

LES NOUVELLES FRONTIÈRES DU CRÉDIT À LA CONSOMMATION



EMMANUEL QUAINON
Directeur
Eurogroup

Les différents acteurs du marché du crédit à la consommation vont offrir de plus en plus de services et de produits. Les banques de détail se rencontrent sur les crédits à court terme, naguère négligés. Quels sont les enjeux de cette évolution ?

■ Quelles sont, selon vous, les perspectives du crédit à la consommation en France ?

Historiquement, le *business model* des sociétés de crédits spécialisés (SCS) était relativement simple. Un circuit long développé avec des partenaires issus de l'automobile et de la grande distribution permettait d'acquérir des clients qu'un circuit court, en général direct, entreprenait de rentabiliser en les fidélisant par des services et produits additionnels.

Ce modèle est arrivé à maturité car les marchés d'équipement connaissent une faible croissance – à l'image de l'automobile – mais aussi parce que le potentiel est largement exploité. En outre, une concurrence féroce règne sur ce marché entre les différents acteurs historiques (SCS et captives automobiles ou issues de la distribution), renforcée par l'attaque récente des banques de détail qui ont su profiter de leur bonne connaissance client pour « pousser » les offres de crédit personnel. Cette concurrence tire les marges vers le bas. Sur le territoire hexagonal, la croissance du marché va donc tendre vers la croissance de la consommation des ménages.

■ Quelles sont, alors, les nouvelles frontières du crédit à la consommation ?

La plus évidente est bien évidemment géographique. Les SCS recherchent à l'international des marchés en forte croissance car tirés par la soif de consommation qui caractérise ce type de pays le plus souvent non OCDE. Ce développement s'appuie également sur des « usines à produire » récentes et industrialisées. Cette facilité structurelle renvoie encore plus à la réalité complexe des structures et du *legacy* hexagonal.

Le périmètre d'activité est également en train de repousser certaines limites. Le territoire s'élargit désormais au monde plus global de la solution de crédits pour les ménages. L'essor du regroupement de crédits associé à la baisse de la durée de détention moyenne des crédits immobiliers (*remortgage*) offre de nouvelles opportunités. En outre, cette orientation semble plus porteuse que les tentatives d'extension des cibles vers le *subprime* qui n'ont pas connu le succès escompté. Les turbulences venues des États-Unis ne vont pas rendre plus faciles les allocations de capital sur ces nouvelles activités qui semblent particulièrement surveillées par les organisations consuméristes et plus largement par

les pouvoirs publics. Enfin, le modèle de distribution subit des forces centripètes puissantes. Internet va représenter le premier canal d'acquisition des nouveaux clients et entraîne donc une réallocation des ressources assez perturbantes pour les SCS. Mais ce modèle de distribution multicanal doit encore faire ses preuves. En effet, la dématérialisation et la signature électronique renforcent la logique monocanal du « bout en bout ». Complexifiant encore cette évolution, le développement des courtiers et apporteurs d'affaires issus du net ou du monde de la prospection plus classique (en particulier sur le nouveau métier du regroupement de crédit) capte une part supplémentaire de la valeur ajoutée.

■ Quelles sont les conséquences de cette évolution sur les prêteurs ?

Une véritable course contre la montre est désormais engagée entre les différents acteurs. Les cinq prochaines années seront critiques pour les services financiers, forcés de déterminer les plateformes de distribution les plus efficaces. Banques de détail et SCS, frères ennemis issus le plus souvent d'une même famille, vont à l'avenir confronter l'efficacité (fidélisation client) et la productivité (coûts unitaires) de leurs structures de production et de distribution. Les SCS vont-elles alors devenir de simples BPO (*business process outsourcing*) de crédits des services financiers bancaires ou vont-elles faire la preuve de leur pertinence de distributeurs ? C'est véritablement l'un de leurs enjeux clés. ■

Propos recueillis par C.T.