

## **Microcrédit et performance des PME Congolaises : Rôles modérateurs de la réputation et l'innovation perçues**

### **Microcredit and performance of Congolese SMEs: Moderating roles of perceived reputation and innovation**

**KIAYIMA KITENGIE Jules**

Doctorant

Faculté d'Administration des Affaires et des Sciences Economiques

Université Protestante au Congo

République Démocratique du Congo

Centre de Recherche en Economie Financière Appliquée (CREFA)

**MPEREBOYE MPERE Seblon**

Enseignant-chercheur

Université Protestante au Congo

République Démocratique du Congo

Centre des Recherches Interdisciplinaires sur la Gestion et le Développement (CRIGED)

**MUKALALIRYA KAMBALE Bernard**

Enseignant-chercheur

Haute Ecole de Commerce de Kinshasa

République Démocratique du Congo

Centre des Recherches Interdisciplinaires sur la Gestion et le Développement (CRIGED)

**ALYAHOBE OSEA Guillain**

Doctorant

Faculté des sciences économiques et de gestion

Université du Burundi

Burundi

Chercheur au Centre Universitaire de Recherche pour le Développement Economique et Social (CURDES)

**Date de soumission :** 02/06/2025

**Date d'acceptation :** 19/08/2025

**Pour citer cet article :**

KIAYIMA K. J. et al. (2025). «Microcrédit et performance des PME Congolaises : Rôles modérateurs de la réputation et de l'innovation perçues », Revue Internationale des Sciences de Gestion « Volume 3 : Numéro 28 » pp : 1776 - 1803

## **RESUME**

Dans le débat sur le microcrédit des PME, cette étude teste les rôles de la réputation et innovation perçues dans la relation entre le microcrédit et performance. A l'aide d'un guide d'entretien et d'un questionnaire d'enquête, les données recueillies auprès de 419 PME ont été traitées en recourant à l'analyse de régression hiérarchique et à la modélisation par équations structurelles. Les résultats indiquent une relation positive entre le microcrédit et la performance. Ils montrent aussi que le microcrédit en interaction avec l'innovation influence la performance. Ceci confirme la pertinence des entrepreneurs à redéfinir leurs stratégies financières pour appuyer les opportunités d'innovation tributaires de la performance.

**Mots clés :** Microcrédit, performance, innovation, réputation, PME Congolaises

## **ABSTRACT**

In the debate on SME microcredit, this study tests the roles of perceived reputation and innovation in the relationship between microcredit and performance. Using an interview guide and a survey questionnaire, data collected from 419 SMEs were analyzed using hierarchical regression analysis and structural equation modeling. The results indicate a positive relationship between microcredit and performance. They also show that innovation, in interaction with microcredit, influences performance. This confirms the relevance of entrepreneurs redefining their financial strategies to support innovation in order to transform into performance.

**Keywords:** Microcredit, performance, innovation, reputation, Congolese SMEs

## Introduction

Les études définissent souvent le microcrédit comme un financement destiné à des entrepreneurs en difficulté qui souhaitent augmenter considérablement leur capacité de production ou développer leurs entreprises (Messomo, 2017 ; Jalhare, 2025). Il est la composante du prêt de microfinance (Adnan et Kumar, 2021 ; Dada et al., 2023). L'importance du microcrédit dans les affaires est dictée par trois arguments. Primo, il permet de financer les approvisionnements pour répondre aux besoins des clients (Merroun et Hamiche, 2022 ; Bounechada, 2023). Secundo, il permet aux entrepreneurs de répondre aux exigences opérationnels de financement et d'augmentation des revenus futurs (Luthfiah et al., 2024). Tertio, le microcrédit permet également aux entrepreneurs de maintenir l'équilibre de liquidité saine et améliorer leur trésorerie afin d'accéder à une gamme de transactions de marché plus large et améliorer la performance des PME (Hansen et al., 2021 ; Musa et al., 2022 ; Osotimehin et al., 2024). Dans cette perspective, il est plausible que l'accès au microcrédit par l'entrepreneur augmente la performance des PME.

Trois arguments justifient l'importance de cette étude. Premièrement, les PME jouent un rôle important dans les économies des pays. Elles contribuent plus de 60% de l'emploi dans les économies développées (Odode et al., 2025), environ 55% du PIB des pays d'Afrique subsaharienne (Banque Africaine de développement, 2020) et 60% de l'emploi en RDC (World Bank, 2019). Deuxièmement, la plupart des projets des PME échouent par manque des ressources financières suffisantes capables d'améliorer leur production pour résister dans un environnement plus compétitif et complexe. En effet, Mandiangu (2025), confirme que la RDC occupe la 183<sup>ème</sup> position sur 190 pays dans l'amélioration du climat des affaires. En conséquence, cette situation entraîne une faible performance (Ngagne, 2020) et peut conduire à la faillite de certaines PME (Kiyayima, 2021). Troisièmement, la couverture géographique des institutions de microfinance est inégale répartie et se focalise à Kinshasa, Nord-Kivu et Sud-Kivu, regroupant à elles seules près de 70% des institutions (Ministère des Finances-RDC, 2023). En 2019, sur 102 IMF opérationnelles en RDC, le Nord-Kivu et le Sud-Kivu avaient plus de la moitié de ces institutions (57 IMF) représentant 55,9 % de l'ensemble des IMF du pays (World Bank, 2019). A cela, il y a lieu de chercher à connaître si la performance des PME à Goma et Bukavu est tributaire de microcrédit.

Dans cette perspective, il s'avère de se questionner : Comment le microcrédit induit-t-il la performance des PME de Goma et Bukavu ? Ceci entraîne questionnements subsidiaires: (1) Quelle est la nature de la relation entre microcrédit avec la réputation et la performance? (2)

Quelle est la nature de la relation entre microcrédit avec l'innovation et la performance ? L'objectif de cette étude est double : (a) tester la nature des relations existant entre le microcrédit et la performance des PME, (b) vérifier si la réputation et l'innovation peuvent tempérer ou amplifier cette relation. La littérature actuelle peine à établir de façon claire et robuste, le lien entre le microcrédit et la performance modéré par la réputation et l'innovation de l'entreprise. Les études qui existent, à ce jour, peuvent être groupées en trois catégories. Les premières s'intéressent à développer des modèles théoriques de cause à effet entre la microfinance et la performance (Ekpe et al., 2010 ; Westover, 2008 ) sans pour autant chercher à les tester empiriquement. Les deuxièmes études se concentrent sur la relation entre l'opportunité entrepreneuriale, la microfinance et la performance des PME (Haguma et al., 2019 ; Kouame, 2021) sans développer une échelle qui traduit la perception du microcrédit des IMF par les emprunteurs. Les troisièmes recherches ont analysé les relations entre la valeur perçue du microcrédit, l'innovation et la performance des PME (Tchingnabe et Vangvaïdi, 2019 ; Sarfo et al, 2024) sans intégrer les variables socioprofessionnelles dans le modèle conceptuel de recherche, afin d'analyser leurs effets modérateurs.

La présente étude veut combler ce gap. Elle apporte deux contributions majeures. Premièrement, cette étude adopte une approche globalisante dans la mesure du microcrédit. Si les études ont analysé le potentiel heuristique de la valeur perçue du microcrédit et la satisfaction des clients (Tchingnabe et Vangvaïdi, 2019 ; Salah, 2019, Barboucha et Hachemaoui, 2023), cette étude clarifie l'apport du microcrédit dans le contexte des PME de la RDC. Cette étude rencontre les recommandations de Tchingnabe et Vangvaïdi, (2019) qui ont appelé depuis quelques années à plus de recherches empiriques sur le potentiel du microcrédit à stimuler l'activité entrepreneuriale et assurer probablement l'amélioration des résultats. Deuxièmement, cette intègre la réputation et l'innovation dans le débat de la relation entre le microcrédit et performance. Cela étant, cette étude répond aux préoccupations de certaines études récentes (Musa et al., 2022 ; Sarfo et al., 2024), qui ont suggéré de mener des recherches futures axées sur de multiples mesures de performance afin d'évaluer l'augmentation ou la diminution des différentes interprétations de la performance et démontrer comment cela pourrait avoir un impact sur les résultats non financiers, tels que l'innovation, la responsabilité sociale ou la réputation de l'entreprise.

Les données sont collectées à l'aide d'un guide d'entretien et d'un questionnaire d'enquête et traitées en recourant aux analyses factorielles exploratoires et confirmatoire, la régression hiérarchique et la modélisation par équations structurelles. Hormis l'introduction et la

conclusion, cette étude s'articule autour de trois sections. La première est consacrée à la revue de littérature et développement des hypothèses. La deuxième présente la démarche méthodologique. La troisième présente et discute les résultats.

## **1. Revue de littérature et développement des hypothèses**

### **1.1. Microcrédit**

La littérature en microfinance (Calp, 2019 ; Boff et al., 2020 ; Adnan et Kumar, 2021 ; Banque de France, 2022 ; Adalessossi, 2024 ; Jalhare, 2025 ; Al-Maamari et al., 2025) considère le microcrédit comme un faible montant ou un petit prêt d'une courte durée destiné à des personnes non éligibles au système bancaire classique. Il est l'un des produits offerts par les institutions de microfinance. Malgré l'absence de la définition exacte unanimement adoptée, les différentes définitions explorées renvoient aux mêmes caractéristiques quant aux faibles montants, à la courte durée et ne s'adressant en priorité qu'aux exclus des banques classiques. Cela étant, ce travail adopte la définition de l'OIT (2015) qui atteste que le microcrédit est un prêt accordé à de petites et micro entreprises pour les encourager, ou les persuader à améliorer leurs conditions de travail.

En effet, la littérature financière (Tchouassi et Tekam, 2003 ; Haguma et al., 2029 ; Dada et al., 2023) parle à la fois de microfinance et de microcrédit, de finance décentralisée, de finance de proximité (*proximity bank*) ou encore de finance solidaire. L'emploi du terme « micro » met directement l'accent sur l'échelle des projets financés (Tchouassi et Tekam, 2003).

Le critère « faible montant » n'a de sens que par rapport à un niveau de vie. Ce qui est considéré comme un « micro montant » en Europe peut constituer un « gros montant » en Afrique. Ainsi, le terme « microfinance » recouvre à la fois les opérations de crédit et d'épargne, poursuivent les mêmes auteurs. Elle se caractérise principalement par l'octroi des prêts préférentiels aux personnes démunies ou marginalisées. En d'autres termes, c'est ce qui légitime l'usage du terme « microcrédit ». Par ailleurs, les expériences de finance de proximité ou de finance décentralisée se différencient des banques classiques par leur désir inhérent de créer un lien plus étroit entre l'institution et ses clients eux-mêmes. La finance solidaire se justifie, car certaines expériences mettent en avant des préoccupations d'ordre éthique, de lutte contre la précarité et la pauvreté, et non pas de rentabilité financière (Tchouassi et Tekam, 2003). Certaines de ces initiatives adoptent le modèle de la caution

solidaire, à l'instar de la Grameen Bank. Dans ce cadre, la solidarité s'opère non plus entre l'institution et ses bénéficiaires, mais entre les bénéficiaires eux-mêmes.

La littérature en microfinance utilise deux dimensions pour mesurer l'apport perçu du microcrédit par les clients (Tchingnabe et Vangvaïdi, 2019) : (1) les bénéfices perçus tirés de l'utilisation du microcrédit obtenu et (2) les coûts perçus consentis pour le microcrédit. Ainsi, après analyse, cette étude retient les indicateurs de ces dimensions pour tester le lien entre le microcrédit et la performance des PME.

## 1.2. Performance

La performance est la réalisation des objectifs organisationnels de manière efficace et efficiente (Khemakhem, 1979). Selon MOUNGOU et NIYONSABA (2015) la performance désigne le résultat obtenu par une organisation et traduit son degré d'atteinte des objectifs organisationnels avec une bonne utilisation des ressources. Au sens strict du terme, une performance est un résultat chiffré dans une perspective de classement (par rapport à soi, améliorer ses performances et/ou par rapport aux autres) (KHUABI et MAYINGA, 2020). En tenant compte des différentes définitions avancées dans la littérature, cette recherche retient que « la performance est la capacité de l'entreprise à atteindre les objectifs organisationnels avec l'utilisation rationnelle des ressources dans la réalisation des activités ». Ce qui permet de prendre en compte les indicateurs financiers et non financiers de la performance dans ce travail.

Cela étant, mesurer la performance revient à évaluer les dimensions qui la composent (BAHYAOUÏ, 2017). L'utilité de mesurer la performance de l'entreprise est de rendre compte d'abord de la performance réelle de cette dernière et de se servir des informations à des fins décisionnelles (KENMEGNI et al., 2021 ; ZINEB et RIZLANE, 2022). Il existe des indicateurs basés sur des données objectives fournissant des indications quantitatives et qualitatives concernant une situation précise de l'entreprise (GHOZLENE, 2016). En effet, la question de mesure de la performance a suscité l'intérêt de plusieurs chercheurs (MAGNAN et ST-ONGE, 2005 ; BOUTILLIER et UZUNIDIS, 2007 ; REYMOND et al., 2009) cités par MASKINI et MOUNAJI (2021) et par RHERIBET al. (2021). Certains auteurs (HAGUMA et al., 2019 ; SCHREYER et DIRK, 2021 ; OSEA, 2021) ont utilisé les mesures subjectives ci-après : résultat net, résultat d'exploitation, valeur ajoutée, capacité d'autofinancement, productivité apparente du travail, productivité globale des facteurs, valeur totale des moyens utilisés, accroissement des fournisseurs, accroissement des ventes, accroissement du profit, accroissement des parts de marchés, accroissement du

nombre d'employés, capacité à retenir les employés qualifiés, satisfaction des fournisseurs, satisfaction des employés, amélioration techniques de production, relations entre les employés en général, croissance du montant de salaires des employés, croissance de l'estime, croissance de la notoriété, amélioration de l'influence sociale.

Par contre, les mesures subjectives sont celles qui se basent sur des données qualitatives ou intangibles. Ces mesures font appel à l'évaluation des dirigeants en tenant compte de la création d'actifs intellectuels, la flexibilité stratégique, etc. La littérature en gestion exploitée (Delaney et Huselid, 1996 ; Sogbossi, 2010 ; Ghozlene, 2016) donne la synthèse des critères ci-après : croissance des ventes, qualité des produits ou services, développement des nouveaux produits ou services, capacité à attirer des employés essentiels, capacité à retenir les employés essentiels, satisfaction des clients, relations entre la direction et les autres employés, relations entre les employés en général, rentabilité, être toujours sur le marché, être capable d'innover, élargir la clientèle, avoir une grande notoriété, disponibilité permanente des produits, avoir peu de plaintes des clients, atteinte des objectifs sans gaspillage de ressource, tenir face à la lutte concurrentielle, croissance des bénéfices d'année en année, fidélité des clients.

### 1.3. Réputation

La réputation constitue un actif intangible qui affecte à la fois les facteurs internes et externes de l'institution qui favorisent l'attractivité de l'entreprise et partant la rétention des clients (Benraiss-Noailles et al., 2016). Elle facilite aux parties prenantes de faire confiance à l'entreprise et de s'orienter envers ses actions (Boistel et Laroutis, 2019). Elle se focalise sur la crédibilité et le respect qu'a l'entreprise parmi un large éventail des parties prenantes notamment les employés, les investisseurs, la presse, les communautés locales aussi bien que les clients (Benraiss-Noailles et al., 2016). Elle confère donc à l'entreprise un pouvoir compétitif qui lui permet de se différencier de ses concurrents et qui attire les partenaires envers elle (Karpik, 2013). D'autres études associent la réputation à la satisfactions des clients (Collins et Park, 2016 ; Benraiss-Noailles et al., 2016 ; Wong et al., 2016). Par conséquent, la réputation joue à la fois sur la confiance et sur l'engagement des partenaires envers l'entreprise. Elle est considérée comme un jugement que font les observateurs de l'entreprise des aspects financiers, sociaux et impacts environnementaux attribués au fil du temps (Barnett et al., 2006) et un jugement de valeur sur les attributs d'une entreprise (Boistel, 2014). Pour Cailleba (2009), la réputation d'une entreprise est la représentation collective des actions

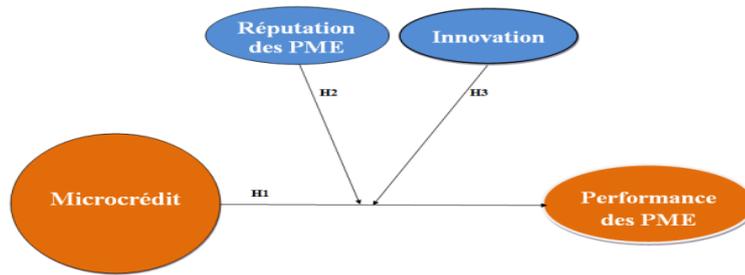
passées et présentes d'une entreprise, qui fondent sa capacité à créer de la richesse et à répondre aux attentes de l'ensemble des parties prenantes. Elle se veut, à la fois, une mesure interne (relations avec les employés, mode de gouvernance, etc.) et une mesure externe (relations avec les consommateurs, avec les fournisseurs, avec l'Etat, avec les citoyens, etc.).

#### **1.4. Innovation**

Le concept d'innovation a fait l'objet de plusieurs manuscrits au niveau de la littérature scientifique par divers auteurs cherchant à le définir, le différencier et le délimiter. En effet, l'innovation est la propension à introduire des nouveaux produits et services dans des marchés existants et/ou nouveaux, mais difficiles à imiter et précieux pour la croissance de l'entreprise (Civelek, 2021 ; Osea, 2021). Pour Lenchman (1993) cité par Moufakkir et Qmichchou (2020), l'innovation est une transformation d'une idée en un produit vendable nouveau ou amélioré, ou un processus opérationnel dans l'industrie. Ensuite, elle est la possibilité de répondre aux demandes changeantes des clients pour atteindre des performances supérieures (Linton et Kask, 2017 ; Huang et al., 2022). En conséquence, cette possibilité de répondre favorablement aux clients permet l'adaptabilité organisationnelle et stimule les initiatives socialement responsables dans les pays aux ressources limitées (Perera et al., 2024) cités par Al-Dhobee et al. (2025). Ainsi, l'innovation est le carburant de la croissance économique qui permet d'améliorer la productivité, de créer de nouveaux marchés, de générer de la richesse et de stimuler la compétitivité. Un autre chercheur rejoint cette vision en prônant que l'innovation est perçue comme un changement ou une évolution du contenu technologique qui améliore les fonctionnalités d'un produit/service (Moufakkir et Qmichchou, 2020). Il s'agit d'un processus dynamique qui transforme les idées en solutions concrètes et utiles, avec un impact positif sur l'économie et la société. Cet argument laisse sous-entendre que l'innovation consiste à créer de la nouveauté et la mettre en œuvre avec succès pour un impact économique et social. Sur le plan financier, l'innovation a un impact positif et significatif sur l'accès au financement par emprunt d'une entreprise (Nanfac et Wandji, 2025).

#### **1.5. Modèle théorique et développement des hypothèses**

La relation entre le microcrédit et la performance est expliquée par la théorie de la vision basée sur les ressources (Kone et al., 2024 ; Ibrahim et al., 2024), développée par Wernerfelt (1984). Les recherches qui examinent empiriquement les liens entre le microcrédit, la réputation, l'innovation et la performance sont relativement rares. La figure ci-dessous du modèle conceptuel donne des plus amples informations.

**Figure 1 : Modèle théorique**

Source : inspiré des études d'Haguma et al. (2019) et de Kiayima (2021)

### 1.5.1. Relation entre le microcrédit et la Performance

La relation entre le microcrédit et la performance d'une PME est supposée être positive. Selon Putri et al. (2023) le prêt constitue un facteur crucial pour déterminer le succès des PME car il permet à la PME de disposer de liquidités nécessaires à la saisie d'une opportunité créatrice de valeur. Identifier une occasion du marché est une condition nécessaire mais disposer des fonds pour la financer est suffisante pour augmenter ses marges bénéficiaires et contribuer à la productivité (Al-Maamari et al., 2025 ; Haguma et al., 2019). Ceci prouve que le bénéficiaire d'un microcrédit a la possibilité de financer les dépenses urgentes qui améliorent la performance de son entreprise (Mason et al., 2015). Ainsi, l'hypothèse suivante est formulée :

*H1 : Il existe une relation positive entre le microcrédit et la performance des PME.*

### 1.5.2. Effets interactifs de la réputation perçue et de l'innovation

La relation entre le microcrédit en interaction avec la réputation perçue et la performance est expliquée à la fois par la théorie de contingence et celle de parties prenantes. La réputation est perçue par l'entrepreneur comme une contingence structurelle de signaux positifs transmis aux partenaires et qui les considèrent comme une voie idéale de réponse à leurs attentes les favorisant ainsi à croire à toutes les actions de l'entreprise (Dang et al., 2020) cette croyance, traduite par la réputation accroît la confiance des partenaires envers l'entreprise (Benraiss-Noailles et al., 2016) qui sont plus disposés à faire de sacrifice financier, le microcrédit, car ils perçoivent que l'atteinte des objectifs de l'entreprise est la leur dans cette perspective, sans une bonne réputation, l'entreprise a des difficultés de mobiliser le microcrédit tributaire de financements des dépenses obligatoires et urgentes qui accroîtraient la performance (Boistel et Laroutis, 2019). Ainsi, l'hypothèse est que :

*H2 : Le lien entre le microcrédit et la performance des PME est plus élevé pour les entreprises qui ont une bonne réputation.*

La relation entre le microcrédit en interaction avec l'innovation et la performance est présumée positive. L'argument sous-jacent est lié au fait que l'obtention du microcrédit non financé dans les activités capables de répondre aux besoins des clients expose l'entreprise à la contreperformance (Kiayima, 2021 ; Abdulaziz-al-Humaidan, 2025). Le microcrédit n'accroît la performance que lorsqu'il est utilisé dans les activités d'innovation (Al-Maamari et al., 2025) susceptibles de renforcer la part de marché et par conséquent accroît le chiffre d'affaires. Cet argument laisse sous-entendre que ce financement doit permettre au bénéficiaire de réaliser son projet avec efficacité, efficience et satisfaction. En prenant en compte ces arguments, nous postulons que :

*H3 : La relation entre le microcrédit et la performance est amplifiée pour les entreprises innovantes.*

## **2. Méthodologie**

### **2.1. Techniques de collecte des données**

Un guide d'entretiens et un questionnaire d'enquête ont servi de recueillir les données. Sept (7) entretiens ont été conduits à Bukavu et onze (11) à Goma avec les dirigeants des PME ayant obtenu le microcrédit dans les 5 dernières années. Ils ont été réalisés pendant 9 jours allant du 14 au 19 novembre 2023 à Goma et du 11 au 13 février 2024 à Bukavu. Ils étaient organisés à leurs lieux de travail et à leurs domiciles après qu'un contact de prise de rendez-vous et duraient en moyenne 1h 45 minutes. Les questions suivantes, traduites oralement en kiswahili, ont conduit nos échanges : «Combien de fois avez-vous déjà obtenu le microcrédit ? Pensez-vous que les microcrédits obtenus vous ont aidé à développer votre activité ? Comment ? Pourquoi ? Pensez-vous qu'il vous est utile de solliciter un nouveau microcrédit ? Pourquoi ? Comment ? Selon vous, c'est quoi la réputation ? Quelles sont les caractéristiques d'une institution jouissant d'une bonne réputation ? Quels sont les mécanismes pour garantir la bonne réputation de votre entreprise ? Selon vous, quels sont les avantages d'avoir une bonne réputation ? Selon vous, c'est quoi l'innovation ? Quelles sont ses caractéristiques ? Comment vous reconnaissez-vous être innovant ?». A la fin de chaque journée, les transcriptions des réponses étaient fidèlement inscrites dans Word dont 47 pages ont été rapportées à la clôture. L'analyse du contenu a ressorti 137 items pour tous les concepts en fonction de fréquences d'apparition  $\geq 3$ .

La population cible est composée de 754 PME selon les listes obtenues des institutions financières et autres associations dont les noms et les adresses des PME y étaient indiquées (504 PME de Goma et 250 PME de Bukavu). L'enquête, commencée le 4 juillet 2024 et terminée le 28 septembre 2024 en raison de 6 jours par semaine, a été conduite à Goma par 3 étudiants de l'université de Goma supervisés par un des auteurs. A Bukavu, 3 jeunes licenciés de la faculté des sciences économiques et de gestion de l'Université Officielle de Bukavu ont été utilisés sous la supervision d'un des auteurs. Avant de faire le terrain, tous les enquêteurs de chaque ville ont suivi une séance de formation de trois jours sur le contenu du questionnaire, l'utilisation de Kobocollect, les modes d'administration du questionnaire et les erreurs à éviter durant ce processus. Pendant l'enquête, chaque équipe était munie de l'attestation d'admissibilité à la thèse de l'Université qui justifiait la preuve de ces investigations ; ce qui nous a permis de contourner les risques de ne pas être reçu par les dirigeants des PME dans ces 2 villes.

## 2.2. Mesure des variables

Quatre variables sont utilisées dans cette étude : le microcrédit (variable indépendante), la réputation et l'innovation (variables modératrices) et la performance (variable dépendante).

*L'apport du microcrédit* est initialement capté par 31 items dont 26 items venus de Tchingnabe et Vangvaïdi, (2019) et de Nawal et Kamel, (2022) et 5 items des entretiens. Les résultats de l'analyse factorielle exploratoire (AFE) ont permis d'obtenir une échelle finale composée de 15 items regroupés en 3 dimensions expliquant à 60,17% la variance totale. Les valeurs propres sont  $> 1$  (1.01 à 6.75) et les communalités sont  $> 0.5$  (0.503 à 0.739). La fiabilité  $\alpha$  est de 0,78. Les résultats de l'AFC indiquent de bonnes propriétés psychométriques ( $RMSEA = 0.062$ ,  $IFI = 0.94$ ,  $CFI = 0.92$ ,  $GFI = 0.94$ ).

*La performance* est captée initialement par 33 items inspirés de Osea(2020) et Haguma et al., (2019). Les résultats de l'AFE montrent que la performance est mesurée par 12 items groupés en 3 dimensions (organisationnelle, sociale et de marché) expliquant à 62,35% la variance totale et dont leurs valeurs propres sont  $> 1$  (1.00 à 5.46) et les communalités sont  $> 0.5$  (0.507 à 0.713). Les résultats de l'AFC indiquent de bonnes propriétés psychométriques ( $RMSEA = 0.081$ ,  $IFI = 0.92$ ,  $CFI = 0.91$ ,  $GFI = 0.93$ ).

*La réputation perçue* est initialement captée par 60 items regroupés en huit dimensions. Ces items sont inspirés des études antérieures (Baselga-Pascual *et al.*, 2018 ; Szwajca, 2018) et de l'enquête qualitative. Les résultats de l'analyse factorielle exploratoire montrent que la

réputation est un construit multidimensionnel mesuré par 11 items scindés en cinq dimensions expliquant à 65,7% la variance totale. KMO : 95,9% avec  $p < 0,000$  ; et  $\alpha : 0,83$ . Leurs valeurs propres sont  $> 1$  (1.46 à 6.28) et les communalités sont  $> 0.5$  (0.512 à 0.795). Les résultats de l'AFC indiquent de bonnes propriétés psychométriques ( $RMSEA = 0.047$ ,  $IFI = 0.97$ ,  $CFI = 0.96$ ,  $GFI = 0.95$ ).

L'innovation est initialement captée par 13 items regroupés en 3 dimensions. Ces items sont inspirés d'une étude antérieure (Osea, 2021). Les résultats de l'analyse factorielle exploratoire montrent que l'innovation est un construit multidimensionnel mesuré par 5 items scindés en 2 dimensions expliquant à 66,31% la variance totale. KMO : 70,3% avec  $p < 0,000$ . Et  $\alpha : 0,68$ . Leurs valeurs propres sont  $> 1$  (1.09 à 2.22) et les communalités sont  $> 0.5$  (0.579 à 0.713). Les résultats de l'AFC indiquent de bonnes propriétés psychométriques ( $RMSEA = 0.072$ ,  $IFI = 0.93$ ,  $CFI = 0.92$ ,  $GFI = 0.93$ ).

**Tableau 1 : Mesure de variables**

Description des variables		AFE	AFC	CR	AVE
<b>Microcrédit</b>					
Micre1	Travailler avec le microcrédit rend mon entreprise plus rentable	0,76	0,73	0.69	0.51
Micre2	Je suis satisfait(e) de la réalisation de mes projets avec le le microcrédit	0,67	0,83		
Micre3	Par rapport à mes attentes initiales, je suis encouragé de recourir au microcrédit dans mes activités	0,71	0,83		
Micre4	Le microcrédit offert par les institutions de microfinance me procure le résultat attendu	0,65	0,87		
Micre5	Le microcrédit améliore mon statut social au sein de la communauté	0,72	0,86		
Micre6	Je suis très fier de dire aux gens que j'entretiens une relation d'affaires avec une institution microfinancière	0,67	0,84		
Micre7	Le recours au crédit ou au microcrédit a largement amélioré l'image de mon entreprise	0,73	0,82		
Micre8	En comparant les bénéfices offerts aux différents coûts que j'assume, je pense que les IMF offre des services financiers d'une excellente valeur	0,69	0,83		
Micre9	La gestion de mes dépenses après l'obtention du microcrédit est bonne	0,78	0,56		
Micre10	L'affectation du financement reçu à des projets n'ayant pas fait l'objet de la demande du microcrédit est rentable	0,71	0,53		
Micre11	Je limite mes dépenses pour me permettre de rembourser le microcrédit	0,74	0,58		
Micre12	Je fournis beaucoup d'effort pour utiliser le microcrédit	0,65	0,50		
Micre13	Les frais de caution exigés pour obtenir le microcrédit me découragent	0,67	0,53		
Micre14	Obtenir le crédit ou le microcrédit est assez couteux	0,71	0,50		
Micre15	Je pense que les frais de commissions exigés avant l'octroi du crédit ou du microcrédit sont élevés	0,85	0,55		
<b>Innovation</b>					
Innov1	J'insiste fortement sur la recherche et développement, le	0,79	0,63	0.72	0.53

	développement technologique et l'innovation				
Innov4	je développe des produits et services différents par rapport à ceux existant sur le marché	0,81	0,78		
Innov5	j'accorde d'importance aux nouvelles idées concernant les produits et services	0,83	0,79		
Innov7	je cherche de nouvelles connaissances en matière de gestion et d'organisation qui sont importantes pour l'innovation	0,84	0,81		
Innov3	j'ai développé des nouvelles lignes de produits et services	0,62	0,71		
<b>Réputation perçue</b>				0.70	0.51
Réput2	Mon entreprise a des employés qui se soucient des besoins des clients	0,71	0,59		
Réput4	Mon entreprise communique avec les clients régulièrement	0,72	0,70		
Réput8	Mon entreprise a des employés qui traitent les clients avec courtoisie	0,69	0,64		
Réput11	Mon entreprise est une bonne entreprise pour qui y travaille	0,67	0,66		
Réput12	Mon entreprise semble bien traiter ses employés	0,65	0,57		
Réput15	Mon entreprise développe des services innovants	0,62	0,81		
Réput16	Mon entreprise offre des services/produits avec un bon rapport qualité-prix	0,72	0,78		
Réput19	Mon entreprise est reconnue pour son bon leadership.	0,61	0,63		
Réput22	Mon entreprise est reconnue pour sa créativité continuelle.	0,66	0,79		
Réput23	Mon entreprise semble fournir d'efforts pour créer de nouveaux emplois	0,62	0,73		
Réput27	Mon entreprise soutient les causes qui profitent à la société	0,67	0,65		
<b>Performance</b>				0.76	0.54
Perforga1	Accroissement du nombre d'employés	0,72	0,68		
Perforga3	Satisfaction des employés	0,80	0,57		
Perforga5	Relations entre les manager et les employés	0,75	0,73		
Perforga10	Formation des employés	0,69	0,78		
Perforga13	Création des emplois	0,73	0,70		
Perfso1	Croissance de retard des travailleurs	0,77	0,68		
Perfso8	Capacité de répondre aux besoins des clients	0,79	0,76		
Perfso10	Accroissement des approvisionnements	0,70	0,75		
Perfma1	Variété des produits et services offerte aux clients	0,77	0,72		
Perfma5	Accroissement des fournisseurs	0,76	0,71		
Perfma6	Réussite dans les affaires avec le crédit	0,65	0,82		
Perforga6	Réalisation des objectifs avec le crédit	0,62	0,79		

Source : Résultats de SPSS 25.0 et de LISREL 9.1

### 2.3. Techniques de traitement des données

Les données ont été traitées en recourant respectivement aux analyses factorielles exploratoire et confirmatoire, à la modélisation par équations structurelles et à la régression hiérarchique. L'analyse factorielle exploratoire, sous SPSS 25.0, a été utilisée pour identifier les items et les dimensions se rapportant aux quatre variables latentes utilisées dans cette étude. L'analyse consistait à vérifier si les données admettaient une analyse factorielle ( $KMO \geq 0.60$  ; test de Bartlett à  $\chi^2$  significatif et  $p \leq 0.05$ ) et le coefficient Cronbach devrait être  $\geq 0.70 \leq 0.90$  ; et si les critères de valeur propre  $\geq 1$ , de variance totale expliquée  $\geq 60\%$ , de communalité  $\geq 0.50$  et du coefficient structurel  $\geq 0.35$ , de rotation varimax avaient été respectés. Les items qui n'obéissaient pas à ces critères ont été supprimés (Carricano et Poujol, 2010).

Ensuite, l'AFC, sous LISREL 9.1, a été mobilisée pour confirmer unidimensionnalité des échelles en montrant que les items et les dimensions obtenus via l'AFE sont réellement ceux qui caractérisaient les concepts. L'analyse consistait à confirmer que les échelles étaient fiables ( $\alpha \geq 0.60$  et  $CR \geq 0.70$ ) et valides ( $AVE \geq 0.50$ ) et si les items présentaient des coefficients structurels  $\geq 0.50$ . La qualité des indices d'ajustement a été jugée bonne ( $\chi^2/df \leq 4$  ;  $RMSEA \leq 0.10$  ;  $CFI \geq .90$  ;  $IFI \geq .90$  ;  $GFI \geq .90$ ) (Giannelloni et Vernet, 2012 ; Vieira, 2011).

Enfin, la MES a été mobilisée pour tester les relations de cause à effet entre le microcrédit et la performance. Ceci offre l'avantage de tester simultanément plusieurs équations (Bagozzi et Yi, 2012). Les données manquantes, les scores moyens de performance, de matrice variance covariance, la taille de l'échantillon minimum, la présence de multi normalité des données et le maximum de vraisemblance ont été examinés pour rendre l'analyse acceptable (Bonneville-Roussy et al., 2022). La qualité d'ajustement des indices devraient respecter les critères de  $RMSEA \leq .10$ ,  $GFI \geq .90$ ,  $CFI \geq .90$  et  $IFI \geq .90$ ,  $\chi^2/df \leq 5$ . La fiabilité indique que les coefficients sont compris entre 0.71 et 0.84 pour tous les construits  $> 0.70$  (Anderson & Gerbing, 1988). Les validités convergente et discriminante indiquent que la variance moyenne partagée (AVE) pour chaque dimension est  $> 0.50$  (0.51 à 0.59) (Zait et Berteau, 2011), et que le carré de corrélation des construits latents pris deux à deux est inférieur à la variance moyenne partagée pour chaque construit.

La régression hiérarchique a été abordée pour tester la modération de la réputation et de l'innovation. Les significativités individuelle et globale ont été vérifiées par les valeurs  $p \leq 0.1$  respectivement de t-student et de F-Fisher (Bourbonnais, 2018). Trois modèles ont été élaborés :

$$Y_1 = \beta_0 + \beta_1 Z_1 + \beta_2 Z_2 + \varepsilon \quad (1)$$

$$Y_2 = \beta_0 + \beta_1 X + \beta_2 Z_1 + \beta_3 Z_2 + \beta_4 W_1 + \beta_5 W_2 + \varepsilon \quad (2)$$

$$Y_3 = \beta_0 + \beta_1 X + \beta_2 W_1 + \beta_3 W_2 + \beta_4 (X * W_1) + \beta_5 (X * W_2) + \beta_6 Z_1 + \beta_7 Z_2 + \varepsilon \quad (3)$$

Avec  $Y_1$  = performance,  $X$  = microcrédit,  $W_1$  = réputation perçue,  $W_2$  = innovation,  $Z_1$  = nombre d'obtention de microcrédit,  $Z_2$  = nombre de travailleurs.

### 3. Présentation et discussion des résultats

#### 3.1. Caractéristiques sociodémographiques des enquêtés

Les caractéristiques des enquêtés se rapportant au sexe, à l'âge, au niveau d'étude, au nombre d'années d'expérience et au secteur d'activités. Le tableau 2 donne de plus amples informations sur les caractéristiques sociodémographiques des répondants.

**Tableau 2 : Caractéristiques sociodémographiques de l'échantillon**

Variabiles	Modalités	Fréquence	Pourcentage
Sexe	Femme	163	38,9
	Homme	256	61,1
Age de dirigeant	Moins de 30 ans	67	16
	30 à 39 ans	156	37,2
	40 à 49 ans	137	32,7
	50 à 59 ans	42	10
	60 ans et plus	17	4,1
Niveau d'étude	Primaire	48	11,5
	Secondaire	178	42,5
	Graduat	98	23,4
	Licence	69	16,5
	Autre	26	6,1
Expérience du dirigeant	Moins d'1 an	22	5,3
	1-3 ans	135	32,1
	4-6 ans	113	27
	7- 9 ans	74	17,7
	Plus de 10 ans	75	17,9
Secteur d'activité	Agence de voyage	7	1,7
	Boulangerie	31	7,4
	Commerce général	169	40,3
	Comptoirs des minerais	5	1,2
	Garages et ateliers (menuiseries et mécanique)	22	5,3
	Hôtel et bars	14	3,3
	Pharmacie	60	14,3
	Savonneries	19	4,5
	Entreprise de construction	6	1,4
	Centre Hospitalier et Laboratoire bio médical	8	1,9
	Autres à préciser	78	18,6

Source : Résultats de SPSS 25.0

Les résultats des caractéristiques sociodémographiques révèlent que sur l'échantillon de 419 répondants de cette étude, 61,1% sont des hommes et 38,9% sont des femmes. Les résultats relatifs à l'âge de dirigeants des PME montrent que, 37,2% des dirigeants se situent dans la

tranche d'âge de 30 à 39 ans ; 32,7% des dirigeants sont âgés de 40 à 49 ans ; 16% des entrepreneurs ont l'âge de moins de 30 ans ; 10% des dirigeants sont âgés de 50 à 59 ans, et enfin, 4,1% des dirigeants ont plus de 60 ans.

Les résultats liés au niveau d'étude de dirigeants des PME indiquent que 42,5% de cet échantillon ont seulement terminé leurs études secondaires. Un nombre important des dirigeants interrogés ont un niveau valable d'études, soit 23,4% de gradués contre 16,5% de licenciés. Les résultats montrent que les enquêtés ayant achevé les études primaires représentent 11,5% du total des utilisateurs des microcrédits enquêtés. 6,1% des dirigeants sont caractérisés par des défis en matière d'alphabétisation. En conséquence, ces résultats prouvent que 82,4 % des dirigeants possèdent au moins un diplôme d'études secondaires contre 17,6% de ceux qui détiennent ou pas un certificat d'école primaire.

Les résultats liés à l'ancienneté des dirigeants rapportent que près d'un tiers des participants (32,1%) possèdent une modeste expérience de 1 à 3 années en affaires. Les dirigeants ayant une ancienneté de 4 à 6 ans représentent 27% de l'échantillon. Ceux qui ont fait plus de 10 ans représentent 17,9%. Ceux qui ont accumulé de 7 à 9 ans d'expérience représentent 17,7%, contre 5,3 % pour des dirigeants ayant une ancienneté de moins d'un an dans l'entité. Ces résultats montrent que les IF appliquent l'inclusion financière dans l'octroi des microcrédits en travaillant plus avec les entrepreneurs ayant une expérience professionnelle dans les affaires d'au moins une année.

Les résultats liés aux secteurs d'activités démontrent que 40,3% des enquêtés de ces deux villes de l'Est de la RDC font le commerce général, suivis de la pharmacie (14,3%). Les autres secteurs sont exercés à 18,6% des enquêtés. Parmi les dirigeants interrogés, 7,4% œuvrent dans la boulangerie et 5,3% pour les garages et ateliers de menuiseries et mécaniques. L'agence de voyage, comptoirs des minerais, Hôtel et bars, Savonneries, Entreprise de construction, Centre Hospitalier et Laboratoire bio médical sont exercés à moins de 5% des répondants. Ces résultats montrent que les dirigeants des PME qui ont une perception élevée du microcrédit sont dans le secteur du commerce général. Ceux ayant une perception moyenne exploitent la pharmacie suivie de la boulangerie ; tandis que les autres secteurs d'activités ont une perception faible du microcrédit.

### 3.2. Relation entre microcrédit et performance

Les résultats provenant des construits étudiés indiquent que les données collectées s’ajustent mieux au modèle spécifié dans le sens que les indices de qualité d’ajustement sont acceptables. Le tableau ci-dessous fournit les plus amples informations.

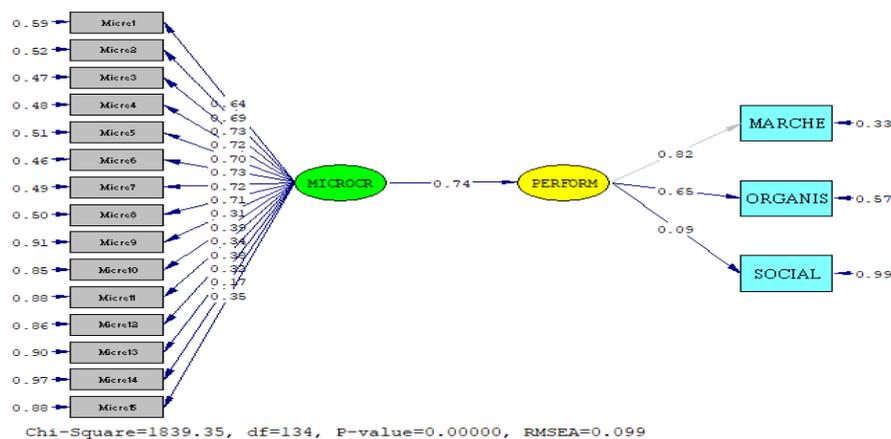
**Tableau 3 : Relation entre le microcrédit et la performance**

Relations	Estimateurs	Err	t-val	p-val	R <sup>2</sup>
Marché ← Performance	0,70	0,024	10,18	0,000	0,67
Organisationnelle ← Performance	0,70	0,038	18,67	0,000	0,43
Sociale ← Performance	0,09	0,031	2,90	0,001	0,083
Microcrédit → Performance	0,74	0,032	23,06	0,000	0,55

Root Mean Square Error of Approximation (RMSEA) = 0.099; Normed Fit Index (NFI) = 0.91; Non-Normed Fit Index (NNFI) = 0.91; Comparative Fit Index (CFI) = 0.92; Incremental Fit Index (IFI) = 0.92; Goodness of Fit Index (GFI) = 0.93; Adjusted Goodness of Fit Index (AGFI) = 0.91

Source : Résultats de LISREL 9.1

**Figure 2 : Diagramme des relations causales entre l’apport perçu du microcrédit et performance**



Source : Résultats de LISREL 9.1

Les résultats du tableau 3 montrent qu’il existe une relation positive et significative entre le microcrédit et la performance ( $\lambda = 0,74$  ;  $t = 23,06$  ;  $p = 0,000$ ). Ces résultats signifient que toute augmentation d’une unité de microcrédit entraîne une augmentation de 0,74 de la performance. Ces résultats confirment notre première hypothèse selon laquelle il existe une relation positive entre le microcrédit et la performance des PME. Ces résultats montrent que, les entrepreneurs performants sont ceux qui perçoivent que le microcrédit est mieux par

rapport à d'autres sources de financement. La plupart de personnes interrogées trouvent que le microcrédit les aide à répondre rapidement aux besoins de leurs clients : « *le crédit m'aide à réaliser mon projet et satisfaire les besoins de mes clients ; j'ai amélioré mon chiffre d'affaires et atteint mon objectif ; le crédit m'aide à augmenter le stock des articles sollicités par les clients et à gagner le profit* », a rapporté un grand nombre de dirigeants dans les deux villes. Cela prouve que les microcrédits favorisent l'expansion des PME, qui peut prendre la forme de la création d'un point de vente supplémentaire ou de l'expansion d'un point de vente existant. Cette affirmation est relayée par les résultats qualitatifs selon lesquels « *le crédit est le towbard qui permet le décollage des affaires (omwinda ni ngrubani eyenzuko ey'omwandu ne yindi miatsi)* », a déclaré un dirigeant propriétaire d'une usine de fabrication d'eau minérale rencontré à zoning industriel à Goma.

En plus, l'existence d'une forte corrélation positive et significative entre le microcrédit et la performance atteste que la création d'un programme de financement amélioré peut conduire à l'augmentation de la production ; ce qui pourrait améliorer les ventes et par conséquent accroître les bénéfices des PME. Ces résultats confirment que l'accès aux microcrédits influence significativement la performance. Ainsi, plus un entrepreneur accède aux microcrédits, plus performante sera son entreprise. L'idée sous-jacente est liée au fait que les entrepreneurs de Goma et de Bukavu sont souvent soumis à une contrainte énorme de capital et bénéficieraient donc d'un rendement élevé pour chaque dollar investi dans leur projet. En conséquence, l'accès aux microcrédits permet d'augmenter la croissance de l'activité et d'accroître ainsi le volume des ventes et la compétitivité de l'entreprise (Alhassanetal., 2016 ; Sani et Vincent, 2025). Ameh (2022) abonde dans le même sens dans le contexte du Ghana en montrant que le microcrédit impacte positivement et significativement la performance des PME bénéficiaires. Cet argument est soutenu également par Ruslanet al. (2020) et Kigwa (2020) qui attestent que les PME ayant recours au microcrédit réalisent les ventes élevées favorisant ainsi la croissance de l'entreprise. Dans cette même vision, Offele et Bangagnan (2024) ont trouvé dans le contexte de la République du Congo que l'accès au financement est un facteur favorable pour la performance des PME. Ces résultats corroborent l'argument selon lequel l'autofinancement intégral ne permettra que rarement d'assurer la performance de la firme (Haguma et al., 2029). Pareils résultats expliquent, en partie, pourquoi certaines PME de Goma et de Bukavu ont difficile à amorcer la croissance car elles ont l'accès limité à ce financement. Cela laisse sous-entendre que, l'accès difficile au financement externe ne favorise pas le développement de l'entrepreneuriat (Akouwerabou, 2020 ; Etogo, 2020 ; Ciguino et Paul,

2023). Ces arguments sont soutenus par Lekouka (2021) dans le contexte congolais lorsqu'il confirme que l'accès au crédit a un effet limité sur la performance des PME. Ces résultats invitent aux décideurs politiques d'apprécier les principes d'une politique de financement efficace pour la pérennité des PME.

### 3.3. Rôles modérateurs de l'innovation et de réputation

L'effet des variables modératrices sur la relation entre le microcrédit et la performance des PME est testé par trois modèles dont les résultats sont visualisés dans le tableau ci-dessous.

**Tableau 4 : Résultats du modèle intégré pour les rôles modérateurs de l'innovation et de la réputation**

Model	Variabiles	Bêta	Err.st	t-value	p-value	Toléra	VIF	R <sup>2</sup>	F
1	(Constante)	3,365	,054	62,052	,000			0,33	7,15 ***
	NO_OBTEN_CREDIT	,020	,010	2,003	,046	,990	1,010		
	NOMB_TRAVAIL	,023	,008	2,998	,003	,990	1,010		
2	(Constante)	1,259	,244	5,168	,000			0,44	64,37 ***
	NO_OBTEN_CREDIT	-,004	,008	-,506	,613	,957	1,045		
	NOMB_TRAVAIL	,017	,006	2,950	,003	,985	1,015		
	Microcrédit	,540	,051	10,569	,000	,711	1,407		
	INNOV	,236	,041	5,721	,000	,727	1,375		
	REPUPERCUE	-,133	,044	-3,007	,003	,989	1,011		
3	(Constante)	3,883	1,343	2,892	,004			0,45	41,63 ***
	NO_OBTEN_CREDIT	-,003	,008	-,410	,682	,955	1,048		
	NOMB_TRAVAIL	,016	,006	2,675	,008	,974	1,026		
	Microcrédit	-,623	,567	-1,099	,272	,006	1,864		
	INNOV	-,201	,197	-1,019	,309	,031	3,934		
	REPUPERCUE	-,427	,305	-1,401	,162	,021	4,324		
	MicrocreditXINNOV	,237	,095	2,504	,013	,005	2,297		
	MicrocreditXReputa	,188	,142	1,326	,185	,004	2,624		

Source : Résultats de SPSS 25.0

L'analyse des résultats de ces trois modèles sont globalement significatifs à 1%. Chaque modèle a un F supérieur à 2,58 : 7,15 pour le premier modèle ; 64,37 pour le deuxième modèle ; et 41,63 pour le troisième modèle avec une probabilité de 0,000 pour les deux premiers et 0,004 pour le troisième modèle.

Ainsi, la significativité individuelle de chaque variable dans les différents modèles se présente de la manière suivante :

- Par rapport au nombre d'obtention des microcrédits, les résultats pour le premier modèle montrent qu'il existe une relation positive et significative entre le nombre d'obtention et la performance de l'entreprise ( $\beta = 0,020$  ;  $t = 2,003$  ;  $p = 0,046$ ). Ces résultats révèlent que chaque augmentation de nombre d'obtention de microcrédit entraîne une augmentation de la performance de 0,020. Les mêmes résultats montrent qu'il existe une association positive et significative entre le nombre de travailleurs et la performance ( $\beta = 0,023$  ;  $t = 2,998$  ;  $p = 0,003$ ). Ces résultats révèlent que chaque augmentation de nombre de travailleurs entraîne une augmentation de la performance de 0,023.
- S'agissant des résultats du deuxième modèle pour le microcrédit, cette étude une relation positive et significative entre le microcrédit et la performance de l'entreprise ( $\beta = 0,540$  ;  $t = 10,569$  ;  $p = 0,000$ ). Par contre, les résultats du deuxième modèle liés à la réputation perçue montrent qu'il existe une association négative et significative entre l'innovation et la performance de l'entreprise ( $\beta = -0,133$  ;  $t = -3,007$  ;  $p = 0,003$ ). Ces résultats montrent que chaque innovation de l'entreprise entraîne une diminution de la performance de -0,133.
- Cependant, les résultats du troisième modèle révèlent que les microcrédits en interaction avec l'innovation ont des effets significatifs et sont positivement liés à la performance de l'entreprise ( $\beta = 0,237$  ;  $t = 2,504$  ;  $p = 0,013$ ). Il s'observe à travers ces résultats que la modération reste toujours partielle parce que les microcrédits gardent la significativité en présence de l'interaction de l'innovation. Ces résultats montrent de façon robuste que les microcrédits en interaction avec l'innovation entraînent une augmentation de 0,237 de la performance de l'entreprise. Ces résultats confirment notre troisième hypothèse selon laquelle la relation entre le microcrédit et la performance est amplifiée pour les entreprises innovantes. Dans le contexte des milieux sous analyse, les chefs d'entreprises qui sont compétitifs sur le marché et qui développent les capacités d'innovation dans leurs affaires ont la capacité de développer leurs connaissances, leur permettant ensuite de disposer des ressources financières nécessaires à l'identification et l'exploitation de nouvelles opportunités du marché. Cette capacité à saisir en premier les opportunités et être le premier sur le marché, leur permet de fixer un prix élevé qui améliore leur chiffre d'affaires et par conséquent augmenter la performance.

## Conclusion

La présente étude avait deux objectifs : (1) tester la nature des relations existant entre le microcrédit et la performance des PME, (2) vérifier si certaines variables modératrices (la réputation et l'innovation) peuvent tempérer ou amplifier cette relation.

La recherche a adopté une approche mixte construite autour des enquêtes qualitatives et quantitatives. Les enquêtes qualitatives ont été conduites via les entretiens individuels (35 dirigeants). Les données qualitatives ont été collectées au moyen d'un guide d'entretien. Les résultats qualitatifs ont permis de saisir les principaux défis auxquels font face les emprunteurs par rapport à l'utilisation des microcrédits.

Les données quantitatives ont été réunies par le biais d'un questionnaire administré sur un échantillon de 419 dirigeants des PME. Ces données ont été traitées en recourant aux analyses factorielles exploratoires et confirmatoires. La régression hiérarchique et la modélisation par équations structurelles ont été mobilisées pour tester les hypothèses.

Les résultats de cette recherche prouvent qu'il existe une relation positive et significative entre les microcrédits et la performance. Les résultats de la régression hiérarchique montrent que les microcrédits en interaction avec l'innovation ont des effets significatifs et sont positivement liés à la performance de l'entreprise. Ces résultats prouvent qu'il faut renforcer davantage le partenariat entre les PME et les institutions financières. En plus, les parties prenantes doivent renforcer l'écosystème de l'innovation afin d'améliorer l'utilisation des microcrédits pour la croissance de ces entreprises.

L'apport de cette recherche au stock de connaissances est évalué à deux niveaux (théorique et pratique). Sur le plan théorique, en faisant l'analyse du lien entre le microcrédit et la performance, cette étude confirme la pertinence des théories de la vision basée sur les ressources comme cadre conceptuel pour expliquer l'importance des ressources financières sur la performance de l'entreprise.

Ce travail apporte une modeste contribution à la compréhension du financement des institutions financières en donnant un éclairage supplémentaire sur l'apport du microcrédit sur la performance des entreprises dans le contexte de l'Est de la RDC. Cette étude constitue un outil pour les conseillers financiers dans l'orientation des entrepreneurs en matière de financement de leurs activités. Elle est également la première, à notre connaissance, à analyser empiriquement l'effet de la modération de la réputation et de l'innovation dans la relation entre le microcrédit et la performance des PME. Ainsi, ce travail apporte une contribution significative sur le débat lié à l'apport du microcrédit sur la performance des

PME sous la modération de ces deux variables. Par son approche, cette étude constitue un ajout pertinent au corpus empirique qui examine les effets du microcrédit sur la performance des PME.

A la lumière des résultats de cette recherche, il se dégage quelques implications identifiées comme des entraves à l'utilisation du microcrédit dans le soutien financier des PME : (a) Les institutions financières devraient développer une bonne collaboration avec les PME en leur prodiguant des conseils d'une bonne utilisation des prêts et en leur offrant surtout des tarifs préférentiels. (b) Améliorer la perception du microcrédit auprès des usagers. L'amélioration de la perception de ce financement invite les institutions financières, le gouvernement et les PME à collaborer sincèrement. En effet, le prêt des institutions financières est une potentielle ressource financière qui doit être renforcée à travers plusieurs actions prioritaires pour la mise sur pied d'un partenariat gagnant-gagnant dans l'objectif de booster l'économie du pays. Ainsi, pour améliorer l'apport du microcrédit auprès des PME, la responsabilité est partagée entre ces trois acteurs précités. (c) donner la priorité à la promotion d'une culture de l'innovation et d'un positionnement proactif sur le marché.

Au-delà des modestes contributions de cette étude, il est évident de reconnaître qu'elle souffre d'un certain nombre de limites liées à la construction méthodologique et qui peuvent être considérées comme des opportunités pour des recherches futures : (1) l'étude se fonde uniquement sur l'échantillon des PME de deux villes de l'Est de la RDC (Bukavu et Goma) qui ne permet pas d'extrapoler les résultats à l'ensemble des PME de la RDC moins encore de la partie Est de la RDC. Pourtant, la prise en compte des autres villes du pays aurait permis de déceler des comportements exceptionnels des PME en matière de microcrédit. Cela suggère que des études similaires pourraient répliquer cette approche dans différentes villes et provinces de la RDC, pour vérifier si ce qui a été observé dans ces deux villes représente les caractéristiques de toutes les PME en RDC, en général, afin d'étendre la validité des résultats à d'autres contextes. (2) cette étude a adopté l'approche agrégée pour mesurer le microcrédit. Les études complémentaires pourraient désagréger ce construit en testant la modération de l'éducation financière et de l'orientation entrepreneuriale pour avoir plus d'informations sur cette relation pour compléter et enrichir les résultats du présent travail. (3) Cette recherche a examiné uniquement l'apport du microcrédit sur la performance, il serait souhaitable dans une étude future de comparer l'apport du financement externe formel ou informel dans le quotidien des entrepreneurs. Une telle étude peut permettre de savoir parmi ces financements, celui qui est plus apte à rendre une PME plus performante.



## BIBLIOGRAPHIE

- Abdallah, B. (2002). *La performance financière des pme manufacturières : conceptualisation et mesure*, Mémoire de maîtrise en Gestion des PME et de leur environnement, Université du Québec à Trois-Rivières.
- Abdulaziz-al-Humaidan, A. (2025). The effect of innovation and sustainability ethics on reputation: a moderating role of social media, *Social Responsibility Journal*, vol. ahead-of-print No. ahead-of-print. <https://doi.org/10.1108/SRJ-09-2024-0634>
- Adalessossi, K. (2024). Facteurs explicatifs du non remboursement des crédits octroyés aux très petites entreprises agricoles par les micros finances : Cas de la MUFEC au Togo, *Revue Africaine de Gestion*, vol. 7, n° 2, pp. 278-310.
- Adamou, N. (2018). *Contrats de dette et comportements des emprunteurs dans le secteur de la microfinance*. Thèse de doctorat en Sciences Economiques, Université de Douala.
- Adeyelure, T. S., et al. (2018). Deployment factors for mobile business intelligence in developing countries small and medium enterprises, *African Journal of Science, Technology, Innovation and Development*, vol. 10, no 6, pp. 715-723.
- Adnan, S.A., et Kumar, P. (2021). Role of Microfinance in Economic Development, *Adhyayan: A Journal of Management Sciences*, vol. 11, n°02, pp. 22-30.
- Aguwamba, S., et Ekienabor, E. (2017). Bank lending and its impact on small scale enterprises in Nigeria, *Imperial Journal of Interdisciplinary Research*, vol. 3, n°3, pp. 58-66.
- Akjou, A., et Hossari, H. (2023). Etude de la relation entre l'orientation entrepreneuriale du dirigeant et l'innovation ouverte dans les PME, *International Journal of Accounting, Finance, Auditing, Management and Economics*, vol. 4, n° 6-2, pp. 513-535.
- Akouwerabou, L. (2020). Les difficultés d'accès au financement : le cas des femmes entrepreneures burkinabè. *Revue africaine de management*, vol. 5, n° 2, pp. 37-57.
- Al-Dhobe, Y.A., et al. (2025). Proactiveness and Risk-taking on Social Performance of Small and Medium Enterprises: Does Charismatic Leadership Moderate These Relationships? *International Review of Management and Marketing*, vol. 15, n° 2, pp. 171-179.
- Alhassan, E., et al. (2016). « The Effects of Microcredit on Profitability and the Challenges of Women Owned SMEs: Evidence from Northern Ghana », *Journal of Entrepreneurship and Business Innovation*, vol. 3, n° 1, pp. 29-470.
- Al-Maamari, O.A., et al. (2025). Impact of microcredit on the performance of micro and small enterprises (MSEs) in Yemen, *Cogent Economics & Finance*, vol. 13, n°1, pp.1-22.
- Alvarez, T., et al. (2021). Working Capital Management and Profitability: Evidence from an Emergent Economy, *International Journal of Advances in Management and Economics*, vol. 11, n°1, pp. 32-39.
- Ameh, K.J. (2022). *Impact of microcredit on SME performance and household wellbeing of borrowers: evidence from Ghana*. Doctoral thesis in Management Sciences, Central University of Technology, Free State.
- Amsi, F., et al. (2017). Effect of microfinance credit on SMEs financial performance in Kenya, *Journal of emerging trends in economics and management sciences*, vol. 8, no 1, pp. 48-61.
- Arnaldi, A., et al. (2021). Working capital management and profitability: Empirical evidence, *International Journal of Business Management and Economic Research*, vol. 12, n° 2, pp. 1911-1917.
- Arrondel, L. (2017). Financial Literacy and Financial Behavior: Bad Education or Black Mark? *Revue d'économie financière*, vol. 127, n° 3, pp. 253-270.
- Asah, F., et al. (2015). The impact of motivations, personal values and management skills on the performance of SMEs in South Africa, *African Journal of Economic and Management Studies*, vol. 6., n° 3, pp. 308-322.
- Augsburg et al. (2015). The impacts of microcredit : Evidence from Bosnia and Herzegovina, *American Economic Journal: Applied Economics*, vol. 7, no 1, pp. 189-203.
- Ayem, S., et Wahidah, U. (2021). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kinerja Keuangan UMKM Di Kota Yogyakarta, *Journal of Economic, Management and Accounting*, vol. 4, no 1, pp. 1-9. <https://doi.org/10.35914/jemma.v4i1.437>
- Banque Africaine développement. (2020). African Economic Outlook. Retrieved 5 3, 2022, from <https://www.afdb.org/en/documents/african-economic-outlook-2020>
- Banque de France (2022). *Le microcrédit*. ABC de l'économie, (nd).
- Banque Mondiale (2020). *Doing Business 2020. Economy Profile Congo, Dem. Rep.*, pp. 1-66. [www.doingbusiness.org](http://www.doingbusiness.org)
- Barboucha, M.N., et Hachemaoui, K. (2023). Etude de l'effet de la valeur perçue, le risque perçu, la satisfaction et la confiance sur la fidélité des clients dans le secteur bancaire en Algérie. *Revue Organisation & Travail*, vol. 11, n°4, pp. 85-102.

- Barnett, M.L., et al. (2006). Corporate reputation: The definitional landscape, *Corporate Reputation Review*, vol. 9, n° 1, pp. 26-38.
- Baselga-Pascual, L. et al. (2018). Ethical reputation of financial institutions: do board characteristics matter? *Journal of Business Ethics*, vol. 148, n° 3, pp. 489-510.
- Beltrame, F., et al. (2023). Relationship lending, access to credit and entrepreneurial orientation as cornerstones of venture financing, *Journal of Small Business and Enterprise Development*, vol. 30, n° 1, pp. 2-29.
- Benraiss-Noailles, L., et al. (2016). Impact de la réputation classique et de l'e-réputation sur l'attractivité des entreprises en tant qu'employeurs, *Question (s) de management*, vol. 4, n° 15, pp. 71-80.
- Benslimane, M.C. (2021). «La performance globale : Mesure et Pilotage : Une revue de littérature. Revue du contrôle, de la comptabilité et de l'audit », *Revue du contrôle, de la comptabilité et de l'audit*, vol. 4, n° 2, pp. 940-961.
- Bentancor, A. (2022) Women's entrepreneurship and government policy: Facilitating access to credit through a national program in Chile, *Social Sciences*, vol. 11, n° 1, pp. 1-14.
- Benyetho et al. (2020) « Financement des PME marocaines nationales et exportatrices : enquête exploratoire », *Revue Française d'Economie et de Gestion*, vol. 1, n° 5, pp. 181-204.
- Beztouh, D., et Boulahouat, M. (2020). La microfinance, vecteur d'inclusion financière et de création d'entreprises en Algérie, *Journal of International Economy and Globalization*, vol. 03, n° 0), pp. 01-18.
- Bisimwa, A., et al. (2019). Perceived service quality, trust, customer satisfaction and customer loyalty in banking sector of Bukavu (East of DR Congo), *Journl of Business and Management Sciences*, vol. 7, n° 3, pp. 100-111.
- Boff, C., et al. (2020). *Reprendre la main sur l'économie*, Brief.me, (n.d.).
- Boistel, P. (2014). Réputation : un concept à définir, *Communication et Organisation*, n° 46, pp. 211-224.
- Boistel, P., et Laroutis, D. (2019). E-réputation et réputation: Similitudes et différences. Une analyse comparative conceptuelle, *Revue interdisciplinaire management, homme et entreprise*, vol. 8, n° 36, 104-120.
- Boubakary, A. (2015). The influence of personal values of the leader on the growth of SMEs in Cameroon, *International Strategic Management Review*, vol. 3, n°1, pp.15-23.
- Bounechada, M. (2023). *Le financement bancaire du cycle d'exploitation des entreprises Algériennes. Cas de banque Al Salam*. Mémoire de Master en Sciences Financières et Comptabilité, Ecole Supérieure du Commerce Koléa.
- Cailleba, P. (2009). L'entreprise face au risque de réputation, *Responsabilité & Environnement*, n° 55, pp. 9-15.
- Calp (2019). *Glossaire des transferts monétaires*, (n.d.).
- Chalmers, D.K., et al. (2020). Working Capital Management (WCM) and Performance of SMEs : Evidence from India, *International Journal of Business and Social Science*, vol. 11, n°7, pp. 57-63.
- Chelliah, M.K., et al. (2022). Entrepreneurial orientation and open innovation promote the performance of services SMEs: The mediating role of cost leadership, *Administrative Sciences*, vol. 13, n° 1, pp. 1-19.
- Chikwira et al. (2022).The impact of microfinance institutions on poverty alleviation, *Journal of Risk and Financial Management*, vol. 15, n° 393, pp. 1-13.
- Civelek, M. (2021).The mediating role of SMEs' performance in the relationship between entrepreneurial orientation and access to finance, *Brazilian Administration Review*, vol. 18, n° 4, pp. 1-25.
- Ciguino, H. et Paul, B. (2023). Conditions de microfinancement et littératie financière dans la performance financière des MPME en Haïti, *Revue Française d'Economie et de Gestion*, vol. 4, no 1, pp. 82-109.
- Collins, F. L., et Park, G.-S. (2016). Ranking and the multiplication of reputation: reflections from the frontier of globalizing higher education, *Higher education*, vol. 72, n° 1, pp. 115-129.
- Cook, E., et Amuakwa-Mensah, F. (2021). Microfinance loans, women's economic empowerment, and poverty: a case study of Baobab Microfinance Company, *Journal of Development effectiveness*, vol. 14, n° 1, pp. 34-55.
- Dada, O.O., et al. (2023). Effect of microcredit on welfare of rural households in Oyo State, Nigeria, *Journal of Global Economics, Management and Business Research*, vol. 15, no 2, pp. 37-48.
- Dang, R. et al. (2020). La RSE et le désengagement des employés au travail: le rôle médiateur de la réputation de l'entreprise, *Management et sciences sociales*, vol. 1, n°28, pp. 59-77.
- De Briey, V. (2003). *Elaboration d'un cadre d'évaluation de la performance des Institutions de Micro-Financement : Etude de cas à Santiago (Chili)*, Thèse de doctorat en Sciences de Gestion, Université Catholique de Louvain.
- Deephouse, D.L. (2000). Media reputation as a strategic resource: An integration of mass communication and resource-based theories, *Journal of Management*, vol. 26, n° 6, pp. 1091-1112.
- Dewaelheyns, N., et al. (2021). Labor Contracts, Wages and SME Failure, *Sustainability*, vol. 13, n° 4, pp. 1-15.



- DHD-PNUD. (2000). *Rapport sur le développement humain, 2000*. Droits de l'homme et développement humain, New York, PNUD.
- Ekpe, I., et al. (2010), « The Effect of Microfinance Factors on Women Entrepreneurs' Performance in Nigeria: A Conceptual Framework », *International Journal of Business and Social Science*, vol. 1, n° 2, p. 255-263.El-Aissami, 2023
- Etogo, N.Y.P. (2020). Accès au financement et performance des PME au Cameroun. *Repères et perspectives économiques*, vol. 4, n° 1, pp. 1-18.
- Fiamohe, R. et al. (2021). *Access to financing for productive employment opportunities for women in rural Benin*, SSRN Electronic Journal, working paper 2021-07, pp. 1-34, <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.3903417>
- Giannelloni, J.-L., et Vernet, E. (2012). *Etudes de marché* (Vuibert).
- Gibson, D., et al. (2006). The importance of reputation and the role of public relations, *Public Relations Quarterly*, vol. 51, n° 3, pp. 15-18.
- Gyimah, P. et Kwasi, W.B. (2018). Effect of Microfinance Products on Small Business Growth: Emerging Economy Perspective, *Journal of Entrepreneurship and Business Innovation*, vol. 5, n° 1, pp. 59-71.
- Haguma, M. B., et al. (2019). Relation entre la microfinance et la performance perçue des PME : Rôles médiateur et modérateur de l'opportunité entrepreneuriale et de la prise de risque, *Finance Contrôle Stratégie*, vol. 22, n° 4, pp. 1-43.
- Hamdana, H., et al. (2021). A conceptual framework of entrepreneurial orientation, financial literacy, and MSMEs performance: The role of access to finance, *Devotion: Journal of Community Service*, vol. 3, n° 2, pp. 67-82.
- Hamour, H.A., et Alzoubi, H. (2020). The success factors of business incubators and their effect on developing the creative capabilities of small enterprises in Jordan, *Jordan Journal of Business Administration*, vol. 1, n° 16, pp. 285-306.
- Hansen, N., et al. (2021). Microfinance services and women's empowerment. In: San-Jose, L., Retolaza, J.L. van Liedekerke, L. (Eds.), *Handbook on ethics in Finance. International Handbooks in Business Ethics*. Springer, Cham, pp. 161-182. [https://doi.org/10.1007/978-3-030-29371-0\\_4](https://doi.org/10.1007/978-3-030-29371-0_4).
- Hassouni, L.E. (2021). *La viabilité financière et l'impact social des institutions de microcrédit au Maroc*. Thèse de doctorat en Sciences Economiques et Gestion, Université Sidi Mohamed Ben Abdellah de FES.
- Huang, S., et al. (2022). Entrepreneurial orientation dimensions and the performance of high-tech and low-tech firms: A configurational approach, *European Management Journal*, vol. 41, n° 3, pp. 375-384.
- Iheakanwah, F.A. (2022). *Microcredit loan accessibility and its effect on the performance of small and medium-sized enterprises (SMEs) in the Niger delta region of Nigeria*. Thesis, Faculty of Management, Apsley Business School, London, DOI : 10.13140/RG.2.2.16385.94569
- IOE. (2023). *Analyse du climat des affaires dans les PMA République Démocratique du Congo (RDC) : Document d'orientation*. Kinshasa : International Organisation of Employers.
- Jaad, M., et El Achmit, H. (2025). L'innovation logistique et la Responsabilité Sociale des Entreprises : Vers une logistique durable, *Revue Internationale des Sciences de Gestion*, vol. 8, n° 2, pp. 235-258.
- Jalhare, C. (2025). « The role of microfinance in economic development: A critical review of impact and effectiveness », *International Journal of Innovations in Science Engineering and Management*, vol. 4, n° 1, pp. 130-135.
- Kabongo, K.D. (2023). *Mutuelle de solidarité et microfinance en Afrique : Le cas de l'Ituri en RD Congo*. Edition l'Harmattan, Paris.
- Karpik, L. (2013). Réalité marchande et réputation, *Revue communication et management*, vol. 2, n° 93, pp. 121-129.
- Kenmegni, N.G.R., et al. (2021). La performance des PME au Cameroun : quel apport des différents modes de financement ? *International Journal of Academic Management Science Research*, vol. 5, n° 7, pp. 37-50.
- Khemakhem (1979). *Dynamique du contrôle de gestion*. Edition Dunod, Paris.
- Khuabi, M.L.B., et Mayinga, M.G. (2020). Système d'informations comptables et financières, et performance des PME en République Démocratique du Congo. *Revue du contrôle, de la comptabilité et de l'audit*, vol.4, n° 2, pp. 788- 814.
- Kiyayima, K.J. (2021). *Effets de la valeur perçue du crédit bancaire sur la performance perçue des PME de Kisangani*. Mémoire de diplôme d'études approfondies en Sciences de Gestion (inédit), Université Catholique de Bukavu.
- Kigwa, N.M. (2020). *Microcredit finance and financial performance of small and medium enterprises in Nyamira Town, Kenya*. Thesis submitted in partial fulfillment of the Requirements for the Award of the Degree of Masters in Business Administration, Masinde Muliro University of Science and Technology



- Kimmitt, J., et Dimov, D. (2020). The recursive interplay of capabilities and constraints amongst microfinance entrepreneurs, *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, vol. 27, n° 3, pp. 600-628.
- Komulainen, H., et Saraniemi, S. (2019). Customer centricity in mobile banking: a customer experience perspective, *International Journal of Bank Marketing*, vol. 37, n° 4, pp. 1082-1102.
- Kouame, A.J.F.M. (2021). *L'impact du développement de la microfinance sur les petites entreprises ivoiriennes*. Mémoire de maîtrise en administration des affaires, Université du Québec en Outaouais.
- Kounouwewa, J. (2024). Analyse de l'effet de la qualité du système d'information comptable sur la performance financière des PME au Bénin, *Revue Internationale de la Recherche Scientifique*, vol. 2, n° 2, pp. 701-717.
- Kücher, A., et al. (2020). Firm age dynamics and causes of corporate bankruptcy: age dependent explanations for business failure, *Review of Managerial Science*, vol. 14, pp. 633-661.
- Kumar, R. (2017). *Targeted SME financing and employment effects: What do we know and what can we do differently?* The World Bank Group. Washington DC: The World Bank Group. Retrieved from <http://documents.worldbank.org/curated/en/577091496733563036/Targeted-SME-financing-and-employment-effect>.
- Lachman, J. (1993). *Le financement des stratégies de l'innovation*. Economica, Paris.
- Laoukili, M., et Bouzid, E.A. (2024). Etude de l'impact du financement bancaire sur la performance des entreprises. Cas des entreprises touristiques de la Région de l'Oriental, *Revue des Etudes Multidisciplinaires en Sciences Economiques et Sociales*, vol. 9, n° 1, pp. 208-223.
- Ledgerwood, J., et al. (2018). *Nouveau manuel de Microfinance. Une approche écosystémique*, 1<sup>ère</sup> édition Française, Economica, The World Bank Group, Washington, DC.
- Lekouka, F. C. (2021). Accès au microcrédit par les PME en République du Congo : analyse des déterminants et de l'effet sur la performance. *Annales de l'Université Marien Ngouabi*, vol. 21, n° 1, pp. 146-162.
- Linton, G., et Kask, J. (2017). Configurations of entrepreneurial orientation and competitive strategy for high performance, *Journal of Business Research*, vol. 70, pp. 168-176.
- Luthfiah, L., et al. (2024). The effect of entrepreneurial orientation on MSMEs development: The mediating role of the utilization of credit facilities and digital marketing, *Journal of Business and Economics Research*, vol. 5, n° 1, pp. 33-47.
- Mandiangu, I. (2025). *Contributions des services financiers décentralisés au financement rural dans le Kongo central en République Démocratique du Congo*. Thèse de doctorat en Sciences Agronomiques et Ingénierie Biologique, Université de Liège.
- Manyanga, W., et al. (2023). The effect of debt financing on the financial performance of SMEs in Zimbabwe, *Cogent Social Sciences*, vol. 9, n° 2, pp. 1-19.
- Mason, M.C., et al. (2015). Comprendre l'impact de l'orientation entrepreneuriale sur la performance des PME : Rôle de la structure de financement, *Procedia Economie et finances*, n° 23, pp.1649-1661.
- Mbambu, S.E., et Mpereboye, M.S. (2024). Qualité du Système de contrôle interne et performance des petites et moyennes entreprises congolaises, *Revue Internationale du Chercheur*, vol. 5, n° 1, pp. 105-128.
- Mbira, L. (2024).Unlocking rural entrepreneurship access to microfinance services in Zimbabwe. The moderating role of business performance, *Journal of Management and Science*, vol. 14, n° 1, pp. 1-11.
- [96] Merroun, M.A., et Hamiche, M. (2022). *L'accessibilité au microcrédit et son impact sur les performances des petites et moyennes entreprises : une revue de littérature*, Actes du Colloque International Coopération Université-Entreprise, Ecole Nationale de Commerce et de Gestion de Tanger, pp. 235-246.
- Merroun, M.A., et Hamiche, M. (2023). Access to microcredit and its impact on the performance of small and medium-sized enterprises: a literature review, *European Journal of Economic and Financial Research*, vol. 7, n° 3, pp. 105-123.
- Messomo, S.E. (2017). Microcrédits et performances financière et sociale des institutions de microfinance au Cameroun, *La Revue Gestion et Organisation*, n° 9, pp. 79-91.
- Ministère des Finances-RDC. (2023). *Stratégie nationale d'inclusion financière 2023-2028*, (nd.).
- Moufakkir, M., et Qmichou, M. (2020). L'innovation dans l'industrie bancaire et financière : Une revue de littérature, *Revue Internationale d'Economie Numérique*, vol. 2, n° 1, pp. 1-20.
- Moungou, M.S., et Niyonsaba, S.E. (2015). Efficacité des mécanismes de gouvernance des PME : une évaluation empirique en contexte camerounais. *Revue internationale P.M.E.*, vol.28, n° 1, pp. 57-85.
- Musa, A.Y., et al. (2022). Moderating effects of innovation on the relationship between micro-credit and financial performance of microenterprises in Kaduna Metropolis, *Gusau Journal of Business Administration*, vol. 1, n° 2, pp. 1-13.
- Musah, A., et al. (2018). Financial management practices, firm growth and profitability of small and medium scale enterprises (SMEs), *Financial Management*, vol. 10, n° 3, pp. 25-37.



- Nana, E.Q., et al. (2019). Microfinancing and Performance of Small and Medium Enterprises, *American International Journal of Business Management*, vol. 2, n° 5, pp. 62-71.
- Nanfac, G.G., et Wandji, G. (2025). Impact de l'orientation entrepreneuriale sur l'accès des PME familiales camerounaises au financement par emprunt, *Revue internationale de la Recherche Scientifique*, vol. 3, n° 2, pp. 1065-1082.
- Nawal, B.M., et Kamel, H. (2022). Etude de l'effet de la valeur perçue, le risque perçu, la satisfaction et la confiance sur la fidélité des clients dans le secteur bancaire en Algérie, *Revue Organisation & Travail*, vol. 11, n°4, pp. 85-102.
- Ngagne, D. (2020). *La perception du risque de défaillance financière du dirigeant de la PME : cas de la région de Ziguinchor*. Mémoire de Master en Finance, Université AssaneSeck de Ziguinchor.
- Nguyen, N., et LeBlanc, G. (2004). Les effets de la réputation et de l'image d'une institution coopérative sur la fidélité de ses membres et clients, *Revue de l'Université de Moncton*, vol. 35, n° 1, pp. 71-97.
- Nobakht, M., et al. (2021). Exploring the relationship between open innovation and organisational ambidexterity: the moderating effect of entrepreneurial orientation, *Innovation*, vol. 23, n° 1, pp. 71-92.
- Nzuzi, B.M. (2021). *Microcrédit et entrepreneuriat féminin persistant dans la ville de Lubumbashi en République Démocratique du Congo*. Thèse de doctorat en sciences de gestion (inédite), Université de Lubumbashi.
- Odode, A., et al. (2025). «Financement par souscription d'actions via internet et performance des Petites et Moyennes Entreprises commerciales», *Revue Internationale des Sciences de Gestion*, vol. 8, n° 2, pp. 321-343.
- Offele, O.J., et Bangagnan, Y.E.D. (2024). Effets de l'accès au financement sur la performance des PME féminines au Congo, *Organisations et Territoires*, vol. 33, n° 2, pp. 39-52.
- OIT. (2015). *La Microfinance pour le travail décent*. Bureau international du Travail, Genève.
- Osea, G. A. (2020). Fiabilité de l'Information Financière et Performance des PME de Bukavu, *CERUKI*, vol. 61, n° 1, pp. 350-381.
- Osea, G.A. (2021). *Relation entre l'Orientation Entrepreneuriale et la Performance perçue dans les Petites et Moyennes Entreprises de Goma et Bukavu : Rôles médiateur de l'usage du numérique et modérateur de l'appui institutionnel*, Mémoire de Diplôme d'Etudes Approfondies en Sciences de Gestion (inédit), Université Catholique de Bukavu.
- Osea, G.A., et al. (2023). Pratique comptable et succès entrepreneurial perçu des PME de Bukavu : Rôle modérateur de l'orientation entrepreneuriale, *Revue de l'entrepreneuriat et de l'innovation*, vol. 5, n° 17, pp. 1-30.
- Ostimehin, K.O., et al. (2024). Impact of microfinance credit facilities on utilization capacity of small and medium enterprises in Southwestern Nigeria, *TSU-International Journal of Accounting and Finance*, vol. 3, n° 1, pp. 1-14.
- Oubal, R. (2022). «Mesure de la performance globale dans une entreprise socialement responsable : Une synthèse de la littérature», *International Journal of Financial Accountability, Economics, Management, and Auditing*, vol. 4, n° 1, pp. 60-78.
- Ouchekkir, A., et Mouandzibi, P.N. (2021). Le financement des PME au Maroc : Déterminants, limites et alternatives, *IOSR Journal of Business and Management*, vol. 23, n° 10, pp. 41-56.
- Ousmane, T.D., et Massamba, S. (2020). Comment les chercheurs appréhendent-ils la performance dans leur domaine ? Une étude exploratoire à l'Université Cheikh Anta Diop de Dakar (Sénégal), *International Journal of Innovation and Applied Studies*, vol. 28, n° 2, pp. 390-417.
- Perera, S., et al. (2024). Entrepreneurial orientation. In: *Entrepreneurial Orientation: Strategic Management*. United States: *Academic Press*, pp1-34.
- Plewa, C., et al. (2016). Reputation in higher education: A fuzzy set analysis of resource configurations, *Journal of business research*, n° 69, pp. 3087-3095.
- Putri, A.M., et al. (2023). The influence of digital marketing, access to capital, and financial management on the competitiveness of MSMEs products in the Regency/City of Tasikmalaya, *Saudi Journal of Economics and Finance*, vol. 7, n° 6, pp. 300-306.
- Rhee, M., et Haunschild, P.R. (2006). The liability of good reputation: A study of product recalls in the U.S. automobile industry, *Organization Science*, vol. 17, n° 1, pp. 101-117.
- Rindova, V.P., et al. (2005). Being good or being known: An empirical examination of the dimensions, antecedents, and consequences of organizational reputation, *Academy of Management Journal*, vol. 48, n° 6, pp. 1033-1049.
- Robleh, I. (2013). *Microfinance et réduction de la pauvreté : le cas de Djibouti*. Thèse de doctorat en Sciences de Gestion, Université de Picardie Jules-Verne.

- Ruslan, R.A.H.M., et al. (2020). Impact of Microcredit on SMEs Performance in Malaysia, *International Journal of Business and Economics*, vol. 19, n° 1, pp. 109-130.
- Salah, S.C. (2019). *Approche relationnelle de la fidélité du consommateur : Intégration des concepts de valeur perçue et de la satisfaction dans le domaine des services bancaires en Algérie*. Thèse de Doctorat en sciences économiques, Université Djillali Liabes de Sidi-Bel-Abbes.
- Sani, L.M., et Vincent, P. (2025). Effect of microcredit on the performance of agripreneurs in Katcha local government area of Niger State, Nigeria, *Nsukijems*, vol. 1, n° 1, pp. 1-10.
- Sarfo, C., et al. (2024). Perceived value of microfinance and SME performance: The role of exploratory innovation, *International Journal of Innovation Studies*, vol. 8, pp. 172-185.
- Saucier, D., et Cain, D. (1995). Spatial learning without NMDA receptor-dependent potentiation, *Nature*, vol. 378, pp. 186-189.
- Septiani, R.N., et Wuryani, E. (2020). Pengaruh literasi keuangan dan inklusi keuangan terhadap kinerja UMKM di Sidoarjo, vol. 9, n° 8, pp. 3214-3236.
- Serrano-Cinca, C., et al. (2016). A social and environmental approach to microfinance credit scoring, *Journal of Cleaner Production*, vol. 112, n° 4, pp. 3504-3513.
- Szwajca, D. (2018). Dilemmas of Reputation Risk Management: Theoretical Study, *Corporate Reputation Review*, n° 21, pp. 165-178. <https://doi.org/10.1057/s41299-018-0052-9>
- Szwajca, D. (2018). Relationship between corporate image and corporate reputation in Polish banking sector, *Oeconomia Copernicana*, vol. 9, n° 3, pp. 493-509
- Tarozzi, A., et al. (2015). The Impacts of Microcredit: Evidence from Ethiopia, *American Economic Journal*, vol. 7, n° 1, pp. 54-89.
- Tchingnabe, D., et Vangvaïdi, A. (2019). La valeur perçue du microcrédit comme déterminant de la satisfaction des clients des institutions de Microfinance : une étude sur la clientèle des EMF au Cameroun, *Global Journal of Management and Business Research : E Marketing*, vol. 19, n° 1, pp. 1-13.
- chouassi, G., et Tekam, H.O. (2003). Microfinance et réduction de la pauvreté, le cas du crédit du Sahel au Cameroun, *Revue internationale de l'économie sociale*, n°288, pp. 80-88.
- Turan, M., et Kara, A. (2018). Online social media usage behavior of entrepreneurs in an emerging market: Reasons, expected benefits and intentions, *Journal of Research in Marketing and Entrepreneurship*, vol. 20, n° 2, pp. 273-291, Doi: 10.1108/jrme-09-2016-0034
- Turyakira, P., et al. (2019). The joint effect of firm capability and access to finance on firm performance among small businesses: A developing country perspective, *African Journal of Business Management*, vol. 13, n° 6, pp. 198-206.
- Waterfield, C., et Duval, A. (1996). *CARE Savings and credit sourcebook*, CARE.
- Watson, J. (2019). Exposing/correcting SME underperformance myths, *International Journal of Gender and Entrepreneurship*, vol. 12, n°1, pp. 77-88.
- Wernerfelt, B. (1984). A resource-based view of the firm, *Strategic Management Journal*, vol. 5, n° 2, pp.171-180.
- Westover J. (2008). « The Record of Microfinance: The Effectiveness/ Ineffectiveness of Microfinance Programs as a Means of Alleviating poverty », *Electronic Journal of Sociology*, vol. 12, n° 1, p. 1-8.
- Wong, A., et al. (2016). Student satisfaction and school reputation: the moderating role of student loyalty and school image. *Journal of marketing and HR*, vol. 2, n° 1, pp. 113-125.
- World Bank.(2019). *Autopsie des écosystèmes des micros, petites et moyennes entreprises en République Démocratique du Congo*. Washington, D.C.: World Bank Group.
- Zineb, H., et Rizlane, G. (2022). Les facteurs déterminants de la performance globale des entreprises: Une revue de littérature théorique et empirique, *International Journal of Innovation and Applied Studies*, vol. 36, n° 2, pp. 502-517.