

Le boum des matières premières et l'économie mondiale

Philippe Chalmin, Université Paris Dauphine

La hausse des prix du pétrole que l'on constate actuellement n'a pas eu d'équivalent depuis 30 ans. Fait nouveau, elle s'accompagne d'une flambée générale des prix de l'ensemble des matières premières qui avaient connu leur plus bas niveau en 2001. Une des explications de la convergence et du niveau élevé de cette augmentation est, du côté de la demande, la croissance de la Chine qui, fait remarquable et inégalé dans l'histoire de l'économie mondiale, connaît depuis trente ans une croissance de 10% par an en moyenne. Cette croissance pèse d'ailleurs plus sur la demande en matières premières que sur la demande d'énergie.

En face de cette demande accrue, l'offre n'a pas toujours été à la hauteur. Certains pays producteurs n'ont pas su mettre à profit leurs ressources pour attirer des capitaux étrangers et assurer un développement à long terme de leur économie. En conclusion, si on commence à voir la fin, à plus ou moins longue échéance, des réserves de matières premières, il se pourrait bien que dans le futur, la matière première la plus rare soit la nourriture. Pour subvenir aux besoins de la population grandissante, il faudra multiplier par deux la production agricole sur la même surface.

Gros plan sur une société captive majeure du secteur automobile

Ben van Schaik, Directeur Général de Royal Fokker Aircraft, Président de DaimlerChrysler en Amérique du Sud, Membre du Conseil de surveillance de Heineken Nederland

Ben van Schaik présente sa vision personnelle du secteur automobile en Amérique latine et en Europe. Il se livre d'abord à un véritable

plaidoyer pour le Brésil qui peut se résumer en une phrase : "vous devez être au Brésil".

Avec une superficie de 25 fois celle de l'Allemagne, une population de 180 millions d'habitants, une infrastructure assez pauvre (seulement 10% du réseau routier goudronné), un personnel bien formé et très dynamique, le Brésil, malgré un taux de criminalité élevé et des taux d'intérêt au jour le jour de 17% par an, présente des opportunités de développement très intéressantes pour le secteur automobile dans son ensemble.

Les voitures de tourisme représentent un marché de 1,5 million d'unités (essentiellement des petits véhicules peu chers à faibles coûts, néanmoins le segment du luxe atteint 1 500 unités par an), les camions 70 000 unités par an (composants modernes, mais peu de technologie) et les bus 10 000 unités (très confortables mais également avec peu de technologie). Les plus grands constructeurs européens et américains y sont déjà implantés.

Pour ce qui concerne les métiers de la finance, ils se révèlent très profitables. En effet, à une information financière difficilement disponible et à un risque pays élevé correspond un différentiel de taux d'intérêt relativement haut. Le taux d'intérêt pour le financement de voiture s'élève à 35% par an, mais il est frappant de constater que le client fait avant tout attention au montant de ses mensualités plutôt qu'aux taux proposés. Il est également très sensible à la délivrance d'un haut niveau de services.

On assiste actuellement à une augmentation du nombre de sociétés financières captives. La volonté de sortir les véhicules du bilan des sociétés entraîne une forte demande de leasing. 80% du marché restent entre les mains de concessionnaires indépendants.

Pour ce qui concerne l'Europe, le marché se caractérise avant tout par le phénomène de concentrations, fusions et acquisitions. Ben van Schaik attire cependant l'attention sur l'importance de prendre en considération les aspects culturels qui, s'ils sont négligés, peuvent conduire à des échecs. Globalement, il indique que les intervenants poursuivent leurs efforts dans la commercialisation des services attachés au financement et contrôlent la gestion des valeurs résiduelles. Il constate que les marges sur ventes et services après vente sont plus faibles et que les concessionnaires indépendants se diversifient dans leurs services aux clients. En termes d'opportunités et de défis, les intervenants devraient développer notamment le marché de détail des camions et améliorer leur contrôle des réseaux de distribution. La forte pression sur les marges devra être prise en compte dans les stratégies de développement.

Enfin, la Turquie, marché devenu mature en moins de 10 ans, est à considérer avec attention. Comme au Brésil, les marchés du camion et du bus sont en forte progression, mais le niveau technologique y est plus abouti. Le personnel qualifié et dynamique de ce pays attire nombre d'investisseurs et d'ores et déjà beaucoup d'entreprises affichent d'excellents résultats.

Le financement des moyens de transports dans les pays européens

Bernd Hoffmann, Membre du Directoire de Schmitz Cargobull

Bernd Hoffmann indique que Schmitz Cargobull est actuellement l'un des leaders européens en matière de fabrication de remorques de camion. Avec 36 000 remorques fabriquées par an pour un chiffre d'affaires de 1,3 milliard d'euros, la société détient 24% de parts de

marché en Europe de l'ouest et 50% de parts de marché en Europe de l'Est. L'objectif d'ici 2010 est d'atteindre une production de 65 000 remorques pour un chiffre d'affaires de 2 milliards d'euros et de peser 40% de tout le marché européen. La société n'a de cesse depuis longtemps de renforcer la palette de services fournis à ses clients et c'est en 2000 qu'elle a lancé Cargobull Finance, joint-venture constituée avec De Lage Landen Group.

Actuellement, plus de 23 000 véhicules sont financés en leasing contre 17100 en 2005 et 12 800 en 2004. Cette croissance importante s'est notamment appuyée sur le développement du marché russe et plus globalement sur le doublement de la demande de fret au niveau européen et international.

Pour ce qui concerne le marché russe, Bernd Hoffmann indique les motifs susceptibles d'inquiéter les sociétés de leasing, notamment l'environnement économique et politique défavorable. Néanmoins, la tendance à la hausse du nombre d'importations de véhicules, notamment dans le second semestre 2005, devrait se poursuivre pendant les prochaines années. A noter que le poids des importations de camions et remorques d'occasion en Russie atteint 80% du marché.

Par ailleurs, le crédit-bail est très populaire dans la mesure où les taxes à l'importation, d'un montant relativement élevé, sont payables en fin de contrat de crédit-bail à la différence des autres modes de financement ou de location qui en imposent le versement en début de contrat.

Enfin, le marché russe des transporteurs est composé de peu de grands faiseurs et au contraire d'une multitude de petits intervenants. La tendance à la concentration de ce secteur reste pour l'instant faible.

Cette situation rend la distribution des produits et des services de financement associés plus difficile que dans d'autres pays.

L'évolution du crédit à la consommation dans les nouveaux pays européens et le crédit transfrontière

Bernard Beyens, Citibank Belgium

Les opérations de crédit transfrontières sont encore très peu nombreuses et elles le resteront tant qu'elles ne seront pas plus rentables que l'implantation directe dans le pays. Des obstacles à leur développement subsistent.

Au plan structurel, on ne peut que constater que les marchés sont encore très segmentés et qu'il existe peu de convergences entre les pratiques des établissements des différents pays. On relève ces disparités à tous les niveaux :

- l'encours par client qui va de plus de 4000 € au Royaume Uni à moins de 200 en Turquie ;
- le mix des services proposés ;
- la source des revenus des prêteurs : en Allemagne, 23% provient des prêts contre 7% en Belgique, au Royaume Uni, 19% provient des cartes contre 1% en Belgique ;
- les caractéristiques du marché : il peut être dynamique du fait de la concurrence, de l'innovation technologique et d'une réglementation libérale (Royaume-Uni, Italie, Espagne etc.), saturé (Allemagne, Belgique, Autriche) ou dormant (Danemark, Luxembourg) ;
- la part de marché des différents acteurs qu'ils soient généralistes ou spécialisés.

La France, au même titre que le Royaume Uni ou l'Italie, est un pays où la part des spécialisés est très importante. On peut conclure de ces disparités qu'un modèle qui réussit dans un pays donné n'aura pas forcément le même succès dans un autre. A ceci, s'ajoutent des obstacles de nature réglementaire qui viennent limiter les opérations transfrontières.

Ainsi, l'environnement réglementaire diffère beaucoup d'un pays à l'autre, tout comme les règles d'agrément et de contrôle appliquées par les superviseurs bancaires.

Contrairement à une idée largement répandue, le développement des activités transfrontières et, d'une manière plus générale, d'un marché européen ne va pas conduire à un allègement de la pression consumériste. C'est même à un renforcement de la protection du consommateur qu'il faut s'attendre. A ce titre, la Pologne est un bon exemple : depuis son entrée dans l'Union, des mesures réglementaires de protection du consommateur y ont été adoptées (taux plafond, loi sur le crédit à la consommation, etc.). En effet, l'ouverture du marché européen du crédit à la consommation ne saurait se produire sans un relèvement général du niveau de protection du consommateur, par un alignement sur la situation des pays où elle est la plus élevée. Pour qu'existe un vrai marché européen du crédit à la consommation, une harmonisation tant des pratiques que de la réglementation, s'impose.

Dans dix ans, les initiatives prises par la Commission Européenne dans ce dernier domaine devraient commencer à porter leurs fruits. Le marché européen s'appuiera sur un haut niveau de protection du consommateur, plaçant les établissements de pays très réglementés dans une situation avantageuse pour concevoir les produits adaptés à cette exigence de protection. L'activité transfrontière sera favorable au consommateur, peut-être moins pour l'industrie.

E-banking : fourniture de crédits via Internet

Matti Karvonen, Nordea

Nordea a axé son développement sur la banque électronique et a, dès l'essor d'Internet, proposé de nombreux services utilisant ce

support. Ainsi, la moitié de ses clients utilisent le débit direct que leur propose leur banque sur Internet. Les paiements ainsi réalisés sont totalement automatisés. Les ventes de services sur Internet, présentés sous le nom de Netbank, représentent 75% des ventes de la banque. L'offre permet au client de conclure son contrat sur Internet. La banque met à profit l'utilisation de ce canal pour améliorer la connaissance de ses clients. Les enquêtes faites révèlent un niveau très élevé de satisfaction.

La fraude, phénomène en constante évolution

Jim Winters, Experian-Scorex

Le développement d'Internet comme canal d'octroi de crédits est propice à un accroissement de la fraude. Les fraudes à l'identité représentent un coût de 4 milliards de livres par an au Royaume Uni et en 2005, elles ont coûté 1,7 milliard de livres. Le phénomène est pour l'instant moins grave en Europe continentale, mais avec l'accroissement du marché, il est destiné à prendre de l'ampleur.

On distingue trois types de fraudes :

- la fraude "douce" qui représente 60% du total des pertes liées à la fraude. Il s'agit d'emprunteurs qui falsifient leurs données personnelles afin d'obtenir des crédits dont ils savent qu'ils ne pourront les rembourser. S'agissant de "vraies" personnes utilisant de vrais documents, la fraude est difficile à détecter et ne peut être limitée que par croisements d'informations et demande de justificatifs ;
- la fraude "dure" qui relève du crime organisé et repose sur l'usurpation d'identité, souvent au moyen de papiers volés. Les chances de recouvrement sont extrêmement faibles ;
- la fraude des salariés ou des prescripteurs. Ces derniers connaissant bien les procédures internes, cette fraude est difficile à déceler. De

plus, elle porte généralement sur des montants importants, les gains attendus devant être à la hauteur des risques pris.

Les systèmes automatiques de traitement des demandes de crédit sur Internet sont indispensables. A ce titre, l'octroi de crédit en ligne est par nature une activité risquée : absence de face à face, difficultés de vérification, volumes élevés. La prévention de la fraude dans ce domaine diffère peu dans ses principes de la lutte contre la fraude dans le monde "réel".

Des données spécifiques peuvent être exploitées en plus, comme par exemple l'identification et la localisation de l'ordinateur grâce à l'adresse IP ou le croisement des adresses e-mail avec le fichier de l'entreprise. L'utilisation de bases de données électroniques pour vérifier les déclarations des clients est aussi très utile. Enfin, au Royaume-Uni, des sociétés ont mis en place un système de partage des données relatives à la fraude qui leur permet de substantielles économies.

Surendettement et traitement collectif des dettes

Martin Hall, Money Advice Trust

Le Money Advice, organisme à but non lucratif, été mis en place par des représentants des prêteurs, du Gouvernement et des organismes de conseil aux consommateurs dans le but de conseiller gratuitement les emprunteurs qui ont des difficultés à rembourser leurs crédits. À fin 2005, le nombre de personnes ayant des difficultés à rembourser leurs crédits en Angleterre était évalué à 3 millions, celles ayant de véritables difficultés financières étant 500 000.

Les outils proposés à cette fin sont nombreux : assistance téléphonique, manuels, formation

offerte aux conseillers travaillant dans les différentes structures d'aide aux consommateurs. L'objectif de ces conseils est d'orienter les emprunteurs vers la solution la plus adaptée à leur situation. Il existe de nombreuses possibilités, depuis les aménagements informels jusqu'aux plans de remboursement proposés dans le cadre du Plan d'aménagement des dettes ou des "arrangements individuels volontaires" et aux solutions judiciaires comme la faillite personnelle.

Le bilan de l'action du Money Advice Trust est très positif et tend à démontrer que le conseil est efficace : 80% des débiteurs suivent les préconisations qui leur sont données et la même proportion continuent à respecter les plans de remboursement après 2 ans. A noter qu'il existe parallèlement au Money Advice Trust des sociétés commerciales proposant des services de gestion de dettes. Leur intervention suscite des inquiétudes car elle est coûteuse et les solutions proposées ne sont pas toujours adaptées.

Joop Lobstein, Bureau Krediet Registratie

En Hollande, on dénombrait, en 2005, 43 000 personnes surendettées, c'est-à-dire ayant un déficit d'un montant supérieur à 900 € depuis plus de 12 mois et incapables de le rembourser dans les 12 mois à venir. Ces personnes ont le choix, pour régler leur problème, entre des solutions amiables proposées par des services spécialisés et, pour les emprunteurs les plus endettés, des solutions judiciaires. Le surendettement est généralement lié à l'entrée dans la vie active et aux dépenses de loisirs ou téléphone mobile. Il est donc très important, pour le prévenir, de s'assurer que les prêteurs informent leurs clients des risques liés au surendettement, mais surtout de former la population, dès le plus jeune âge, à la gestion d'un budget et c'est surtout sur les parents que repose cette responsabilité.

Au-delà de la formation, le registre des crédits (BKR) est un outil important au service de la prévention du surendettement. L'ensemble des prêteurs sont tenus d'y déclarer leurs encours et de le consulter avant tout octroi. Au plan européen, les échanges entre bases de données sont indispensables à la prévention du surendettement. Le développement de ces échanges est encore bien trop lent.

Robin Jarvis, FIN USE

FIN USE a été mis en place par la Commission Européenne en 2004 afin d'améliorer la représentation des utilisateurs de services financiers au sein des instances européennes. Il s'agit d'un forum d'experts indépendants chargé de donner le point de vue des utilisateurs (consommateurs et PME), ces derniers étant généralement sous-représentés dans les processus de consultation et ne bénéficiant ni des connaissances ni des moyens nécessaires pour participer à ces consultations.

L'intérêt de ce forum a été confirmé par l'évaluation de son action faite par un cabinet indépendant. Un des domaines de travail de FIN USE est l'information du consommateur et la difficulté de lui assurer un niveau d'information équivalant à celui du fournisseur, et tout particulièrement de l'intermédiaire financier qui peut être plus ou moins rémunéré selon le produit. FIN USE mène par conséquent une réflexion sur une éventuelle supervision des intermédiaires financiers.

Tour d'horizon de l'industrie des équipements de construction

David Phillips, Président-Directeur Général de Off-Highway Research

Dans son intervention, David Phillips indique que la demande globale en matière de matériel de construction atteint des records historiques.

Il estime que cette situation devrait se poursuivre pendant les trois prochaines années avant de connaître une période de déclin d'environ cinq ans. Cette croissance mondiale est avant tout tirée par la Chine dont l'importance croît non seulement comme demandeur, mais aussi comme producteur de matériels. Son intervention dans les échanges internationaux devrait rapidement s'imposer. La Chine, en volume, est passée de 8 à 22% de la demande mondiale sur les dernières années. Son attraction est telle que les fournisseurs de pièces détachées s'y implantent directement. L'Europe, qui subit déjà quelques contrecoups, ainsi que les États-Unis, devraient rester au plus haut de la vague au moins jusqu'à fin 2007.

En termes de marché, la croissance résulte surtout de la demande en matériels à la fois compacts et spécialisés et en petits matériels. Les chargeurs sur roues, excavatrices et mini-excavatrices représentent des volumes très importants. Ainsi, pour les seuls chargeurs, alors que l'Europe stagne à 20 000 unités, la Chine tire le marché mondial avec plus de 120 000 unités. La demande de matériels spécialisés concerne surtout les pays les plus développés qui souhaitent effectuer les tâches avec les matériels adéquats.

En revanche, d'autres pays, plutôt en développement, comme la Pologne, la République Tchèque ou la Hongrie, préfèrent des matériels plus généralistes comme les rétrochargeuses qui peuvent effectuer à la fois les travaux d'excavation et de chargement. La croissance de ce segment de marché dans ces pays est tout à fait significative. Les réseaux de distribution de ces matériels ont subi de forts bouleversements ces cinq dernières années. En effet, si produire des matériels de plus en plus sophistiqués et spécialisés reste "relativement facile", les vendre se révèle plus ardu. Il est

donc primordial de se doter d'un réseau de vente formé et performant. Cet élément pourrait constituer une difficulté importante pour l'implantation des Chinois en Europe.

Économie maritime, transports et logistique : le rôle des investissements et des instruments financiers

Francesco Benevolo, Directeur Général de RAM (Rete Autostrade Mediterranee)

RAM est une entreprise publique italienne créée en 2004 dont la mission est le développement des "autoroutes maritimes". Il s'agit pour cette entreprise de créer les réseaux adaptés qui inciteront les sociétés de transport routier à choisir le transport combiné route/mer. Elle intervient comme facilitateur pour créer des relations propices entre les transporteurs routiers et les entreprises de transport maritime. L'objectif est notamment de faire en sorte que les navires ne naviguent plus à vide.

Actuellement, la voie maritime permet ainsi à plus de 1,2 million de camions de naviguer. Le transport maritime représente 2% du PNB de l'U.E. pour atteindre 3 à 5% si l'on inclut les services attachés au transport maritime.

La RAM a également comme mission de gérer les aides publiques dispensées aux entreprises de transports routiers qui optent pour le transport maritime. Le montant des investissements subventionnés peut atteindre 30%.

Les facteurs-clés du transport maritime tiennent notamment à l'optimisation des infrastructures du secteur, à la délocalisation des activités et à l'optimisation de la logistique. Se posent également des contraintes d'investissements, notamment le financement des zones portuaires par les États (mais qui dépend aussi beaucoup des investissements privés) et la taille croissante des navires.

L'autre élément important est la concurrence féroce entre zones portuaires non seulement au niveau national mais international et tandis que l'Italie se préoccupe de la protection de ses zones côtières, la Chine a récemment construit 32 kilomètres de quai ainsi que des îles artificielles aux installations ultramodernes...

Immobilier et logistique

Dirk Lannoo, Vice-Président de Katoennatie Antwerp

La logistique nécessite une forte capitalisation. A titre d'exemple, le groupe Katoennatie Antwerp réalise un chiffre d'affaires de 850 millions d'€, emploie 7500 personnes, est implanté dans 22 pays et regroupe 93 sociétés. Il constitue l'un des premiers intervenants européens en logistique avec plus de 250 hectares construits. Le cœur de métier de ses entreprises de logistique vise à satisfaire la demande croissante d'intégration des lignes d'assemblage modulaire utilisées dans l'industrie, comme celle des grands constructeurs automobiles. Par leur gestion en flux tendu, les industriels imposent une forte pression à la logistique. Cela se traduit concrètement par la volonté de ne plus recevoir directement en usine les différents éléments intervenants dans la fabrication d'un véhicule, mais d'imposer aux fournisseurs de livrer prêt à monter des modules complets, par exemple les roues des véhicules (jantes, pneus,...).

Cela implique pour les entreprises de logistique de construire des bâtiments appelés "parcs fournisseurs" dédiés à la réalisation des modules par les fournisseurs préalablement à leur livraison au client final. Ces "parcs fournisseurs" sont le plus souvent reliés directement aux usines clientes par de véritables ponts couverts pouvant atteindre jusqu'à 11 mètres de hauteur et 250 mètres de long. L'ensemble de ces

investissements dans des bâtiments industriels nécessite des financements très importants que l'entreprise de logistique seule ne peut pas assumer. Dirk Lannoo souligne donc le rôle essentiel que doit tenir le leasing pour soutenir ces entreprises dans leurs activités.

Impact des locations opérationnelles sur les principaux ratios comptables

Mijntje Lückcrath, professeur assistant à l'université Erasmus de Rotterdam

Après avoir analysé les modes de comptabilisation de ces locations au bilan des locataires, conformément aux normes IAS 17 ou FAS 13, l'orateur en souligne les conséquences défavorables sur les ratios d'endettement, notamment à moyen et long terme, et de rentabilité des actifs. A ce stade de sa thèse, il suggère des démarches auprès des autorités comptables pour permettre des comptabilisations en hors-bilan ou des mentions dans l'annexe, afin d'éviter ces effets néfastes.

Actualité des IFRS - Révision du traitement du leasing par l'IASB

Thomas Schröer, KG Allgemeine Leasing GmbH, Président de la Commission Comptabilité et Fiscalité de Leaseurope

Partant du récent communiqué (juillet 2006) de l'IASB, annonçant la modification de son processus de consultation et le gel, jusqu'en 2009, de tout changement de règle importante, Thomas Schröer souligne les inflexions dans les objectifs des normes IFRS qui élargissent désormais aux créanciers, au management et aux autorités fiscales les publics concernés par l'information financière. Celle-ci devra porter sur les actifs, les dettes et les capitaux propres, ainsi que sur les transactions et événements qui les font varier.

Il indique ensuite que, au même moment, la décision de réexaminer, d'ici à 2008, la comptabilisation du leasing a été prise conjointement par l'IASB et le FASB, dans un souci de convergence. Il y voit la conséquence, principalement, de l'absence de progrès, depuis les travaux du G4+1 en 1999, des réflexions en la matière, au regard des difficultés rencontrées dans la pratique, notamment quant au rattachement des charges et des produits, ainsi que de la demande d'examen des transactions hors-bilan évoquée par la loi Sarbanes-Oxley, à la suite du scandale Enron. Nourries par les propositions d'un groupe de travail international ad hoc (en cours de constitution), dont les travaux devraient commencer en janvier 2007, les réflexions devraient aboutir à un "discussion paper" à publier en 2008.

Deux approches devraient être étudiées : l'actif physique et l'ensemble de droits. Ces derniers devraient être pondérés par l'obligation d'effectuer des paiements et de restituer le bien. Devraient être également envisagés à ce titre les traitements des modalités particulières des contrats telles que les prestations de maintenance ou les indemnités de résiliation, ainsi que le maintien de traitements distincts entre le leasing et la location. Enfin, M. Schröer indique que, dans le prolongement des consultations effectuées par l'IASB, des dispositions particulières pourraient être envisagées pour le traitement du leasing chez les PME, essentiellement quant aux contraintes de l'information financière.

La place du camion dans l'industrie du transport

Richard Walles, Directeur de Heavy Truck Industry Research Global Insight Limited

Richard Walles introduit son intervention en rappelant d'abord les volumes de vente de

camions dans le monde en 2005. Si les pays membres du NAFTA (Canada, États-Unis et Mexique) totalisent 578 000 camions vendus, devant l'Asie (414 000), l'Europe de l'Ouest (330 000), l'Europe de l'Est (147 000) et les pays d'Amérique du Sud (128 000), la Chine est incontestablement le premier consommateur mondial avec 435 000 camions à lui seul.

Malgré ces chiffres déjà élevés, Richard Walles estime que la demande mondiale peut générer une croissance de près de 1,9% par an pour atteindre 2,5 millions d'unités vendues en 2015. Le poids de l'Asie y sera prépondérant. Les États-Unis et l'Europe, pays matures, resteront un peu en retrait sur leurs propres marchés essentiellement de remplacement. Concernant le marché américain, il souligne un léger repli du marché compte tenu d'une nouvelle réglementation à intervenir au début de l'année 2007.

Une situation identique est attendue en Europe, où la nouvelle réglementation sur les moteurs n'a pas encouragé les clients à anticiper leurs achats. En termes de fabrication de camions, au niveau mondial, les acteurs-clés sont dans l'ordre de leur importance : DCX, Volvo, Paccar, Navistar, Dongfeng, Tata, Faw.

Les trois derniers constructeurs, respectivement chinois, indien et chinois, sont entrés très récemment sur le marché, en l'an 2000.

Essentiellement centrés sur le marché domestique, ils ne tarderont pas à attaquer les marques européennes sur les marchés d'Asie et du Moyen-Orient. Pour ce qui concerne l'Europe de l'Ouest, le marché se caractérise par une croissance importante de la demande de fret, mais également par certaines mutations dans les modes de transport.

Globalement, la demande de fret a doublé depuis 1970 et ne cesse de progresser. Le transport routier constitue aujourd'hui le principal moyen de transport avec plus de 75% des marchandises transportées et se place loin devant le rail (moins de 15%) et les voies fluviales (environ 5%), ces derniers modes de transports ne cessant de régresser. Cette tendance se retrouve dans les "big four" européens que sont l'Allemagne, la France, la Grande-Bretagne et l'Italie. L'amélioration des infrastructures routières et la simplification des contrôles douaniers participent de ce développement des transports routiers. Ces tendances s'accompagnent également de changements dans les flottes de camions : plus ou moins 15 tonnes, semi-remorques ou camions articulés, ces derniers devenant de loin le choix le plus judicieux du point de vue économique.

En termes de développement à venir en Europe, il indique que les constructeurs européens dominant déjà ses marchés et que les producteurs locaux sont assez faibles. Pour ce qui concerne les perspectives de ventes, le marché russe, estimé à plus de 85 000 unités en 2006, devrait voir cette tendance se poursuivre sur les prochaines années. La Pologne se positionne comme le second meilleur marché avec près de 16 000 unités et dispose d'infrastructures routières développées favorables au développement. A l'inverse, les autres pays de l'Europe de l'Est présentent des infrastructures de moins bonne qualité et une plus forte activité de transport ferroviaire.

Financement sur le point de vente : défis et opportunités

David Betteley, Toyota Financial Services

La conclusion de contrats de services financiers sur le point de vente est en déclin constant

depuis 1997. Ce phénomène, particulièrement marqué au Royaume Uni, est surtout vrai pour les véhicules neufs. Les concessionnaires, dont les marges sur les ventes de véhicules diminuent jusqu'à devenir parfois négatives, deviennent dépendants des revenus qu'ils tirent des commissions perçues sur le financement et l'assurance. Ils cherchent donc à maximiser ce revenu pour un client donné sans chercher à accroître le nombre de clients. Ces derniers, supportant une charge accrue, considèrent que le crédit sur le point de vente est cher et s'en détournent au profit d'autres sources de financement.

Parallèlement à cette tendance, les concessionnaires sont ou seront impactés par les changements, d'ordre réglementaire, qui les concernent directement (réforme du système de distribution automobile) ou indirectement (nouvelles règles prudentielles, conformité, entrée en vigueur de la directive sur l'intermédiation en assurance etc.). La proposition de directive sur le crédit aux consommateurs contient elle aussi des dispositions de nature à compromettre le crédit sur le lieu de vente : introduction d'un délai de rétractation ou remise en cause des "crédits ballon".

Les consommateurs se tournent donc vers des offres de financement moins chères et facilement accessibles avec le développement du marketing direct et des offres sur Internet. On constate d'ailleurs que le facteur principal de recours au crédit sur le lieu de vente, qui était la commodité, n'est plus déterminant dans le choix du consommateur puisqu'il est passé de la deuxième à la dernière place entre 1999 et 2005. Un autre fait remarquable est que désormais, une grande majorité de consommateurs recherchent le mode de

financement de la voiture avant de se rendre chez leur concessionnaire.

Du côté du prêteur, le financement sur le lieu de vente est de plus en plus onéreux, les commissions versées aux concessionnaires augmentant avec l'accroissement de la concurrence. Ainsi, concernant Toyota, la part des commissions dans le revenu des concessionnaires est passée de 10% en 1994 à 23% en 2004. On vient de dresser un tableau assez noir des perspectives du crédit sur le lieu de vente. Mais ce mode de commercialisation est loin d'être condamné. Il revient aux concessionnaires d'élargir leur diffusion sur un plus grand nombre de clients, afin d'en limiter le coût. Il leur faut pour cela convaincre les clients qui ont déjà trouvé leur solution de financement que le crédit qui leur est proposé sur le lieu de vente est plus avantageux pour eux.

Les tendances du marché du leasing opérationnel

Jaime Requeijo Gutierrez, Senior Vice-President, Business Development, Lease plan Corporation

Jaime Requeijo Gutierrez présente les quatre grandes tendances qui influencent le marché du leasing opérationnel. Il rappelle que la différence fondamentale entre le leasing opérationnel et tout autre mode de financement réside dans la possibilité de proposer au client nombre de services en sus du financement (maintenance, assurances, remplacement du véhicule, gestion des accidents, etc.). Ces packages constituent un avantage concurrentiel qu'il faut savoir préserver.

La première tendance a trait à une multiplicité de forces extérieures croissantes issues de la réglementation, de l'engouement pour le développement durable, des nouvelles

technologies et, très directement, du prix du pétrole. Si, pour certaines d'entre elles, les sociétés de leasing sont impuissantes et doivent intégrer les nouvelles contraintes, il est essentiel en revanche qu'elles intègrent d'elles-mêmes les nouvelles aspirations de ses clients.

La deuxième tendance concerne précisément le développement des marchés.

Traditionnellement, les sociétés de leasing segmentent leurs clientèles selon la taille des flottes de véhicules qu'elles détiennent et proposent le leasing opérationnel aux entreprises ayant plus de 150 véhicules. Il semble de plus en plus probable que le défi à venir sera celui de capter la clientèle professionnelle ayant des flottes moyennes (inférieures à 150 véhicules) voire petites (inférieures à 10 véhicules). Ces segments de clientèles, qui agissent davantage comme un consommateur pour la réalisation de ces opérations, c'est-à-dire en achetant directement sur le point de vente, ne doivent pas être laissées aux banques et aux concessionnaires qui semblent les mieux placer pour les toucher.

La troisième tendance évoquée vise là encore à satisfaire directement le client en lui prodiguant l'ensemble des conseils utiles concernant la gestion de flottes de véhicules. Actuellement, le client est désireux d'externaliser au maximum tous les services se rapportant aux véhicules, il s'agit de fournir le service de qualité attendu y compris s'il s'agit d'une commande de véhicule avec chauffeur. Enfin, la tendance à la globalisation n'épargne pas le secteur du leasing opérationnel. Ces dernières années ont été le théâtre d'une concentration exacerbée qui, vraisemblablement, sera amenée à se poursuivre.