

## 11<sup>ÈME</sup> CONGRÈS COMMUN EUROFINAS / LEASEUROPE, MADRID (ESPAGNE), 05 AU 07 OCTOBRE 2008

*La note qui suit, tirée de la Lettre n° 133 de l'ASF, donne, à travers une synthèse des communications effectuées par les différents participants, un aperçu des travaux du 11<sup>ème</sup> congrès commun Eurofinas/Leaseurope, tenu à Madrid (Espagne), 05 au 07 octobre 2008.*

### **EUROFINAS**

#### **CREDIT A LA CONSOMMATION EN EUROPE - ÉTAT DES LIEUX**

##### **Présentation générale du marché du crédit à la consommation en Espagne**

*Intervention de Michela Scatigna, BBVA*

Dans un contexte mondial d'expansion sans précédent quel que soit le degré de développement des économies, le marché espagnol est, avec le marché grec l'un de ceux qui ont connu la croissance la plus forte sur la période 2005-2007.

Au niveau mondial, la croissance du marché a tout d'abord reposé sur des taux d'intérêt réels faibles, une augmentation du PIB par habitant, une consommation assise sur l'augmentation du patrimoine et des revenus ainsi que l'innovation financière. Depuis 2007, un ralentissement généralisé est constaté, moins marqué toutefois dans les pays émergents que dans les pays développés. Les raisons de ce ralentissement résident dans l'augmentation de l'aversion pour le risque, après une période pendant laquelle il a été largement sous-estimé, une moindre croissance du PIB, l'incertitude et l'alourdissement du poids de la dette des ménages.

Pour ce qui est de l'Espagne, le fort développement du crédit à la consommation pendant la période faste a été suivi d'un recul plus sévère que dans les autres pays européens. Très endettés, les ménages ont de surcroît pâti du ralentissement macro économique. Malgré la baisse des taux d'intérêt réels, les taux de crédit en Espagne sont parmi les plus élevés d'Europe. La forte croissance constatée avant le ralentissement n'a toutefois pas permis à l'Espagne de rattraper le niveau d'endettement constaté dans les pays anglo-saxons. L'encours moyen par habitant y est de 2 613 euros, contre 4 554 en Angleterre, 7 124 aux États-Unis et 863 en Italie. La France et l'Allemagne, avec respectivement 2 279 et 1 958 euros, sont dans la moyenne européenne.

##### **Stratégies de développement pour le crédit à la consommation : le point de vue d'un challenger**

*Intervention de Jean-Yves Bruna, Directeur Général, Société Générale Consumer Finance (SGCF)*

Jean-Yves Bruna a présenté la stratégie de la Société Générale en matière de développement à l'international pour le crédit à la consommation.

"Société Générale Consumer Finance", créée il y a deux ans, est le pôle crédit à la consommation de la Société Générale pour toute l'activité située en dehors de la France.

Les premières implantations sont relativement récentes (elles datent de 2000) mais elles se sont faites directement dans les pays à fort potentiel de croissance. SGCF est présente dans 26 pays et représente 17 000 salariés, dont 67% en Europe de l'Est. La stratégie adoptée par SGCF n'est pas celle d'un business model unique appliqué à tous les pays et elle diffère en cela de la stratégie d'autres intervenants du marché. En effet, SGCF a réparti ses activités en quatre catégories, qui tiennent compte à la fois du pays d'implantation et de la nature de l'activité (crédit sur le point de vente, financement automobile, crédit renouvelable, etc.) :

- les investissements sélectifs, qui sont souvent des créations d'établissements (cas par exemple de la Grèce, de l'Inde, de la Turquie) ;
- les futurs leaders, où les investissements peuvent également prendre la forme d'acquisitions (Russie, Brésil etc.). La majorité des investissements de SGCF se situent dans cette catégorie ;
- les filiales implantées dans les marchés matures ;
- les "cash cows", sociétés très rentables, qui nécessitent peu d'investissements.

La stratégie est différente selon la catégorie et la marge de manœuvre laissée localement aux équipes varie également. L'expérience montre que certaines fonctions, comme le suivi du risque, l'informatique ou le recouvrement, doivent être définies de manière globale et harmonisées d'un pays à l'autre.

## **LA FRAUDE : UN PROBLEME PAN EUROPEEN**

### **Le point de vue d'une institution financière globalisée**

*Intervention de Pawel Bandurski, GE Money*

La fraude existe à tous les stades du cycle économique et elle est souvent due à un manque d'implication de la part de l'encadrement. Ses conséquences sont lourdes pour l'établissement qui la subit, que ce soit en coûts purement financiers ou en termes d'image. Une lutte efficace contre la fraude permet de regagner entre 5 et 10% de revenus. Elle implique une reconnaissance de la fraude en amont, un recouvrement et une action judiciaire efficace et la prévention par la détection d'indices définis.

Il est nécessaire d'avoir des équipes dédiées à la lutte contre la fraude et motivées, mais cette lutte doit également être la préoccupation de l'ensemble du personnel qui est sensibilisé aux moyens de campagnes spécifiques et qui a un devoir d'alerte. Le système d'information consacré à la détection repose sur une base de données de défaillances internes et externes constituée grâce à des échanges entre établissements dans le cadre de groupes de partage de données.

### **Echanges de données publiques et privées dans la lutte contre la fraude**

*Intervention de Nick Mothershaw, Experian*

La lutte contre la fraude en Grande-Bretagne a suscité de nombreuses initiatives professionnelles. La Finance and Leasing Association finance en partie une unité de la police spécialisée dans la lutte contre la fraude automobile.

Une nouvelle initiative a été prise, cette fois-ci, dans le domaine de la fraude à l'identité. S'il existe déjà des outils permettant de détecter les fraudes organisées, le recoupement avec des données publiques vient encore renforcer ces outils en permettant le contrôle de la véracité de certaines déclarations. Un organisme spécifique (SAFO : specified anti-fraud organisation) a été mis en place pour permettre l'accès à certaines données publiques jusqu'alors indisponibles. Son objectif est d'identifier les comportements frauduleux en recoupant des données en provenance des secteurs publics et privés. Le système mis en place évite les risques de transfert de données d'un établissement à l'autre en instituant des règles précises pour définir quelles données doivent être partagées.

Le partage de données est un outil indispensable dans la lutte contre la fraude, tout particulièrement dans le contexte de renforcement de la fraude à l'identité que l'Europe risque de connaître dans les prochaines années.

### **Protection pan-européenne des données personnelles**

*Intervention de David Smith, Commissaire adjoint à la protection des données, Royaume Uni*

Il existe un certain nombre de mythes sur la protection des données personnelles comme par exemple "la protection des données personnelles est la loi des fraudeurs", ou "vous pouvez échapper à vos responsabilités en externalisant", etc.

Il faut aller à l'encontre des idées reçues : la directive européenne n'interdit pas le partage de données, à condition qu'il soit proportionné au but recherché et que l'utilisation des données personnelles soit réduite au minimum nécessaire. La directive permet aux acteurs d'utiliser leur jugement et ne s'oppose pas à une utilisation appropriée des données. La directive de 1995 devrait être révisée en 2012 et dans cette perspective, les professionnels sont appelés à faire part de leur position.

## **L'INNOVATION DANS LE DEVELOPPEMENT DES PRODUITS ET DES CANAUX DE DISTRIBUTION**

### **L'offre de crédit à la consommation par le biais du commerce en ligne**

*Intervention de César Paiva, Sofinco*

Le commerce électronique a un fort potentiel de croissance : il devrait représenter 8% du commerce total en 2011 et représentait en France en 2007, 40 milliards d'euros. Il s'agit actuellement d'un marché où le paiement "comptant" est majoritaire.

Il manque encore à ces points de vente virtuels une offre de financement comparable à l'offre de crédit existant actuellement sur le lieu de vente réel. En France, les établissements spécialisés financent 18% de la consommation.

Le modèle du commerce électronique est spécifique, car l'achat en ligne présente des particularités comme par exemple un taux de retour plus élevé ou un risque de fraude plus grand. Fia Net, société spécialisée dans le paiement sur Internet, est également le leader français dans la prévention de la fraude. En s'en portant acquéreur, Sofinco s'est doté d'un

outil lui permettant d'offrir une solution tout compris aux prestataires et aux clients du commerce en ligne.

Avec le mécanisme du "receive and pay", l'acheteur est assuré de ne payer qu'à la réception et peut choisir son mode de paiement (comptant, différé, crédit). Le commerçant, pour sa part, est payé immédiatement et est intégralement garanti contre la fraude. Cette offre sécurisée lui permet d'accroître ses ventes et lui donne accès à de nouveaux clients.

## **LEASEUROPE**

### **Un examen attentif de l'impact de la compression de la liquidité sur le marché de l'industrie du leasing américain**

*Intervention de William Verhelle, CEO, First American Equipment Finance & Chair, American Equipment Leasing and Finance Association (ELFA)*

Dans le contexte particulier dans lequel évolue actuellement le marché américain, notamment celui des élections présidentielles prochaines et des conditions d'approvisionnement énergétique très onéreuses, William Verhelle souligne la dislocation du marché du crédit dans des proportions historiques. Il considère que la crise des subprimes devrait atteindre les creux des années 1982 (crise de l'épargne et du crédit), 1991 (crise de l'immobilier commercial, notamment), 1998 (crise russe) et 2001/2002 (crise de la bulle des nouvelles technologies et du 11 septembre) où la croissance du PIB était inférieure à 4%.

William Verhelle prévoit une crise longue. Après une période de plusieurs années de croissance soutenue (5,5% en moyenne entre 2004 et 2008), où les ressources en capital et liquidité étaient abondantes, où la qualité des crédits était exceptionnellement bonne et où une compression des marges était la conséquence de la forte concurrence, les établissements doivent maintenant affronter la chute du prix de l'immobilier qui a entraîné la crise des subprimes et la perte de confiance des agences de notation, ce qui a conduit à geler le marché du crédit. Actuellement, les établissements américains constatent une augmentation des défaillances et défauts de paiement (de 1,5% au 2<sup>ème</sup> trimestre 2006 à près de 3,5% au 2<sup>ème</sup> trimestre 2008). Ce constat s'accompagne d'une remontée des frais bancaires, augmentation également perceptible dans l'industrie du leasing, même si elle reste limitée pour l'instant.

Dans ce contexte morose, l'activité des établissements de leasing enregistre un niveau comparable à celui des années écoulées (environ 5 milliards de dollars sur les 6 premiers mois de 2006, 2007 et 2008). Cependant, il est certain que les mois à venir tendront à un resserrement des spreads des établissements et à une certaine incertitude sur le taux de rentabilité d'autant plus que les orientations en termes de politique fiscale américaine restent suspendues aux résultats des élections présidentielles.

### **Un aperçu des marchés du leasing européen**

*Intervention de Jacqueline Mills ; Senior Adviser, Leaseurope*

En introduction, Jacqueline Mills rappelle que le marché du leasing européen est le premier au monde avec 339 milliards d'euros de financements mobiliers et immobiliers confondus (292

milliards pour le seul financement de l'équipement) contre 168 milliards aux États-Unis, 44 au Japon, 32 au Canada, 15 au Brésil et 9 en Corée. Le marché européen du leasing enregistre une forte progression de 12,4% contre 4,5% aux États-Unis et une baisse de 9,1% au Japon. Le financement du seul équipement européen enregistre une progression de 14,8% alors que le leasing immobilier poursuit des orientations très contrastées, celle de 2007 n'atteint que -0,7%.

Parmi les acteurs européens, la France occupe la quatrième place<sup>1</sup> avec un montant financé de 40 milliards d'euros derrière la Grande-Bretagne (58 milliards d'euros), l'Allemagne (54 milliards) et l'Italie (49 milliards) ; la moyenne européenne se situant à 49 milliards d'euros. En revanche, la France enregistre un taux de croissance soutenu (10,2%) alors que la Grande-Bretagne affiche +3,6% et l'Allemagne 6,4%. L'Espagne, le Portugal et la Grèce affichent, eux, le taux de croissance le plus fort (16,7%).

Le taux de pénétration du leasing européen sur le marché du financement est estimé à 20,8%. En France, en Espagne et en Italie, le taux de pénétration est compris entre 10 et 15% contre près de 15-20% en Allemagne et de 20-25% en Angleterre. Le marché du leasing est essentiellement tourné vers le secteur privé à hauteur de 78%. Les marchés financés sont notamment les véhicules individuels (38% des financements et +6,3% de croissance), les machines et équipement industriels (21% des financements et +16,9% de croissance) et les véhicules de transports routiers (20% des financements et +16,5% de croissance). Le marché des trains, bateaux et avions ne représente que 8% des financements, mais affichent la plus forte croissance avec +43%.

Concernant le marché de la location et du leasing automobile européen (voitures et camions), le nombre de véhicules financés en 2007 atteint 7,7 millions pour un montant de 187,9 milliards d'euros. En termes d'encours, les établissements financent 16,7 millions de véhicules pour un montant de 384,7 milliards d'euros. Actuellement, dix sociétés représentent environ 43% du marché et cinquante entreprises font 50% du marché. Le poids des établissements adossés à des banques a augmenté entre 2000 et 2007 (de 40 à 49%), celui des captives s'est contracté de 39 à 33% et celui des indépendants est passé de 21 à 18%.

Enfin, pour ce qui concerne les canaux de distribution des financements, le réseau bancaire permet un tiers des transactions (stable), les vendeurs représentent 24% (en augmentation), les ventes directes 24% (en diminution) et les intermédiaires 18% (en légère progression).

En termes de prévisions, le marché du leasing devrait rester soutenu si les conditions bancaires et de refinancement ne les affectent pas trop sensiblement même si Eurostat prévoit une croissance de l'investissement européen de 2,8% contre 5% en 2007. Les marges qui avaient sensiblement augmenté ces dernières années devraient marquer le pas. Le leasing devrait en tout état de cause constituer un moyen solide de financement en alternative au resserrement général des conditions d'octroi de crédits bancaires.

---

<sup>1</sup> Compte tenu des différences de définitions du "leasing" selon les pays, ce classement doit être regardé avec précaution.

## **Débat : le financement des ventes est mieux assuré par le fabricant : pour ou contre cette proposition ?**

*Interventions de Bret Thomas, Managing Director, Xerox Global Leasing, Patrick Jelly, Managing Director, Pitney Bowes Global Finance Services, Sanford Henry, Director, Asset Solutions et Benoît Chenu, EVP, International Business Development, SG Equipment Finance*

Les quatre intervenants ont, les uns, défendu, les autres, combattu la proposition selon laquelle le financement des ventes est mieux réalisé par le fabricant.

Ainsi, certains ont défendu l'idée que le fabricant était sans doute mieux à même de gérer la relation avec le client dans la mesure où l'ensemble de la relation évolue dans un "business model" intégré et adapté. La vente par le fabricant permet notamment d'avoir des objectifs communs en termes de résultats financiers et d'adopter un comportement cohérent et complémentaire. La création de valeur devient alors plus tangible. Cet argument se confirmerait d'ailleurs par la progression, à la fois, du taux de pénétration du leasing et des revenus qu'il procure.

Pour d'autres, le financement doit être proposé en tant que tel et s'apprécier comme une solution de financement de tout produit quel qu'il soit. En effet, le financement dépasse bien souvent l'achat d'un produit spécifique et s'étend à d'autres investissements.

Les établissements financiers permettent aux fabricants de conserver leurs lignes de crédit et aux entreprises d'obtenir des conditions flexibles et adaptées de remboursement. Les établissements permettent également aux entreprises d'obtenir des décisions rapides d'engagements des financements compte tenu de leur expérience dans l'analyse financière des clients. Enfin, entreprises comme fabricants bénéficient du fait que les établissements assurent la gestion spécifique des financements, ce qui les décharge d'autant.

Par ailleurs, compte tenu de l'environnement réglementaire particulier du crédit dans certains pays (comptable et prudentiel notamment), c'est un avantage important pour les fabricants que des entités spécialisées s'occupent de ces données.

Enfin, certaines questions clés se posent comme : qui prend le risque ? qui contrôle le processus de financement ? qui est le mieux à même de suivre et récupérer le bien, le cas échéant ?

En conclusion, il est rappelé que les époques évoluent et qu'en définitive le mieux placé peut parfois être l'un ou l'autre. Il est donc important de pouvoir travailler ensemble dans l'intérêt de tous à savoir les trois parties : le fabricant, le financier et le client. Selon le cas, le financier ou le fabricant sera le mieux à même de faire que l'opération commerciale se réalise. Dans le contexte actuel, il semble que le fabricant peut avoir intérêt à protéger ses lignes de trésorerie et ses accès à la liquidité plutôt que de vouloir assumer tout seul. Si le fabricant conçoit et vend ses produits, le financement de l'économie relève, avant tout, de la sphère financière.

## **Financement du secteur public - un marché de croissance pour l'industrie du leasing ?**

*Intervention de Mieczyslaw Groszek - Polish Leasing Association*

Lancé en 1990 en Pologne, le leasing connaît des taux de croissance de 30 à 50% par an ces trois dernières années et représente 17% des investissements.

Le démarrage très récent du leasing au secteur public ne permet pas encore d'afficher des résultats significatifs mais soulève un intérêt croissant pour les établissements (100 offres de décembre 2006 à mai 2007, 2,6% du marché du leasing en 2007). Si le financement des transports publics, voire d'installations aéroportuaires, s'accroît, les partenariats publics privés sont plus difficiles à développer en raison du contexte réglementaire et fiscal qui leur est assigné.

### **Leasing dans le secteur public**

*Intervention de Martin Starck, LBBW Leasing*

Après avoir évalué le marché du secteur public en Europe à 320 milliards d'euros, et fait ressortir, au travers de l'exemple allemand, la faible part (3,2%) du leasing dans ce marché, Martin Starck analyse les atouts de ce mode de financement au regard des investissements publics en bâtiments, transports ou équipements. Après une analyse lucide des critiques qui peuvent y être opposées, et des réponses à leur apporter, l'intervenant conclut au caractère particulièrement adapté du leasing au financement des investissements publics, pour lequel il prévoit un très grand potentiel.

### **Les derniers défis posés par la réglementation pour le leasing automobile**

*Intervention de Vincent Rupied, International Director, Corporate Vehicle Observatory*

Vincent Rupied rappelle d'abord l'intérêt du groupe de travail de Leaseurope dédié aux questions automobiles. Ce groupe permet aux professionnels d'échanger et d'exprimer leur point de vue sur l'ensemble des activités de location de leasing automobile.

Le poids représenté par les membres de ce groupe permet d'intervenir efficacement auprès des autorités européennes notamment. Les questions réglementaires impactant directement l'industrie de la location sont nombreuses : parmi elles, la libéralisation du marché de la location des camions et les exigences environnementales, qui occupent une place de plus en plus centrale (demande de véhicules "propres", niveau des valeurs résiduelles, ...). Le futur "Block exemption" touche des domaines sensibles comme la diversité des canaux de distribution, la protection du commerce parallèle, les opérateurs multimarques ou encore l'indépendance des revendeurs.

Dès lors, il est essentiel que les professionnels soient parties prenantes dans les discussions. L'un des points de vigilance porte notamment sur la définition de l'"utilisateur final", notion qui pourrait englober les sociétés de leasing à moins que les contrats prévoient un transfert de propriété ou une option d'achat permettant d'acheter le véhicule avant la fin du contrat. Par ailleurs, la possibilité d'une réorganisation globale du marché automobile pourrait affecter celui du leasing. Le leasing pourrait-il supporter davantage de concurrence ?

Vincent Rupied attire l'attention sur les conséquences néfastes à attendre des discussions concernant le traitement comptable du leasing fondé sur l'introduction d'un nouveau concept : le "droit d'usage". Outre l'inscription du droit d'usage au bilan du locataire, qui pourrait entraîner un traitement symétrique chez le bailleur, ce que les professionnels dénoncent, les méthodes de dépréciation des biens et l'appréciation rationnelle du coût du leasing seraient

profondément affectées. Cette réforme aurait également des conséquences importantes sur l'exercice du métier.

L'indication rendue nécessaire des valeurs résiduelles impacterait la tarification, l'obligation de fournir davantage de supports comptables au locataire pour lui faciliter la comptabilisation augmenterait sensiblement les coûts de traitement, surtout cela pourrait conduire à la fin des extensions ou "re-contractualisations" des contrats de leasing. Du point de vue du locataire, entre les complexités comptables et le risque de perdre un produit souple où de nombreux services peuvent se greffer, il faut s'attendre à ce que des considérations de rationalisation des processus et de coûts le conduisent à se désintéresser massivement de la location et du leasing.

Une étude menée par TNS Sofres à la demande de CVO (Corporate Vehicle Observatory) confirme cette tendance. En effet, à la question posée "*actuellement, les charges de location sont comptabilisées comme charges courantes, si une réglementation imposait la comptabilisation et la dépréciation d'un actif au bilan, quel serait votre intérêt pour la location ?*", plus du tiers des 4 000 gérants de flottes interrogés dans près de huit pays européens répondent qu'ils seraient bien moins intéressés. Ce chiffre atteint 46% en France et 51% en Allemagne, deux des principaux marchés européens.

### **Mise en œuvre de codes de conduite dans l'industrie de la location court terme**

*Intervention de John Lewis, Director General, British Vehicle Rental and Leasing Association (BVRLA)*

John Lewis présente les éléments-clés qui constituent le code de conduite réalisé par la British Vehicle Rental and Leasing Association pour l'industrie de la location courte durée en Grande-Bretagne. Chacun des 750 membres de la BVRLA doit ainsi respecter plusieurs engagements. Le premier d'entre eux concerne la communication, claire et précise, sur le prix auquel doit s'attendre le client avant de conclure le contrat de location. Le code envisage également que le prix proposé soit adapté aux besoins et demandes du client. Outre le prix, le code prévoit une information tout aussi précise sur les charges supplémentaires éventuelles et leurs conditions d'application.

D'autres engagements portent sur les conditions de propreté des véhicules proposés à la location, du faible kilométrage et des conditions de maintenance et de sécurité. Sont également abordées les conditions de réception du véhicule par le client et les conditions de retour du véhicule au loueur. Un point particulier est consacré à l'assurance pour lequel les établissements s'engagent à fournir une assurance couvrant les tiers pour les dommages corporels et matériels.

Enfin, les établissements doivent disposer d'une procédure de réclamation et de traitement des litiges prévoyant un accès à la procédure de conciliation organisée par le code de conduite de la BVRLA.

La procédure de résolution des litiges prévue par le code prévoit notamment qu'elle est ouverte à tout client ne parvenant pas à résoudre son différend avec le loueur. Le client doit



présenter sa demande de manière détaillée, laquelle sera examinée par la BVRLA qui proposera une solution. Dans l'hypothèse où le client n'accepterait pas cette proposition, le Conseil de la BVRLA est saisi et émettra une nouvelle décision. En 2007, sur 185 plaintes déposées, 13% ont été abandonnées, 56% des décisions ont été favorables au loueur et 37% ont été favorables au client entraînant à son profit le versement d'une compensation de 135 euros en moyenne. Les décisions ont été prises dans les 15 jours pour 58% des cas et dans les 30 jours pour 30% des cas. Un retour concernant l'application du code est effectué auprès des membres, un rapport annuel est présenté au conseil de la BVRLA concernant les plaintes. Pour John Lewis, l'industrie a besoin de codes de conduite pour s'inscrire dans les orientations de la Commission européenne et des législations locales. Du point de vue du marché, il lui semble utile d'élaborer des standards communs pour rendre l'accès à la location courte durée plus facile aux consommateurs européens, leur procurer une expérience agréable favorable au développement de la profession et enfin les rassurer en leur garantissant un appui lorsque les choses peuvent moins bien se passer.

### **Davantage de libéralisation pour le marché de la location de camions de transport en Europe**

*Intervention de Yvon Pouhaër, Managing Director, Clovis Location - Chairman of French Truck Rental and Leasing Council, French Logistics and Transport Federation (TLF)*

Dans son intervention, Yvon Pouhaër rappelle que le marché de la location et du leasing de camions consiste notamment à fournir aux clients une prestation unique recouvrant un ensemble de services. Ces services englobent avant tout la fourniture de véhicules équipés et même personnalisés selon les souhaits des clients. Il est même possible d'assurer au client la mise à disposition de véhicules en fonction de la saisonnalité de son activité. Outre ces services, d'autres peuvent être délivrés comme des services de maintenance, de remplacement et de dépannage. Ils peuvent s'étendre à l'assurance, à la gestion des diverses taxes applicables à la profession et à l'établissement de reporting d'activité.

Cette activité vise le transport privé à hauteur de 60% et le transport public à hauteur de 40%. L'avantage majeur de la location et du leasing des camions est qu'il permet au client de rester concentré sur son cœur de métier spécifique et de ne pas se disperser dans des activités aux contraintes importantes qu'il connaît peu. L'autre avantage généralement invoqué tient à la flexibilité qu'autorise la location et le respect des budgets initialement fixés par le client.

Les États les plus actifs sur le marché européen sont notamment, en termes de nombre de véhicules, la Grande-Bretagne (environ 30% du marché, soit 150 000 unités), qui précède la France (25%, 120 000 unités), l'Allemagne (16%, 80 000 unités) et le Benelux (5% du marché, 20 000 unités). En termes de parts de marché de la location, la répartition est plus resserrée puisque si la Grande-Bretagne reste leader avec 20% du marché, la France détient 15% tandis que l'Allemagne et le Benelux sont ex aequo à 12%.

En termes d'activité, Yvon Pouhaër s'interroge sur les raisons susceptibles d'expliquer qu'aujourd'hui les sociétés de leasing de véhicules de transport routier ne sont pas présentes partout en Europe. Deux raisons principales se dégagent : la réglementation européenne et une

confusion ou incompréhension de certains États sur la réalité de l'activité. Depuis la réglementation de 1984 (mise à jour en 2006), si la Commission européenne a ouvert la réglementation à la location de courte et longue durée portant sur des véhicules de transport sans chauffeur, elle laisse les États membres libres d'adopter des réglementations nationales, parfois très restrictives.

Ainsi, l'Espagne, le Portugal et l'Italie notamment, craignant que l'activité de location de véhicules de transport vienne concurrencer les transports publics nationaux, appliquent la réglementation d'une manière qui restreint fortement l'accès à leur marché. Le point d'achoppement concerne notamment une disposition qui prévoit que dès lors que le véhicule dispose d'une capacité supérieure à 6 tonnes, le bailleur, dont l'activité principale est pourtant la location, doit avoir le statut d'entreprise de transport au même titre que le locataire-preneur. Partant de ce constat, les établissements exerçant cette activité se mobilisent au sein de Leaseurope pour faire en sorte que les règles européennes puissent s'harmoniser afin de garantir le libre exercice des métiers dans l'ensemble des États européens.

## **SESSION FINANCEMENT AUTOMOBILE**

### **L'industrie européenne du financement automobile : les évolutions futures**

#### **Transport durable et combinaison de modes de transports alternatifs : l'exemple de Mobility Mixx**

*Intervention de Paul Dam, Mobility Mixx (Lease Plan)*

Aux Pays-Bas, la circulation automobile est gênée par les nombreux embouteillages, le taux de chômage est faible (4%), et la majorité (58% du total) des véhicules automobiles sont détenus directement par les individus.

Ces caractéristiques ont incité Lease Plan à proposer, en créant Mobility Mixx, une offre différente en matière de transport professionnel. Elle permet aux entreprises qui le souhaitent, dans un marché de l'emploi tendu en leur défaveur, d'offrir à leurs salariés des solutions à leurs problèmes de transport avec ou sans véhicule de société pour les personnes ne voyant pas l'intérêt de disposer d'un tel véhicule. Cette offre prend la forme d'une "carte de mobilité" qui permet au salarié d'organiser en ligne son déplacement en combinant différents modes de transport (train, taxi, véhicules de location). Elle comprend également un système de partage de véhicules qui permet aux salariés de réserver une voiture à tout moment. Mobility Mixx s'occupe également, pour le compte de l'entreprise, de la gestion de la flotte existante. Enfin, le dernier élément de la gamme est le budget mobilité, véritable alternative au véhicule de société, bien qu'il puisse également être proposé avec une voiture. Dans le premier cas, le salarié se voit allouer un revenu mensuel fixe consacré à ses déplacements tant privés que professionnels. Il peut ainsi choisir, en fonction de ses besoins, les modes de transport les mieux adaptés.

L'employeur de son côté bénéficie de remises sur les coûts de transport. Cette offre permet, à un niveau plus général, de réduire le trafic automobile et la pollution qu'il entraîne en incitant les salariés à recourir à un autre mode de transport que la voiture.

## **Industrie automobile : changements attendus et impacts sur les services financiers liés**

*Intervention de Daniel Rebbi, RCI Banque*

De nombreux facteurs structurels influencent le marché de l'automobile. Outre les modifications affectant la distribution avec l'abandon progressif de la distribution exclusive ou sélective en 2010, la sensibilisation croissante aux questions environnementales impactera sérieusement la production automobile, aidée en cela par les initiatives gouvernementales comme en France.

Le comportement du consommateur vis-à-vis de l'automobile connaît également une profonde mutation. La tendance est maintenant de privilégier les voitures "low cost" et de moins utiliser son automobile (en 2003, 42% des véhicules loués en longue durée en France faisaient plus de 100 000 km par an. En 2007, ce pourcentage est tombé à 18%). Le recours au covoiturage est un phénomène essentiellement urbain. Certains pays ont mis en place des systèmes de mise à disposition de véhicules pour des courtes durées (de 1 h à plusieurs jours) moyennant une cotisation annuelle. Enfin, le rôle d'Internet dans la commercialisation de véhicules n'est encore que le point de départ du processus d'achat. Entre 66 et 72% des acheteurs potentiels utilisent Internet pour la recherche d'informations, ils ne sont que de 0 à 4% à effectivement acheter en ligne. Pour faire face à ces changements, les constructeurs mettent en place des solutions techniques et financières permettant de répondre au mieux aux nouvelles exigences des marchés et des consommateurs.