

leur maison mère ;

- pour les normes IAS, les sociétés non adossées à des banques ne seront pas concernées.

Le Directeur de la DSB précise que ce traitement différencié est conforme aux recommandations du Comité de Bâle.

8. Refinancement des sociétés de financement

En réponse à une question relative aux taux minima de refinancement appliqués aux sociétés de financement en vertu de la directive du Gouverneur de BAM relative aux pratiques des banques en matière de taux intérêt débiteurs, le Gouverneur indique que cette directive, qui s'inscrit dans le cadre de l'exercice du contrôle prudentiel de BAM, ne fait pas obligation aux banques d'appliquer des contions minima, mais seulement d'informer BAM des conditions appliquées et de les justifier quand celles-ci sont réduites.

Il précise que BAM a édité cette directive à son corps défendant, préférant éviter toute mesure administrative et laisser le soin aux opérateurs de régler les questions de concurrence entre eux, au sein de leurs associations respectives.

9. Conclusion

Le Gouverneur réitère le bons parcours de l'APSF au cours de ces dernières années et invite les professionnels à chercher à réaliser des synergies avec BAM (cas des centrales d'information) et à harmoniser leurs actions avec les partenaires.

Il rappelle que pour BAM, les banques et les sociétés de financement sont considérées sur un pied d'égalité.

Il émet l'idée de se rencontrer semestriellement pour que BAM et l'APSF puissent s'informer mutuellement de l'état d'avancement des chantiers.

Congrès annuel Eurofinas-Leaseurope

Cascais (Portugal), 2 au 4 octobre 2005

Synthèse des communications

La présente note présente la synthèse des différentes communications faites lors du congrès annuel conjoint d'Eurofinas-Leaseurope tenu à Cascais (Portugal) du 2 au 4 octobre 2005.

TENDANCES ET ÉVOLUTIONS DE LA STRUCTURE DU MARCHÉ DU CRÉDIT EN EUROPE

Umberto Filotto, Président du Comité Statistiques et Contrôle - Eurofinas

Umberto Filotto présente les grandes tendances du crédit à la consommation. Il lui apparaît d'abord qu'il n'existe pas d'"eurozone" économique, mais davantage une juxtaposition de nombreux marchés distincts, diversifiés et dont les capacités d'évolution diffèrent. Ainsi la Grande-Bretagne, l'Allemagne, l'Italie et la France

occupent une place prépondérante. Globalement, en termes d'encours, la part du crédit à la consommation (et autres crédits) reste minoritaire (20%) alors que le financement immobilier représente environ 60%. Les statistiques montrent que les crédits renouvelables et les prêts personnels ont enregistré les plus fortes croissances tant en termes de production qu'en termes d'encours. Les statistiques Eurofinas révèlent, à fin 2004, une progression de 10,3% des nouveaux crédits accordés (à 331 milliards d'euros) et une progression des encours de 10,2% (à 554 milliards d'euros).

Sommaire

CONSOMMATION ET OCTROI DE CRÉDIT : ENQUÊTES AUPRÈS DES CONSOMMATEURS

Marie-Laurence Guena, TNS Sofres
Carlos Bohorquez, Millward Brown
Rosa-Maria Gelpi, Cetelem

Soucieuses de l'image du crédit à la consommation dans leur pays, les associations française et espagnole ont cherché à mieux comprendre, par le biais d'enquêtes, l'opinion des consommateurs sur le crédit à la consommation. L'enquête commandée par l'ASF à TNS Sofres à l'occasion du colloque du 15 décembre 2004 s'adressait à un échantillon représentatif de la population française, dont seulement un tiers détient un crédit à la consommation.

Elle a confirmé les tendances de fond de l'opinion publique française sur le crédit à la consommation : une grande prudence, qui peut trouver son origine dans certaines idées préconçues, alliée à la reconnaissance de l'utilité du crédit à la consommation tant au niveau macroéconomique qu'au niveau individuel.

La prudence se traduit par un comportement d'achat extrêmement raisonnable, du moins dans les déclarations : comparaison et réflexion avant d'acheter, recours à l'épargne etc. On la retrouve dans les utilisations du crédit : la grande majorité des crédits souscrits sont consacrés à l'automobile (crédits amortissables) ou à l'équipement du foyer. Ces destinations sont d'ailleurs celles qui sont considérées comme normales par l'ensemble des personnes interrogées, qu'elles aient ou non un crédit à la consommation. Ainsi, le crédit est considéré comme utile, et même parfois indispensable, par la grande majorité des personnes interrogées qui font part en même temps de leurs craintes : le crédit à la consommation favorise le surendettement, peut être un piège, etc.

Il existe donc une forte contradiction entre la légitimité économique de crédit, largement

reconnue, et les images négatives qu'il véhicule. Cela peut se résumer en une phrase: le crédit est bon pour moi, car je sais gérer, mais pas pour les autres qui ne sont pas toujours responsables.

Les résultats de l'enquête espagnole sont bien différents et cela tient sans doute à ce qu'elle porte uniquement sur des personnes ayant ou ayant eu un crédit à la consommation affecté. Pour ce qui est des utilisations du crédit, là encore l'équipement du foyer et l'automobile viennent en tête. Il est intéressant de noter que l'âge de l'emprunteur influence beaucoup la destination du crédit. Alors que les plus jeunes (25-34 ans) utilisent majoritairement le crédit pour les dépenses de loisirs (mode, vidéo, hi-fi etc.), les plus âgés (55-65 ans) y recourent pour l'électroménager "de base". Les 35-44 ans se situent au centre de ces deux tendances. L'enquête montre qu'il n'y a pratiquement aucun motif d'insatisfaction de la part des clients vis-à-vis de leur établissement prêteur. Le service est considéré comme excellent, souple, transparent et... amical.

De plus, les consommateurs sont tout à fait conscients du rôle joué par le crédit pour faciliter la consommation. Ils en apprécient la souplesse et l'utilité. D'ailleurs, en l'absence de proposition de crédit, presque la moitié n'auraient pas fait l'achat qu'ils ont fait (un chiffre comparable était fourni par TNS Sofres pour la France). Les aspects négatifs sont mentionnés par une forte minorité (40%) : il s'agit essentiellement du prix du crédit qui se traduit par un surcoût du bien acquis à crédit. On relève avec intérêt que les clients ne sont pas prêts à payer leur crédit plus cher si cela devait leur permettre de se rétracter de la vente.

En conclusion et en comparant les résultats des deux enquêtes, on se rend compte qu'il existe un lien entre d'une part la "frénésie" réglementaire dont semblent saisies les autorités, qu'elles soient européennes ou

nationales, et les opinions exprimées par certains détracteurs du crédit à la consommation.

Les enquêtes réalisées en France et en Espagne permettent d'arriver à trois constats objectifs :

- le crédit à la consommation a un impact économique important ;
- il promeut l'intégration sociale et une meilleure qualité de vie ;
- les emprunteurs sont très satisfaits du service offert par les établissements prêteurs.

Il existe donc une forte contradiction entre l'image du crédit et la réalité et il appartient aux établissements prêteurs de communiquer afin de remettre les choses en perspective. Dans cette optique, les enquêtes réalisées par les deux associations ont fait l'objet d'une large diffusion et fondent une réflexion plus approfondie en vue d'une politique de communication appropriée.

INTÉGRATION DU MARCHÉ FINANCIER

Hein Blocks, Président, Comité de l'Industrie Bancaire Européenne (EBIC)

L'intégration du marché des services financiers en Europe sera facilitée par un certain nombre de facteurs parmi lesquels figurent la mondialisation, l'euro, les innovations technologiques, la déréglementation. Le consommateur attend de l'intégration du marché des services ouverts et faciles d'accès, notamment en matière d'ouverture de comptes bancaires, de transactions et d'acquisition de produits financiers. Ces souhaits impliquent une harmonisation totale, des produits identiques d'un pays à l'autre et une intégration externe.

L'offre correspondant aux attentes du consommateur européen verra inévitablement le jour, une fois que les marchés seront prêts et notamment une fois que les marchés de gros seront intégrés. L'Europe fait preuve d'une volonté politique forte qui devrait accélérer le mouvement.

Un des meilleurs exemples en la matière est l'Europe des paiements. Les autorités européennes sont en train de réfléchir à la meilleure façon de parvenir à un espace unique des paiements. Les options sont nombreuses :

- intégration interne, avec la mise en place d'un système européen de compensation, ou externe, avec l'interopérabilité entre les systèmes nationaux ;
- concurrence ou coopération ;
- maintien ou suppression des produits nationaux existants.

Le concept d'harmonisation totale ciblée semble la moins mauvaise solution pour parvenir à l'élaboration d'une réglementation européenne. Il est important que certains aspects des produits proposés soient identiques (expression du prix, information précontractuelle, etc.), mais d'autres échappent à toute tentative d'harmonisation (fiscalité par exemple). Toutefois, c'est loin d'être la solution idéale. Elle est toutefois meilleure que le "26^{ème} régime" (un régime juridique européen se juxtaposant aux législations des 25 pays membres), qui semble voué à l'échec. Autre exemple, il semblerait qu'une proposition modifiée par la Commission européenne de la directive sur le crédit aux consommateurs soit pratiquement adoptée par le collège des commissaires. La Commission a opté dans ce nouveau texte pour l'harmonisation totale ciblée. Si l'on en juge par les versions non officielles, le texte suscite encore un certain nombre de questions notamment en ce qui concerne la durée du délai de rétractation et le prêt responsable.

En conclusion, l'intégration du marché des services financiers de détail doit, pour être effective, obéir, entre autres, aux impératifs suivants :

- réorganisation de la supervision bancaire afin d'éviter les doublons ;

Sommaire

- suppression des obstacles aux fusions-acquisitions et des disparités de taux de TVA;
- meilleure réglementation.

D'ici à cinq ans, on peut prévoir que de nouveaux opérateurs auront fait leur apparition sur le marché et que des produits uniformes feront l'objet d'une offre transfrontière. Pour ce qui est des systèmes de paiement, on est encore dans l'incertitude sur les orientations qui seront retenues. Il y aura soit un système européen, soit le maintien de la prédominance des deux réseaux actuels, qui sont dominés par les Etats-Unis. Les secteurs pionniers du développement des opérations transfrontières seront les paiements, le crédit à la consommation et le crédit hypothécaire.

ÉVALUATION DE LA PROTECTION DU CONSOMMATEUR, NOUVELLES TENDANCES ?

Eric Ducoulombier, DG Marché Intérieur, Commission européenne

La Commission européenne a beaucoup évolué depuis la publication, en septembre 2002, de la proposition de directive sur le crédit aux consommateurs. Elle a abandonné son ancien mode d'adoption des projets de directives, qui était caractérisé par l'absence de consultation des consommateurs, l'absence d'étude de l'impact d'un texte, que ce soit *ex ante* ou *ex post*, et par le principe de l'harmonisation minimale.

L'absence de consultation des consommateurs n'était pas tant due à une position de principe qu'à la faiblesse de la représentation européenne des consommateurs. Les organisations nationales ont peu de moyens et il leur est difficile de libérer des ressources pour se consacrer au travail européen. Les conséquences de cet ancien mode d'adoption des directives sont simples : il n'y a pas de marché intérieur.

Les Etats membres ont profité de la latitude qui leur était laissée pour maintenir ou adopter des règles différentes de la règle européenne.

Un exemple type en est la directive de 1987 sur le crédit à la consommation. En conséquence, les parties prenantes (consommateurs et professionnels) ont pu à juste titre être insatisfaits et ralentir l'adoption de textes ne leur convenant pas.

Fort de cette expérience, la Commission a donc mis en place de nouveaux principes applicables à la préparation de projets de directives. Ils sont, ce n'est pas étonnant, les exacts opposés des anciens : consultation systématique des consommateurs, étude d'impact et recours à l'harmonisation "totale ciblée". La consultation des consommateurs a été institutionnalisée. À titre d'exemple, il existe FIN-USE, réseau des utilisateurs de services financiers ou le Forum Group sur le crédit hypothécaire.

Toutefois, la difficulté reste entière pour les représentants des consommateurs de se rendre disponibles. Les études d'impact sont également devenues systématiques, mais il ne faut pas oublier que l'exercice relève, par construction, de l'extrapolation et qu'on ne peut mesurer précisément quel sera l'impact d'une nouvelle réglementation. Enfin, les directives répondront désormais au principe de l'harmonisation totale ciblée. Seuls les aspects essentiels seront pleinement harmonisés.

Les Etats membres n'auront aucune latitude et devront transposer le texte tel quel. Pour le crédit aux consommateurs, ce sera le cas, par exemple, du TEG, du délai de rétractation ou du remboursement anticipé. En revanche, sur les points non traités par le texte, les Etats membres restent libres et les réglementations nationales bénéficieront de la reconnaissance mutuelle.

Cette nouvelle approche n'est pas sans risques et peut susciter de nombreuses réticences de la part des Etats membres qui, d'une part, auront beaucoup plus de mal à adopter une règle qu'ils ne pourront adapter et qui, d'autre part, auront certainement

aussi des difficultés à admettre que la réglementation d'autres Etats membres puisse s'appliquer telle quelle sur leur territoire en vertu de l'application du principe de reconnaissance mutuelle. Enfin, l'harmonisation maximale, même ciblée, sera source de rigidités.

En conclusion, d'ici à 2010, on peut espérer tout d'abord que les consommateurs pourront avoir une meilleure représentation au niveau européen. Des efforts doivent être faits pour leur donner plus de moyens, pas tant en termes financiers qu'en termes de formation. Il est possible que pour les futures directives, la Commission généralise l'approche Lamfalussy, en laissant aux experts le soin de réglementer les points pratiques une fois que les grands principes ont été fixés par le Conseil et le Parlement européen.

PROBLÈMES COMMERCIAUX ET LÉGISLATIFS POSÉS PAR LA MISE EN COMMUN DE DONNÉES POSITIVES

Steve Taylor, Experian

Les données recueillies par les centrales de crédit (*credit reference agencies*) ne sont autres que celles que doit collecter tout organisme prêteur avant d'accorder un crédit. Il s'agit entre autres du niveau d'endettement, des remboursements effectués sur les dettes en cours et de la capacité d'emprunt. Une centrale de crédit garantit en plus la fiabilité de l'information. Elle propose également une certaine standardisation de l'information et la possibilité de procéder à l'évaluation d'un emprunteur de façon automatique et en temps réel. En ce qui concerne la nature des données détenues par la centrale, les données positives présentent une supériorité par rapport aux seules données négatives, que ce soit en termes d'évaluation du risque ou pour des utilisations plus larges comme la prévention de la fraude ou la lutte contre le blanchiment des capitaux.

En Angleterre, l'enrichissement des centrales

positives a prouvé le meilleur pouvoir prédictif des données positives. Il s'est traduit pour les établissements soit par de plus forts taux d'acceptation, soit par une diminution des créances douteuses et même parfois par les deux.

La question du partage des données positives se pose de façon cruciale en Angleterre pour éviter les situations d'endettement extrême qui, même si elles restent peu nombreuses, sont très largement médiatisées. La mise en commun des données se heurte cependant à des obstacles juridiques et économiques.

Au plan juridique, les règles de protection des données, qu'elles soient d'origine européenne ou britannique, s'opposent à tout échange d'information sans le consentement explicite de la personne concernée. Or, en matière de données positives, il est très difficile d'informer la personne concernée. Les informations sont en effet d'une nature différente de celle des seules données négatives : l'individu dispose d'un large droit d'accès et peut être tenté d'utiliser les données le concernant pour faire jouer la concurrence et obtenir les meilleurs taux. Cette tendance est fortement encouragée par les organisations de consommateurs et peut entraîner une augmentation des taux pour les clients les plus risqués.

Au plan économique, le partage de données positives se heurte à l'opposition des établissements déjà installés sur le marché, qui n'ont aucun intérêt à faire bénéficier de nouveaux arrivants de leur expérience.

Enfin, la réglementation de la concurrence trouve également à s'appliquer aux échanges de données positives.

Une procédure est actuellement devant la Cour de justice européenne pour décider de la légalité du fichier positif mis en place en Espagne par Equifax et l'ASNEF (l'association espagnole des établissements de crédit spécialisés). Le juge espagnol a décidé de poser la question de la légalité du partage

Sommaire

de données positives à la Cour européenne. On attend maintenant le résultat. La décision que prendra le juge espagnol pourra produire des effets sur les échanges de données positives dans tous les pays européens.

Ces obstacles ne doivent pas faire oublier les facteurs qui, actuellement, poussent à l'échange de données positives en Angleterre: la nouvelle réglementation prudentielle, l'émergence d'acteurs non bancaires dans le crédit à la consommation, la mise à contribution par le gouvernement des prêteurs pour la poursuite d'objectifs d'intérêt général.

Le surendettement devient un sujet politiquement sensible en Angleterre. Même si les créances douteuses restent à niveau stable, la conjonction de bas taux d'intérêt et d'un accès facile au crédit peut, à terme, poser des problèmes. Le gouvernement britannique, conscient de ces risques, encourage vivement le partage de données positives.

LE MARCHÉ DU LEASING EN EUROPE

Piero Biagi, Président du Comité des statistiques et du marketing de Leaseurope

L'année 2004 a été marquée par un net redressement de la production qui, en incluant la location vente, a dépassé les 200 milliards d'euros, en progression d'environ 7% sur 2003. La valeur des actifs en location s'est, quant à elle, accrue de 11%, ce qui peut traduire un allongement des durées des opérations nouvelles. La part du leasing dans le total du financement à moyen terme des entreprises est passée de 35% en 2003 à 37% en 2004, à données comparables. Le leasing finance plus de 14% de l'investissement dans les pays représentés au sein de Leaseurope.

Tendance par pays

Les évolutions sont variables selon les pays. Onze pays, comprenant notamment l'Italie, l'Autriche, l'Espagne, le Portugal ont connu

une croissance forte, de 19% en moyenne, tandis que huit pays (dont le Royaume-Uni, la Hollande et l'Allemagne) connaissaient une activité étalée (+0,4% en moyenne). La France, pour sa part, figure dans un groupe de quatre pays dont la croissance, avec 9,3% en moyenne, peut être jugée satisfaisante.

Le marché du crédit-bail immobilier

Le redressement est très net, avec une croissance de 5,4% succédant à une baisse de 8,3% de la production en 2003. Les évolutions par pays sont très contrastées, l'Espagne (+30%) et l'Italie (+19%) marquant une vive progression, souvent sous l'influence de grosses opérations, alors que, l'Allemagne régresse de 35%.

Les marchés de biens d'équipement

Le marché automobile s'accroît de 4%, principalement sous l'influence de la progression du leasing, la location vente diminuant quant à elle de 2%. La part de marché de ces deux modes de financement s'établit à 28% - inchangée -. Le matériel de transport réalise une année record, à 38 milliards de production contre une moyenne de 30 milliards sur les quatre dernières années.

Structure du marché

Les principaux pays restent l'Allemagne, la France et le Royaume-Uni. Dix établissements couvrent 27% du marché européen du leasing, dont la moitié peuvent être considérés comme des acteurs paneuropéens, étant établis dans un nombre significatif de pays importants.

Perspectives

L'année 2004 a marqué une rupture dans la tendance au ralentissement de la croissance des années antérieures.

Les acteurs internationaux mettent à profit l'harmonisation des réglementations (Bâle II et IAS) et la présence, elle-même internationale, des fournisseurs.

Mais les intervenants locaux ont pour eux leur connaissance fine de leur environnement et la bonne implantation de leurs réseaux de distribution. Les deux approches semblent garder toutes leurs chances.

LA TARIFICATION DANS UNE INDUSTRIE CONCURRENTIELLE

Patrick Beselaere, Directeur des ventes, Groupe ING Lease Belgique

À partir des nouvelles règles de Bâle II, Patrick Beselaere s'est attaché à déterminer les principales composantes du prix des opérations. Le coût du risque, le coût de transaction et de gestion, le potentiel de négociation, vont déterminer la marge. En fonction de la pondération des actifs et donc des capitaux réglementaires requis, celle-ci déterminera le potentiel de somme sur fonds propres. Bâle II devrait donc apporter une meilleure visibilité pour l'arbitrage entre la marge et le coût du risque.

ENQUÊTE SUR LES SOCIÉTÉS DE LEASING

Derek Soper - Responsable Alta Group

Cette enquête, menée auprès de 350 sociétés de leasing, confirme la répartition des intervenants entre les filiales de banques et les sociétés captives, avec des implantations majoritairement centrées sur les marchés domestiques. La supervision bancaire est perçue comme une protection dont la mise en place de Bâle II a fait ressortir qu'elle était assortie d'un certain coût.

La croissance est principalement attendue du marché domestique, avec des marges qui resteront limitées, tandis que le risque est jugé stable. L'automobile continue de s'adjuger une part prépondérante du marché du leasing. Les effets du passage à l'IAS 17 sur l'activité ne sont pas bien cernés. Ils peuvent s'opposer à la volonté du marché de conserver des produits de hors bilan. Malgré ces difficultés, les intervenants restent confiants quant à leur capacité de croissance.

IMPACT DES DERNIERS DÉVELOPPEMENTS RÉGLEMENTAIRES SUR L'INDUSTRIE DU LEASING

Mathias Schmit, Professeur à l'Université Solvay - Responsable des affaires économiques de Leaseurope - Directeur général de SAGORA (membre de Risk Dynamics)

D'après le rapport Mercer Oliver Wyman de juin 2003, la mise en œuvre de Bâle II peut apporter aux établissements de leasing des économies de fonds propres. Celles-ci sont plus substantielles en approche avancée.

Une étude de M. Schmit parue dans le Journal of Banking and Finance (avril 2004) montre que certaines anomalies importantes peuvent se rencontrer, par exemple en approche Fondation, en leasing automobile, où le besoin de fonds propres peut devenir supérieur à celui calculé pour l'actuel ratio Cooke.

Par ailleurs, une difficulté importante relevée dans les textes d'origine relative à la prise en compte des valeurs résiduelles a trouvé, lors du récent vote du Parlement européen, des éléments de solution apportés par des amendements soutenus par Leaseurope, en particulier pour ce qui concerne les valeurs résiduelles garanties.

TABLE RONDE : RÔLES ET INTÉRÊTS DES DIFFÉRENTS INTERVENANTS DANS LA CHAÎNE DE DISTRIBUTION DU LEASING

Ortwin Klapper, Président du Conseil de Surveillance, CAC Leasing SK and CAC Leasing SZ Intervention

Philip Ross, Chef des ventes et du Marketing, Honda Finance Europe

Patrick Gouin, Principal, Alta Group

Les intervenants se sont efforcés de montrer les facteurs essentiels qui doivent régir les relations entre société de leasing et vendeurs. Si les accords de coopération ou de

Sommaire

cobranding fonctionnent bien, les joint-ventures apparaissent comme les plus efficaces. Ces dernières sont d'autant plus performantes que le pouvoir de direction entre les parties est équilibré tant sur le plan financier que décisionnel. Il apparaît que cet équilibre dépend essentiellement de la connaissance du marché par la société de leasing et/ou par le vendeur.

Outre cette connaissance du marché, il est déterminant pour la société de leasing de délivrer non seulement un service de financement au vendeur, mais aussi un service complet de prestations de qualité. Ce service complet de prestations dépasse la notion de produit global "financement, assurances, autres prestations de services". Il s'agit notamment de disposer d'une parfaite connaissance technique des produits, d'une gestion efficace rapide et simple, d'un personnel qualifié et flexible (notamment pour gérer au mieux les situations de conflits dans la coopération).

Le choix d'une société de leasing par un vendeur pour assurer le financement de ses produits repose sur tous ces éléments qui fondent tant son expérience que sa réputation.

Par ailleurs, la société de leasing s'attache à bien étudier le potentiel du vendeur en termes de qualité et d'efficacité du réseau de distribution et en termes de capacité des vendeurs à accepter de recevoir une formation pour disposer d'une bonne connaissance du produit leasing. Elle doit aussi s'assurer de bien énoncer les critères de motivation des vendeurs, les modalités de versement des commissions (sans oublier les conditions applicables aux agents intermédiaires le cas échéant), les cibles commerciales à atteindre et les conséquences lorsqu'elles ne sont pas atteintes.

De son côté, le vendeur attend, outre les éléments évoqués plus haut, que la coopération avec la société de leasing

développe le volume des ventes, augmente le taux de financement et les marges, limite et gère le niveau des "mauvais encours". Il peut également rechercher un partenaire ayant une couverture nationale, parfaitement au fait de la réglementation nationale et dont l'expertise et la connaissance du pays facilite son implantation. Certains vendeurs peuvent également poser comme condition que l'ensemble de la chaîne (vente du produit, financement, assurance, etc.) soit présentée au client final sous sa propre marque. Dans ce cas, la société de leasing s'efface.

En conclusion, les intervenants à cette table ronde soulignent qu'une coopération réussie repose véritablement sur une formation continue des vendeurs, sur une approche flexible permettant un aménagement des accords en fonction de l'évolution de l'environnement et surtout sur une définition précise de celui à qui incombe la responsabilité de la gestion du portefeuille (gestion de l'information) et celui à qui incombe la responsabilité commerciale.

L'HORIZON ÉNERGÉTIQUE AU 21^{ÈME} SIÈCLE : PROBLÈMES ET OPPORTUNITÉS POUR L'INDUSTRIE FINANCIÈRE

*Peter Miles, Ex-Président directeur général,
Lloyds TSB Leasing et ex-Directeur,
Financements structurés, Lloyds TSB Bank*

"Le monde d'une énergie pas chère est révolu!". "Plus une journée ne passe sans qu'un article de presse traite de la question énergétique". Peter Miles commence son intervention pour mobiliser d'entrée de jeu ses auditeurs et provoquer la prise de conscience. Il rappelle qu'à 30 \$ le baril les économistes prédisaient une crise économique. Or, le cours a dépassé récemment les 60 \$. Il souligne surtout le fait que l'augmentation du prix du pétrole n'est pas isolée et que toutes les sources d'énergie suivent cette tendance haussière, notamment le gaz.

La demande chinoise ou indienne n'est évidemment pas étrangère à cette évolution.

Globalement, il constate que la consommation d'énergie des ménages est largement supérieure à celle de l'industrie et qu'elle varie selon les pays. Certains atteignent des sommets comme le Japon et le Danemark, tous deux contraints à des importations massives.

Toutes énergies confondues, sur les dernières années, Peter Miles constate que la facture énergétique des ménages, européens notamment, a crû en moyenne de 20 à 30 %. Cette tendance devrait se poursuivre et une multiplication par deux du coût pour les ménages dans les quinze prochaines années est le scénario le plus probable. Se focalisant sur le cas de la Grande-Bretagne, il présente les grandes actions du gouvernement. Ce dernier ne doit pas se contenter de taxer les énergies mais doit promouvoir un marché compétitif pour toutes les formes d'énergie.

Cela doit pouvoir se conjuguer avec les objectifs de réduction des émissions de CO₂, de maintien de sources d'approvisionnement énergétiques sûres, de l'assurance que chaque habitation est alimentée correctement à un prix abordable, d'une croissance économique durable et compétitive. Le contrôle des prix est essentiel pour favoriser le retour à l'investissement. Une autre priorité non négligeable réside aussi dans l'éducation du public pour limiter la consommation d'énergie inutile (mise en stand by des appareils électriques et électroniques, extinction des lumières, etc.). Une réduction de 1% serait déjà considérée comme un très bon résultat.

Le "mix énergétique" anglais en 2003 n'est pas fondé sur le pétrole. Le gaz domine (38%), suivi du charbon (36%), du nucléaire (22%) et des autres énergies (4%). Actuellement, le gouvernement anglais ne souhaite pas faire le choix du nucléaire et favorise le gaz. Le gaz sera importé à 75% en 2015 pour atteindre 90% en 2020. La Norvège sera un partenaire privilégié (construction d'un pipe line jusqu'en Ecosse).

Cependant, en termes de décision politique, le gouvernement pourrait avoir à décider de la construction de centrales nucléaires (£ 1,5 milliard/centrale) ou gazière (£ 500 millions/centrale) pour assurer la fourniture d'énergie. Le gaz pose également la question de son stockage. Comparativement à l'Allemagne qui stocke près de 35%, le Royaume-Uni atteint seulement 8%.

Enfin, le conférencier souligne l'explosion du transport des énergies et notamment du gaz liquide. Il estime que pas moins de 300 à 500 méthaniers navigueront sur les eaux internationales dans les prochaines années. Toutes ces infrastructures et matériels constituent autant d'opportunités de financement pour les établissements de crédit.

Du point de vue de l'Europe, Peter Miles rappelle que la consommation augmente de 1 à 2% par an alors que les importations croissent et que la production diminue. En termes de sources énergétiques, le charbon figure en bonne place et le pétrole devrait rester dominant jusqu'en 2030. La voie nucléaire ne devrait pas prospérer fortement compte tenu des impacts politiques et écologiques.

La forte demande de biogaz risque, quant à elle, de pâtir du manque de forêts en Europe ou de leur insuffisante rentabilité.

Concernant l'éolien, ce secteur ne fonctionne actuellement qu'à 22% de ses capacités et est confronté au problème important de son transport par câbles électriques.

En conclusion, Peter Miles pense que Leaseurope pourrait avantageusement constituer un "Comité Energie" spécialement dédié à cette matière pour tenter de faire avancer les choses. Il invite les établissements à se tenir au fait des dernières technologies et évoque notamment le processus de gazéification des déchets se substituant à leur combustion.

AUTO-FORUM EUROPÉEN

NOUVELLES TENDANCES DU MARKETING AUTOMOBILE : COMMENT GÉRER UNE RELATION EFFICACE AVEC UN CONSOMMATEUR "CHANGEANT" ?

Roberto Corradini, Directeur Gestion de la relation client et prospects, BMW Italie

Roberto Corradini fait état de l'implantation au sein de BMW Group du système CRM "Customer Relationship Management" (CRM). L'implantation d'un CRM avait pour objectif de rendre effective une croissance fondée sur une compétitivité en termes de prix et sur la volonté du groupe de développer de nouveaux segments de clientèle tout en améliorant la rentabilité des segments traditionnels.

Partant des trois valeurs clés de BMW Group que sont l'"excellence du produit", l'"identité de la marque" et la "relation client", il s'est rapidement avéré nécessaire, afin de toucher les nouvelles clientèles, de changer de stratégie pour ce qui concerne l'approche client. Il était effectivement important de dépasser la segmentation clientèle traditionnelle pour parvenir à mieux toucher le client en tant qu'individu et identifier ses spécificités. Pour un opérateur global sur le marché (fournisseur, financement, assurances, etc.), le principal enseignement de la mise en œuvre du CRM aura été de développer de manière encore plus forte l'ensemble des services susceptibles d'être proposés au client. La flexibilité et l'individualisation des contrats sont de fait les éléments devenus centraux.

Enfin, le développement de la relation client au sein de BMW Group a également eu pour conséquence d'introduire le principe suivant : *"one customer, one face, one voice"*. L'objectif est de faire en sorte que, quel que soit le motif (produit, financement, assurance, services) et le moyen (Internet, point de vente, téléphone, etc.) utilisé par un client pour entrer en contact avec l'entreprise, la réponse à ses questions soit toujours individualisée avec la qualité qui s'impose.

COMMENT PARVENIR À LA SATISFACTION DU CONSOMMATEUR AVEC DES PROCESS INTERNATIONAUX OPTIMISÉS ?

Hervé GUYOT, Banque PSA Finance

La Banque PSA Finance est une société captive dont l'activité, exercée dans 17 pays, se divise en deux grands secteurs : le financement des stocks pour les concessionnaires et le financement automobile proprement dit. Elle doit donc différencier son offre et mettre à profit ses avantages pour proposer au client final des packages tout compris (maintenance, assurance et renouvellement). Les contrats de financement sont proposés par les concessionnaires qui sont les premiers clients de la banque et l'objet de ses priorités dans un contexte de libre choix du partenaire financier.

Les exigences des deux cibles (concessionnaires et clients) sont comparables dans tous les pays. Les concessionnaires recherchent des solutions de financement adaptées pour les stocks de véhicules neufs et d'occasion, l'immobilier et le besoin en fonds de roulement. Les clients recherchent des solutions flexibles qui privilégient la possibilité d'utiliser leur ancien véhicule pour financer le nouveau, des services (notamment la maintenance et le rachat garanti) et enfin, le financement et l'assurance. Ces similitudes permettent à PSA Finance d'avoir une offre commune à l'ensemble des pays et de bénéficier d'économies d'échelle en développant des outils de gestion communs. C'est le cas notamment du système d'information, actuellement utilisé dans cinq pays européens et bientôt dans trois autres. La plate-forme de recouvrement est également centralisée.

L'absence de contact direct avec les consommateurs est compensée par des enquêtes de satisfaction et l'utilisation des nouvelles technologies pour assurer une réponse rapide. De plus, l'utilisation des informations reçues du client présente des opportunités commerciales intéressantes.