**SAM Etudes et articles sur le crédit conso**

# Table des matières

[Table des matières 1](#_Toc381017107)

[Etude sur la « Concurrentiabilité » du secteur du crédit à la consommation au Maroc 1](#_Toc381017108)

[Le crédit aux particuliers dans les pays du Maghreb 2](#_Toc381017109)

[Produit intérieur brut et dépenses de consommation finale des ménages dans le grand Casablanca 3](#_Toc381017110)

[Consommation et crédit 4](#_Toc381017111)

[Le crédit à la consommation est-il touché par la crise ? 4](#_Toc381017112)

[L’innovation au service d’un crédit à la consommation responsable. 4](#_Toc381017113)

[Innovation / Offre : Des crédits à la consommation à des taux pouvant atteindre les 0% 4](#_Toc381017114)

[Crédit à la consommation il est temps de changer sans attendre 5](#_Toc381017115)

[Le crédit à La consommation: un paysage en pleine mutation 5](#_Toc381017116)

[Innovation sous contrainte financière : un impératif dans le crédit à la consommation. 6](#_Toc381017117)

[L’essoufflement du modèle des sociétés de crédit à la consommation en France : simple évolution ou rupture ? 6](#_Toc381017118)

[Crédit à la consommation : les ménages qui s’endettent sont de moins en moins européens 7](#_Toc381017119)

[La demande des ménages en matière de crédit à la consommation et les ajustements nécessaires pour y répondre 8](#_Toc381017120)

[Le crédit à la consommation en Europe 8](#_Toc381017121)

# Etude sur la « Concurrentiabilité » du secteur du crédit à la consommation au Maroc

*Entreprendre une étude sur le crédit à la consommation répond à une double finalité. Le crédit à la consommation a d’abord une portée économique dans la mesure où il peut contribuer à stimuler et à solvabiliser la demande globale dans le but de développer l’investissement et la croissance. Il a également une portée sociale puisqu’il peut constituer une aide précieuse pour les classes moyennes et les catégories sociales économiquement faibles afin d’accéder à certains biens de consommation durable.*

*Ces objectifs sont louables, mais exigent une certaine prudence par rapport à des dérapages possibles. D’une part, il ne s’agit pas, à travers l’attrait de la consommation et le cumul de crédits, d’occasionner des situations dommageables pour les familles en question. Il importe d’autre part, de protéger de différentes formes d’abus, ceux qui recourent au crédit à la consommation et qui sont par définition des catégories sociales fragiles. L’un des moyens d’action les plus adéquats consiste justement à faire en sorte que la concurrence fonctionne pleinement afin d’obtenir une diversité d’offres au meilleur rapport qualité / prix, donc au profit du consommateur.*

*C’est à travers ce prisme que l’étude du secteur s’avère extrêmement utile. Nous examinerons alors deux questions principales avant de tirer quelques conclusions pertinentes et faire quelques recommandations.*

*Il s’agira d’abord de faire l’état des lieux. Nous nous attacherons dans un second temps à dégager les facteurs et les indices de concurrentiabilité du secteur. En conclusion, nous dégagerons quelques faits saillants et établirons des recommandations.*

*…*

VOIR DOCUMENT COMPLET CI-JOINT Etude sur la « Concurrentiabilité » du secteur du crédit à la consommation au Maroc

Ou  CLIC ICI POUR Y ACCEDER [*http://conseil-concurrence.ma/?wpfb\_dl=64*](http://conseil-concurrence.ma/?wpfb_dl=64)

*VOIR DOCUMENT COMPLET CI-JOINT Le crédit aux particuliers dans les pays du Maghreb*

# Produit intérieur brut et dépenses de consommation finale des ménages dans le grand Casablanca

***L****e présent document présente les principaux résultats obtenus au niveau du PIB de la Région du Grand Casablanca, et les dépenses de consommation finale des ménages au titre de l’année 2010*.

# Consommation et crédit

*Ce thème a fait l’objet d’un colloque organisé par l’ASF, l’Association des sociétés financières (ASF) regroupe en France les établissements de crédit spécialisés dans le crédit à la consommation, le crédit immobilier, le leasing crédit-bail, l’affacturage, les sociétés de caution et les prestataires de services d’investissement. L’association rassemble 330 établissements finançant les ménages (achats de voitures, équipements, maisons) et les entreprises (machines, usines, bureaux, camions, comptes clients, etc.). Ces professionnels sont des acteurs de la vie économique quotidienne, de l’économie réelle.*

CLIC ICI POUR ACCEDER AUX ACTES DE CETTE MANIFESTATION

[*http://www.asf-france.com/publications-asf/LettreASF/201303-La-lettre-de-l-ASF-156.pdf*](http://www.asf-france.com/publications-asf/LettreASF/201303-La-lettre-de-l-ASF-156.pdf)

# Le crédit à la consommation est-il touché par la crise ?

[**http://lecercle.lesechos.fr/entreprises-marches/finance-marches/banques-assurances/221163256/credit-a-consommation-est-temps-cha**](http://lecercle.lesechos.fr/entreprises-marches/finance-marches/banques-assurances/221163256/credit-a-consommation-est-temps-cha)

*Les spécialistes du crédit à la consommation filiales des plus grandes banques sont face à un problème. Leurs pratiques habituelles de credit revolving imposent des taux d’intérêts aussi élevés que rentables. Mais une banque peut-elle encore prêter dans un tel climat de défiance ? Quel taux d’intérêt saurait rendre compte du risque réel ou supposé si élevé ?*

VOIR DOCUMENT JOINT Le crédit à la consommation est-il touché par la crise ?

# L’innovation au service d’un crédit à la consommation responsable.

[*http://www.equinox-consulting.com/wp-content/uploads/2012/12/depliant\_creditconso\_web.pdf*](http://www.equinox-consulting.com/wp-content/uploads/2012/12/depliant_creditconso_web.pdf)

… *C’est donc une mutation de la relation entre l’établissement de crédit et le consommateur qui permettrait d’orienter ce dernier vers le produit le plus adapté à son besoin de financement … et non vers le produit qui fait l’objet des efforts de communication les plus importants…*

VOIR DOCUMENT COMPLET CI-JOINT *L’innovation au service d’un crédit à la consommation responsable.*

# Innovation / Offre : Des crédits à la consommation à des taux pouvant atteindre les 0%

[***http://www.news-banques.com/innovation-offre-des-credits-a-la-consommation-a-des-taux-pouvant-atteindre-les-0/0121110973/***](http://www.news-banques.com/innovation-offre-des-credits-a-la-consommation-a-des-taux-pouvant-atteindre-les-0/0121110973/)

*Un nouveau modèle de consommation dans lequel les commerçants payent les intérêts de crédit de leurs clients…*

VOIR DOCUMENT COMPLET CI-JOINT *Innovation / Offre : Des crédits à la consommation à des taux pouvant atteindre les 0%*

# Crédit à la consommation il est temps de changer sans attendre

[***http://lecercle.lesechos.fr/entreprises-marches/finance-marches/banques-assurances/221163256/credit-a-consommation-est-temps-cha***](http://lecercle.lesechos.fr/entreprises-marches/finance-marches/banques-assurances/221163256/credit-a-consommation-est-temps-cha)

*Le crédit est nécessaire tant pour faire tourner l’économie que pour permettre aux ménages de réaliser leurs projets en toute sécurité. Le crédit ne doit pas être la porte vers le surendettement et la pauvreté.*

VOIR DOCUMENT COMPLET CI-JOINT Crédit à la consommation : il est temps de changer sans attendre

# Le crédit à La consommation: un paysage en pleine mutation

*septembre 2012*

[*http://www.sopragroup.com/content\_data/sopragrp/fr/22102/Efma\_Consumer\_Credit\_Report\_French.pdf*](http://www.sopragroup.com/content_data/sopragrp/fr/22102/Efma_Consumer_Credit_Report_French.pdf)

*Le crédit à la consommation a reculé de 3% en Europe en 2010 et en 2011. Cette moyenne cache de fortes disparités entre la plupart des pays d’Europe de l’Est avec des ménages encore peu endettés et les autres pays plus matures.*

*Cette évolution s’est traduite par la disparition d’acteurs locaux, le retrait de marques internationales de certains pays et l’émergence de nouveaux acteurs provenant des métiers des Telecom ou du monde de l’Internet, certains développant une nouvelle approche du crédit, l’intermédiation directe entre particuliers (emprunteurs ou investisseurs).*

*Pour faire face à la remise en cause de leur modèle économique et contrer les nouveaux entrants, les organismes de crédit spécialisés ont cessé leur course à la taille et recentrent leurs activités sur les marchés dans lesquels ils détiennent des positions stratégiques et significatives.*

*Deux logiques sont à l’œuvre, l’optimisation du modèle et la rupture avec le modèle existant, déclinées selon la situation propre à chaque établissement.*

*Le Think Tank de mai 2012 a permis à Sopra Group de dégager trois leviers utilisés par les organismes de crédit spécialisés pour optimiser le modèle:*

*1. La création de valeur avec l’acquisition de nouvelles clientèles et l’exploration de nouveaux processus de fidélisation.*

*2. L’efficience opérationnelle avec la rationalisation des activités par pays, la recherche de synergies renforcées avec la banque de détail quand la maison mère est une banque, et la réduction des coûts des systèmes d’information et des coûts opérationnels.*

*3. La maîtrise des risques avec le développement de processus de prévention des défauts et un recouvrement plus efficace et mieux segmenté.*

*Face à l’ampleur de la dégradation de certains marchés, il y a lieu de rompre avec le modèle traditionnel. La mise en œuvre de ces stratégies de rupture s’effectue selon quatre modalités:*

*1. La diversification de l’offre vers un modèle de bancassurance permettant d’accroitre le taux d’équipement des clients.*

*2. Le retrait de certains marchés/pays dont le potentiel ou la position de place sont jugés insuffisants.*

*3. Le recentrage sur le métier de distributeur de crédit en externalisant les back offices et SI ou bien la construction d’usines de services de crédits pour compte de tiers.*

*4. Le positionnement sur des marchés de niche tels que le crédit communautaire.*

*Enfin, quelle que soit la logique de transformation adoptée, les critères de création de valeur durable pour la profession (outre les fondamentaux en matière de gestion des risques et d’efficience opérationnelle) devront intégrer les actions suivantes:*

*• Construire une proposition de valeur mieux adaptée à un client devenu mobile et étendue aux média sociaux.*

*• Tirer pleinement parti du canal Internet, tant pour la gestion des partenaires que pour celle des consommateurs.*

*• Continuer à investir dans l’innovation : par exemple la dématérialisation sur le lieu de vente réduit considérablement le temps d’instruction et d’acceptation.*

*• Intégrer l’attente de responsabilité sociale du consommateur et du régulateur, avec un devoir de conseil tant au niveau de l’octroi qu’au niveau du service du client.*

**CLIC ICI POUR ACCEDER A L’ETUDE COMPLETE** [*http://www.sopragroup.com/content\_data/sopragrp/fr/22102/Efma\_Consumer\_Credit\_Report\_French.pdf*](http://www.sopragroup.com/content_data/sopragrp/fr/22102/Efma_Consumer_Credit_Report_French.pdf)

# Innovation sous contrainte financière : un impératif dans le crédit à la consommation.

**CLIC ICI POUR ACCEDER A L’ETUDE COMPLETE** [*http://www.extonconsulting.com/nos-publications/la-lettre-exton/#*](http://www.extonconsulting.com/nos-publications/la-lettre-exton/)

# L’essoufflement du modèle des sociétés de crédit à la consommation en France : simple évolution ou rupture ?

*ÉTUDE AVRIL 2009*

*Les mouvements de concentration engagés sur le secteur depuis plusieurs années devraient accélérer les recherches de synergies entre acteurs proches (Sofinco – Finaref / Cetelem – Cofinoga).*

*- Fusion,*

*- Mutualisation de moyens,*

*- Stratégies de marques concertées...*

*Plus largement la fragilité des positions des acteurs encore non adossés à des groupes bancaires a fait naître sur les derniers mois des interrogations de fond sur la viabilité de leur modèle.*

*- Prise de participation au pire de la crise de confiance et de liquidité fin 2008 du Crédit Mutuel dans Cofidis.*

*- Les captives automobile fortement fragilisées à deux niveaux :*

*• Capacité à se refinancer dans un contexte marqué par la raréfaction des ressources.*

*• Stratégie de niche mono-produit (amortissable) remise en question de façon plus profonde par la crise du marché de l’automobile.*

*Mais au-delà de ces mesures conservatoires prises pour faire face à la crise, il semble indispensable de distinguer les pressions conjoncturelles, exacerbées par le contexte économique général, des pressions structurelles auxquelles le modèle des sociétés de crédit à la consommation est confronté...*

*La présente étude tente d’identifier ces pressions, leurs origines ainsi que les impacts et opportunités qu’elles pourraient générer pour les différents acteurs :*

*- Au premier chef, les sociétés de crédit à la consommation.*

*- Les banques propriétaires de ces structures.*

*- Les enseignes et retailers partenaires des sociétés de crédit à la consommation*

**CLIC ICI POUR ACCEDER A L’ETUDE COMPLETE**  [*http://www.eurogroupconsulting.fr/IMG/pdf/P14-2009-2.pdf*](http://www.eurogroupconsulting.fr/IMG/pdf/P14-2009-2.pdf)

# Crédit à la consommation : les ménages qui s’endettent sont de moins en moins européens

Les encours de crédits à la consommation dans l'Europe des 27 accusent une baisse de plus de 100 milliards d'euros sur 4 ans. (c) Crédit Agricole Consumer Finance

Partager

Le marché mondial du crédit à la consommation ne connaît pas la crise. Le volume des encours mondiaux est passé de 5.523 milliards d'euros en 2009 à 6.383 milliards fin 2012, soit une progression de 15% en trois ans, selon [l'étude annuelle du Crédit Agricole Consumer Finance](http://www.ca-consumerfinance.com/uploads/media/Le_Cr%C3%A9dit_Conso_dans_le_monde_en_2012.pdf" \t "_blank).

**CLIC ICI POUR ACCEDER A L’ETUDE COMPLETE**  <http://www.challenges.fr/economie/20130718.CHA2494/credit-a-la-consommation-les-menages-qui-s-endettent-sont-de-moins-en-moins-europeens.html>

# La demande des ménages en matière de crédit à la consommation et les ajustements nécessaires pour y répondre

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Rapport réalisé par le BIPE pour le Comité consultatif du secteur financier français

*Existe-t-il en France, entre la demande de crédits à la consommation actuellement satisfaite par le fonctionnement du marché et une demande de micro-crédits qui relève d’autres modes de distribution,* ***une demande solvable de tel ou tel type de crédit à la consommation qui, du fait d’une quelconque imperfection du marché, ne peut parvenir à être satisfaite*** *? Si tel est le cas, quelles sont les raisons précises, de tous ordres, pour lesquelles cette demande solvable ne peut être satisfaite ?*

*Comment pourrait-elle l’être ?*

*Pour répondre à ces différentes questions, le BIPE, en dehors de la recherche documentaire, a été amené, au cours des mois d’août, septembre et octobre derniers 2005, à rencontrer des professionnels du crédit à la consommation, des représentants d’associations de consommateurs, des élus et plusieurs interlocuteurs du secteur public. Les conclusions et orientations retenues dans ce rapport sont évidemment présentées sous la seule responsabilité du BIPE.*

*Le* ***BIPE*** *est un cabinet de conseil en analyse stratégique et prospective économique.*

**CLIC ICI POUR ACCEDER A L’ETUDE COMPLETE**  [***http://www.banque-france.fr/ccsf/fr/infos\_prat/telechar/pdf/rap\_babeau\_06.pdf***](http://www.banque-france.fr/ccsf/fr/infos_prat/telechar/pdf/rap_babeau_06.pdf)

# Le crédit à la consommation en Europe

*Actes du congrès d’Eurofinas d’Octobre 2013 à Rome*

* *Le crédit à la consommation à la croisée des chemins*
* *Les dernières tendances en matière de protection du Consommateur*
* *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.*
* *L’avenir du crédit à la consommation*
* *FINANCEMENT AUTOMOBILE : DÉVELOPPER UNE APPROCHE DURABLE/ Evolution du comportement des consommateurs*

VOIR DOCUMENT COMPLET CI-JOINT Le crédit à la consommation en Europe

*Ou* **CLIC ICI POUR ACCEDER A LA SOURCE**  <http://www.asf-france.com/publications-asf/LettreASF/201312-La-lettre-de-l-ASF-159.pdf>