

LE CRÉDIT À LA CONSOMMATION EN EUROPE

Actes du congrès d'Eurofinas d'octobre à Rome (Italie)

<http://www.asf-france.com/publications-asf/LettreASF/201312-La-lettre-de-l-ASF-159.pdf>

LE CRÉDIT À LA CONSOMMATION À LA CROISÉE DES CHEMINS

Intervention de Philippe Dumont, Directeur Général de CREDIT AGRICOLE CONSUMER FINANCE

Aperçu de l'état du marché du crédit à la consommation en Europe : contraction de l'activité dans les pays de l'Union européenne, avec de fortes disparités géographiques.

Les encours de crédit à la consommation sont en baisse depuis 2008 (-8,8 % sur les quatre dernières années, soit 100 Mds€ de manque à gagner pour la profession). Entre 2011 et 2012, le montant des opérations en cours en crédit à la consommation a reculé de 1,9 %, pour atteindre 1 056 Mds€ à fin 2012. Ce recul est plus marqué en Europe de l'Est et Europe Centrale (-4,4 %) avec 70 Mds€ d'encours, et en Europe du Sud où il atteint -3,2 % avec 376 Mds€ d'encours, soit 35 % du total des encours dans l'UE, qu'en Europe du Nord (-0,8 %) avec 610 Mds€ d'encours (58 % du total des encours en Europe).

Quant à la production de nouveaux crédits (prêts personnels et financement automobile), après une baisse importante à compter de 2007 (-7,4 % en un an), une stabilisation est constatée depuis 2009 à un niveau relativement élevé.

Le marché du crédit à la consommation est impacté également par un marché automobile très perturbé depuis 2007. Pour la période 2007-2012, le nombre d'immatriculations de nouveaux véhicules en Europe a baissé de près de 22 %. Pour le 1^{er} semestre 2013, ce nombre est en baisse de 6,4 % par rapport à la même période de l'année précédente.

Néanmoins, grâce au secteur du financement de voitures d'occasion qui se porte mieux, le marché automobile s'est stabilisé depuis 2009 avec 62 Mds€ de production de nouveaux crédits en 2012.

Dans le contexte actuel, les établissements spécialisés en crédit à la consommation en France doivent faire face :

- à une situation économique dégradée,
- à une réglementation de plus en plus contraignante,
- à de nouvelles contraintes financières (impact notamment des règles de Bâle III et de la directive CRD4),
- aux nouvelles attentes des consommateurs,
- au développement des nouvelles technologies.

La situation économique en Europe tend à se stabiliser. Une légère augmentation de la croissance au niveau européen est attendue en 2014.

La réglementation européenne sur le crédit à la consommation, en constatant un alourdissement depuis quelques années, introduit des exigences de plus en plus contraignantes pour les professionnels. Actuellement, plusieurs textes pouvant impacter le business model des établissements sont en cours de discussion (révision de la directive d'intermédiation en assurance ; révision de la directive sur les services de paiement ; règlement sur la protection des données personnelles, consultation sur le shadow banking).

A ces règles s'ajoutent les mesures adoptées au niveau national. La transposition de la directive européenne sur le crédit à la consommation de 2008 a été notamment l'occasion pour le législateur français d'introduire de nouvelles exigences en plus de celles prévues par le texte européen (réforme de l'usure,...). Cependant, une accumulation de la réglementation, ayant pour objectif de protéger le consommateur, pourrait aboutir à le déresponsabiliser. Il

est donc nécessaire de **trouver un équilibre entre le renforcement des règles en matière de crédit à la consommation et la protection du consommateur.**

Par ailleurs, la mise en place des nouvelles exigences de Bâle III/CRD4 (renforcement du capital réglementaire, nouvelles exigences en matière de liquidité,...) risque de conduire les établissements spécialisés à diversifier leur sources de financement.

Au vu de ces éléments, le crédit à la consommation devient **une activité de moins en moins attractive qui devra se développer sur un terrain de plus en plus instable.** Dans cet environnement instable, nous assistons à des changements dans le comportement des consommateurs et à l'émergence de nouveaux modes de consommation. Le consommateur réalise de plus en plus souvent ses achats sur internet (e-commerce) ou à partir de son téléphone mobile (m-commerce). Se développent également les achats entre particuliers (achats malins, achats de produits d'occasion) ainsi que l'économie de partage (co-voiturage,...).

Les consommateurs, mieux informés et plus exigeants vis-à-vis du prêteur, sont à la recherche d'un service disponible à tout moment (24h/24 et 7jours/7). Pour répondre aux nouvelles attentes de leurs clients, les établissements spécialisés doivent adapter leur offre commerciale et être capables de proposer un service personnalisé et de grande valeur. Une meilleure connaissance du client et la capacité de pouvoir s'adapter à ses attentes améliorerait sa satisfaction et de ce fait sa confiance dans le crédit à la consommation.

Des travaux sont en cours au sein de plusieurs établissements de la Place pour développer des solutions de signature électronique sécurisée permettant de dématérialiser la procédure de souscription d'un contrat de crédit à la consommation notamment sur le lieu de vente. Parallèlement à la dématérialisation des procédures utilisées, se développent de nouveaux services de paiement en ligne.

En conclusion, les réponses apportées par la profession sont les suivantes :

- optimiser les dépenses et les ressources disponibles par la mise en place de process efficaces et une maîtrise du coût du risque,
- communiquer sur les nouvelles contraintes réglementaires,
- rééquilibrer le bilan en diversifiant sa gamme de produits (produits d'épargne, titrisation),
- s'assurer de la satisfaction des clients,
- investir dans les nouvelles technologies.

Les dernières tendances en matière de protection du consommateur

En préambule, Christian Brandt, Directeur général, Danish Finance & Leasing Association indique qu'une réflexion est en cours au niveau du Parlement et de la Commission européenne sur l'opportunité de réviser la directive crédit à la consommation.

La Commission européenne doit publier d'ici la fin de l'année une analyse de la façon dont la directive a été transposée dans les différents Etats membres ainsi que des dispositions à amender ou des propositions de nouveaux axes de réglementation. A ce stade, aucun document n'est paru. Seules quelques pistes de réflexion ont été avancées par la Commission.

La révision de la DCC pourrait couvrir le surendettement, le délai de rétractation, le crédit en ligne, l'efficacité de la fiche d'informations standardisée, les intermédiaires de crédit sur le lieu de vente,...

Des réflexions sont également en cours sur le surendettement des ménages en Europe. Une étude élaborée par la Commission européenne devra proposer une définition commune du surendettement, faire un état du niveau d'endettement en Europe et des types de ménages susceptibles d'avoir des difficultés financières, préciser les causes (accidents de la vie notamment) et les conséquences d'un endettement excessif et faire des propositions de mesures de prévention du surendettement.

A la question de savoir quelles mesures prévues par la DCC sont les plus protectrices pour le consommateur, les personnes présentes dans la salle considèrent à 35 % qu'il s'agit de l'information précontractuelle standardisée, à 37 % de l'obligation d'évaluer la solvabilité des emprunteurs et à 17 % du remboursement anticipé.

Echange de vues entre le régulateur et des représentants des consommateurs et des professionnels sur les tendances en matière de protection du consommateur et sur l'évolution du paysage réglementaire.

Dirk Haubrich, Head of Consumer Protection and Financial Innovation, EBA

Enrico Lodi, General Manager, Credit Bureau Services, CRIF & Vice President, ACCIS

Mick McAteer, Chairman, Financial Services User Group

François Langlois, Head of Legal and Compliance, BNP Paribas Personal Finance

Dirk Haubrich fait un point sur les missions de l'Autorité bancaire européenne (ABE) et sa place au sein du système européen de supervision financière.

La principale tâche de l'ABE est de fournir un ensemble unique de règles prudentielles harmonisées destinées aux établissements financiers dans toute l'UE, qui contribuera à créer des conditions de concurrence équitables et qui offrira une protection élevée aux déposants, aux investisseurs et aux consommateurs.

L'Autorité joue un rôle important dans la promotion de la convergence des pratiques de surveillance, afin de garantir une application harmonisée des règles prudentielles. Elle est chargée d'évaluer les risques et vulnérabilités dans le secteur bancaire européen, notamment à l'aide de rapports d'évaluation des risques réguliers et de simulations de crises paneuropéennes.

L'ABE joue également le rôle d'organe consultatif indépendant auprès du Parlement européen, du Conseil et de la Commission.

Enfin, l'Autorité fait partie du système européen de surveillance financière (SESF), qui est constitué de trois autorités de surveillance: l'Autorité européenne des marchés financiers (AEMF), l'Autorité bancaire européenne (ABE) et l'Autorité européenne des assurances et des pensions professionnelles (AEAPP).

A la question de savoir quelle doit être la priorité du superviseur lors d'un contrôle, 73% des personnes présentes dans la salle considèrent qu'il s'agit de la transparence des produits en termes de prix notamment.

La production annuelle des spécialisés a reculé de plus de 20% en 4 ans pour passer de 45 milliards à 35 milliards d'euros. Ce sont ainsi 10 milliards d'euros, soit 0,9% de la consommation des ménages, qui manquent chaque année à la consommation. Par ailleurs, plus de 2 000 emplois ont été détruits au sein des établissements spécialisés. D'autres plans sociaux sont annoncés, tant dans ce secteur que dans celui de la distribution (données ASF)

L'avenir du crédit à la consommation

Des leaders sur le marché européen partagent leurs points de vue sur ce qu'ils considèrent être les principaux défis et opportunités pour l'avenir du crédit à la consommation, en ce qui concerne notamment la gestion du risque, les prêts responsables, les canaux de distribution, les nouveaux produits et l'impact de l'évolution de la technologie sur le métier.

Gerard Grimes, Manager Directeur, Hitachi Capital Consumer Finance

Frederic Mazurier, CFO, Banque Carrefour

Chiaffredo Salomone, CEO, Findomestic Banca

Chiaffredo Salomone, CEO, Findomestic Banca

Trois sujets importants pour l'avenir du crédit à la consommation : la réglementation, les nouvelles technologies et l'augmentation du coût du risque.

Dans ce contexte, Findomestic a lancé de nouveaux produits adaptés aux besoins de ses clients (prêt personnel « sans frais », compte de dépôt,...) et a dématérialisé sa procédure de souscription des prêts personnels. Les documents ne sont plus imprimés mais signés électroniquement par le client et le prêt est accepté en moins de 30 minutes. Des applications pour téléphone mobile sont également proposées aux clients qui utilisent davantage les réseaux sociaux pour entrer en contact avec Findomestic.

Le développement technologique ne remplace cependant pas le contact en face à face qui reste, à ce stade, le plus utilisé.

Enfin, Chiaffredo Salomone indique qu'il existe une forte corrélation entre la situation économique dégradée, l'augmentation du taux du chômage et l'augmentation du coût du risque pour les établissements spécialisés.

En conséquence, Findomestic a fait du crédit responsable son cheval de bataille. Ainsi il s'engage à :

- lutter contre le surendettement,
- favoriser et élargir l'accès au crédit,
- prendre soin des clients de manière flexible,
- aider les clientèles en difficultés.

Frederic Mazurier, CFO, Banque Carrefour

Créée en 1981 avec le lancement des cartes PASS, Carrefour Banque a développé progressivement son offre en proposant du crédit affecté, du prêt personnel, du crédit renouvelable et du rachat de crédits. En 2012, 8,3 Md€ d'euros de paiements sont réalisés avec la carte PASS. Carrefour Banque propose également la carte PASS MasterCard qui peut être utilisée hors de l'enseigne Carrefour, en France comme à l'étranger.

Depuis 2012, Carrefour Banque a diversifié sa gamme de produits en proposant à ses clients un livret d'épargne, une assurance-vie, un compte à terme et la location de certains biens.

Dans un contexte économique difficile, Carrefour Banque a distribué 1,4Md€ de nouveaux crédits en 2012. Ses performances commerciales résultent d'une stratégie de diversification de l'offre, de nouveaux outils proposés aux clients (site internet et applications pour téléphone mobile) et de diversification des sources de refinancement pour satisfaire aux nouveaux ratios de Bâle III (émission obligataire).

FINANCEMENT AUTOMOBILE : DÉVELOPPER UNE APPROCHE DURABLE/ Evolution du comportement des consommateurs

L'accès à internet et son utilisation sont largement répandus au sein de l'UE. Le pourcentage des ménages disposant d'une connexion internet a augmenté dans tous les Etats membres entre 2006 et 2012, même si les écarts restent importants, en passant de 30 % en 2006 à 72 % en 2012.

L'utilisation d'internet sur mobiles est devenue populaire grâce au succès des smartphones et des tablettes numériques.

Aujourd'hui, les internautes utilisent internet non seulement pour envoyer et recevoir des e-mails ou rechercher des informations, mais également pour publier des messages sur les réseaux sociaux (Facebook notamment), faire des achats ou utiliser les services bancaires en ligne.

En conséquence, les attentes des consommateurs sont en train de changer. Mieux renseignés, ils sont à l'affût d'informations accessibles partout en temps réel. Concernant le financement automobile, par exemple 94% d'entre eux se renseignent sur internet avant d'aller en magasin. La nouvelle génération née entre 1980 et 2000 appelée encore génération « credit friendly » est la plus impactée par cette vague d'innovation qui pousse les établissements spécialisés à modifier leur business model.