

K. BEN SALEM

Image des banques auprès des grandes entreprises

Les cahiers de l'analyse des données, tome 13, n° 4 (1988),
p. 431-438

http://www.numdam.org/item?id=CAD_1988__13_4_431_0

© Les cahiers de l'analyse des données, Dunod, 1988, tous droits réservés.

L'accès aux archives de la revue « Les cahiers de l'analyse des données » implique l'accord avec les conditions générales d'utilisation (<http://www.numdam.org/conditions>). Toute utilisation commerciale ou impression systématique est constitutive d'une infraction pénale. Toute copie ou impression de ce fichier doit contenir la présente mention de copyright.

NUMDAM

Article numérisé dans le cadre du programme
Numérisation de documents anciens mathématiques

<http://www.numdam.org/>

IMAGE DES BANQUES AUPRÈS DES GRANDES ENTREPRISES

[IMAGE BANQUES]

K. BEN SALEM*

1 Origine des données analysées

Dans son numéro du 4 Juillet 1988, l'hebdomadaire *Option Finance* publie quelques résultats d'une enquête téléphonique effectuée par *Phone Impact* auprès des directeurs financiers de 200 entreprises, choisies parmi celles que le périodique *L'Expansion* donne pour être les 800 premières entreprises françaises, en terme de chiffre d'affaires. Le thème de l'enquête était:

Entreprises, parlez-nous de vos banquiers.

Plus exactement, chaque entreprise n'était pas interrogée sur les services offerts par la banque même dont elle est le client, mais devait répondre à un questionnaire couvrant l'ensemble des aspects des services bancaires, en désignant, pour chaque aspect, la banque jugée la plus performante.

Il y aurait sans doute bien des comparaisons à faire entre l'activité spécifique d'une entreprise, la banque dont elle est cliente et les palmes qu'elle distribue à cette banque ou à ses concurrentes... Nous devons nous borner à analyser le tableau de correspondance que permettent de remplir les résultats numériques publiés par *Option Finance*.

Les dix lignes de ce tableau renferment chacune le bilan des réponses à une question telle que:

Quelle banque a la meilleure image auprès des entreprises?

Puisque le libellé exact de chaque question est introduit en commentaire, après le sigle abrégatif (tel que IMAG), dans le tableau que nous publions, il est inutile de nous répéter ici.

(*) Faculté des Sciences de Tunis.

Enquête Option Finance: Les banquiers ont-ils la cote; 4-7-88
 Du trente Mai au neuf Juin, Phone Impact a interrogé deux cents directeurs financiers. Questions: Quelle est la banque qui...

11	Lyon	BNP	SGen	PaBa	Suez	CCF	CAgr	CIC	BPop	Autr	????
IMAG	a la meilleure image auprès des entreprises										
IMAG	240	170	75	175	55	85	35	10	15	10	125
TAUX	offre les taux les plus compétitifs en matière de concours bancaires										
TAUX	195	145	110	45	45	55	85	20	25	20	255
RAPI	accorde des concours bancaires avec le plus de rapidité										
RAPI	200	165	155	85	50	55	20	20	30	40	180
REND	offre les meilleurs rendements en matière de gestion de portefeuille										
REND	65	110	70	90	55	40	30	10	0	35	495
RAPR	est la plus performante dans le domaine du rapprochement d'entreprises										
RAPR	125	100	60	260	140	55	15	5	5	30	205
EURO	est la plus présente sur les euromarchés										
EURO	235	265	115	85	70	25	25	15	0	35	130
EXTR	apporte le plus de soutien aux entreprises en matière de commerce extérieu										
EXTR	280	210	115	30	55	45	25	10	0	120	110
EMIS	propose les montages les plus astucieux en matière d'émission										
EMIS	105	85	85	170	130	80	30	10	0	40	265
RELA	est la plus performante dans ses relations avec la clientèle										
RELA	245	120	180	70	50	85	25	40	40	60	85
COMU	communication: fait le mieux connaître sa gamme de produits et techniques										
COMU	285	130	115	80	70	120	25	0	20	30	125

Tableau des données de l'enquête

Le choix des colonnes suivant lesquelles sont ventilées les réponses est plus complexe. Faute de pouvoir considérer toutes les banques qui ont pu être citées, éventuellement une seule fois, *Option Finance* ne cite explicitement que 9 banques dont nous donnons, *in extenso*, les noms, d'ailleurs aisément reconnaissables sous les sigles:

{Lyon, Crédit Lyonnais; BNP; PaBa, Paribas; SGen, Société Générale; CCF; Suez, Indosuez; CAgr, Crédit Agricole; CIC; BPop, Banque Populaire}.

Les autres banques citées sont cumulées dans la colonne **Autr**; de plus notre sigle **????** reprend la rubrique "sans opinion" de l'article: il s'agit en fait des cas où le dirigeant interrogé n'a pas trouvé de banque particulière représentant de façon satisfaisante la qualité considérée.

De façon précise, on lit à l'intersection de la ligne EURO et de la colonne PaBa le nombre 85, ce qui signifie que 8.5% des dirigeants interrogés ont désigné Paribas comme la banque la plus présente sur les euromarchés. Et à l'intersection de la même ligne et de la colonne **????** on trouve 130, parce que 13% des sujets n'ont pas donné de banque "la plus présente". Il s'agit, évidemment, de pourcentages arrondis.

2 Intelligence des résultats et tableaux analysés

L'article s'ouvre sur l'image d'un podium olympique. Le lion du *Crédit Lyonnais* trône avec le numéro 1; entre *BNP*, numéro 2, et *Paribas*, numéro 3; la

Société Générale, décalée d'une marche, n'a que le 4. Il s'impose en effet de tenter d'extraire de l'ensemble des réponses un classement moyen. Les réponses à chaque question sont ensuite commentées en particulier, en tenant compte des caractères propres à chaque banque. L'auteur - Dominique Mariette - conclut en soulignant qu'"il ne suffit pas qu'une banque investisse des sommes folles dans de très beaux spots publicitaires... Il faut, pour compléter les déploiements d'esthétisme, un travail constant sur le terrain..." Ainsi est opportunément posé un problème typologique: les banques ne diffèrent pas seulement quant au niveau global de leur succès; elles rendent, plus ou moins bien, divers services.

Du point de vue de l'analyse des correspondances, le tableau de pourcentages présenté au §1 donne dans chaque colonne le profil d'une banque sur l'ensemble des avantages considérés; une banque rarement citée pourrait avoir même profil que la banque la plus généralement appréciée. Formellement, le problème ne diffère pas de celui des images des candidats à la présidence de la République, décrits par les réponses de leurs partisans (cf. CAD, Vol XIII, n°2, 1988; pp. 239-246): deux candidats dont la clientèle n'est pas de même taille, peuvent être appréciés comme réalisant la même image idéale.

On a donc analysé le tableau brut $Q \times B$ (Qualités \times Banques). Aucune colonne n'a été mise en supplémentaire: car la colonne Autr représente l'image moyenne de la satisfaction que peuvent apporter les institutions bancaires les moins en vue auprès des dirigeants d'entreprise; et nous croyons que ??? offre un bilan intéressant des déceptions que l'institution bancaire dans son ensemble laisse subsister dans sa clientèle...

De notre analyse de $Q \times B$, fondée sur la notion de profil, on ne peut attendre aucune note globale du succès des banques, aucun classement de premier à dernier. Or il vaut la peine de définir un tel classement, non par un simple calcul de moyenne, dont le résultat dépend des pondérations relatives accordées aux divers services objet des dix questions posées, mais par une analyse multidimensionnelle intégrant dans une seule représentation géométrique les différences de niveau entre banques et les différences de spécialisation.

Pour intégrer dans le profil de la colonne d'une banque b , le poids absolu des succès de celle-ci, et non seulement leurs proportions relatives, on songe d'abord à adjoindre à chaque ligne q , afférente à une question, une ligne complémentaire q' , donnant le pourcentage des sujets n'ayant pas attribué à b la qualité q : par exemple (si on donne à q' le même sigle qu'à q , mais en minuscules) on aura:

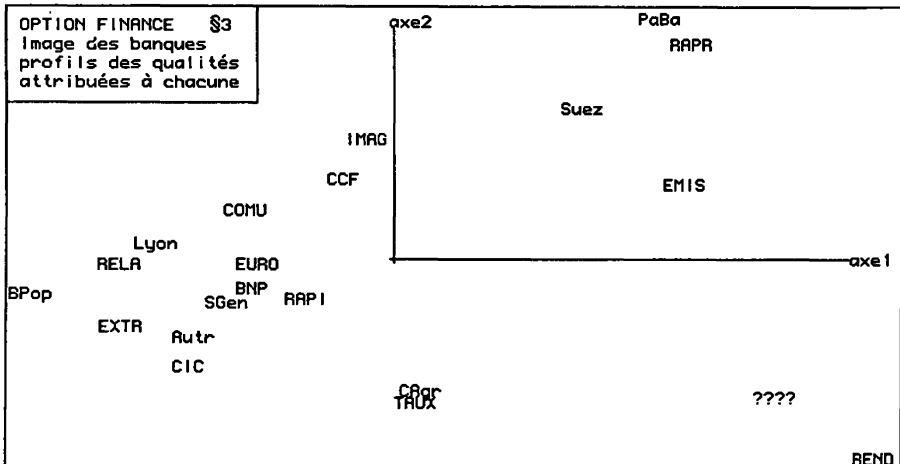
$$k(\text{EURO}, \text{PaBa}) = 85 ; k(\text{euro}, \text{PaBa}) = 915.$$

L'analyse du tableau à 20 lignes et 11 colonnes ainsi créé fournit en effet un premier axe sur lequel les qualités positives q (IMAG, TAUX,...) s'opposent aux qualités négatives q' (imag, taux,...); avec, pour les banques un classement

de fort (associé à q) à faible (associé à q'), qui est exactement celui du podium d'*Option Finance*. Le plan (2,3) suggère ensuite une typologie de B apparentée à celle que montre le plan (1,2) issu de l'analyse du tableau brut à 10 lignes (non dédoublées). Ainsi se trouvent bien intégrées, en une seule représentation, performance globale et spécialisation.

Cependant, dans le tableau ainsi dédoublé, le total des 11 éléments d'une ligne b est 1000 (puisque'il s'agit d'un bilan exprimé en millièmes); tandis que le total d'une ligne b' est 10000; ce déséquilibre se manifeste par le fait que, sur les graphiques, les point b', plus pesants, sont accumulés à proximité du centre. On peut corriger ce déséquilibre en divisant par 10 les lignes b'. Une autre possibilité est de mettre, au lieu du bloc des 10 ligne b', une seule ligne, constante, destinée à servir, en quelque sorte, de contreponds à l'ensemble des modalités b. Le total de l'ensemble des lignes b étant 10000, on a mis dans chaque case de la ligne constante (désignée par le sigle "**") la valeur 900, ce qui donne un total de 9900.

Il est vrai que, de ces divers codages, chacun est justifiable, mais aucun ne s'impose. Fort heureusement, les résultats obtenus concordent. La figure est seulement plus claire et plus équilibrée dans le cas où il y a une seule ligne * en contreponds. Nous publions donc les résultats de l'analyse du tableau à 11 lignes.



3 Analyse du tableau brut $Q \times B$ non dédoublé

Les taux afférents aux valeurs propres 1 et 2 autorisent à fonder l'interprétation sur l'examen du plan (1,2). Le nuage revêt une forme triangulaire. À l'extrémité négative de l'axe 1 s'accumulent les avatages EXTR,

Enquête Option Finance: Les banquiers ont-ils la cote; 4-7-88

trace : 2.428e-1

rang :	1	2	3	4	5	6	7	8	9	
lambda :	1128	578	305	183	120	68	32	12	2	e-4
taux :	4648	2380	1256	753	494	280	132	48	9	e-4
cumul :	4648	7028	8284	9037	9531	9811	9943	9991	10000	e-4

SIGI	QLT	PDS	INR	F 1	CO2	CTR	F 2	CO2	CTR	F 3	CO2	CTR	F 4	CO2	CTR
IMAG	891	100	52	-61	30	3	250	493	107	65	33	14	205	334	230
TAUX	834	100	74	7	0	0	-297	489	153	190	199	118	162	145	144
RAPI	560	100	26	-140	306	17	-81	103	11	89	123	26	-42	28	10
REND	981	100	244	641	693	364	-411	285	292	-38	2	5	-29	1	5
RAPR	976	100	149	388	414	133	444	545	342	-63	11	13	-46	6	12
EURO	838	100	68	-207	260	38	-11	1	0	-245	365	197	187	213	191
EXTR	953	100	134	-391	469	135	-139	60	34	-347	371	396	-133	54	97
EMIS	920	100	82	379	722	127	156	122	42	-6	0	0	-122	75	81
RELA	947	100	110	-393	580	137	-11	0	0	236	210	183	-204	157	228
COMU	520	100	60	-224	345	45	102	71	18	121	100	48	23	4	3

SIGJ	QLT	PDS	INR	F 1	CO2	CTR	F 2	CO2	CTR	F 3	CO2	CTR	F 4	CO2	CTR
Lyon	941	198	107	-346	907	209	33	8	4	-9	1	1	57	25	35
BNP	932	150	75	-206	353	57	-60	30	9	-197	323	192	165	225	223
SGen	855	108	49	-249	561	59	-88	71	15	110	110	43	-112	114	74
PaBa	968	109	171	344	311	114	499	655	470	8	0	0	26	2	4
Suez	856	72	60	238	278	36	314	484	123	-89	39	19	-105	54	44
CCF	599	65	45	-84	42	4	165	163	31	250	372	132	-61	22	13
CAgr	569	32	45	16	1	0	-272	213	40	218	137	49	275	218	131
CIC	503	14	32	-294	156	11	-220	87	12	318	181	46	-210	79	34
BPop	929	14	60	-511	244	31	-71	5	1	846	668	317	-113	12	9
Autr	946	42	81	-292	182	32	-161	55	19	-381	309	200	-434	400	433
????	994	198	275	505	754	446	-285	240	277	12	0	1	-6	0	0

soutien au commerce EXTéRieur, RELAtions avec la clientèle, suivis de EUROmarchés et COMMunication; à quoi s'associent trois des quatre banques les mieux cotées, Lyon, BNP et SGen, mais aussi des institutions rarement citées: BPopulaire, CIC et Autre.

Dans le quadrant (F1>0,F2>0) on a le sommet RAPpRochement d'entreprises, avec la banque PaBa, suivie d'IndoSuez; et, à quelque distance les compétences en matière d'EMISSion; aucune banque mineure ne peut prétendre à une telle activité dont les spécialistes sont connus de tous.

Enfin dans le quadrant (F1>0,F2<0) se signale le troisième sommet: RENDement. Si l'on se souvient que dans la ligne REND le poids de la réponse ???? approche de 50%, on sera porté à conclure qu'aucune banque ne donne en cette matière pleine satisfaction à sa clientèle! Le profil du Crédit Agricole, avec l'appréciation des TAUX, occupe toutefois une position intermédiaire, sur la base du triangle, entre EXTR et REND.

Au-delà du plan (1,2) nous nous contenterons de noter, sur l'axe 3, l'opposition entre BPop et les deux compétences EXTR et EURO qui ne lui sont attribuées par personne.

4 Analyse avec une ligne constante en contrepoids

Dans chaque colonne b, la ligne * a la même valeur (fixée à 900, comme on l'a expliqué au §2); sur le profil de b, la modalité * a donc d'autant moins d'importance qu'est plus faible le total des modalités q, c'est-à-dire, en bref, le prestige de la banque b auprès des dirigeants d'entreprise. La modalité * s'oppose donc aux banques les mieux notées. Corrélativement les modalités positives q, associées à ces banques, doivent s'opposer à *. Sur le listage

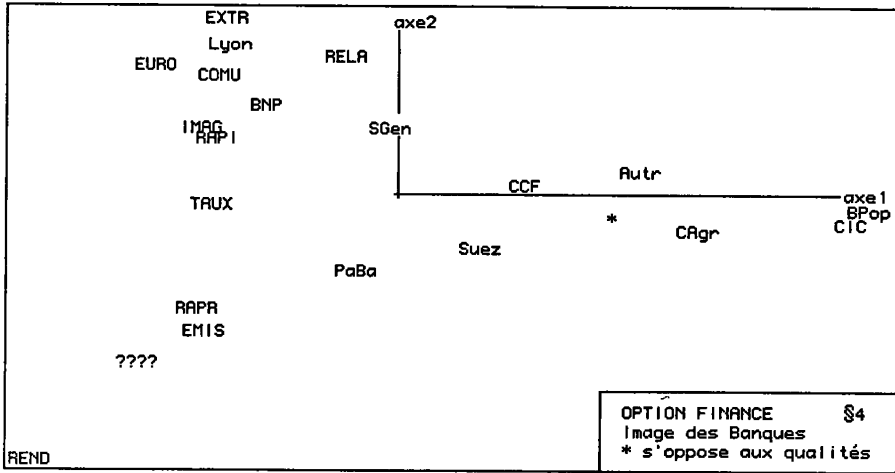
Enquête Option Finance: Les banquiers ont-ils la cote; 4-7-88

trace : 2.595e-1
rang : 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
lambda : 1377 685 306 97 63 39 15 9 2 1 e-4
taux : 5307 2642 1180 372 244 150 60 34 7 3 e-4
cumul : 5307 7949 9129 9502 9746 9896 9956 9990 9997 10000 e-4

SIGI	QLT	PDS	INR	F 1	CO2	CTR	F 2	CO2	CTR	F 3	CO2	CTR	F 4	CO2	CTR
IMAG	849	50	54	-359	462	47	178	114	23	-273	267	122	43	7	10
TAUX	837	50	46	-340	489	42	-29	3	1	273	314	122	86	31	38
RAPI	845	50	32	-330	659	40	150	135	16	85	44	12	33	6	6
REND	995	50	203	-647	400	153	-706	476	366	354	120	206	-5	0	0
RAPR	990	50	95	-363	268	48	-306	191	69	-505	519	419	-76	12	30
EURO	940	50	75	-437	492	70	341	300	85	15	1	0	-240	148	299
EXTR	890	50	83	-316	234	36	467	512	160	167	66	46	-183	79	174
EMIS	933	50	61	-352	393	45	-362	417	96	-194	120	62	27	2	4
RELA	850	50	40	-117	65	5	366	642	98	31	5	2	170	138	150
COMU	937	50	55	-328	378	39	316	350	73	-68	16	8	234	193	285
*	1000	498	256	362	985	475	-42	13	13	11	1	2	-9	1	4

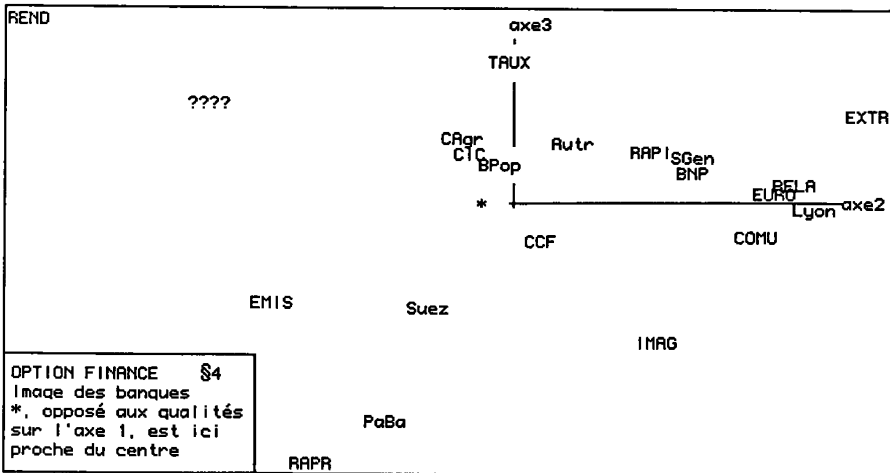
SIGJ	QLT	PDS	INR	F 1	CO2	CTR	F 2	CO2	CTR	F 3	CO2	CTR	F 4	CO2	CTR
Lyon	989	145	145	-309	368	100	396	602	330	-14	1	1	69	18	70
BNP	942	121	72	-241	378	51	235	358	97	56	20	12	-169	186	356
SGen	656	100	28	-43	26	1	178	436	46	86	102	24	82	92	69
PaBa	982	100	91	-100	42	7	-203	175	60	-423	762	585	-24	3	6
Suez	826	81	29	109	128	7	-143	217	24	-203	442	110	-60	39	31
CCF	890	78	26	192	425	21	22	5	1	-74	63	14	186	396	277
CAgr	873	61	67	472	786	99	-95	32	8	125	55	31	4	0	0
CIC	987	52	113	733	958	204	-78	11	5	93	16	15	-39	3	8
BPop	982	52	118	753	962	214	-43	3	1	72	9	9	67	8	24
Autr	784	66	59	377	618	69	60	15	3	114	57	28	-147	94	149
???	1000	145	253	-464	475	226	-449	443	424	190	80	171	23	1	8

comme sur le graphique du plan (1,2) on constate en effet que cette opposition détermine l'axe 1 et fait de celui-ci une échelle de notoriété conforme au classement publié par *Option Finance*. La corrélation (au carré) entre * et l'axe 1 est de 985; et les contributions CTR à la création de l'axe 1 se partagent à peu



près également entre * (CTR= 475) et les modalités positives q. Sur les axes de rang supérieur à 1, la modalité * se projette très proche de l'origine, donc du centre de gravité de l'ensemble des modalités positives. On notera sur le listage que la qualité de la représentation de * sur l'espace des axes 1 à 4 est 1000.

Sur l'axe 1, il apparaît incontestable que la première place appartient au Crédit Lyonnais, suivi de la BNP; ces deux banques ont des profils assez voisins pour que la comparaison entre elles soit facile. Il est plus embarrassant



d'attribuer la troisième place; car s'il est vrai que l'ordre du premier axe s'accorde avec les calculs de moyenne pour placer PariBas un peu avant la Société Générale, il faut avant tout remarquer que, tandis qu'entre {Lyon, BNP, SGen} les différences de profil sont faibles, l'activité perçue et reconnue de PariBas se réalise ailleurs; ainsi que permet de le préciser l'examen du plan (1,3), (conforme au plan (1,2) commenté au §3).

Nous retrouvons une disposition triangulaire: PaBa et Suez associés à RAPpRochements et EMISsions; RELations, COMmUnications EUROmarchés avec Lyon, BNP et SGen; et le RENDement, rêve inaccessible réalisé dans quelque banque inconnue ?????. Une relative proximité entre CAgr et TAUX, voire RENDement, se confirme, et peut se lire *a posteriori* sur le tableau des données. La place des autres banques rarement citées est incertaine.

5 Conclusions: diversité des clientèles

Le point de vue d'un épargnant n'est pas celui d'un dirigeant financier; les dirigeants eux-mêmes apprécient les services d'une banque selon le volume et le caractère de leurs activités propres; les commentaires de Dominique Mariette tiennent bon compte de ces différences, sans toutefois renfermer la matière d'un tableau analysable. Le but du présent article était de donner une vue synthétique des institutions bancaires considérées non seulement quant à leur niveau, mais quant à leur orientation.

Référence Bibliographique

Dominique Mariette: Image, Images... in *Option Finance*, n° 23, 4 Juillet 1988; pp. 20-25.