises se protègent le plus contre les risques liés au crédit client (tous moyens confondus). Ceci conforte notre hypothèse selon laquelle les clients sont incités à payer dans les temps.

#### ***2.2.1.1.3 Les pénalités de retard***

Les pénalités de retard ont été retranscrites d'après la directive de 2000 en droit français via la loi NRE (Nouvelles Réglementations Economiques) du 15 mai 2001. Elles sont fixées au taux directeur de la BCE augmenté de 7 points de pourcentage. Elles sont par ailleurs exigibles sans aucun rappel, ce qui fait naître une créance certaine au profit du fournisseur. La pratique ne rejoint ici pas la théorie. En effet, selon le baromètre Eurofactor (2006), en décembre 2006, le pourcentage d'entreprises facturant des intérêts de retard est de 11% en France et de 54% en Allemagne. On voit une fois de plus la protection juridique allemande, incitant au paiement rapide, plus utilisée. Ceci peut s'expliquer, selon E. Cheney<sup>29</sup>, par le fait que les PME françaises ne sont pas au courant de l'existence de ces mécanismes, d'une part, et d'autre part par le fait qu'il peut être mauvais pour leur relation commerciale de facturer les intérêts de retard.

Cependant, une fois facturés, les intérêts de retard sont encaissés à 85% en France et à 91% en Allemagne.

---

<sup>29</sup> Entretien M. Eric Cheney, voir note p.33.



### 2.2.1.2 Des modes de paiement plus rapides en Allemagne

Il est à noter que les moyens de paiement peuvent avoir une certaine influence sur les délais de paiement. Le rapport de l'Observatoire des délais de paiement (2006) rappelle que le virement bancaire est une pratique généralisée en Allemagne, où, notamment, les coordonnées bancaires des entreprises figurent sur le papier à en-têtes. De plus, de nombreuses entreprises obtiennent de leur client l'autorisation de débiter leur compte, ce qui est logiquement un gage de paiement à la date prévue.

La figure 9 montre en effet que les chèques sont en France un moyen de paiement privilégié, alors qu'ils sont inusités en Allemagne. En revanche, les virements et prélèvements sont très fréquents en Allemagne, moins en France. On tiendra compte ici du fait que les chiffres sont en valeur absolue, c'est-à-dire non normés par rapport à la taille du marché. En tout état de cause, il apparaît que le chèque est l'instrument privilégié en France du fait de son support physique. C'est un instrument qui tend à allonger le délai de paiement. En effet, le chèque nécessite un transport du client au fournisseur, puis du fournisseur à sa banque ; puis le passage en chambre de compensation avant que les fonds soient effectivement disponibles pour l'entreprise.

	Allemagne	France
Virements	6.713,15	2.408,44
Prélèvements	6.662,10	2.512,76
Chèques	107,48	3.196,26

**Figure 9 : Nombre de transactions (millions de transactions) par moyen de paiement en 2005, BCE (2006)**

On restera néanmoins mesuré par rapport à cet argument, car le courrier contenant un chèque allonge certes le délai, mais pas dans les proportions observées. Même si l'on compte 2 jours pour le courrier, plus deux à quatre jours pour que le chèque soit crédité par la banque, les 14 jours restant restent inexplicables.

Pour des raisons d'usage commercial, l'escompte pour paiement comptant est beaucoup plus répandu en Allemagne qu'en France. Ceci est une incitation forte à payer en avance, afin de profiter de la remise, ce qui, mécaniquement, fait baisser le délai moyen de paiement. On notera par exemple que chez Columbia Sportswear Company<sup>30</sup>, l'escompte offert est de 2% pour un paiement sous 10 jours en France et de 4% en Allemagne. Ce pour des raisons qualifiées d'« historiques » et « culturelles ». Dans l'échantillon de PME françaises interrogées par Ziane (2004), près de 75% déclarent ne « jamais » ou « rarement » proposer d'escompte. Pour sa part, le rapport de l'Observatoire des délais de paiement (2006) cite un escompte apparemment fréquent de 2 à 3% en Allemagne.

Des raisons techniques sont donc invocables pour expliquer les différences en terme de délais de paiement entre la France et l'Allemagne. Mais il est à noter que, selon le Baromètre Eurofactor (2006) des pratiques de paiement, les impayés sont en France moins importants (taux de créances impayées de 0,5% du CA en France contre 1,1% en Allemagne). Ceci tendrait à conclure qu'en France, les fournisseurs sont certes payés plus tard, mais sont payés avec plus de certitude. On note de plus, selon Atradius (2006) que les retards de paiement sont plus faibles en France qu'en Allemagne, ceci peut-être du fait de cibles (date de paiement net) plus réalistes.

---

<sup>30</sup> Entretien M. Eric Cheney, voir note p.33.

Nous verrons maintenant, sur le plan théorique, pourquoi les différences que nous avons mises en évidence et dont nous avons débuté l'explication peuvent persister dans le temps. Le rôle des normes (culturelles, légales,...) est ici prépondérant.

## 2.2.2 Un cercle vertueux du paiement rapide

Si l'on considère les délais de paiement comme une donnée, on peut expliquer les différences observées entre les deux pays par la présence de normes. En effet, en matière commerciale, l'usage est important et un vendeur qui ne s'y conformerait pas s'expose à des problèmes au sein de son industrie. Ils peuvent être minimes, ne touchant que l'image, ou beaucoup plus grave, allant jusqu'à la perte de débouchés. En effet, supposons le cas extrême d'une PME qui exigerait d'un distributeur d'être payé comptant. Il est fort probable que ce dernier refuse et cesse ses achats, condamnant ainsi la PME. Aucun acteur n'a intérêt à s'éloigner des normes standard de l'industrie, que ce soit dans un sens favorable ou défavorable. Par exemple, un fournisseur qui offrirait des délais plus longs que la moyenne verrait sa rentabilité baisser sans forcément inciter à des achats supplémentaires. A l'inverse, un fournisseur qui contraindrait ses délais clients gagnerait sur ses frais de trésorerie mais risquerait de perdre sur le volume des ventes. Il n'est pas optimal dans ce cas de s'éloigner de l'équilibre de l'industrie.

En réutilisant des théories issues de l'économie du développement<sup>31</sup>, il est possible de modéliser le rôle des normes dans la formation d'équilibres multiples, justifiant des différences persistantes en matière de délais de paiement entre nos deux pays.

En nous plaçant du côté de l'offre de crédit interentreprises, nous ferons l'hypothèse que les préférences des entreprises sont influencées par leur environnement (leur industrie). Une entreprise a intérêt offrir des délais aussi proches que possible du délai moyen de l'industrie. Nous considérerons donc que l'utilité marginale du délai de paiement (un jour supplémentaire) est une fonction croissante du délai de paiement des autres entreprises. Ce phénomène est appelé complémentarité stratégique.

---

<sup>31</sup> Cours Economie du développement, Pierre-Guillaume Méon, IEP de Strasbourg, 1<sup>er</sup> semestre 2006-2007.

On a donc :  $U_i = U(d_i; d^e)$

Avec  $d_i$  le délai offert par l'entreprise  $i$  et  $d^e$  le délai de paiement que  $i$  anticipe de la part des autres acteurs.

On suppose que l'utilité marginale d'un jour de délai est décroissante. En effet, on peut intuitivement considérer que chaque jour supplémentaire devient de moins en moins significatif tant pour le fournisseur que pour l'acheteur.

On peut alors déterminer le délai optimal  $d_i^*$ , fonction croissante du délai offert par les autres acteurs (figure 10). Sa forme en S peut s'expliquer par le fait que, tout à gauche (pour des délais courts), il existe un délai incompressible de paiement, ce qui explique la croissance lente au départ. De même, tout à droite (pour des délais longs), on peut estimer qu'il existe un délai que personne ne viendra raisonnablement dépasser, ou qui fait déjà l'objet d'une procédure en justice. Ceci explique la croissance lente dans les très longs délais. Entre les deux, les délais s'allongent plus vite.

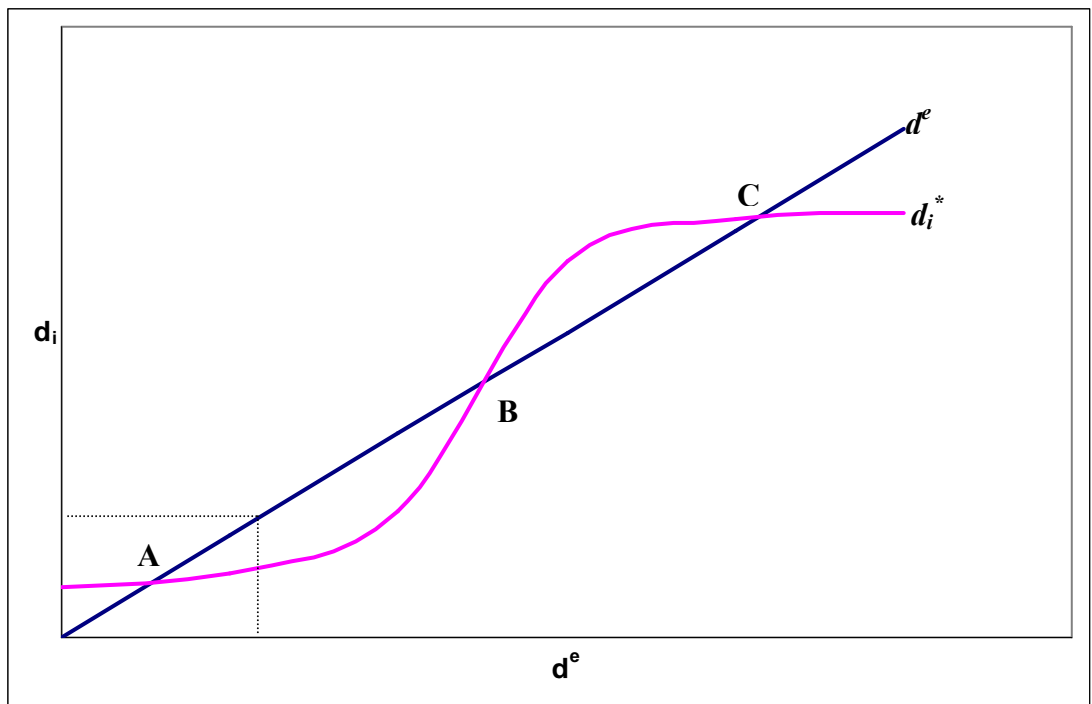


Figure 10 : Modèle de Dagsupta (1995) adapté aux délais de paiement

A l'équilibre les fournisseurs offriront  $d_i^* = d^e$ , le délai d'équilibre étant égal au délai anticipé, et toutes les entreprises étant supposées identiques. On atteint un équilibre de Nash symétrique.

Comme on peut le voir sur le graphique de la figure 10, il y a plusieurs équilibres, représentés par les points A, B et C. Les équilibres A et C sont stables, c'est-à-dire que si les entreprises sur ou sous-estiment légèrement le délai moyen, elle y reviennent naturellement. Supposons en effet qu'une entreprise anticipe un  $d^e$  supérieur (représenté en pointillés) à l'abscisse de A, le délai offert va être supérieur à celui de l'équilibre. Il sera alors optimal pour l'entreprise de réduire son délai afin de se conformer à la norme. Inversement, pour une abscisse inférieure à celle de A, le délai offert sera inférieur à celui de l'industrie, et l'entreprise aura intérêt à le réaugmenter, revenant au point A. On peut tenir le même raisonnement pour l'équilibre C. En revanche, à l'équilibre B, toute erreur d'anticipation, même minime, poussera l'entreprise à se diriger soit vers A (en cas sous-évaluation du délai) ou vers C (en cas de surévaluation). On est donc en présence de deux équilibres dont la stabilité est due à la présence des normes qui empêchent de s'en écarter.

On note de plus, que, au sens de Pareto, l'équilibre A est supérieur aux autres. La présence des deux autres est due à l'existence de l'externalité liée aux normes. L'équilibre C est le résultat d'un défaut de coordination ; en effet, tout le monde aurait intérêt à ce que les délais soient plus courts (frais moindres), mais cela nécessite une difficile entente. Il y a de plus une forte inertie : une fois que l'industrie s'est coordonnée sur un équilibre, quoique sous-optimal, il est difficile d'en changer.

Appliqué au cas franco-allemand, on serait tenté de voir, caricaturalement, l'Allemagne au point A et la France au point C. La différence persistante entre les deux pays en matière de délais de paiement étant justifiée par la présence de normes fortes, empêchant les acteurs de s'en éloigner significativement. Il n'y a pas de déséquilibre, puisque les délais clients

des uns sont les délais fournisseurs des autres. En situation d'équilibre, le solde peut être le même dans les deux pays. Les entreprises ne sont donc pas plus mal loties dans un pays que dans l'autre. Dans un cas, elles sont payées tard, mais payent elles-mêmes tard ; et dans l'autre elles doivent payer tôt, mais sont payées tôt. C'est effectivement vérifié empiriquement, selon Bardes (2006), les différences apparaissent persistantes entre les deux pays, mais le solde du crédit interentreprises est lui aussi persistant à environ 2% du CA.

Dans ce premier temps, nous avons vu comment peuvent se former, du fait des normes, des équilibres très différents en terme de délais de paiement. Il nous appartient maintenant d'expliquer l'origine de ces normes qui font que l'équilibre français se forme autour de délais longs et l'équilibre allemand autour de délais plus courts.

## **2.3 La confiance, facteur culturel fort**

La réduction des délais de paiement peut s'opérer sur deux plans : au niveau de la relation fournisseur-client directement et/ou de la relation banque-client, dans la mesure où le crédit interentreprises et le crédit à court terme bancaire sont substituables. Nous verrons dans une première partie (2.3.1) que la relation fournisseur-client est envisagée de manière différente en France et en Allemagne et que la confiance est un facteur explicatif des différences en termes de délais de paiement. Puis dans une seconde partie (2.3.2), nous verrons que la confiance est aussi à la base de la relation banque-client, incitant les clients à emprunter à court terme en Allemagne afin de payer rapidement et profiter éventuellement de l'escompte offert.

### **2.3.1 La confiance dans la relation fournisseur-client**

Au vu du modèle proposé au point 2.2.2, il apparaît qu'il est préférable de se trouver dans un équilibre de type A (délais courts) que de type C (délais longs), bien que le solde soit le même. En effet, en présence de délais courts, l'entreprise connaît moins de tensions sur sa trésorerie du fait des crédits clients, elle ne doit pas recourir aux concours bancaires de court terme, etc. En l'espèce, il semblerait que la position allemande soit plus enviable que la position française. Nous nous interrogerons donc sur les raisons qui poussent les clients allemands à payer rapidement. Nous verrons dans un premier temps le rapport au temps dans les deux sociétés (2.3.1.1). Puis, dans un second temps, le rôle de la relation de confiance entre le fournisseur et le client (2.3.1.2).



### 2.3.1.1 Le rapport au temps

Le thème de la gestion du temps est très présent dans les études sur les différences dans la gestion des entreprises dans un contexte franco-allemand (Davoine (2005)). On retrouve, d'après les témoignages, une plus grande ponctualité et respect des délais du côté des managers allemands. Ces derniers seraient aussi beaucoup plus structurés, effectuant une tâche après l'autre et recourant beaucoup à l'écrit. A l'inverse les managers français sont considérés comme moins ponctuels et moins structurés. Ces observations concordent avec le modèle de différenciation des cultures liée à la perception du temps proposé par Hall (1983). Les Allemands seraient proches du paradigme d'un système culturel *monochronique* dans lequel « l'activité est conçue dans la successivité du temps linéaire et homogène de l'horloge » (Davoine (2005)). Là où les Français seraient un symbole d'un système culturel *polychronique* dans lequel « le temps est perçu de façon plus diffuse et dans lequel l'activité sera plutôt conçue dans le temps hétérogène des relations interpersonnelles. » Ce modèle est vérifié par de nombreuses études empiriques, par exemple Davoine (2005) ou JPB (1990).

En l'espèce, le facteur à retenir est celui de la ponctualité et du respect des délais. En effet, s'il est culturel d'être ponctuel, il est facilement envisageable que ceci soit transposable aux dates de paiement. Ceci expliquerait pourquoi les allemands sont plus enclins à payer dans les temps. Ce faisant, réduisant les délais de paiement observés.

Ceci peut expliquer pourquoi les retards sont plus faibles en Allemagne qu'en France, mais cela n'explique pas pourquoi la cible de paiement (le délai mentionné sur la facture) est aussi à plus courte échéance. Nous verrons au paragraphe suivant que tous les acteurs ont à gagner à diminuer les délais de paiement.

### **2.3.1.2 La relation de partenariat entre client et fournisseur**

A la différence de la France, la relation qui existe entre les fournisseurs et les clients en Allemagne est celle de la confiance, d'un partenariat à long terme. Nous verrons dans un premier temps la formation de la confiance par la plus faible distance hiérarchique (2.3.1.2.1), puis la construction d'une relation de long terme (2.3.1.2.2).

#### ***2.3.1.2.1 La distance hiérarchique, déterminant de la confiance***

Hofstede (2001) définit la distance hiérarchique (*power distance*) comme le degré d'acceptation de fortes inégalités de pouvoir dans une société. Des quatre dimensions culturelles<sup>32</sup> qu'il met en lumière, c'est par rapport à cette dernière que l'écart entre la France et l'Allemagne est le plus significatif. En effet, selon son indice de mesure de la distance hiérarchique (PDI – Power Distance Index), la France obtient un score de 68, la plaçant en 15<sup>ème</sup> place des 53 pays étudiés et l'Allemagne un score de 35, la plaçant en 42<sup>ème</sup> place. A titre de comparaison, la Malaisie semble avoir la plus grande distance hiérarchique (PDI = 104) et l'Autriche le plus faible (PDI = 11). La moyenne mondiale se situant à 57.

Appliqué à notre étude, cela renvoie à la plus forte hiérarchisation dans les entreprises françaises que dans les entreprises allemandes. On en déduit donc une relation d'autorité entre les différents acteurs de l'entreprise, faisant moins de place à la confiance et à l'autonomie. En revanche, les entreprises allemandes sont réputées (Usunier (2000)) moins autoritaires, plus « latérales » donc plus disposés à la confiance. Les collaborateurs sont donc davantage considérés comme des partenaires dignes de confiance que comme des subordonnés. Cette vision peut être élargie aux autres relations qu'une entreprise a avec

---

<sup>32</sup> Il s'agit de la distance hiérarchique (*power distance*), de la suppression de l'incertitude (*uncertainty avoidance*), de l'individualisme et du collectivisme (*individualism vs. collectivism*) et enfin de la masculinité et de la féminité (*masculinity vs. femininity*)

son environnement, et notamment le rapport qu'entretiennent clients et fournisseurs entre eux, ce que nous verrons au paragraphe suivant.

### ***2.3.1.2.2 Une relation de long terme***

On peut distinguer deux modèles-types dans la relation entre le fournisseur et le client. D'une part un modèle de défiance, où le client tendra à diversifier ses sources, à faire jouer la concurrence, à prendre garde à ne pas rentrer dans un rapport de dépendance. D'autre part, un modèle de confiance, basé sur un partenariat solide entre partenaires afin de réduire les coûts de transaction et de profiter d'économies d'échelle sur les achats en volume. Cette dichotomie reprend le modèle de Fukuyama (1994) qui distingue les *high-trust societies* (sociétés à haut niveau de confiance) des *low-trust societies* (sociétés à faible niveau de confiance). Or, il se trouve que la France est donnée en exemple (avec la Chine, la Corée et l'Italie) de société *low-trust*, alors que l'Allemagne est, elle, paradigmatique (avec le Japon) d'une société *high-trust*.

Ce haut niveau de confiance faite au partenaire commercial implique à une relation de long terme afin de limiter l'asymétrie d'information et, justement, de construire la confiance. Mais ensuite, une fois cette étape passée, chacun des partenaires a intérêt à la bonne santé économique de l'autre. En effet, une relation de forte dépendance s'étant installée parallèlement à la confiance, il serait fortement dommageable pour l'un que l'autre fasse défaut (perte de débouchés dans un cas, rupture d'approvisionnement dans l'autre).

Or, la confiance se construit grâce à un respect mutuel et sur le long terme des engagements pris. Nous l'avons vu avec la notion du temps, le respect de l'engagement est beaucoup plus fort dans la société allemande. « Le respect de la règle est une des bases du consensus social aussi bien qu'organisationnel » en Allemagne, selon Usunier (2000). C'est le concept de *Mitbestimmung*, c'est-à-dire la « fabrication commune de décisions

vécues comme conjointes » (Usunier (2000)). A partir de ce moment, un retard de paiement est une rupture de ce consensus, de cette confiance, et est propre à remettre en cause la relation commerciale.

En revanche, en France, la règle est considérée comme une entrave extérieure, destinée à être remise en question et contournée. Selon Usunier (2000), le conflit fait partie de la relation commerciale, alors qu'il est perçu comme un échec par les Allemands. Les Français développent un respect de la règle ajustable : le bien sera payé, mais le délai de paiement importe moins, en se rappelant que selon Eurofactor (2006) le taux de créances impayées est plus important en Allemagne qu'en France.

Cette approche théorique nous est confirmée par E. Cheney<sup>33</sup>, credit manager chez Columbia Sportswear Company, selon lequel d'expérience, les pays latins (dont la France) sont plus enclins à la négociation et au retard de paiement que les pays nordiques (dont l'Allemagne).

En tout état de cause, il semble exister culturellement une confiance allemande et une défiance française dans la relation entre fournisseur et client, ce qui, appliqué à notre propos, entraîne une relation moins forte en France, donc des conséquences moindres à l'allongement des délais. Nous verrons maintenant que ce rapport confiance-défiance peut se transposer au second type de relation de l'entreprise envisagé, la relation banque-client.

---

<sup>33</sup> Entretien M. Eric Cheney, voir note p.33.

## **2.3.2 La confiance entre banque et clients**

Nous l'avons vu dans la synthèse de la littérature, le crédit interentreprises et le crédit bancaire de court terme apparaissent comme substituables. En cas de rationnement du crédit par les banques, les entreprises sont tentées de recourir au crédit fournisseur. Inversement, quand la contrainte se fait moins forte, les entreprises font plus volontiers appel au crédit bancaire, meilleur marché.

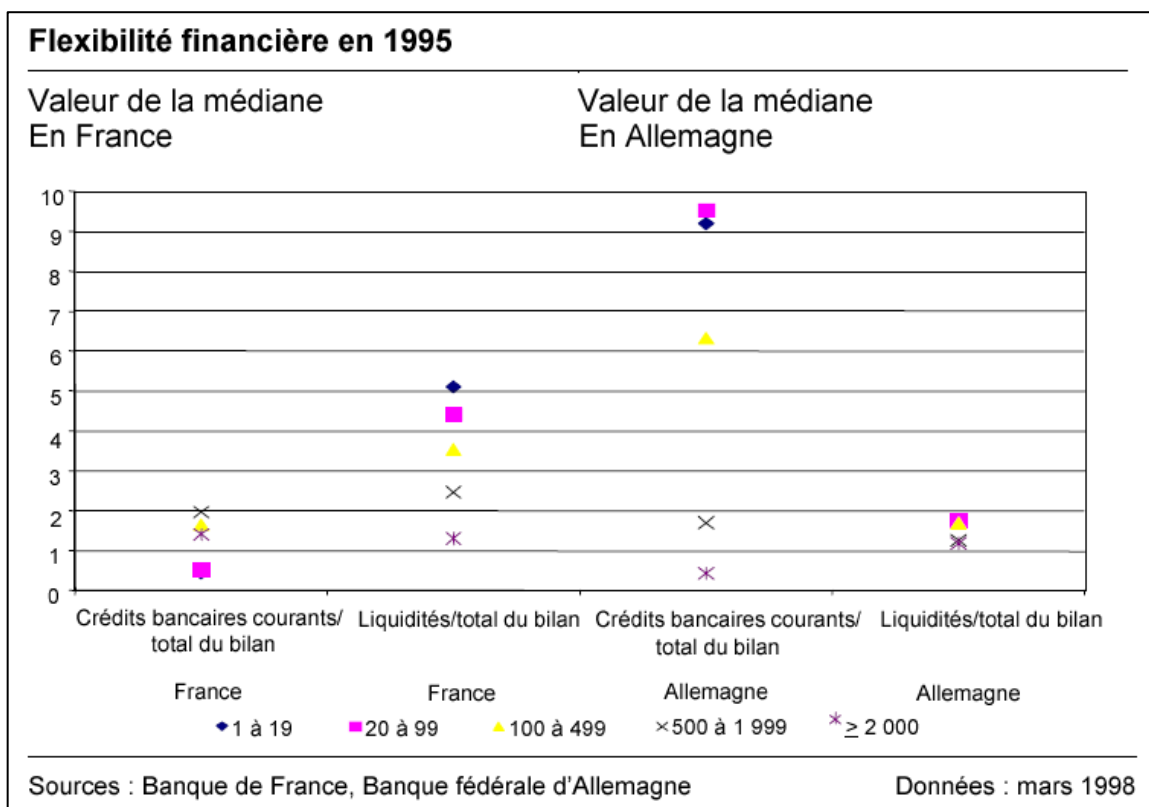
Nous explorerons donc cette voie pour expliquer le recours important au crédit interentreprises en France (qui se traduit par des délais longs) et moindre en Allemagne. Nous verrons que l'aléa moral et le phénomène d'anti-sélection peuvent être réduits grâce à deux facteurs. D'une part le système de la *Hausbank* (banque principale) (2.3.2.1) et d'autre part, la protection des banques en cas de faillite du débiteur (2.3.2.2).

### **2.3.2.1 Le rôle de la *Hausbank* dans la réduction de l'asymétrie d'information**

Nous mettrons dans un premier temps en évidence la part importante du financement de court terme bancaire dans la structure de financement des PME allemandes (2.3.2.1.1). Puis nous l'expliquerons dans un second temps par le système de la *Hausbank* (2.3.2.1.2).

#### ***2.3.2.1.1 La part élevée du financement bancaire à court terme en Allemagne comparativement à la France***

Selon Kremp et al. (1999), les entreprises françaises et allemandes ont des structures de dettes assez différentes. En effet, les concours bancaires courants sont particulièrement faibles en France, à l'inverse de l'Allemagne.



**Figure 11 : Ratios de flexibilité financière en France et en Allemagne Source : Kremp et al.**

La figure 11 montre nettement que le recours aux concours bancaires courants est beaucoup plus faible en France qu'en Allemagne pour les entreprises de moins de 99 salariés. Les entreprises de plus grande taille étant généralement utilisatrices de crédit interentreprises pour des raisons qui ne relèvent pas du financement, mais des interactions stratégiques, nous les occulterons ici. De même, le ratio de liquidité est plus important en France qu'en Allemagne dans les entreprises de moins de 99 salariés. Ces deux observations peuvent être analysées dans le même sens : les PME françaises sont rationnées dans leurs crédits à court terme, elles sont donc obligées de garder un niveau de liquidités plus élevé afin de faire face à d'éventuelles tensions de trésorerie. A l'inverse, les PME allemandes disposent de facilités de trésorerie et peuvent se permettre de ne garder que peu de liquidités en réserve.

Selon l'enquête du KfW Bankengruppe (2006), réalisée à partir de plus de 6000 entreprises allemandes de secteurs et tailles diverses, il apparaît que l'importance du crédit interentreprises pour les entreprises est toujours inférieure à celle des concours bancaires courants (étude qualitative, notation de chaque source de financement sur une échelle de 1 à 6).

A ce point de la réflexion, et compte tenu de la littérature théorique, il nous est permis de formuler l'explication que, les besoins de trésorerie n'ayant pas de raison d'être différents en France et en Allemagne, ceux qui ne sont pas financés en France par les banques le sont, nécessairement, par le crédit fournisseur. On aurait alors une explication au fort recours au crédit interentreprises en France, en l'occurrence, le rationnement plus important du crédit bancaire de court terme. Nous verrons au paragraphe suivant que le système bancaire allemand est effectivement plus efficace dans l'allocation du crédit aux petites entreprises, donnant un avantage comparatif aux banques sur les fournisseurs.

#### **2.3.2.1.2 La Hausbank, banque principale de l'entreprise allemande**

Nous l'avons vu précédemment, les solutions aux problèmes d'aléa moral et d'anti-sélection sont le *signaling* (par le client) et le *monitoring* (par la banque). Ces deux techniques ont un inconvénient commun, leur coût. On a aussi vu (Petersen, Rajan (1997)) que la longueur de la relation bancaire était un facteur de diminution du recours au crédit interentreprises, donc d'augmentation du recours aux concours bancaires courants, toutes choses égales par ailleurs.

La relation de long terme entre une banque et son client favorise la transmission d'information et un climat de confiance s'installe entre les partenaires de ce fait. Cette confiance entre la banque et l'entreprise est à la base du système de la *Hausbank*, et

pourrait justifier le recours plus massif aux concours de trésorerie et moindre au crédit interentreprises en Allemagne.

Dans les pays germaniques (Allemagne et Autriche), les entreprises entretiennent traditionnellement une communication intense quoique informelle (Vieweg (2002)) avec une banque dite principale, la *Hausbank*. Elles confient à cette dernière la majorité de leurs transactions financières. De ce fait, la banque devient un partenaire de l'entreprise et peut acquérir facilement et à moindre coût une masse d'information de toutes espèces. Il y a donc une réduction de l'asymétrie d'information grâce à cette confiance. Waldeck (2005), dans une synthèse de la littérature sur la relation bancaire, note que de nombreuses études montrent que la présence d'une relation de type *Hausbank* influe positivement sur le volume de crédit disponible pour l'entreprise, et qu'à l'inverse, l'accès au crédit se dégradait pour les entreprises qui multiplient le nombre de banques dont elles sont clientes. De plus, la banque prend une part importante à la direction de l'entreprise ce qui lui permet aussi de réduire son risque de crédit. La banque, plus impliquée, est donc plus encline à accorder des facilités de caisse, lignes de crédit, etc. Selon Kremp et al. (1999), c'est une raison du faible recours au crédit fournisseur en Allemagne. Il n'est pas nécessaire puisque le crédit bancaire, meilleur marché, est facilement accessible.

A l'inverse, le système français est marqué par la multibancarité, les entreprises multiplient le nombre de banques afin de garantir leur indépendance. Elles font jouer la concurrence en accordant chaque type d'opération à la banque offrant le meilleur tarif. On est ici à l'opposé de la situation de confiance allemande. De ce fait, les banques françaises sont peu incitées à s'impliquer et les relations sont tournées vers le court terme et sont très instables (Quack, Hilebrandt (1995)). On note (Kremp et al. (1999)) en effet que les PME françaises apparaissent beaucoup moins dépendantes des financements bancaires à court terme que



leurs homologues allemandes. La relation de dépendance est en effet reportée sur la relation fournisseur-client.

Cette proximité avec les clients en Allemagne est favorisée par un haut niveau de décentralisation, avec application, dans les faits, du principe de subsidiarité<sup>34</sup>. Les banques locales ont pour clients des entreprises dont l'échelle est locale, les banques régionales, des entreprises d'envergure régionale et enfin, les grandes banques nationales se concentrent sur les grands groupes nationaux et internationaux. Cette décentralisation bancaire est le reflet du fédéralisme allemand, facteur culturel très prégnant, particulièrement en comparaison avec le centralisme français. En effet, en France, les centres de décision des banques tendent à être plus éloignés des clients, donc moins aptes à juger d'une situation particulière.

### **2.3.2.2 Des garanties plus grandes en Allemagne qu'en France**

Selon Delbreil et Paraque (2001), le système de la *Hausbank* permettrait la conclusion de « contrats de prêt optimaux » car ils sont complétés par une protection juridique des créanciers plus forte qu'en France. En effet, le système français tend à protéger l'entreprise en difficulté en gelant les créances pendant la procédure collective (sauvegarde, redressement, liquidation). En cas de liquidation, les banques passent après les créanciers privilégiés dans l'ordre de distribution, ce qui fait qu'elles ont peu de chance de récupérer leur mise, même si celle-ci était garantie par une hypothèque ou un nantissement.

Le système allemand tend au contraire à protéger davantage les créanciers en offrant des mécanismes permettant de mobiliser la quasi-totalité des actifs d'une entreprise comme garantie du crédit. De plus, notent Delbreil et Paraque (2001), « ces garanties sont par ailleurs respectées par la loi de la faillite ». Le mécanisme de la *Globalzession* (cession

---

<sup>34</sup> Principe selon lequel la responsabilité d'une action revient à la plus petite entité capable de la gérer elle-même dans son ensemble.

globale à la banque de l'ensemble des créances client) est fréquemment utilisé pour accroître la flexibilité financière sous forme de facilités de caisse ou de crédits d'exploitation. De plus, en Allemagne, l'ordre des créanciers privilégiés est plus favorable aux créanciers disposant de sûretés<sup>1</sup> (ce qui est généralement le cas des banques) qu'en France<sup>2</sup>.

Les banques voyant leur risque diminué, sont incitées à prêter plus, rendant le recours au crédit interentreprises superflu.

La relation de confiance qui se crée entre la banque et son client en Allemagne permet de réduire l'asymétrie d'information à l'origine du rationnement du crédit. Rationnement qui est à l'origine du recours au crédit interentreprises. Ceci permet d'expliquer le recours moindre à ce dernier type de crédit en Allemagne qu'en France. Cette situation peut néanmoins être appelée à changer avec les réglementations récentes de Bâle II, qui introduisent des critères plus stricts à l'allocation du crédit par les banques (Efinance Lab (2006)).

---

<sup>1</sup> Sont payés, en Allemagne, dans l'ordre : les frais de justice, les créanciers munis de sûretés, les autres créanciers.

<sup>2</sup> Sont payés, en France, dans l'ordre : le super-privilège des salaires, le privilège des frais de justice, les créanciers privilégiés de la procédure de conciliation, les créanciers munis de sûretés, les créanciers postérieurs, et enfin les créanciers antérieurs.

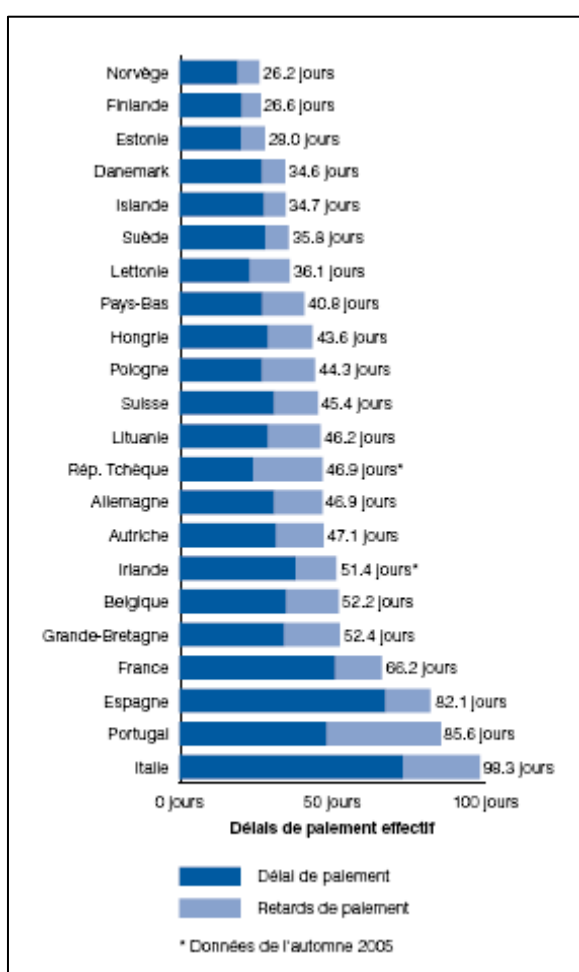
## Conclusion

A l'issue de ce travail, il apparaît que le crédit interentreprises découle de deux sources complémentaires : les asymétries d'information sur le marché du crédit, à l'origine du rationnement du crédit de court terme, et les interactions stratégiques entre les entreprises, l'expression des relations de force entre fournisseurs et clients. Le point de rencontre de ces analyses est que le crédit interentreprises est un pis-aller, un mode de financement sous-optimal pour les entreprises. Dans la pratique, il semble illusoire de penser que le crédit interentreprises disparaisse car il persiste des délais incompressibles pour des raisons techniques. Mais comme il existe un chômage naturel même en plein emploi, il pourrait exister un délai naturel, incompressible vers lequel les entreprises devraient tendre. Le rôle de l'Etat est alors prépondérant, car c'est par l'édiction de normes qu'il sera possible de réduire le poids du crédit interentreprises sur les plus faibles. Et comme nous l'avons vu, la présence de normes permet la fixation de l'économie à un équilibre, tout en conservant un solde constant par rapport à un équilibre antérieur.

Sur le cas franco-allemand, nous avons cherché à croiser les disciplines (droit, économie, sociologie) afin de cerner au mieux ce qui est souvent qualifié de raison « culturel » à l'origine du prompt paiement allemand. Il apparaît que deux facteurs sont à l'œuvre. D'une part les normes, légales et commerciales, qui fixent les deux économies dans des équilibres stables, avec des soldes comparables, malgré des délais beaucoup plus importants en France. D'autre part, une différence d'ordre culturel, touchant la structure des sociétés : l'Allemagne se rapprochant de l'idéal-type de la société de confiance, alors que la France tend vers celui de la société de défiance. La confiance s'exprime à deux niveaux : dans la relation fournisseur-client, elle pousse au paiement ponctuel ; dans la relation banque-

client, elle permet la réduction de l'asymétrie d'information à l'origine du rationnement du crédit bancaire.

Il serait possible de tisser un lien, dans une étude plus vaste sur les délais de paiement en Europe, avec les fondements religieux de la confiance. On observe en effet que les pays dont les délais de paiement sont les plus courts sont des pays de tradition protestante alors que les pays où les délais sont les plus longs sont les pays de tradition catholique en Europe.



**Figure 12 Délais de paiement et retard par pays en 2005** Source : Intrum Justitia (2006)

On observe assez nettement sur la figure 12 que les huit pays européens ayant les délais de paiement effectif les plus courts sont des pays à majorité et culture protestantes. Alors que les quatre pays ayant les délais effectifs de paiement les plus longs sont des pays à majorité et culture catholiques.

Ceci nous rapprocherait des thèses développées par Peyrefitte (1995), qui cherche à expliquer le développement économique par la culture, en plus du développement du capital technique et humain. Il observe un clivage entre l'Europe du Nord, protestante, et l'Europe du Sud, catholique. Il invoque des

« affinités électives » entre la religion et l'économie qui créeraient des distorsions qui perdureraient encore aujourd'hui. Pour lui, l'attitude de confiance ou de défiance, est déterminante. La défiance aurait selon lui un effet inhibitoire sur le développement, elle

peut par exemple être reliée au tabou sur l'argent qui a longtemps dominé dans l'Eglise catholique. A l'inverse il cite Calvin et la confiance réformée. Il est significatif de noter qu'il existe, selon lui, un lien entre taux d'intérêts élevés et défiance et inversement entre taux d'intérêts faibles et confiance. Son étude historique des taux d'intérêts dans les différentes provinces d'Europe fait ressortir des taux beaucoup plus faibles dans les pays protestants.

Cette vision se rapproche doublement de notre propos, en ce qu'elle offrirait une explication d'une part au plus faible rationnement du crédit par les banques, d'autre part, au climat de confiance dans les relations entre les entreprises.

Notre étude n'en reste pas moins très théorique, et mériterait une étude empirique de grande ampleur basée sur des questionnaires qualitatifs auprès de professionnels de la question : credit managers, banquiers, dirigeants de PME, etc. Etude qui n'a pas été réalisable dans le temps qui nous était imparti.

<b>1</b>	<b>SYNTHESE DE LA LITTERATURE .....</b>	<b>10</b>
1.1	LES ARGUMENTS FINANCIERS A L'EXISTENCE DU CREDIT INTERENTREPRISES .....	10
1.1.1	<i>Le crédit interentreprises est un substitut au crédit bancaire en cas d'existence d'asymétries d'information .....</i>	<i>10</i>
1.1.1.1	Le rationnement du crédit bancaire dû aux asymétries d'information.....	11
1.1.1.1.1	L'imperfection du marché du crédit.....	11
1.1.1.1.2	Le rationnement du crédit bancaire.....	11
1.1.1.2	Le crédit interentreprises, alternative au crédit bancaire .....	12
1.1.1.2.1	Le rôle d'intermédiation financière des fournisseurs en cas de rationnement du crédit bancaire 12	
1.1.1.2.2	Des observations empiriques micro-économiques nombreuses .....	13
1.1.1.2.3	A l'échelle macro-économique, un lien avec les cycles conjoncturels.....	15
1.1.2	<i>Le crédit interentreprises permet de dépasser les asymétries d'information .....</i>	<i>16</i>
1.1.2.1	Un avantage concurrentiel des fournisseurs dans le « monitoring » des clients .....	16
1.1.2.1.1	Le fournisseur dispose d'informations privées concernant son client.....	17
1.1.2.1.2	Avantage dans la revente du bien.....	18
1.1.2.2	Le crédit interentreprises outil de « signaling » pour le client comme pou le vendeur.....	19
1.1.2.2.1	« Signaling » pour le client .....	20
1.1.2.2.2	« Signaling » pour le fournisseur .....	20
1.2	LE CREDIT INTERENTREPRISES, OUTIL STRATEGIQUE DE L'ENTREPRISE .....	22
1.2.1	<i>L'offre de crédit, le pouvoir du fournisseur.....</i>	<i>23</i>
1.2.1.1	La discrimination par les prix.....	23
1.2.1.1.1	Contourner les normes sectorielles .....	23
1.2.1.1.2	Baisser les prix offerts aux seuls « mauvais » risques.....	24
1.2.1.2	Le crédit client, outil de promotion des ventes.....	26
1.2.1.2.1	Le délai, argument de négociation .....	26
1.2.1.2.2	Lissage des ventes.....	27
1.2.1.3	Les i nvestissements spécifiques .....	28
1.2.1.3.1	Investissements du fournisseur .....	28
1.2.1.3.2	Investissements du client .....	29
1.2.2	<i>La demande de crédit, le pouvoir du client.....</i>	<i>30</i>
1.2.2.1	Le rôle de la concurrence .....	30

1.2.2.1.1	Le pouvoir de négociation du client.....	30
1.2.2.1.2	La concurrence entre fournisseurs.....	32
1.2.2.2	L'utilisation du crédit fournisseur par une entreprise en crise.....	33
1.2.2.3	Le crédit fournisseur, outil de la diminution des coûts de transaction.....	34
<b>2</b>	<b>LE CREDIT INTERENTREPRISES EN FRANCE ET EN ALLEMAGNE.....</b>	<b>38</b>
2.1	LA MISE EN LUMIERE DES DIFFERENCES .....	38
2.1.1	<i>La situation du crédit interentreprises en France et en Allemagne.....</i>	<i>38</i>
2.1.1.1	Le crédit interentreprises en France .....	38
2.1.1.2	Le crédit interentreprises en Allemagne.....	40
2.1.2	<i>Des délais différents pour un solde similaire .....</i>	<i>41</i>
2.2	LES FACTEURS TECHNIQUES A L'ORIGINE DE CES DIFFERENCES .....	43
2.2.1	<i>Liste des différences techniques en faveur d'un paiement rapide en Allemagne.....</i>	<i>43</i>
2.2.1.1	Protection juridique.....	43
2.2.1.1.1	Un vendeur plus protégé en Allemagne, comparaison des types de contrats .....	43
2.2.1.1.2	Une clause de réserve de propriété plus efficace en Allemagne.....	46
2.2.1.1.3	Les pénalités de retard .....	48
2.2.1.2	Des modes de paiement plus rapides en Allemagne.....	49
2.2.2	<i>Un cercle vertueux du paiement rapide.....</i>	<i>52</i>
2.3	LA CONFIANCE, FACTEUR CULTUREL FORT .....	56
2.3.1	<i>La confiance dans la relation fournisseur-client.....</i>	<i>56</i>
2.3.1.1	Le rapport au temps.....	57
2.3.1.2	La relation de partenariat entre client et fournisseur .....	58
2.3.1.2.1	La distance hiérarchique, déterminant de la confiance.....	58
2.3.1.2.2	Une relation de long terme.....	59
2.3.2	<i>La confiance entre banque et clients .....</i>	<i>61</i>
2.3.2.1	Le rôle de la <i>Hausbank</i> dans la réduction de l'asymétrie d'information .....	61
2.3.2.1.1	La part élevée du financement bancaire à court terme en Allemagne comparativement à la France .....	61
2.3.2.1.2	La <i>Hausbank</i> , banque principale de l'entreprise allemande .....	63
2.3.2.2	Des garanties plus grandes en Allemagne qu'en France .....	65

## Bibliographie

- ALTARES (2006) *Les comportements de paiement des entreprises en Europe – Synthèse 1<sup>er</sup> trimestre 2006.*
- ATRADIUS (2006) *Atradius Payment Practices Barometer – Survey on Payment Behaviour of European Companies.* Été 2006.
- ATRADIUS (2007) *Atradius Payment Practices Barometer – Survey of Payment Behaviour of European Companies.* Hiver 2006-2007.
- BANQUE DE FRANCE (2006) Délais de paiement et solde du crédit interentreprises de 1990 à 2005. *Bulletin de la Banque de France.* Décembre 2006, no. 156, p. 19-27.
- BARDES B. (2006) *Délais de paiement et solde du crédit interentreprises de 1990 à 2004.* Bulletin de la Banque de France. Janvier 2006, no. 145, p.47-56.
- BCE (2006) Blue Book – Payment and Securities Settlement Systems in the European Union and in the Acceding Countries. Francfort / Main.
- BIAIS B., GOLLIER C. (1997) Trade Credit and Credit Rationing. *The Review of Financial Studies.* Hiver 1997, vol. 10, no. 4, p.903-937.
- BOISSAY F. (2004) Crédits interentreprises et délais de paiement : une théorie financière. *Annales d'économie et de statistique.* No. 73, p.101-118.
- BREITENSTEIN D. VON (1988) Die Haftung des Verkäufers. In WITZ, BOPP *Französisches Vertragsrecht für Deutsche Importeure.* P. 43-50.
- BRENNAN M-J., MAKSIMOVIC V., ZECHNER J. (1988) Vendor financing. *The Journal of Finance.* Décembre 1988, vol.43, no. 5, p. 1127-1141.
- Commission européenne (2006), DG Entreprises, *Review of the effectiveness of European Community legislation in combating late payments,* octobre 2006.



- DASGUPTA P. (1995) *An Inquiry Into Well-Being and Destitution*, Oxford University Press, Oxford.
- DAVOINE E. (2005) Monochronie allemande et polychronie française : perception de managers allemands expatriés. In BAASNER F. (dir.) (2005) *Gérer la diversité culturelle*. Peter Lang GmbH, Frankfurt am Main. P. 87-92.
- DELANNAY A-F., DIETSCH M. (1999) Le crédit interentreprises joue un rôle d'amortisseur des tensions conjoncturelles. *Revue d'économie financière*. No. 54, p. 121-136.
- DELBREIL M., PARANQUE B. (2001) Le financement des entreprises en Europe de 1986 à 1996. *Bulletin de la Banque de France*. Janvier 2001, no. 85.
- DEUTSCHE BUNDESBANK (1999) Zur Unternehmensfinanzierung in Deutschland und Frankreich: eine vergleichende Analyse. *Monatsbericht*. Octobre 1999.
- DEUTSCHE BUNDESBANK (2006) Zur wirtschaftlichen Situation kleiner und mittlerer Unternehmen in Deutschland seit 1997. *Monatsbericht*. Décembre 2006
- DIETSCH M. (1997), Crédit interentreprises. In SIMON Y., JOFFRE P. (dir.) *Encyclopédie de gestion*. 2<sup>ème</sup> édition entièrement revue, actualisée et augmentée. Economica, Paris. P. 799-815.
- DIETSCH M. (1998) Atouts et handicaps du crédit client face au crédit bancaire. *Revue d'économie financière*. No. 46, p. 175-193.
- DIETSCH M., KREMP E. (1996) Délais de paiement et mesure du risque client. *Revue d'économie financière*. No. 36, p. 81-96.
- E FINANCE LAB (2006) *Kreditprozesse aus Sicht des Mittelstandes*. Frankfurt am Main.
- EMERY GW. (1984) A Pure Financial Explanation for Trade Credit. *Journal of Financial and Quantitative Analysis*. Septembre 1984, vol. 19, no. 3, p. 271-285.

- EMERY GW. (1987) An Optimal Financial Response to Variable Demand. *Journal of Financial and Quantitative Analysis*. Juin 1987, vol. 22, no. 2, p. 209-225.
- EUROFACTOR (2006) *Baromètre de la gestion du poste clients*. 4<sup>ème</sup> édition.
- FERRIS SJ. (1981) A Transaction Theory of Trade Credit Use. *Quarterly Journal of Economics*. Mai 1981, no. 96, p. 243-270.
- FRANK MZ., MAKSIMOVIC V. (2004) Trade Credit, Collateral, and Adverse Selection. Working Paper. Février 2004.
- FUKUYAMA F. (1994) *Trust : The Social Virtues and the Creation of Prosperity*. Free Press, New York.
- HALL ET. (1983) *The Dance of Life : The Other Dimension of Time*. Anchor Books, New York.
- HILDEBRANDT S., QUACK S. (1995) Hausbank or Fournisseur ? Bank Services for Small and Medium Sized Enterprises in Germany and France. Discussion paper, Wissenschaftszentrum Berlin für Sozialforschung.
- HOFSTEDE (2001) *Culture's Consequences*. 2<sup>ème</sup> édition. Sage Publications, Thousands Oaks/Londres/ New Dehli.
- HUNGENBERG H. (2004) *Strategisches Management in Unternehmen*. 3<sup>ème</sup> édition revue et augmentée. Gabler, Wiesbaden.
- INTRUM JUSTITIA (2006) *European Payment Index – 2006*.
- JAIN N. (2001) Monitoring Costs and Trade Credit. *The Quarterly Review of Economics and Finance*. No. 41, p.89-110.
- JPB (1990) *Studie über deutsch-französisches Management*, Paris-Le Vésinet.
- KfW Bankengruppe (2006) *Unternehmensbefragung 2006*, Frankfurt am Main.
- KRAHNEN JP. (1995) Theorie des Handelskredit. In GERKE W., STEINER M. (dir.) *Handwörterbuch des Bank- und Finanzwesens*. 2<sup>ème</sup> édition. Stuttgart. P. 905-914.

- KREMP E., PARANQUE B., SAUVE A. (1999) Modes de financement des entreprises allemandes et françaises. *Bulletin de la Banque de France*. Octobre 1999, no. 70.
- LAFFER AB. (1970) Trade Credit and the Money Market. *The Journal of Political Economy*. Mars/Avril 1970
- LEE YW., STOWE JD. (1993) Product Risk, Asymmetric Information and Trade Credit. *The Journal of Finance and Quantitative Analysis*. Vol. 28, no. 2, p. 285-300.
- LELAND HE., PYLE DH. (1977) Informational asymmetries, financial structure and financial intermediation *The Journal of Finance*, vol. 32, no. 2, p. 371-387.
- MIAN S.L., SMITH CW. (1992) Accounts Receivable Management Policies : Theory and Evidence. *The Journal of Finance*. Mars 1992, vol. 47, no. 1, p. 169-200.
- NADIRI MI.(1969) The Determinants of Trade Credit in the U.S. Total Manufacturing Sector. *Econometrica*. Vol. 37, p408-423.
- NG CK., SMITH JK. SMITH RL. (1999) Evidence on the Determinants of Credit Terms Used in Interfirm Trade. *The Journal of Finance*. Juin 1999, vol. 54, no. 3, p. 1109-1129.
- NILSEN JH. (2002) Trade Credit and the Bank Lending Channel. *The Journal of Money, Credit and Banking*. Février 2002, vol. 34, no. 1, p. 226-253.
- OBSERVATOIRE DES DELAIS DE PAIEMENT (2006) *Rapport annuel 2006*.
- PETERSEN MA., RAJAN RG. (1994) The Benefits of Lending Relationship: Evidence from Small Business Data. *The Journal of Finance*, vol. 49, p. 3-37.
- PETERSEN MA., RAJAN RG. (1997) Trade Credit: Theories and Evidence. *The Review of Financial Studies*. Automne 1997, vol. 10, no. 3, p. 661-691.
- PEYREFITTE A. (1995) *La société de confiance*. Odile Jacob, Paris.
- PORTER M. (1980) *Competitive Strategy*. New York.

- ROLLENHAGEN D. (2003) *Der Lieferantenkredit – Motive und empirische Analyse für Deutschland*. Verlag Dr. Kovac, Hamburg.
- SCHWARTZ RA. (1974) An Economic Model of Trade Credit. *The Journal of Financial and Quantitative Analysis*. Septembre 1974, vol. 9, no. 4, p. 643-657.
- SCHWARTZ RA., WHITCOMB DK.(1978) Implicit Transfers in the Extension of Trade Credit. In BOULDING E., WILSON TF. (dir.) *Redistribution Through the Financial System: The Grants Economics of Money and Credit*. Praeger Special Studies, New York, p. 191-208.
- SMITH JK. (1987) Trade Credit and Informational Asymetry. *The Journal of Finance*. Septembre 1987, vol. 42, no.4, p. 863-872.
- STIGLITZ JE., WEISS A. (1981) Credit Rationing in Markets with Imperfect Information. *The American Economic Review*. Juin 1981, vol. 71, p. 393-410.
- SUMMERS B., WILSON N. (2003) Trade Credit and Customer Relationship. *Managerial and Decision Economics*. Vol. 24, p. 439-455.
- USUNIER J-C. (2000) Confiance dans les relations entre acheteurs et fournisseurs en France et en Allemagne : une approche cross-culturelle et interculturelle. In USUNIER J-C. (dir.) *Confiance et performance – Un essai de management comparé France / Allemagne*. Vuibert, FNEGE, Paris. P. 181-202.
- USUNIER J-C., RUDLER E. (2000) Opportunisme et confiance dans les relations acheteur-vendeur : une comparaison du contrat de vente français et du Kaufvertrag allemand., In USUNIER J-C. (dir.) *Confiance et performance – Un essai de management comparé France / Allemagne*. Vuibert, FNEGE, Paris. P. 149-167.
- VIEWEG H-G. (dir.) (2002) *Wandel der Unternehmensstrategien und –strukturen in Deutschland vor dem Hintergrund neuer Finanzierungsformen und Entwicklungen*

*der I&K-Technologien*. Forschungsprojekt Nr. 29/00 des Bundesministeriums für Wirtschaft und Technologie. Munich.

WALDECK O. (2005) Bankbeziehungen im Unternehmen – Empirischer Stand der Bankbeziehungsforschung. In HÜLSMANN M. (dir.) (2005) *Forschungsbeiträge zum Strategischen Management Bd.1*. Coll. Management Nachhaltiger Systementwicklung. Brême.

WIJST N. VAN DER, HOL S. (2002) Trade Credit in Europe. Working Paper, Norwegian University of Science and Technology, Trondheim.

WILNER BS. (2000) The Exploitation of Relationship in Financial Distress: The Case of Trade Credit. *The Journal of Finance*. Février 2000, vol. 55, no. 1, p. 153-178.

ZIANE Y. (2004) Crédit inter-entreprises et asymétries d'information : une application au cas des petites et moyennes entreprises. Working paper, Université de Paris X-Nanterre.