



**COMMUNICATION LINGUISTIQUE INSTITUTIONNELLE ET CLIMAT DES  
RELATIONS DE CLIENTELE DANS L'INDUSTRIE D'ACCOMPAGNEMENT  
ENTREPRENEURIAL A KISANGANI EN RDC**

---

**Christophe Lisungi Baluola**

christophelisungi2@gmail.com

Assistant au Département des Langues et Affaires

Université de Kisangani, DR

Congo

**Résumé**

La présente étude part du constat selon lequel l'industrie d'accompagnement entrepreneurial de Kisangani acquise un climat des relations de clientèle assez bon. Un climat caractérisé par les abus entre les partenaires, notamment les détournements de crédits et le non respect dans le remboursement de fonds par les Petites et Moyennes Entreprises (PME), le détournement de l'épargne des PME par certains Intermédiaires Financiers (IF). Cette situation conduit d'un côté les IF à devenir de plus en plus sélectifs face à l'accompagnement des PME. Du côté des PME, elles sont devenues de plus en plus désintéressées aux offres d'accompagnement que leur présentent les IF. Ainsi, nous nous préoccupons de connaître les facteurs explicatifs du mauvais climat des relations de clientèle entre les IF et les PME, d'une part, et de proposer les mécanismes d'amélioration de la situation, d'autre part. Pour ce faire, deux sections structurent la présente réflexion : la première aborde le cadre théorique et seconde section porte sur l'analyse des données et discussion des résultats.

**Abstract**

*This study starts from the observation that the entrepreneurial support industry in Kisangani has fairly good customer relations climate. A climate characterized by abuses between partners, in particular misappropriation of credits and non-compliance with the reimbursement of funds by Small and Medium Enterprises (SMEs), misappropriation of SME savings by certain Financial Intermediaries (FIs). This situation leads, on the one hand, FIs to become increasingly selective when it comes to supporting SMEs. As for SMEs, they have become increasingly disinterested in the support offers presented to them by FIs. Thus, we are concerned to know the explanatory factors of the poor climate of customer relations between FIs and SMEs, on the one hand, and to*

*propose mechanisms for improving this situation, on the other hand. To do this, two sections structure the present reflection: the first addresses the theoretical framework, and the second concerns the analysis of the data and discussion of the results.*

**Keywords :** *Institutional linguistic communication, Customer relations climate, Entrepreneurial support industry.*

## **Introduction**

Au sein d'entreprise comme dans les relations interentreprises ou dans les relations entre l'entreprise et son ou ses partenaire(s), la communication linguistique joue un rôle indispensable. C'est grâce à elle que les entreprises échangent les informations, les compétences, les techniques, les expériences, les produits et/ou services, etc. entre elles ; mais aussi avec leurs publics cibles. Cependant, si les échangent d'informations interentreprises et entre l'entreprise et ses partenaires notamment les bailleurs de fonds, se font plus aisément dans les grandes entreprises disposant des moyens conséquents pour leur fonctionnement ; il ne pas le cas chez les PME. Cette catégorie d'entreprise, en besoin d'accompagnement présente certains handicaps dans la gestion de leur entreprise dont le principal résulte des difficultés qu'elle rencontre à communiquer une information précise, fiable et homogène aux acteurs intervenant dans le marché de l'industrie d'accompagnement entrepreneurial. Cette incapacité des PME à communiquer aux bailleurs de fonds serait liée généralement à leur manque de professionnalisme dans la pratique de gestion de leur entreprise, et singulièrement à leur faible niveau de pratique de communication linguistique. Cette situation conduit les acteurs intervenant dans l'industrie d'accompagnement entrepreneurial à l'imperfection de l'information pour apprécier exactement la probabilité de remboursement d'un emprunteur potentiel ou la rentabilité d'un investissement à financier porté par une PME. L'incertitude qui prévaut conduit parfois les bailleurs éventuels à refuser d'accompagner les projets présentés par les PME.

En plus des lacunes que présentent généralement les PME pour communiquer avec les IF/IMF, la présente étude part du constat selon lequel l'industrie d'accompagnement entrepreneurial de Kisangani acquise un climat des relations de clientèle assez bon. Un climat caractérisé par les abus notamment le détournement de crédits et le non respect dans le remboursement de fonds par les PME, le détournement de l'épargne des PME par certains IF. Cette situation conduit d'un côté les IF à devenir de plus en plus sélectifs face à l'accompagnement des PME par le durcissement des conditions d'octroi ou de renouvellement du crédit. Du côté des PME, elles sont devenues de plus en plus désintéressées aux offres d'accompagnement que leur présentent les IF/IMF. En effet, nous pensons que la faible culture de communication linguistique

institutionnelle basée sur les relations de clientèle est à la base de cette situation. Raison pour laquelle nous avons pensé mener cette recherche afin de comprendre les implications de la communication linguistique institutionnelle dans le climat de relations de clientèle entre les IF/IMF et les PME. Ainsi, le questionnement suivant oriente notre réflexion : Comment la communication linguistique contribue-t-elle au développement des affaires et comment les partenaires en contexte d'échanges économiques choisissent-ils les langues pour bien se communiquer ? Sur quels critères se fondent les relations de clientèle entre les partenaires de l'industrie d'accompagnement entrepreneurial ? Qu'est ce qui explique le mauvais climat des relations de clientèle entre les IF/IMF et les PME à Kisangani et comment faire pour améliorer ce climat ? Subsidiairement à ces préoccupations, deux sections structurent la présente réflexion : la première section aborde le cadre théorique qui nous permet de faire un rapprochement entre les études précédentes et la nôtre, et de placer notre analyse dans un champ théorique. La seconde section porte sur l'analyse des données et la discussion des résultats.

## **Section 1 : Cadre théorique de l'étude**

### **1.1. Revue critique de la littérature**

Le thème que nous abordons dans cette recherche se place au carrefour de plusieurs domaines de recherche notamment la communication linguistique d'entreprise, l'économie du développement, la finance des entreprises. Dans tous ces domaines, bon nombre de recherches scientifiques ont touché ou abordé d'une manière ou d'une autre l'un des aspects concernés par la présente étude, qu'il nous est impossible d'en faire une revue critique exhaustive. Néanmoins, les recherches des auteurs ci-après nous ont été disponibles.

Charles Kumbatulu Sita a mené une étude sur « langues d'échanges économiques en Province Orientale (P.O.) : une étude diglossique ».<sup>1</sup> Au terme de son investigation, il est arrivé à conclure en ces termes : les échanges économiques en P.O. portent sur les biens produits localement, importés ou en transit. Pour ce qui est des langues pratiquées dans cet espace économique, elles varient en fonction du niveau d'étude des marchands (vendeurs et acheteurs) ; et selon les types de produits et/ou services. Les langues vernaculaires sont utilisées pour les transactions économiques selon que les partenaires sont d'un niveau social et intellectuel assez bas et/ou que les valeurs des produits sont assez moyennes. Ces genres de transactions se font dans les zones périphériques de la ville. Dans ces transactions économiques, les marchands utilisent les langues de chaque milieu ; ainsi à Kisangani, considéré comme le carrefour, le vendeur et le client recourent généralement aux deux langues nationales : swahili et lingala (...) Bien que n'abordant pas l'aspect accompagnement et les conséquences d'un bon choix de langues en fonction des partenaires économiques en contact, les aspects concernés par la présente recherche, l'étude de

---

<sup>1</sup> KUMBATULU Sita, Charles (2013), « Langues d'échanges économiques en Province Orientale : Une étude diglossique », *In Annales-Unikis*, pp.5-12.

Charles Kumbatulu Sita a son mérite dans cette revue critique de la littérature, car elle met en exergue l'importance des langues dans les échanges économiques.

David Kopa Wa Kopa s'inspirant de Charles Kumbatulu Sita, a réalisé une recherche sur « Langues d'échanges économiques de l'aire frontalière de la RDC dans la Région de Grands Lacs (Approche diglossique).<sup>2</sup> Dans sa recherche, l'auteur partait de l'idée selon laquelle le marché linguistique constitue un atout majeur pour le développement économique, tandis que le contraire est un obstacle pour une zone telle que la région frontalière dont la pluralité linguistique constitue une composante dépourvue de son identité collective. Considérant ses hypothèses et ses objectifs, l'auteur arrive aux résultats suivants : malgré l'entreprise de swahilisation conduite officiellement par l'Etat, les milieux tant ruraux qu'urbains ont reflété une véritable situation plurilingue. De ce fait son enquête a montré, tout d'abord, que le plurilinguisme qui constitue une réalité, est officiellement subi par la région frontalière pour des raisons relationnelles voire instrumentalistes. Et il est favorablement assumé par les ethnies. Par rapport aux langues utilisées dans la région concernée par son étude, l'auteur note dans l'ensemble, que les langues d'usage au sein du secteur économique se répartissent selon les compétences linguistiques suivantes : le kiswahili est le plus utilisé ; suivi de lingala en deuxième position, et la langue mixte est classée en troisième position. C'est en ce sens que les attitudes positives affichées envers le kiswahili reflètent son statut national et confirment son point de vue selon lequel : « que loin d'être une langue étrangère, le kiswahili est une lingua franca et convient davantage à la langue officielle de la RDC au côté du français ».

Par ailleurs, les attitudes des enquêtés montrent que les langues véhiculaires et ethniques sont considérées ici comme médium offrant l'accès aux connaissances favorables d'échanges économiques contrairement à la langue étrangère. De ce fait, elles sont perçues comme étant un facteur du développement économique, tandis que la langue étrangère est identifiée comme étant un facteur de sous-développement économique. A notre sens, le fait de considérer la langue étrangère comme une menace au développement économique semble donc être contradictoire à l'idée soutenue par l'auteur, où il souhaite que le kiswahili soit élevé au rang de la langue officielle au côté du français. Comment l'auteur peut-il continuer à garder le français comme langue officielle alors qu'elle constitue un facteur de sous-développement économique dans la région concernée par son étude ? L'auteur devrait à notre sens, conformément aux données inscrites dans son tableau n°4, plaider pour la suppression du français (0%) comme langue officielle et l'élévation en langues officielles de kiswahili (51,3%) et de lingala (46,7%) (...). La recherche entreprise par Kopa Wa Kopa bien que similaire à celle menée par Kumbatulu,

---

<sup>2</sup> KOPA WA KOPA David (2018), *Langues d'échanges économiques de l'aire frontalière de la RDC dans la Région de Grands Lacs (Approche diglossique)*, Mémoire de D.E.S. en Linguistique Africaines, FLSH, UNIKIS, pp.150-153.

nous semble avoir une valeur ajoutée par le fait qu'elle met l'accent sur l'importance de la variation linguistique (des langues), en fonction du contexte des milieux, dans les échanges économiques.

Julie Berube (2017)<sup>3</sup> a orienté sa réflexion sur langues de négociation et la place du français dans une demande de microfinance pour booster l'entreprise touristique au Québec : Cas des IMF de Québec. Après son investigation, il a abouti aux résultats ci-après : seuls le français et l'anglais sont exigés uniquement pour les candidats sollicitant la microfinance auprès des IMF québécoises pour booster l'entreprise touristique se trouvant dans une phase de ralentissement, de faillite, de cessation de paiement ; alors qu'ailleurs, c'est-à-dire, dans d'autres IMF, seule la langue anglaise est exigée. Cet auteur poursuit que le bilinguisme français-anglais, au sein de cette entreprise, ne pourrait pas être perçu comme un atout pour tous les demandeurs de microfinance du fait qu'ils ne maîtrisent guère tous ces deux langues (le français et l'anglais). La recherche entreprise par Julie Berube tout comme la présente étude, met en exergue la place des langues (français et anglais) dans les relations d'affaires entre les bailleurs de fonds et les entreprises en besoin de financement pour relancer, développer, etc. leurs affaires. Mais la différence entre cet auteur et nous c'est notamment au niveau du milieu et de la population d'étude.

Rémy Boele Bonyafale<sup>4</sup> s'est appesanti sur les langues comme outils de négociation dans l'octroi des crédits entre la SMICO et les microentreprises de la ville de Kisangani. Au terme de sa recherche il a abouti aux résultats suivants : 62% de ses enquêtés soutiennent que les langues contribuent positivement lors de la négociation des crédits en facilitant la compréhension, la négociation, l'entente, la possibilité de signer les accords, la baisse du prix ; et 38% pensent plutôt que les langues contribuent négativement par l'incompréhension lors de la négociation, l'impossibilité de conclure un marché et elles favorisent la hausse du prix. Bien que l'auteur ait arrivé à souligner, aussi bien les conséquences positives, que négatives des langues dans les relations entre la SMICO et ses clients ; ces résultats restent tout de même limités dans la mesure où ils n'indiquent pas les contextes à la base de ces résultats.

Henri Jullien et Bernard Paranque (1995)<sup>5</sup> ont mené une recherche portant sur le « Financement des entreprises et évolution du système financier ». Dans cette réflexion, ils notent que face à la montée des risques et à la dégradation des résultats, les banques se sont montrées particulièrement sélectives vis-à-vis des PME. Soit elles ont largement supprimé les financements de secteurs considérés comme sinistrés (immobilier, BTP, informatique, ...), soit elles n'accordent des crédits qu'avec prudence, indiquent ces auteurs. Pour ce qui concerne les conditions pour

---

<sup>3</sup> BERUBE, J. (2017), *Langues de négociation et la place du français dans une demande de microfinance pour booster l'entreprise touristique au Québec : Cas des IMF de Québec*, Mémoire de master, inédit, Université de Québec.

<sup>4</sup> BOELE B. R. (2020), *Langues comme outils de négociation dans l'octroi des crédits entre la SMICO et les microentreprises de la ville de Kisangani*, Mémoire de licence, inédit, L2 L&AFF., FLSH, UNIKIS.

<sup>5</sup> JULLIEN, H. et PARANQUE, B. (1995), « Financement des entreprises et évolution du système financier », *Revue internationale P.M.E.*, vol. 8, n°s 3-4, p.43-80.

qu'un financier puisse accorder du crédit à une PMI, ces auteurs indiquent que : « la restauration d'un véritable partenariat basé sur la confiance entre banques et entreprises et le partage des risques dans le cadre d'un groupement financier sont la voie la plus sûre pour que les entreprises disposent des financements qui leur sont nécessaires » en France.

La recherche entreprise par Henri Jullien et Bernard Paranke (1995) tout comme la nôtre, touche à la fois à l'importance des PME et au problème relatif aux difficultés d'accès aux ressources financières prêtes dont sont confrontées les PME par rapport aux grandes entreprises. Pour ces auteurs, les banques considèrent cette catégorie d'entreprises comme des partenaires en haut risque. D'où, pour qu'une PME obtienne le financement, elle doit recueillir la confiance de l'IF et être prête de partager avec cette dernière (IF) le risque. Ces critères feront aussi objet des analyses dans la dernière partie de cette étude.

Christian Picory (1995)<sup>6</sup> a mené une recherche sur « Organisation industrielle, degré d'intégration bancaire des PME et analyse du risque ». Dans sa réflexion, l'auteur part du constat selon lequel, en France, le financement bancaire demeure la principale modalité de financement de la dynamique des PME, alors que, selon lui, de récentes études ont montré qu'en matière d'accès aux concours bancaires, ces firmes sont pénalisées en raison, d'une part, de leur taille et, d'autre part, des procédures d'évaluation du risque qui leur seraient défavorables. Pour bien conduire sa réflexion, l'auteur a postulé en termes d'hypothèse ce qui suit : il existerait une relation entre la nature de l'organisation industrielle, définie en fonction de configurations particulières de caractéristiques de l'activité et à laquelle appartiennent la PME, la nature, l'ampleur et l'intensité de l'intégration bancaire de l'activité productive et les divers niveaux de risque (de financement) -rentabilité-solvabilité. A l'issue de son investigation, il conclut en ces termes : le critère de l'organisation institutionnelle constitue un critère pertinent de différenciation du risque de financement. Ce dernier tend principalement à varier en raison inverse par rapport à l'intensité et aux performances des processus innovants et, dans une moindre mesure, en raison directe avec le degré d'exposition à la concurrence. Dans le contexte d'un modèle de « banque-acte », les concours du système bancaire au système productif restent adossés au triptyque *risque-rentabilité-solvabilité*. Sous cette contrainte, chaque catégorie d'organisation industrielle, c'est-à-dire à chaque « classe » de risque structurel, correspond une structure de financement particulière. Donc, l'hypothèse de sa recherche est confirmée.

L'étude de Christian Picory (1995) tout comme la nôtre, bien qu'abordant certains aspects qui lui sont spécifiques, est proche de celle entreprise par Jullien et Bernard Paranke. Car elle considère les PME comme des unités économiques à haut risque : il y a l'incertitude dans le remboursement de fonds empruntés. Cependant, comme les auteurs précédents, nulle part,

---

<sup>6</sup> PICORY, C. (1995), « Organisation industrielle, degré d'intégration bancaire des PME et analyse du risque », *Revue internationale P.M.E.*, vol.8, n°s, p.81-120.

Christian Picory cite spécifiquement la problématique autour de l'institutionnalisation linguistique dans le climat des affaires entre les IMF et les PME à Kisangani.

## **1.2. Les relations de clientèle et climat des relations d'affaires au sein de l'industrie d'accompagnement entrepreneurial**

D'après Psillaki (1996),<sup>7</sup> la banque ou l'IF ou encore l'IMF dans notre contexte, se base uniquement sur une information standardisée sur le client en terme de calcul de probabilité de réussite et exclut, par conséquent, toute compréhension personnalisée. La fidélité et la relation de clientèle au sens d'Okun (1981, cité par Psillaki, 1996),<sup>8</sup> ainsi que la connaissance mutuelle entre partenaire (IF et PME) et la participation aux choix de la firme permettent de surmonter l'incertitude inhérente à toute opération de prêt. Lorsque la banque fonde son jugement sur des données objectives (scoring), elle ne distingue pas les situations passagères de défaut de paiement (manque de liquidité) des situations de dépôt de bilan (situations d'insolvabilité). En cas de difficulté de l'entreprise, la banque cesse ses relations avec elle, tandis que lorsque la banque ou l'IF entretient des relations de long terme d'engagement et de confiance, ces relations l'empêcheront d'interrompre son financement à son client. Il est possible, par ces relations de clientèle et de long terme, d'isoler les diverses étapes qui conduisent une PME du défaut de paiement au dépôt de bilan et d'éviter ce dernier.

Okun poursuit en avançant qu'en raison des coûts « d'évaluation » de la performance, les PME font recours aux banques commerciales régionales, que nous appelons IMF dans le contexte de cette étude, pour se financer. Pour cet auteur, la relation de crédit est fondée sur d'autres principes ou critères que celui de la flexibilité des taux débiteurs. Ainsi, dans ces relations, la banque ou l'IF évite à l'emprunteur ou à la PME dans le contexte de cette étude, les trop grandes fluctuations de taux d'intérêt et en même temps, la banque assure ses clients en cas de restriction monétaire, de les financer au détriment des nouveaux clients. Cette approche se fonde sur la connaissance mutuelle entre les deux partenaires (l'IF et la PME).

Psillaki (1996) démontre à partir des études empiriques que les relations de clientèle permettent aux banques ou aux IF dans notre contexte, de mieux évaluer le risque des emprunteurs. D'après cet auteur, les relations de clientèle contribuent donc à diminuer le rationnement du crédit. Pour le long terme, les banques ou les IF ont aussi intérêt à offrir des contrats de crédit adaptés à la situation des emprunteurs plutôt que des contrats de dettes standard, rigides, ne prenant pas en compte la dimension temporelle et dynamique de la relation de crédit. Psillaki ajoute que les relations de clientèle donnent naissance à une information spécifique. Celle implique une rente

---

<sup>7</sup> PSILLAKI MARIA, LATAPSES, « Rationnement du crédit et PME : Une tentative de mise en relation », *In Revue internationale PME*, Vol. , n°1996, pp. 67-89.

<sup>8</sup> *Ibid.* p.81.

informationnelle qui se traduit par un avantage concurrentiel et un pouvoir de marché des banques sur leurs anciens clients.<sup>9</sup>

## **Section 2 : Analyse du climat des relations de clientèle au sein de l'industrie d'accompagnement des PME à Kisangani**

La présente section nous permet de décrire, d'une part le fonctionnement de la communication linguistique institutionnelle au sein de l'industrie d'accompagnement entrepreneurial à Kisangani, et de démontrer les causes du mauvais climat dans les relations de clientèle entre les IF/IMF et les PME à Kisangani, d'autre part. Pour ce faire, deux points constituent l'essentiel de la présente section : le premier aborde le cadre méthodologique, et le second est axé sur l'analyse des données et présentation des résultats.

### **2.1. Cadre méthodologique de la recherche**

#### **2.1.1. De la collecte des données**

Les données analysées dans les trois tableaux ci-dessous ont été récoltées grâce à la technique d'entretien, qui nous a permis de réaliser 107 entretiens aléatoires en raison de 4 entretiens avec les responsables de services de crédits de quatre (4) IF/IMF, et 103 entretiens avec les propriétaire-dirigeants des PME qui ont été disposées à répondre à nos questions. Ces entretiens se sont déroulés entre la période allant de juillet à octobre 2023.

#### **2.1.2. De l'analyse des entretiens**

Nous avons élaboré notre guide d'entretien en tenant compte du thème principal de notre recherche à savoir la communication linguistique institutionnelle et le climat des relations de clientèle au sein de l'industrie d'accompagnement des PME. De ce thème principal, nous avons relevé les sous thèmes ci-après : la fréquence de communication, le contexte de communication, stratégies et canaux de communication, langue(s) de communication écrites et orale, niveau de compréhension, utilité du français dans les relations de clientèle, maîtrise du français comme atout d'obtenir du crédit, victime du détournement du crédit ou de l'épargne, causes de ce détournement, climat des relations de clientèle et facteurs explicatifs, information des PME sur les offres d'accompagnement, ouverture de compte épargne par les PME, demande et obtention de crédits par les PME, etc.

Pour analyser nos données, nous nous sommes inspiré des trois étapes d'analyse des données de Tessier.<sup>10</sup> Il s'agit de la description, la structuration et l'interprétation. Ainsi, nous avons commencé par le décryptage de nos entretiens contenus dans notre carnet d'entretien, puis regroupé les éléments des réponses de nos interviewés en thèmes et sous-thèmes. Il s'agit de ce

---

<sup>9</sup> PSILLAKI, M., *Op.cit* p.81.

<sup>10</sup>TESSIER, G., *Pratiques de recherche en Sciences de l'éducation*, PUR, 1993, p.122.



que Tessier<sup>11</sup> appelle l'analyse de contenu des discours transcrits. Pour Plaisance,<sup>12</sup> ce qui importe à travers la méthodologie d'analyse de contenu, c'est la façon dont les thèmes sont repérés, comptabilisés et comparés. Dans le cadre de notre recherche, nous avons donc repéré des données des 107 entretiens aléatoires, orientés tant vers les IF/IMF que vers les PME ; que nous avons par la suite classées en catégories et rubriques minimales organisées.

Après avoir décrit et structuré les données, nous avons porté notre analyse sur trois niveaux afin d'arriver à l'interprétation de nos entretiens. Premièrement nous avons relevé les fréquences d'apparition de modalités de nos variables. Les calculs de pourcentages relatifs aux fréquences d'apparition de chaque modalité ont été rendus possibles par le recours à la technique statistique, qui nous a permis de catégoriser ces données en fonction des réactions de nos répondants, afin de les interpréter. Ces données ont été présentées dans trois tableaux.

## 2.2. Analyse des données et discussion des résultats

Pour raison d'économie du texte, nos données sont présentées dans trois (3) tableaux. Le premier analyse les données issues des entretiens que nous avons eu avec 4 IF/IMF (Coopec Le Meilleur Semeur, SMICO, FINCA et FPI), le 2<sup>ème</sup> tableau analyse les données issues des entretiens avec 103 PME que nous avons tiré de manière aléatoire, enfin, le 3<sup>ème</sup> tableau retrace l'opinion des IF et des PME sur leur climat actuel de coopération.

**Tableau n°1 : Analyse des données issues des entretiens avec 4 IF/IMF**

Questions/ Variables	Indicateurs/Modalités	f	%
----------------------	-----------------------	---	---

<sup>11</sup>TESSIER, G. (1993), *Op.cit*, p.122.

<sup>12</sup>PLAISANCE, E., cité par TESSIER, G. Ibid., p. 122.

1. Communiquez-vous avec les PME de Kisangani ?	Régulièrement	3	75
	Assez régulièrement	1	25
2. Dans quels contextes communiquez-vous avec ces PME ?	<b>Total</b>	<b>4</b>	<b>100</b>
	Pendant le lancement de produits ou service	3	75
3. Quelles sont les stratégies et canaux utilisez-vous pour communiquer avec les PME à Kisangani ?	Lors l'étude du dossier de demande du crédit et lors de l'exécution du contrat	4	100
	Les notes de service	4	100
	Les émissions radiotélévisées, les affiches et les panneaux publicitaires, les conférences	3	75
	La communication directe sur les lieux de service de PME	2	50
4. Dans quelle(s) langue(s) vos communications écrites avec les PME sont-elles codées ?	En français	4	100
	En swahili et lingala	2	50
5. Dans quelle(s) langue(s) vos communications orales avec les PME sont-elles codées ?	Français, swahili et lingala	4	100
6. Comment appréciez-vous le niveau de communication des PME en français ?	Bien	1	25
	Assez bien	3	75
	<b>Total</b>	<b>4</b>	<b>100</b>
7. A quoi le français est-elle utile dans vos relations de clientèle avec les PME ?	Faciliter la communication	4	100
	Signature de contrat de crédit	4	100
8. Est-ce que le fait pour une PME de maîtriser le français constitue-t-il un atout dans l'octroi du crédit ?	Oui	0	00
	Non	4	100
9. Avez-vous déjà été victime du détournement de crédits par les PME de Kisangani ?	Oui	3	75
	Non	1	25
	<b>Total</b>	<b>4</b>	<b>100</b>
10. Qu'est-ce qui était à la base de cette situation (détournement de crédits) ?	Sous-informations	2	66,66
	Manque de suivi régulier	1	33,33
	<b>Total</b>	<b>3</b>	<b>100</b>

**Source :** *Entretien avec les IMF, entre juillet et octobre 2023.*

#### ❖ **Présentation et discussion des résultats**

De la lecture du présent tableau, notre analyse est aboutie aux résultats suivants :

Pour ce qui concerne la variable communication des IF/IMF avec les PME, il s'est observé ce qui suit : 75 % des IF/IMF confirment être en communication régulière avec les PME, contre 25 % qui déclare qu'elles communiquent assez régulièrement avec les PME. Donc, les IMF interrogées, sont en communication régulière avec les PME de Kisangani. Concernant la variable contexte de communication entre les IMF et les PME à Kisangani, il ressort ce qui suit : 75 % des IMF déclarent qu'elles communiquent plus aux PME lors du lancement de leurs offres d'accompagnement ; 100 % indiquent être en communication avec les PME lors de l'étude du dossier de demande de crédit et durant la période de contrat du crédit. Pour ce qui est de la variable stratégies et canaux de communication utilisés par les IMF pour communiquer avec les PME à Kisangani, il ressort ce qui suit : 100 % des IMF notent avoir utilisé les notes de service ; 75 % indiquent avoir organisé les émissions radiotélévisées, utilisé les affiches et panneaux

publicitaires, organisé les conférences avec les entrepreneurs ; et 50 % des IMF disent avoir passé dans les installations des PME pour les communiquer les différentes gammes d'offres d'accompagnement qu'elles mettent à leur disposition.

Par rapport la variable langues à travers lesquelles les IMF codent leur communication avec les PME à Kisangani, il s'est observé que trois langues : le français, le swahili et le lingala sont d'usage dans la communication tant orale qu'écrite entre les IMF et les PME à Kisangani. Ainsi, 100 % des IMF indiquent avoir utilisé le français dans leurs communications écrites avec les PME, et 50 % notent avoir recouru en plus du français et aux langues nationales (lingala et swahili). Dans le volet oral, 100 % des IMF indiquent avoir utilisé alternativement le français, le lingala et swahili. Cette variation linguistique se fait en fonction des compétences linguistiques des PME, exprimant les besoins d'accompagnement. L'usage prépondérant du français dans la communication écrite par rapport au swahili et lingala, s'explique par le fait que, le français reste la seule langue officielle utilisée dans les actes officiels ou administratifs en RDC. Quant à ce qui concerne le swahili et le lingala, elles sont utilisées comme langues secondes au coté du français dans les dépliants et affiches publicitaires.

Pour ce qui concerne la question relative au niveau de communication des PME en français, 25 % des IMF confirment que les PME de Kisangani communiquent bien en français ; contre 75 % qui déclarent que ces PME communiquent assez bien en français. Avec ce résultat, et au vue de l'usage officiel ou administratif consacré exclusivement au français, la communication écrite entre les IMF et les PME poserait problème du coté des PME. Bien que les PME de Kisangani aient présentées les difficultés de communiquer par écrit en français, telles que soulignées par les IMF interrogées, ces institutions indiquent tout de même que la maîtrise du français constitue un atout dans le processus d'octroi de crédits, dans la mesure où elle facilite la communication et la signature du contrat de crédit. Cependant, les IMF indiquent que la maîtrise ou la non maîtrise du français par la PME n'influence en rien leur décision s'il faut ou non accorder du crédit à une PME. Le résultat observé ici rejoint celui obtenu par Julie Berube (2017),<sup>13</sup> dans la mesure où ce dernier note dans son résultat que (...) le bilinguisme français-anglais, au sein de cette entreprise, ne pourrait pas être perçu comme un atout pour tous les demandeurs de microfinance du fait qu'ils ne maîtrisent guère tous ces deux langues. Il confirme en partie celui de Rémy Boele Bonyafale<sup>14</sup> qui soutient que les langues contribuent positivement lors de la négociation des crédits en facilitant la compréhension, la négociation, l'entente. Mais est en désaccord avec ce dernier au niveau où il indique que les langues donnent la possibilité de signer les accords, la baisse du prix.

---

<sup>13</sup> BERUBE, J. (2017), Op.cit.

<sup>14</sup> BOELE B. R. (2020), Op.cit.

Par rapport à la variable détournement de crédits par les PME à d'autres fins que celles initialement prévues, 75 % des IMF confirment avoir été victimes de ce comportement ; contre 25 % qui déclarent n'avoir pas encore été victimes de cette situation. Concernant les causes de cette situation, 66,66 % des IF/IMF interrogées soulignent être sous-informées sur les habitudes des affaires réelles du propriétaire-dirigent de la PME au moment de l'étude de dossiers de demande du crédit, et 33,33 % citent l'absence d'un suivi régulier lors de l'exécution du contrat. Donc le non respect par les IF/IMF de la théorie des relations de clientèle.

### 2.2.1. Tableau n°2 : Analyse des données issues des entretiens avec 103 PME

Questions/ Variables	Indicateurs/Modalités	F	%
1. Etes-vous informez sur les offres d'accompagnement des IMF à Kisangani ?	Bien informés	36	34,95
	Assez bien informés	67	65,04
	<b>Total</b>	<b>103</b>	<b>100</b>
2. Qu'est-ce qui justifie votre sous-information de ces offres ?	Manque de sensibilisation régulière	31	46,26
	Inadéquation de stratégies et canaux de communication	22	32,83
	Non maîtrise du français	14	20,89
	<b>Total</b>	<b>67</b>	<b>100</b>
3. Avez-vous un compte épargne dans une IMF à Kisangani ?	Non	62	60,19
	Oui	41	39,80
	<b>Total</b>	<b>103</b>	<b>100</b>
4. Avez-vous déjà sollicité du crédit auprès d'un IF ou d'une IMF à Kisangani ?	Non	64	62,13
	Oui	39	37,86
	<b>Total</b>	<b>103</b>	<b>100</b>
5. Avez-vous déjà bénéficié du crédit auprès d'un IF ou d'une IMF à Kisangani ?	Non	79	76,69
	Oui	24	23,30
	<b>Total</b>	<b>103</b>	<b>100</b>
6. Pourquoi ne sollicitez et ne bénéficiez-vous pas de crédits auprès des IF/IMF opérant à Kisangani ?	Désintéressement des PME	47	45,63
	Conditions difficiles	42	40,77
	Les difficultés des PME à communiquer avec les IMF	14	13,59
	<b>Total</b>	<b>103</b>	<b>100</b>

**Source :** Entretien avec les PME, entre juillet et octobre 2023.

#### ❖ Présentation et discussion des résultats

Pour ce qui concerne la variable information des PME sur les offres d'accompagnement que leur disposent les IMF, il ressort ce qui suit : 34,95 % des PME confirment être bien informées sur le portefeuille d'accompagnement des IMF ; contre 65,04 % qui indiquent être assez bien informées sur cette question. S'agissant de la variable facteurs explicatifs de la sous-information des PME sur les fonctionnalités d'offres d'accompagnement des IMF, sur 67 PME ayant confirmé être sous-informées sur cette question, 46,26 % des PME citent le manque

de sensibilisation régulière ; 32,83 % indiquent l'inadéquation de stratégies et canaux de communication utilisés par les IMF ; et enfin, 20,89 % notent la non maîtrise du français.

Concernant la question relative à l'existence ou non d'un compte épargne du promoteur de l'entreprise auprès d'une IMF, il ressort que 60,19 % des PME indiquent n'avoir pas de compte épargne auprès des IMF ; contre 39,80 % qui confirment avoir ouvert un compte épargne auprès des IMF opérant à Kisangani. Donc, faible culture d'épargne. Pour ce qui est de la variable soumission de demandes de crédits aux IF/IMF par les PME, il ressort que 62,13 % des PME indiquent n'avoir pas sollicité du crédit auprès d'une IMF de la place, contre, 37,86 % qui confirment avoir sollicité du crédit auprès des IMF de Kisangani. Concernant la question de savoir si les PME de Kisangani bénéficient de l'accompagnement financier de la part des IMF opérant sur le marché de Kisangani, 76,69 % des PME indiquent n'avoir pas été bénéficiaires d'un accompagnement financier d'une quelconque IMF, contre 23,30 % qui confirment avoir été bénéficiaires de l'accompagnement financier auprès des IF/IMF opérant à Kisangani. Donc, faible accompagnement des PME par les IMF à Kisangani. Le résultat observé ici est légèrement supérieur à celui obtenu par Christophe Lisungi B. (2022), car selon lui, 18,19% des MPME/MPMI avaient affirmés avoir bénéficié, une seule fois, du crédit auprès des partenaires financiers. Pour ce qui concerne la question de savoir les facteurs conduisant à l'exclusion des PME de l'offre d'accompagnement que leur propose les IF/IMF opérant sur le marché de Kisangani, il ressort ce qui suit : 45,63 % des PME indiquent être désintéressées ; 40,77 % notent les conditions difficiles d'obtention et de remboursement de crédits ; et enfin, 13,59 % soulignent que leurs difficultés à communiquer avec les IF/IMF. Ce résultat bien qu'indiquant d'autres facteurs : le désintéressement des PME et les difficultés de ces dernières à communiquer avec les IF/IMF, se rapporte à celui de Christophe Lisungi B., dans la mesure où il note les conditions difficiles d'obtention et de remboursement de crédits.

### 2.2.2. Tableau n°3 : Climat des relations entre les PME et les IMF à Kisangani

<i>Opinion des PME et IF</i>	<i>Indicateurs</i>	<i>Facteurs explicatifs</i>	<i>f</i>	<i>%</i>
Bon	Forte demande d'ouverture de comptes et de demandes de crédits, attente lors de la signature du contrat de crédit, le respect de remboursement du crédit et des intérêts y relatif, et le renouvellement du crédit et octroi d'autres avantages.	Couverture communicationnelle qui a permis aux PME de s'informer sur les fonctionnalités d'offres d'accompagnement des IMF, et la bonne culture entrepreneuriale	11	10.28

Moins bon	Diminution des demandes d'ouverture de comptes et de demandes de crédits, l'incompréhension lors de la signature du contrat de crédit et le non-respect de remboursement du crédit et des intérêts y relatif, le détournement du crédit par les PME, la saisie de l'hypothèque, et le refus de renouveler le crédit.	Sous-information des PME sur les fonctionnalités d'offres d'accompagnement, les déceptions connues dans le passé par les PME ou l'IF, la mauvaise culture entrepreneuriale, la faible rentabilité des activités des PME et la mauvaise conjoncture économique.	52	48.59
Mauvais	Détournement de leur épargne et la saisie de leur hypothèque par les IF/IMF.	Sous-information des PME sur la nature d'une bonne IMF, et sur l'existence des IMF prédatrices	44	41.12
<b>Total</b>	-		<b>107</b>	<b>100</b>

#### ❖ Présentation et discussion des résultats

Concernant la question relative au climat des relations de clientèle entre les IMF et les PME, les indicateurs et les facteurs explicatifs de ce climat, il ressort ce qui suit : 10.28 % des IMF et PME indiquent qu'elles sont en bon climat des relations de clientèle. Ce climat se caractérise par une forte demande d'ouverture de comptes et de demandes de crédits, une bonne attente lors de la signature du contrat de crédit, le respect de remboursement du crédit et des intérêts y relatif, et le renouvellement du crédit et octroi d'autres avantages. Ce résultat se justifie par une grande couverture communicationnelle qui a permis aux PME de s'informer sur les fonctionnalités d'offres d'accompagnement des IMF, et la bonne culture entrepreneuriale. 48.59 % des IMF et PME soulignent que leur climat des relations de clientèle est assez bon. Ce climat se traduit par la diminution des demandes d'ouverture de comptes et de demandes de crédits, l'incompréhension lors de la signature du contrat de crédit et le non-respect de remboursement du crédit et des intérêts y relatif, le détournement du crédit par les PME, la saisie de l'hypothèque et le refus de renouveler le crédit. Ce résultat s'explique par les préjugés et la sous-information des PME sur les fonctionnalités d'offres d'accompagnement, les déceptions connues dans le passé par les PME suite au comportement de certaines IMF, et la mauvaise culture entrepreneuriale de la part des PME. Enfin, 41.12 %, notent que l'industrie d'accompagnement entrepreneurial de Kisangani acquise un mauvais climat dans les relations de clientèle entre les IF/IMF et les PME. Ce climat se traduit par le détournement de l'épargne et la saisie des hypothèques des PME par les IF/IMF. Ce résultat s'explique par la sous-information des PME sur la nature d'une bonne IMF, et sur l'existence des IMF prédatrices.

#### Conclusion

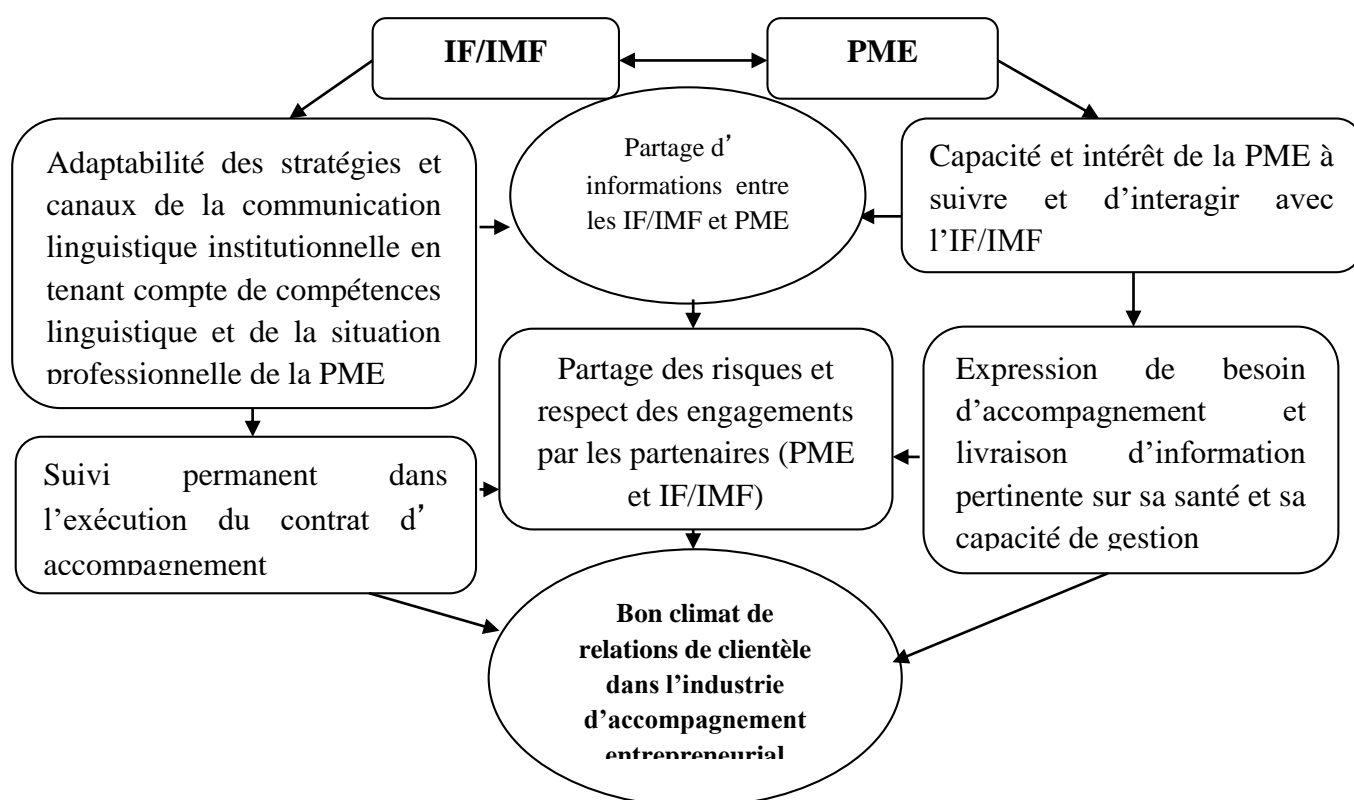
Au terme de notre réflexion qui a porté la « Communication linguistique institutionnelle et climat des relations de clientèle dans l'industrie d'accompagnement entrepreneurial à Kisangani, en RDC », nous rappelons ici que la présente analyse est partie du constat selon lequel l'industrie d'accompagnement entrepreneurial de Kisangani acquise un climat

des relations de clientèle assez bon. Un climat caractérisé par les abus notamment le détournement de crédits et le non respect dans le remboursement de fonds par les PME, le détournement de l'épargne des PME par certains IF. Cette situation conduit d'un coté les IF à devenir de plus en plus sélectifs face à l'accompagnement des PME par le durcissement des conditions d'octroi ou de renouvellement du crédit. Du coté des PME, elles sont devenues de plus en plus désintéressées aux offres d'accompagnement que leur présentent les IF/IMF. En effet, nous pensons que la faible culture de communication linguistique institutionnelle basée sur les relations de clientèle est à la base de cette situation.

A l' issue de nos analyses, nous avons noté les principaux résultats ci-après :

- 10.28 % des IMF et PME indiquent qu'elles sont en bon climat des relations de clientèle. Ce climat se caractérise par une forte demande d'ouverture de comptes et de demandes de crédits, une bonne attente lors de la signature du contrat de crédit, le respect de remboursement du crédit et des intérêts y relatif, et le renouvellement du crédit et octroi d'autres avantages. Ce résultat se justifie par une grande couverture communicationnelle qui a permis aux PME de s'informer sur les fonctionnalités d'offres d'accompagnement des IMF, et la bonne culture entrepreneuriale.
- 48.59 % des IMF et PME soulignent que leur climat des relations de clientèle est assez bon. Ce climat se traduit par la diminution des demandes d'ouverture de comptes et de demandes de crédits, l'incompréhension lors de la signature du contrat de crédit, le non-respect de remboursement du crédit et des intérêts y relatif, le détournement du crédit par les PME, la saisie de l'hypothèque et le refus de renouveler le crédit. Ce résultat s'explique par les préjugés et la sous-information des PME sur les fonctionnalités d'offres d'accompagnement, les déceptions connues dans le passé par les PME suite au comportement de certaines IMF, et la mauvaise culture entrepreneuriale des PME.
- Enfin, 41.12 %, notent que l'industrie d'accompagnement entrepreneurial de Kisangani acquise un mauvais climat dans les relations de clientèle entre les IF/IMF et les PME. Ce climat se traduit par le détournement de l'épargne et la saisie des hypothèques des PME par les IF/IMF. Ce résultat s'explique par la sous-information des PME sur la nature d'une bonne IMF, et sur l'existence des IMF prédatrices.

Au regard à ces résultats, nous proposons le modèle suivant pour améliorer le climat des relations de clientèle au sein de l'industrie d'accompagnement entrepreneurial.



**Figure n°1** : *Modèle pour l' amélioration du climat des relations de clientèle dans l'industrie d'accompagnement entrepreneurial.*

Le modèle présenté ici démontre comment les partenaires de l'industrie d'accompagnement entrepreneurial (IF/IMF et PME) doivent orienter leurs actions afin de faire aboutir leur coopération. Constitué à partir de l'identification de certains facteurs (l'institutionnalisation du français comme langue de communication et d'administration, l'insuffisance et l'inadaptabilité des stratégies et canaux de communication), qui minent les relations d'affaires entre les IMF et les PME à Kisangani, en occasionnant la sous-information par les PME des fonctionnalités d'offres d'accompagnement des IMF ; les difficultés des PME à communiquer avec les IMF ; le désintéressement des PME aux offres d'accompagnement des IMF, le comportement du hasard moral entre les partenaires (détournement du crédit par les PME et de l'épargne par les IF/IMF), etc. traduisant ainsi le mauvais climat d'affaires entre les PME et les IMF à Kisangani.

Le présent modèle se fonde sur sept (7) fonctions : deux (2) pour l'IMF, deux (2) pour la PME, et trois (3) concurremment partagées par ces deux parties prenantes. L'IMF est appelée à plus d'adaptabilité des stratégies et canaux de la communication linguistique institutionnelle en tenant compte de compétences linguistique et de la situation professionnelle de la PME, et d'assurer le suivi permanent dans l'exécution du contrat d'accompagnement. De sa part, la PME est conviée de faire preuve de la capacité et d'intérêt de suivre et d'interagir avec l'IMF, d'exprimer ses besoins d'accompagnement en livra une information pertinente sur sa santé



et sa capacité de gestion. L'accomplissement de ces 4 fonctions permettrait le partage d'informations entre les partenaires de l'industrie d'accompagnement entrepreneurial. La 6<sup>ème</sup> fonction appelle les partenaires à partager les risques et au respect réciproque des engagements. Enfin, l'observation par les partenaires de ces six (6) fonctions conduirait au bon climat des relations de clientèle au sein de l'industrie d'accompagnement entrepreneurial.

### **Bibliographie**

- BERUBE, J., *Langues de négociation et la place du français dans une demande de microfinance pour booster l'entreprise touristique au Québec : Cas des IMF de Québec*, Mémoire de master, inédit, Université de Québec, 2017.
- BOELE B. R., *Langues comme outils de négociation dans l'octroi des crédits entre la SMICO et les microentreprises de la ville de Kisangani*, Mémoire de licence, inédit, L2 L&AFF., FLSH, UNIKIS, 2020.
- JULLIEN, H. et PARANQUE, B. (1995), « Financement des entreprises et évolution du système financier », *Revue internationale P.M.E.*, vol. 8, n°s 3-4, p.43-80.
- KOPA WA KOPA David, *Langues d'échanges économiques de l'aire frontalière de la RDC dans la Région de Grands Lacs (Approche diglossique)*, Mémoire de D.E.S. en Linguistique Africaines, FLSH, UNIKIS, 2018.
- KUMBATULU Sita, Charles, « Langues d'échanges économiques en Province Orientale : Une étude diglossique », *In Annales-Unikis*, 2013, pp.5-12.
- PICORY, C. (1995), « Organisation industrielle, degré d'intégration bancaire des PME et analyse du risque », *Revue internationale P.M.E.*, vol.8, n°s, p.81-120.
- PSILLAKI Maria, Latapses, « Rationnement du crédit et PME : Une tentative de mise en relation », *In Revue internationale PME*, Vol. , n°1996, pp. 67-89.
- TESSIER, G., *Pratiques de recherche en Sciences de l'éducation*, PUR, 1993.