

ANNEXES

12^{ÈME} CONGRÈS COMMUN EUROFINAS-LEASEUROPE - PRAGUE (RÉPUBLIQUE TCHÈQUE), 4 ET 5 OCTOBRE 2009

La note qui suit, tirée de la Lettre n° 139 de l'ASF (Association Française des Sociétés Financières), donne, à travers une synthèse des communications effectuées par les différents participants, un aperçu des travaux du 12^{ème} congrès commun Eurofinas-Leaseurope, tenu les 4 et 5 octobre 2009 à Prague (République Tchèque).

EUROFINAS

Regards sur le nouvel environnement du crédit à la consommation

Jean Coumaros, Partner & Head of EMEA
Retail & Business Banking, Oliver Wyman

La crise aura marqué fortement l'environnement dans lequel évoluent les spécialistes du crédit à la consommation. Elle a tout d'abord profondément modifié le comportement du consommateur. Ce dernier est maintenant plus consumériste et soucieux de se défendre. Son comportement est marqué par la défiance et la recherche de sécurité. Ces tendances ont un impact non négligeable sur la consommation. La période de crise coïncide avec la transposition, dans l'ensemble des pays européens, de la directive sur le crédit aux consommateurs. L'alourdissement de la réglementation qui en résultera, d'autant plus marqué que les États membres seront nombreux à surtransposer, ne sera pas bon pour la santé du secteur.

En revanche, les conditions de concurrence ont été modifiées par la crise et les établissements qui y ont résisté se trouvent maintenant dans une meilleure situation qu'avant la crise. En effet, il y a cinq ans, la concurrence européenne était féroce : les cinq leaders (Cetelem, Sofinco, Citi, GEMB et Santander) faisaient face à un groupe de challengers très dynamiques (Socgen, Fortis, Unicredit, Barclaycard, RBS, etc.). Depuis la crise, le contexte concurrentiel a changé et le nombre d'intervenants a diminué : il ne reste que trois leaders européens et quatre challengers. Le modèle continental a mieux résisté à la crise que le modèle anglo-saxon. De nouvelles stratégies doivent être développées et l'accent doit être mis sur le recouvrement qui devient prioritaire et adapté à la situation du consommateur, ce qui suppose des traitements différenciés et une spécialisation des équipes. D'autres axes stratégiques sont le développement de nouveaux modèles, les réductions de coûts ainsi que, plus que jamais, le crédit responsable.

Table ronde - Commentaires

Bruno Salmon, BNP Paribas Personal Finance

La crise n'a pas encore produit tous ses effets et il faut encore s'attendre à une augmentation de l'insolvabilité des emprunteurs avec la montée du chômage. Les prêteurs doivent continuer à jouer leur rôle de financement de l'économie en tenant compte de ce contexte.

Alain Breuils, Crédit Agricole Consumer Finance

Le contexte est différent pour les captives de constructeurs automobiles qui ont bénéficié, d'une part, des mesures qu'ont prises tous les gouvernements européens pour le soutien au secteur automobile et, d'autre part, des incitations financières des constructeurs. L'augmentation des risques a été moindre que pour d'autres types de crédit à la consommation et du côté du financement des concessionnaires, le niveau de risque reste bon. C'est maintenant que la situation va devenir plus difficile avec la fin annoncée des aides au secteur automobile.

Les règles de protection du consommateur

Alexandre Giraud, Eurofinas

L'action des autorités européennes en matière de protection du consommateur part du constat que l'intégration du marché des services financiers de détail est insuffisante, ne laissant pas au consommateur la possibilité de tirer avantage des bienfaits du marché unique.

En répondant aux besoins du consommateur en matière d'information, de sécurité, d'éducation, de choix et de règlement des litiges, les autorités européennes espèrent garantir l'intégrité et la solidité des fournisseurs de services financiers. La protection du consommateur et l'intégration du marché sont interdépendantes. Il est artificiel de distinguer les deux. En matière de crédit aux consommateurs, on peut se demander si l'UE n'est pas hyperactive. Autour de la directive sur le crédit aux consommateurs viennent s'agréger de nombreuses initiatives (crédit responsable, standardisation des scores, intermédiation de crédit, éducation financière, etc.).

Les pistes explorées sont nombreuses. Elles reposent beaucoup sur l'information du consommateur et la recherche de transparence qui peut, notamment en matière d'intermédiation, être contreproductive.

Un nouveau regard sur la gestion du risque : les outils de management du risque en temps de crise économique

Frantisek Jezek, Raiffeisen Consumer Europe

Avec la crise, les modèles de gestion des risques ont montré leurs faiblesses et leur manque de réactivité : ils reposent sur l'hypothèse que le passé se reproduira dans le futur, et en temps de crise, le temps manque pour introduire de nouveaux paramètres de risque et collecter les données en quantité suffisante. La prise en compte d'indicateurs macroéconomiques permet de rendre ces modèles plus prédictifs. Les progrès dans l'anticipation du risque peuvent se répercuter sur la gestion de l'encours existant, notamment sur le recouvrement. Il convient d'apporter des réponses aux consommateurs en amont de leurs difficultés en leur proposant des restructurations "préventives". Avant de mettre en place cette offre, il faut répondre à de nombreuses questions : comment identifier les consommateurs en réelle difficulté ?, ne risque-t-on pas de créer un effet d'aubaine ?, quel est l'impact sur les marges ?

Repenser le risk management

Calin Stanciu, Unicredit Family Financing

Après une première réaction générale de resserrement des conditions d'octroi, les prêteurs doivent mettre en place des outils de gestion de la crise, le premier étant une gestion proactive des difficultés de la clientèle. Une offre de produits flexibles et adaptables devrait permettre d'éviter des difficultés éventuelles ou limiter leur impact.

LEASEUROPE

Les marchés du leasing en Europe de l'Ouest

Alain Vervae, Supervisory Board Member, ING Lease Holding

Dans le contexte de crise où tous les acteurs tentent de contrôler leurs dépenses, A. Vervae indique qu'en 2008, le marché européen du leasing d'équipement matériel arrive en tête au niveau mondial avec une production de 294

milliards d'euros, devant les États-Unis (138 milliards), le Japon (42 milliards) et le Brésil (11 milliards). La production en leasing immobilier est estimée à 36 milliards en Europe. Il souligne cependant que c'est la première fois depuis 1994 qu'un déclin de la production est constaté (-5%) alors que la progression sur longue période atteint +7%.

Ce déclin touche diversement l'immobilier (-22%) et l'équipement (-2%), sachant que pour l'équipement, seul le secteur des machines industrielles progresse de +5%.

Pour ce qui concerne la pénétration des marchés, A. Vervae regrette de constater, malgré des analyses antérieures, qu'en 2008, pour la première fois, le taux de pénétration du leasing en Europe s'est réduit pendant la crise alors qu'il est régulièrement défendu que ce type de financement est le seul à poursuivre une progression.

Il souligne, cependant, malgré le niveau de crise, particulièrement sévère, que le taux de pénétration reste à un niveau supérieur à 15% pour l'ensemble des activités et de plus de 23% pour le seul équipement. Par État, le taux de pénétration varie sensiblement. Ainsi, les pays les plus durement touchés affichent un recul de 15, 20 voire 30% respectivement pour la Grande-Bretagne, l'Italie et l'Espagne. D'autres au contraire progressent, comme le Danemark (+15%), la Belgique (+11%) l'Autriche (+8%). La France progresse également de +3%.

A. Vervae indique qu'en termes de structures de marchés représentées au sein de Leaseurope, entre 2006 et 2008, l'automobile est passée de 49 à 56%, l'immobilier de 17 à 12%, tandis que l'équipement est resté stable (34 - 35%). Sur le premier semestre 2009, la situation s'est sérieusement dégradée. La production a chuté de 36% en moyenne. L'Espagne et l'Autriche atteignent -57%, la Pologne -54%, l'Italie -41%, la Grande-Bretagne -39%, la France -25% et l'Allemagne -23%.

Les conditions en termes de taux de risque, de coût de la liquidité et de refinancement expliquent notamment ces résultats. La baisse des marges est également une conséquence significative de la crise. A. Vervae reste néanmoins optimiste et considère qu'il n'y a pas lieu de succomber à la panique et que les modèles économiques des établissements restent adaptés. La crise est sérieuse

ANNEXES

12^{ÈME} CONGRÈS COMMUN EUROFINAS-LEASEUROPE - PRAGUE (RÉPUBLIQUE TCHÈQUE), 4 ET 5 OCTOBRE 2009 (suite)

mais il considère que les industriels auront à nouveau besoin d'investissements et donc de financements.

Les marchés du leasing en Europe Centrale et en Europe de l'Est

Krzysztof Bielecki, ING Lease Holding

K. Bielecki fait part d'une situation très contrastée pour l'activité de leasing en Europe Centrale et de l'Est. En effet, si en 2007 le taux de croissance de la production atteignait 50%, il s'établit à 12,2% en moyenne pour 2008. Mais le 1^{er} semestre 2009 s'avère encore plus néfaste, tous les États enregistrant une chute : -39% en Pologne, -50% en République Tchèque, -70% en Hongrie. Les projections pour la Russie s'établissent à -65%. Cette chute semble s'expliquer notamment par le fort ralentissement dans le secteur du transport et dans celui de l'automobile. En effet, la part de la production consacrée aux véhicules est passée de 62% en 2006 à 51% en 2008. Les chiffres de taux de pénétration du financement en leasing confirment le constat en termes de production. En 2007, la plupart des États affichaient un taux de pénétration compris entre 20% et plus de 25%. Ce taux a chuté dans la plupart des États pour se situer davantage entre 0 et 15%.

K. Bielecki indique que les professionnels ressentent comme une "évaporation" du leasing. Les courbes de risques se sont nettement redressées passant d'un indice 100 au 3^{ème} trimestre 2008 à 550 au 2^{ème} trimestre 2009. Compte tenu de ces données, la vente du produit se heurte à deux difficultés : l'augmentation du prix et surtout l'absence de demande.

En conclusion, le marché du leasing en Europe Centrale et de l'Est n'est pas encore suffisamment mature pour supporter des variations économiques d'une ampleur aussi forte que celle d'aujourd'hui. L'ensemble des acteurs est en tout état de cause attentif non seulement aux conditions relatives à la liquidité, mais aussi à la clientèle PME qui reste le segment dominant et le plus exposé.

L'état de l'industrie américaine du leasing et du financement de l'équipement

Kenneth Collins, CEO, Susquehanna Commercial Finance, Chair-Elect, American Equipment Leasing and Finance Association (ELFA)

K. Collins rappelle tout d'abord que l'ELFA regroupe des banques (25%), des captives (15%) et des indépendants (60%). Globalement, les investissements d'équipement sont réalisés au comptant à hauteur de 44% et sous forme de

financement à hauteur de 56%. Parmi ces financements, 29% sont des lignes de crédit de trésorerie, 9% des crédits à terme et 17% des contrats de leasing.

Historiquement, le financement de l'équipement se caractérise par la croissance régulière, l'expérience professionnelle des équipes, des résultats solides et une contribution significative à la croissance de l'économie américaine. Tous ces aspects sont actuellement testés grandeur nature dans le cadre de la crise actuelle. Il ressort que si les prévisions réalisées sur les investissements en matière d'équipement (hors immobilier) par les entreprises privées américaines montrent une tendance baissière entre 2007 et 2008 (-3%, de 1 078 à 1 047 milliards de dollars) et envisagent une poursuite de cette baisse entre 2008 et 2009 (-16,7%, de 1 047 à 871 milliards de dollars), elles tablent en revanche sur une reprise en 2010 et 2011 de respectivement +6,3% et +16,3% (926 et 1 077 milliard de dollars).

Pour K. Collins, il est certain que le boom économique commencé en 2003 et terminé en 2008 a clairement affecté le secteur du financement de l'équipement. Début 2009, la baisse enregistrée comparée au niveau de l'année 2008 sur la même période est de -3,6%.

Ces données s'expliquent en grande partie par la prudence accrue des établissements dans l'octroi des financements compte tenu de l'augmentation du nombre de défaillances d'entreprises et des retards de paiements. Elles s'expliquent aussi par le peu de demandes de la part des entreprises. Ainsi les enquêtes menées montrent que certains secteurs importants sont nettement moins performants, à l'image de la construction, des transports (poids lourds) et des PME. Qui plus est, les problèmes tels que les réflexions sur les réglementations FAS 13 - IAS 17, les taxes fédérales sur les véhicules renouvelables et le recyclage des déchets électroniques ainsi que les nouvelles réglementations financières et prudentielles n'encouragent décidément pas les établissements américains à se mobiliser en cette période.

Canaux de distribution et signatures électroniques

Simon Trudgeon, Commercial Leader - Technology, GE Capital UK

Dans le cadre du monde post "credit-crunch" qui va suivre la crise actuelle, S. Trudgeon met en avant les intérêts que pourraient avoir les établissements à se positionner davantage sur le marché de la vente, de la

commercialisation et de la relation à distance. Force est de constater qu'aujourd'hui, les clients et les commerciaux des établissements souhaitent pouvoir accélérer la relation commerciale tant dans le choix que dans la prise de décision pour l'octroi et la souscription d'un contrat. Le passage de la notion de "prospect" à celle de "client" est l'un des principaux enjeux. Pour ce faire, et pouvoir en faire un élément concurrentiel, la relation électronique suppose de satisfaire à quelques conditions essentielles, l'une étant que le système de communication à distance se caractérise par la simplicité ("Make it easy to sell more").

Le client doit pouvoir s'orienter, comprendre et évoluer sur le site Internet de manière aisée. Cela implique que le processus de vente classique (en face à face) soit adapté, le cas échéant, pour permettre à l'établissement de respecter les procédures internes applicables pour le montage des dossiers. Une autre condition, sans doute la plus délicate, est de parvenir à ce que la décision d'octroi de financement puisse être effectuée en ligne.

En effet, bien souvent, les établissements sont en mesure de récupérer et de valider non seulement les documents de description de la demande, les justificatifs ou encore les éléments d'identification du client et même la signature électronique du client. Pourtant, la relation à distance est rompue par l'intervention formelle et physique de la décision d'octroi des financements. Or, cette décision peut générer des délais relativement longs, jusqu'à plusieurs semaines, ce qui peut nuire à la relation commerciale.

En conclusion, S. Trudgeon encourage les établissements à poursuivre leurs efforts dans la relation à distance "sans coupure" et l'instauration d'une relation moderne avec la clientèle, qui procurent déjà des gains de productivité et qui renforcent l'image d'une profession dynamique.

L'industrie du leasing immobilier - État des lieux Panorama de l'immobilier commercial en Europe

Daniela Percoco, Responsable de l'immobilier, Nomisma
Après des reculs de 3,1%, puis de 7,5% en 2008-2009, une reprise des livraisons de constructions est attendue en 2010 et 2011. Le marché a connu en 2009 une baisse de 8% pour le non résidentiel, mais est resté légèrement positif (+1,6%) dans le secteur des infrastructures, soutenu par l'investissement public, ces deux domaines représentant 57% du total des investissements contre 47% pour le résidentiel qui a subi la plus forte baisse (-15%).

On note par ailleurs une nette diminution de la part des centres commerciaux dans les investissements.

Les rendements se sont toutefois redressés pour atteindre des niveaux de 6 -6,5%, voire 8% pour les entrepôts, après le creux de 2007-2008.

En Italie

*Gianfranco Antognoli, Directeur Général,
MPS Leasing & Factoring*

Les financements en leasing connaîtront une nouvelle baisse en 2009 estimée à 34%, dans un marché où les opérations sur immeubles existants représentent près des deux tiers du total. L'activité a été marquée par des dispositions fiscales d'allongement de la durée minimale des amortissements de 8 à 18 ans pour les rendre déductibles, alors que les opérations sur le secteur public n'ont été autorisées que depuis 2007. Des espoirs portent sur l'effet des aides décidées pour le photovoltaïque et de nouvelles règles de déductibilité des pertes de crédit.

En Espagne

*Francisco Teniente Gomez, Directeur Général,
Madrid Leasing*

L'immobilier a subi les effets d'une double bulle, celle de la crise internationale et celle de la spéculation sur les terrains et les nouveaux programmes, toutes deux ayant éclaté à fin 2007. Le crédit-bail a connu une baisse de production de 32,5% en 2008 et de 50% à mi-2009. Le marché espagnol du crédit-bail immobilier est dominé (46%) par les filiales de banques qui, en tant qu'établissements de crédit, sont seules à pouvoir bénéficier des avantages fiscaux. Les opérations sur le secteur public sont par ailleurs quasi inexistantes et la montée des créances douteuses se fait sentir. Des concentrations entre banques sont attendues.

En Grèce

Yiannis Mavrellos, Directeur Général, Piraeus Leasing

La concentration du marché est déjà forte : quatre sociétés de crédit-bail immobilier détiennent 65% du total. L'immobilier commercial a connu une baisse des valeurs de 10% qui pourrait se renouveler en 2009.

En Europe Centrale

Gertrud Meisel-Ortner, membre du Board d'Immorent AG

Le crédit-bail immobilier qui s'était développé jusqu'en 2008 en Autriche, Hongrie et Tchéquie, notamment, a connu un profond retournement à partir de fin 2008. Il n'y a pas de grandes opérations en vue, seules les demandes de cession-bail se maintiennent à un niveau élevé. Les exigences de fonds propres ont conduit les opérateurs à abandonner certaines opérations. Toutefois, ceux-ci conservent une bonne marge de manœuvre dans la fixation

ANNEXES

12^{ÈME} CONGRÈS COMMUN EUROFINAS-LEASEUROPE - PRAGUE (RÉPUBLIQUE TCHÈQUE), 4 ET 5 OCTOBRE 2009 (suite)

des prix. Le ressaisissement du marché n'est pas attendu avant mi-2010. Des espoirs sont toutefois fondés sur les énergies renouvelables, et les perspectives à long terme restent bonnes.

Comptabilité du leasing - Derniers développements

Michael Henneberger, Associé, Services Financiers, PriceWaterhouseCoopers

Partant d'une critique des règles comptables en vigueur, l'IASB et le FASB ont lancé une proposition de réforme de la norme IAS 17 pour le leasing. Selon les "boards" de ces institutions, les règles actuelles permettraient des traitements différents pour des opérations assez semblables et une représentation insuffisante de certaines d'entre elles dans les comptes des sociétés.

Par ailleurs, ces règles ne seraient pas toujours compatibles avec le schéma conceptuel des standards internationaux en particulier quant à la définition des actifs et des passifs.

L'introduction d'un "droit d'usage" devrait remédier à ces inconvénients en permettant notamment une inscription au bilan de tous les "leases" (financiers ou opérationnels) tel que définis dans l'actuelle norme IAS 17 et en leur appliquant un traitement comptable identique.

En contrepartie de la comptabilisation d'un "droit d'usage" à l'actif du locataire, un passif constaterait l'obligation de payer les loyers. Les valeurs initiales correspondraient à l'actualisation des loyers. Celles-ci feraient ensuite l'objet d'amortissements et de réévaluations à chaque date d'arrêté. Le bailleur, de son côté, appliquerait soit une décomptabilisation du bien, en échange des droits à loyer, soit une valorisation du droit aux loyers, en complément de l'immobilisation. Les boards viennent de recevoir 290 lettres de commentaires, pour la moitié favorables au modèle, mais doivent faire face à de nombreuses difficultés à résoudre d'ici juin 2010, date de publication prévue de l'"exposure draft", avant d'établir en 2011 le nouveau standard.

Les conséquences de l'application du modèle de droit d'usage aux locataires pour l'industrie du leasing

Mark Venus, Responsable Comptabilité Fournisseurs BNP Paribas

Partant des raisons (simplicité, solutions adaptées, ...) qui conduisent les utilisateurs d'un bien à le louer, M. Venus pointe les changements principaux que la nouvelle norme apporterait. Ceux-ci portent sur la complexité du nouveau

standard, sur la consommation de fonds propres qu'il pourrait induire, susceptible d'opposer financiers et gestionnaires, et sur les restrictions aux options accessoires aux contrats, nuisibles à la souplesse opérationnelle des contrats. Ces difficultés avaient conduit les répondants à demander des exclusions, relatives aux locations à court terme, par exemple, tandis que les professionnels s'attendaient pour 57%, selon un sondage FLA-Leaseurope, à voir l'activité freinée par la nouvelle approche. Il est par ailleurs relevé que les bailleurs détenus par des banques pourraient connaître une concurrence interne accrue au sein de leur groupe. M. Venus souligne aussi les nombreuses incertitudes subsistant actuellement quant à la définition du modèle : traitement comptable chez le bailleur, traitements des premières estimations, réévaluations successives et des services annexes, risque de voir l'IASB et le FASB promulguer, en définitive, deux standards différents.

SESSION FINANCEMENT AUTOMOBILE : ÉTAT DES LIEUX POUR L'INDUSTRIE DU LEASING ET DE LA LOCATION AUTOMOBILE

Lancement du rapport de Leaseurope sur le leasing automobile et la location

Piero Biagi, Managing Director, Nolè (ICCREA Group) et Marzio Pividori, Principal, A.T. Kearney Italie

P. Biagi et M. Pividori rendent compte des principaux points du rapport de Leaseurope établi en coopération avec le cabinet A.T. Kearney. Les auteurs confirment que, comme les autres secteurs, celui de l'automobile n'a pas été épargné par la crise ; le niveau d'investissement s'est considérablement réduit en 2008 et la demande de financements s'est en conséquence nettement tarie. Néanmoins, les membres de Leaseurope affichent en 2008 plus de 7 millions de véhicules financés en leasing (6 millions) ou donnés en location (1 million) pour une valeur de plus de 137 milliards (117 en leasing et 20 en location). Les flottes de véhicules atteignent plus de 16 millions en leasing pour une valeur de 239 milliards d'euros. L'étude montre que 8 États représentent 81 % de l'ensemble des contrats de leasing ou de location.

Parmi les caractéristiques du marché du leasing et de la location, 80% des contrats conclus concernent des véhicules neufs. Par ailleurs, plus de 56% du marché

automobile concerne les voitures de sociétés à destination professionnelle. Pour l'industrie du leasing automobile et de la location, le taux de pénétration ressort, selon Leaseurope, à 40,5% en moyenne et, pour les flottes de véhicules, ce taux de pénétration atteindrait 7,11%.

Par ailleurs, le rapport aborde également des tendances susceptibles d'affecter le modèle économique des sociétés de leasing et de locations européennes.

Le rapport identifie d'abord des tendances actuelles comme l'absence de croissance, l'extension géographique du marché automobile ou l'existence de produits de substitution. D'autres tendances déjà engagées mais non encore abouties sont recensées comme la concentration des acteurs, la fragmentation des portefeuilles en raison notamment de la réduction des cycles de vie des véhicules ou encore la polarisation des clients sur des segments de marchés. Enfin, de nouvelles tendances se dessinent, comme l'avènement du véhicule vert.

Selon les auteurs, ces tendances constituent autant de contraintes que d'opportunités. Ils estiment que le leasing et la location restent bien placés pour répondre aux nouvelles orientations du marché (déclin généralisé de la demande d'automobile) et aux nouvelles aspirations comportementales des clients (demande de flexibilité en termes de durée, d'adaptation contractuelle, de fourniture de services, etc.). Le développement de partenariats devrait également permettre de s'adapter et d'accroître la pénétration des métiers du leasing et de la location.

Gérer la récession : point de vue d'une société de location de voitures

Stéphane Soille, Member of the board, Leaseurope and member of the board, Avis Europe

S. Soille rappelle les caractéristiques d'une société de location. Elle dépend notamment de l'industrie automobile et, pour une bonne part, du niveau des déplacements professionnels. C'est aussi une industrie en expansion, avec peu de barrières à l'entrée. Très sensible à l'évolution des cycles économiques et autres faits extérieurs, elle est très consommatrice de capital et génère des marges faibles difficilement aptes à financer de fortes innovations. Enfin, la différenciation concurrentielle est difficile.

De fait, la crise financière et la crise automobile génèrent les impacts les plus violents de l'histoire des sociétés de

location (raréfaction des refinancements, restructuration des dettes, gestion des valeurs résiduelles, inondation des véhicules d'occasion, etc.). Les changements en matière de demandes des clients viennent également interférer dans l'activité des sociétés de location. Les déplacements d'affaires ont diminué tout au long de l'année 2008 entraînant une contraction des revenus de 5% et du prix moyen de 15%. Les déplacements de loisirs, même s'ils ont mieux résisté pendant l'été, se réduisent également de 3% avec une baisse du tarif moyen de 20%. Aucune reprise significative n'est attendue pour les prochaines années. Ces éléments s'ajoutent aux crises financière et automobile et rendent l'incertitude pour les sociétés de location plus élevée.

Pour la période 2010-2011, S. Soille relève un manque de visibilité qui doit faire prévaloir des approches prudentes même si des opportunités peuvent relancer l'activité. Ainsi, les nouvelles générations, moins attachées à la notion de propriété et moins hostiles aux véhicules de seconde main, l'attraction des autorités nationales ou locales pour le "véhicule partagé" ou encore le phénomène de la "voiture verte et/ou électrique" constituent des voies de réflexions intéressantes tant pour reconfigurer les réseaux de distribution que pour inventer des solutions flexibles répondant aux aspirations des clients. Dans un environnement évolutif et instable, il faut savoir rester créatif, anticipatif et visionnaire.

Le positionnement des produits et des services dans un environnement difficile

Matthew Dyer, Managing Director, Lease Plan International
M. Dyer rappelle tout d'abord ce qu'est un environnement difficile pour les sociétés de leasing et de location automobile.

Ces dernières se heurtent notamment au coût et à la faible disponibilité des capitaux, à la volatilité des prix des carburants, à la faiblesse du marché de l'occasion, mais aussi au risque de défaut, au risque de crédit et au risque sur les valeurs résiduelles.

Ces éléments qui impactent les établissements rejettent sur les clients. Dans ce contexte, il considère que les établissements doivent renforcer la notion de coût total afin de mettre en valeur, au-delà du produit, de l'actif, la somme de services et de flexibilité que représente le leasing ou la location, éléments déterminants du métier. Il ne faut donc

ANNEXES

12^{ÈME} CONGRÈS COMMUN EUROFINAS-LEASEUROPE - PRAGUE (RÉPUBLIQUE TCHÈQUE), 4 ET 5 OCTOBRE 2009 (suite & fin)

pas hésiter à améliorer la transparence, la communication et les explications auprès de la clientèle.

Ainsi, outre l'avantage d'un type de financement ou de location, outre même les avantages en termes de services (assurances, maintenance, dépannage, inclusion des coûts des carburants, flexibilité dans la disposition du bien, renouvellement et donc sécurité d'un véhicule neuf), M. Dyer estime qu'il faut également mettre en avant d'autres arguments. Parmi ceux-ci, il insiste sur les considérations environnementales et la responsabilité sociétale des entreprises. Dans ces domaines, les établissements peuvent faire valoir leur qualité d'expertise et de conseil pour aider au respect des nouvelles réglementations en matière d'émission de CO₂ et de recyclage des véhicules. Outre l'effet de mode, ces axes participent à l'amélioration de l'image des établissements loueurs et des sociétés clientes. En conclusion, pour parvenir à ce que le leasing apparaisse comme le meilleur choix pour un client, les points clés du "leasing tous services compris" sont le service, le contrôle, l'expertise.

Une vision stratégique pour le métier du leasing opérationnel

Gianluca Soma, CEO, ALD International-ALD Automotive Group (Société Générale)

G. Soma constate que le leasing opérationnel est en crise. Les indicateurs sont quasiment tous en baisse, que ce soit le prix de revente des véhicules, le nombre de livraisons ou le nombre d'extensions de contrats. Cela se traduit notamment par une réduction progressive du kilométrage annuel parcouru et une baisse des coûts de maintenance des flottes. Mais cela engendre aussi une réorganisation des flottes par une sélection de véhicules plus économiques, le développement du taux de pénétration de la vente d'assurance et le développement des réseaux de re-commercialisation des véhicules.

En termes de tendance, G. Soma souligne la forte demande de flexibilité de la part des entreprises. Se détachent également une demande en faveur de véhicules écologiques (diminution des tailles de voitures et de puissance des moteurs), un potentiel de croissance sur le segment des PME et même sur celui des consommateurs. Enfin, la préoccupation tenant à la re-commercialisation des véhicules se renforce.

Globalement, ces tendances conduisent à une baisse de la rentabilité et devraient probablement entraîner certains ajustements en termes de tarification. Dans ce cadre, si les professionnels disposent de forces et d'opportunités notamment dans leur capacité à répondre à la demande de flexibilité, certaines faiblesses (gestion des valeurs résiduelles ou forte intensité capitalistique de l'activité) et certaines craintes (coûts des capitaux, marché de l'occasion, discussions sur les normes IFRS, taxes écologiques) pourraient contrarier les efforts pour relancer l'activité.

Pour les années 2010-2015, G. Soma considère que la période 2010-2011 sera difficile tant pour les marchés matures que pour les pays émergents.

Pour les marchés matures, il table, pour 2010, sur la poursuite du recul du marché du leasing avec un accroissement de la concentration des acteurs, et sur une amélioration du marché de l'occasion sur le second semestre. 2011 pourrait être marqué par une stabilisation du marché du leasing et du marché de l'occasion avec un retour à la rentabilité et le développement plus marqué de nouveaux segments de marché.

Pour les marchés émergents, dès 2010, la situation tendrait à un certain redressement du marché du leasing et du marché de l'occasion accompagné, certes par une situation d'alerte en termes de risque de crédit, mais aussi par le développement d'une nouvelle offre de véhicules. Dès lors, en 2011, le marché du leasing serait en croissance et bénéficierait d'une offre de véhicules adaptée. La question d'une anticipation par la Chine du passage à une offre de véhicules hybrides pourrait déjà être envisagée.

Pour la période 2012-2015, les marchés matures devraient renouer avec un taux de croissance du marché du leasing à un chiffre et retrouver un niveau de rentabilité favorable. Pour les marchés émergents, le taux de croissance passerait à deux chiffres et le marché de l'occasion serait structuré.