

DISTRIBUTION DU CRÉDIT : VERS UNE INTÉGRATION EUROPÉENNE ?



Patrick Stocker

Responsable habitat
Direction du marché
des particuliers
Crédit Agricole SA
Expert
Forum Group

Dans les travaux préparatoires pour le PASF*, la Commission notait que si les services financiers aux particuliers étaient peu intégrés, le crédit au logement l'était encore moins avec des fortes spécificités nationales.

Les efforts de création d'un marché unifié dans le domaine des prêts au logement passent avant tout par la possibilité de distribuer ces prêts au-delà des frontières. Après avoir fait un point sur la situation actuelle de la distribution, nous regarderons si et comment le marché est en train de s'ouvrir.

L'AGENCE BANCAIRE, UN CANAL PEU CONTESTÉ DANS LA DISTRIBUTION DU CRÉDIT IMMOBILIER

L'agence bancaire est d'abord la réponse à un besoin de proximité des emprunteurs pour ce qui est l'une des plus importantes opérations financières que ceux-ci réaliseront dans leur vie. S'agissant d'un engagement à long terme, les emprunteurs veulent avoir un interlocuteur disponible et accessible tant pour le montage du dossier qu'en cas de problème ultérieurement.

Les réseaux d'agences bancaires restent donc importants avec en moyenne 547 agences pour 100 000 habitants, mais très variables selon les pays (moins de 300 en Grande-Bretagne, 700 en Allemagne et 1 000 en Espagne).

Pour répondre à des attentes spécifiques de conseil, des

agences spécialisées dans le crédit au logement existent telles que des "mortgage shops" en Grande-Bretagne et des agences habitat en France, par exemple. Mais dans la plupart des cas, le crédit au logement est vendu dans des agences généralistes tout simplement parce que la distribution de ce crédit reste majoritairement dominée par les banques généralistes. En effet, le poids des banques spécialisées est en recul en France comme en Grande-Bretagne, avec la mutation des *building societies*. Seuls quelques pays comme l'Allemagne conservent cependant des banques spécialisées importantes. À noter que les agences distributrices de crédit à l'habitat peuvent ne pas être bancaires. En effet, des partenariats se nouent avec des grands réseaux distributeurs pour permettre la distribution du crédit et rentabiliser ainsi des réseaux existants. De nombreux accords existent dans le domaine de l'assurance, mais les assureurs ne sont pas pour le moment arrivés à pénétrer significativement le marché. La grande distribution reste en embuscade avec quelques accords, comme en Angleterre. La complexité du produit et de l'acte de vente et la très faible rentabilité du crédit immobilier constituent des obstacles de taille à sa vente par des non spécialistes des produits financiers.

Le développement de l'intermédiation

Le canal de vente "prescription" existe dans la plupart des pays européens et voit son rôle augmenter. Il occupe une place dominante en Grande-Bretagne et aux Pays-Bas, avec pratiquement un crédit distribué sur deux, une place intermédiaire en France avec environ 20 % des crédits, une place faible en Allemagne, en Italie et en Suède.

Une grande hétérogénéité se cache cependant derrière ce terme d'intermédiaire :

■ le simple "indicateur d'affaire" qui met en relation acheteur et banquier sans intervenir dans le processus de distribution,

■ l'"agent indépendant" ou "courtier" qui va appor-

* Plan d'action sur les services financiers

Extrait d'"Horizons bancaires" (publication du Crédit Agricole) n° 322, octobre 2004.



ter à la banque sélectionnée pour ses meilleures conditions, un client avec un dossier complet de financement et une solution pré-vendue,

■ **l'“agent lié”** travaillant pour une autre structure mandatée par la banque qui lui sous-traite l'essentiel du processus de distribution.

Ces intermédiaires peuvent avoir l'intermédiation de crédit comme activité principale ou comme activité accessoire (professionnels de l'immobilier ou professionnels de l'assurance).

En France, agents immobiliers, promoteurs et constructeurs de maisons individuelles dominent la prescription comme indicateurs d'affaires. Le poids des courtiers en crédit est dominant en Irlande et aux Pays-Bas. Les conseillers financiers sont importants en Grande-Bretagne et en Italie. Dans la plupart des cas, ces intermédiaires sont rémunérés par une commission flat de l'ordre de 1 % du montant du crédit. Elle peut être complétée par une commission de “courtage” souvent réglementée, parfois interdite comme en Belgique.

■ **Le développement d'internet en avant-vente**

L'émergence d'internet et d'acteurs comme *e.loan* a pu laisser croire qu'internet allait s'imposer comme un véritable canal de distribution. Force est de constater que

DÉFINITIONS

Le crédit transfrontalier

Il n'existe pas de définition standardisée du crédit transfrontalier :

■ Le bien et la banque sont dans le même pays, l'emprunteur dans un autre : cas des Européens (Anglais, Néerlandais...) qui achètent en France ou en Espagne et se financent auprès d'une banque locale. Ce type de financement est en plein développement.

■ L'emprunteur et la banque sont dans le même pays, le bien dans un autre : cas, par exemple, des Anglais qui achètent en France et financent leur bien au travers d'un “Equity release” d'une banque anglaise.

■ Le bien et l'emprunteur sont dans le même pays, la banque dans un autre. Cette situation correspond à un

véritable développement d'un marché intérieur intégré où les frontières ne sont plus des obstacles.

■ La banque, l'emprunteur et le bien sont situés dans trois pays différents. Ce cas, un peu théorique, marquerait véritablement l'abolition de toutes les frontières : un allemand achetant en Espagne se financerait en Suède...

ce n'est pas le cas aujourd'hui et que le 100 % internet n'existe pas. La seule exception rencontrée concerne le refinancement de prêts dans certains pays du Nord de l'Europe. Parce qu'il s'agissait de reprendre un prêt et d'en changer les conditions financières, la simplicité de l'opération et l'absence de besoin de conseil ont rendu possible le presque 100 % internet.

Internet s'affirme en revanche comme un point de pas-

RB

REVUE BANQUE

CLUB BANQUE

Club BANQUE

Mardi 7 juin 2005

Blanchiment : réglementations et pratiques

Mardi 7 juin 2005 à 18h00
Auditorium de la FBF
18, rue La Fayette, 75009 Paris

Inscriptions et renseignements :
Magali Marchal
Tél. : 01 48 00 54 04
Fax : 01 47 70 31 67
marchal@revue-banque.fr

Président de séance : Marie-Agnès Nicolet, Associée, Audisoft Consultants

“Rôle des organismes financiers dans la lutte anti-blanchiment : évolutions et perspectives”

Edouard Fernandez Bollo, Directeur de la direction des services juridiques, Secrétariat général de la Commission Bancaire

“Toujours plus de contraintes, pour quels résultats ?”

Jean-Marc Maury, Secrétaire général adjoint, Tracfin

“Impact de la nouvelle directive : point de vue d'un banquier”

Raoul d'Estaintot, Cellule prévention des fraudes, Confédération nationale du Crédit Mutuel

La séance sera clôturée par un cocktail.

Partenaire officiel :

 ERNST & YOUNG

Présidé par :



sage incontournable en avant-vente. Il est souvent complémentaire d'une recherche de biens qui s'initie de plus en plus sur le net. La maturité de l'utilisation de cet outil varie fortement selon les pays. Le Nord de l'Europe est certainement plus en avance, probablement aidé par une meilleure pénétration d'internet, une plus grande simplicité et une plus grande standardisation du processus de crédit.

Associé à des plates-formes téléphoniques et en complément de réseaux d'agences, le rôle d'internet devrait continuer à se développer dans les années à venir. Il sera intéressant de voir comment les innovations technologiques, type webcam, feront évoluer son rôle à terme.

EMERGENCE D'UN MARCHÉ INTÉRIEUR PAR LE DÉVELOPPEMENT DU CRÉDIT TRANSFRONTALIER

Les obstacles à une distribution des crédits dans d'autres pays restent nombreux, en partant de la langue, des traditions, de la réticence face au 100 % à distance, des différences dans les lois de protection des consommateurs, de l'environnement juridique...

Plusieurs stratégies de développement sont possibles. La technique traditionnelle était d'acheter ou de créer une filiale à l'étranger. C'était, par exemple, la stratégie d'Abbey National en France, en Italie et en Espagne. Une variante de cette stratégie est de n'avoir qu'une succursale comme la Barclay's en Espagne ou la filiale espagnole de l'UCB en Espagne ou en Grèce. D'autres banques se sont appuyées sur la libre prestation de service (LPS) pour vendre directement au travers d'un réseau d'apporteurs dans un autre pays. C'était par exemple le cas des banques allemandes en France au début des années quatre-vingt-dix.

Le bilan de ces expériences reste pour le moins mitigé. On peut parler de marché de "niche" avec des réussites souvent temporaires et d'une ampleur limitée. Toutes les tentatives de toucher un marché de masse ont conduit à des échecs. Les seules réussites significatives concernent le crédit dans les régions frontalières, dans des marchés de proximité (proximité culturelle, même langue...) et bien entendu dans le financement des résidences secondaires.

QUELS FACTEURS CLÉS DE SUCCÈS ?

Le Groupe distribution du Forum Group a identifié trois facteurs clés de succès :

- **la protection du consommateur.** Son importance est discutée mais il est incontournable que la confiance des consommateurs doit être prise en compte ;
- **le taux d'intérêt.** La convergence des taux de crédit est déjà largement réalisée dans les pays matures et les possibilités de différenciation sont limitées ;
- **l'innovation et la différenciation** sont indispensables pour faire oublier le frein que constitue la nationalité

du prêteur. Les possibilités d'innovation restent nombreuses : le crédit réutilisable, le crédit sur gage à l'Anglaise, les prêts avec des quotités élevées qui n'existent pas dans tous les pays, le crédit à taux fixe en Grande-Bretagne, le crédit cautionné à la française ?

À noter que cette dernière possibilité pourrait, en contournant de nombreux obstacles juridiques, favoriser le développement du crédit transfrontière.

Deux grands modèles de développement existent donc :

■ **Dans les pays ayant déjà un marché du crédit au logement développé,** le crédit transfrontalier risque de rester limité à des marchés de niches profitant du manque de compétitivité de marchés locaux (taux d'intérêts élevés, absence d'innovation). Le crédit au logement reste en effet contrôlé par les grandes banques de détails qui utilisent le crédit immobilier comme produit d'appel. Les marges sur le produit sont très faibles et la rentabilité est approchée au niveau du client. La profitabilité passe donc par l'équipement du client. L'innovation n'est pas brevetable, elle rend donc la stratégie de développement aléatoire, sauf à envisager des méga deals transfrontaliers comme Santander et Abbey National.

■ **Les perspectives** semblent en revanche plus ouvertes dans les pays avec un marché du crédit au logement moins développé. C'est le cas en particulier des dix nouveaux entrants. C'est dans ce domaine que le crédit transfrontalier pourrait connaître les plus grands développements apportant des offres qui n'existent pas et ouvrant des nouvelles perspectives à ces emprunteurs.

QUELLE HARMONISATION POSSIBLE ?

Tous les secteurs ont profité de la construction d'un marché unique et il n'y a pas de raison que le crédit à l'habitat déroge à la règle. Les consommateurs gagneraient grâce à un élargissement de l'offre et à une concurrence renforcée. Les banques y trouveraient des perspectives de développement et des économies d'échelle.

Mais les marchés fonctionnent relativement bien et la convergence des taux d'intérêt se fait naturellement. Dans ces conditions, il faut espérer que la nécessaire harmonisation des règles juridiques et de la protection du consommateur ne vienne pas perturber le fonctionnement de ces marchés en créant des contraintes lourdes pour les intervenants ou en faussant le jeu de la concurrence. ■

« Les efforts de création d'un marché unifié dans le domaine des prêts au logement passent avant tout par la possibilité de distribuer ces prêts au-delà des frontières. »