

# Qu'attendent les consommateurs ?

**Depuis cinq ans**, la production de crédit immobilier affiche une croissance annuelle moyenne de l'ordre de 11 %. Quelles sont les incidences de l'évolution de la demande sur un tel dynamisme du marché ?

**E**LARGISSEMENT DES GAMMES, packages, prêts de longue maturité caractérisent aujourd'hui le marché du crédit immobilier. Mais loin d'être uniquement dominé par l'offre, celui-ci connaît de fortes interactions avec la demande. Le rôle récent pris par la prescription ainsi que la plus grande flexibilité des conditions de remboursement sont deux exemples significatifs.

## LA PRESCRIPTION EST EN HAUSSE

La prescription assurée par les courtiers et agents immobiliers, les promoteurs, les instituts de prévoyance et de retraite, les mutuelles ou encore les professionnels du BTP, s'est fortement développée au cours des dernières années. Aujourd'hui, un financement sur cinq passe par un prescripteur, et dans la moitié des cas il s'agit d'un agent ou d'un courtier immobilier. En quatre ans, la prescription a gagné trois points de parts de marché par rapport à l'agence. Cette évolution tient, d'une part, à la volonté des spécialistes de compenser l'absence d'un réseau d'agences étoffé, d'autre part, au souhait exprimé par les banques généralistes de profiter d'un canal indirect favorisant la proximité, notamment dans les zones économiques où l'avantage comparatif censé être procuré par l'implantation géographique ne paraît pas évident.

Mais elle coïncide surtout avec une attente forte exprimée par les consommateurs, qui sont de plus en plus désireux d'être rassurés et orientés au cours de cette expérience cruciale et rare dans

leur vie. En effet, il convient de noter que sur dix locataires souhaitant accéder à la propriété, six accepteraient d'être recommandés par un intermédiaire auprès d'un établissement de crédit et quatre sont carrément favorables à ce que l'offre passe par cet intermédiaire. Avec un taux de transformation de l'ordre de 55 % observé en matière de prescription, on identifie un important potentiel de développement qui, à terme, pourrait situer la part des financements prescrits au tiers du marché français. Le rôle de la prescription est d'autant plus important que la banalisation de l'outil internet facilite la comparaison des offres, les premières recherches et cotations sur le web étant néanmoins relayées rapidement par des simulations en agence.

## DES CONDITIONS D'OCTROI DES CRÉDITS PLUS SOUPLES

Parallèlement, on observe en amont un allègement des règles de quotité de financement et en aval une plus grande flexibilité au niveau des conditions de remboursement. Cela se traduit par davantage de souplesse dans les critères d'octroi de prêt. Il est loin le temps où les établissements de crédit exigeaient systématiquement un apport personnel de 15 à 20 % minimum. Ainsi, après les financements à 100 % qui ont accompagné l'allongement des maturités, le rajeunissement de l'âge moyen des emprunteurs et l'augmentation du montant par dossier, sont récemment apparus les financements dits à 110 %. En plus de l'intégralité du montant du bien immo-



**THIerno SECK**  
*Directeur d'études  
banque-finance*  
DAFSA



**AROLD SAILLEAU**  
*Consultant banque-finance*  
DAFSA

“En France un souscripteur de prêt immobilier sur sept est captif de sa banque principale et une personne sur deux est potentiellement volatile.”

bilier, ces nouveaux produits prennent également en charge les frais de notaire, voire certains types de garanties, notamment hypothécaires. De même, la prise en compte du nombre de prêts par dossier ou des crédits à la consommation contractés antérieurement (via un financement lissé), la banalisation des prêts convertibles (variable/fixe ou fixe/variable), l'allongement de la franchise et des reports de mensualités, ou encore la non-pénalisation en cas de remboursement anticipé, sont autant d'éléments de souplesse qui ont progressivement été implémentés par les opérateurs au cours des dernières années. Face à cette évolution de l'offre, l'analyse de la demande révèle effectivement que la souplesse du crédit est au cœur des attentes exprimées par les consommateurs, puisque plus de quatre propriétaires sur dix l'ont citée comme étant un critère ayant influencé leur choix, au-

delà du taux d'intérêt. Mieux, ce sont six futurs acquéreurs sur dix qui considèrent qu'elle est susceptible d'impacter sur le choix de leur opérateur et de leur financement.

Au-delà de ces deux exemples, la disponibilité, la réactivité des conseillers clientèle, le montant des assurances liées ou les services associés au prêt jouent, bien sûr, un rôle important dans l'échelle des critères de choix des particuliers au moment de la souscription d'un crédit immobilier. Seul un propriétaire sur cinq considère qu'il a basé le choix de son établissement prêteur sur le seul critère du taux d'intérêt.

#### DIFFÉRENTS TYPES DE SOUSCRIPTEURS

Trois catégories se distinguent (*graphique*) :

- les captifs, qui se financent exclusivement et spontanément auprès de leur banque principale ;
- les volatils potentiels, qui se financent exclusivement auprès de leur banque principale, mais après avoir contacté plusieurs opérateurs ;
- les volatils ou clients en fuite, qui ont souscrit une partie ou la totalité de leur crédit immobilier auprès d'un opérateur autre que leur banque principale (banque secondaire, autre banque, établissement spécialisé).

Le premier point qui vaut d'être souligné est qu'en France un propriétaire sur sept est captif de sa banque principale et qu'une personne sur deux est potentiellement volatile. Quant aux profils réellement en fuite, ils représentent plus d'un souscripteur sur trois, et dans leur grande majorité contractent l'intégralité de leur crédit hors de leur banque principale. Cette dernière sous-catégorie ne forme pas un groupe homogène, deux segments de clientèle pouvant être distingués :

- les cibles plutôt jeunes, disposant de revenus généralement modestes, qui sont les principaux souscripteurs de prêts de longue durée et qui disposent d'un apport relativement faible ;
- les cibles plus matures, disposant de revenus plus importants et constituant un important potentiel pour les opérateurs.

La fuite des premiers est davantage contrainte (hésitation ou refus de la

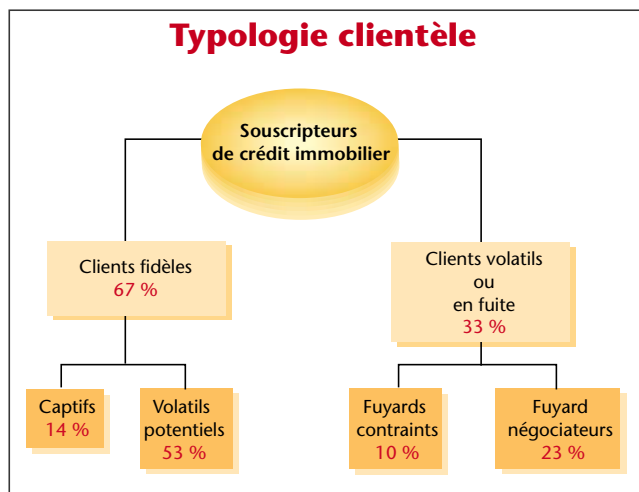
banque principale), tandis que celle des seconds relève d'une véritable logique de négociation, notamment en vue d'une optimisation des conditions de financement (coût, flexibilité, services). Cette seconde catégorie représente 70 % environ des volatils, soit près d'un quart des souscripteurs, et sa fidélisation est aujourd'hui au cœur de la problématique des banques.

En France, les banques disposent de trois principaux leviers de fidélisation à l'occasion d'un crédit immobilier : la qualité de la relation avec le chargé de clientèle, la saturation en produits bancaires et la nature de l'offre de prêt immobilier. Les deux premiers facteurs interviennent essentiellement en amont du projet immobilier et relèvent donc d'une stratégie de long terme de la part des établissements.

- **Multiplier les opportunités de contact.**

La fréquence des contacts entre le client et son conseiller bancaire joue un rôle central dans la logique de fidélisation : plus de 80 % des ménages qui rencontrent leur conseiller au moins une fois par mois sont en effet des clients fidèles, contre la moitié des clients qui le rencontrent moins d'une fois par an. Aujourd'hui, au moment de la souscription, le comportement de fuite s'explique moins par une relance commerciale agressive que par une démarche active de prise de contact et de négociation de la part des clients. En effet, à peine plus de quatre clients captifs sur dix sont relancés par leur banque principale, là où la banque qui intervient comme établissement secondaire se démarque clairement, avec un taux de relance de 53 %. De même, chez les spécialistes, seuls quatre clients sur dix ont été relancés par leur futur conseiller. Ces chiffres démontrent qu'il existe aujourd'hui une réelle marge de manœuvre, autant pour les banques elles-mêmes que pour les établissements spécialisés, en vue de la fidélisation ou de la conquête clientèle. La politique de conquête, sans devoir forcément être agressive, est d'autant plus justifiée que plus de la moitié des souscripteurs de crédit immobilier sont des volatils potentiels, ouverts à la concurrence.

- **Favoriser le multi-équipement.** L'amélioration de l'efficacité de la rétention



clientèle via l'accroissement du taux d'équipement tient essentiellement à deux facteurs : la difficulté de changer de banque principale, le niveau induit d'implication et de confiance réciproque entre le client et sa banque. De ce point de vue, les clients fidèles, et notamment les clients captifs, enregistrent des taux d'équipement supérieurs aux clients en fuite. Leur comportement est le prolongement d'une relation passée exclusive (ou presque) avec leur banque.

- **Personnaliser l'offre-produits.** La personnalisation de l'offre est un autre ressort de la fidélisation ou de la conquête clientèle, sur lequel il semble néanmoins plus difficile de se différencier. Il apparaît toutefois que les profils volatils sont plus exigeants en matière d'offre-produits, notamment en ce qui concerne la flexibilité du prêt. En revanche, les Français qui souscrivent leur crédit auprès d'un établissement spécialisé mettent davantage en avant les formules combinant taux fixe et variable. Ces formules constituent un facteur important de l'attractivité des spécialistes.

### LES PERSPECTIVES DU MARCHÉ

Depuis bientôt deux ans, le marché du crédit immobilier aux particuliers teste son seuil de résistance et, jusqu'ici, a plutôt bien réussi l'exercice. En effet, dans un contexte de raréfaction des biens, les opérateurs ont su satisfaire, voire impulser la demande de crédits, notamment au travers d'une offre innovante et d'une politique des prix agressive, alliant successivement des stratégies de *stop and go* et de préservation des marges. Toutefois, une

“Seul un propriétaire sur cinq considère qu'il a basé le choix de son établissement prêteur sur le seul critère du taux d'intérêt.”

inflexion pourrait être observée à court/moyen terme, sans que l'on puisse parler de retournement brusque, compte tenu notamment du niveau relativement bas des stocks et d'une assez bonne maîtrise des risques. Le scénario d'un léger tassement, provoqué par un effet de cisseaux des prix immobiliers et des taux débiteurs clientèle, paraît l'hypothèse la plus probable, après la forte progression en valeur de l'activité. Au pire, cette correction pourrait-elle se traduire par un *soft-landing* étalé sur plusieurs années.

Dans une telle configuration, le devenir des établissements spécialisés, sur un marché aujourd'hui largement dominé par les banques généralistes, ne peut laisser indifférents les acteurs. En effet, l'éventuelle intégration des spécialistes au sein de structures à réseau pourrait, d'une part, contribuer à redessiner les contours du marché, avec une nouvelle définition de la notion de pôle d'influence en matière de financement immobilier, d'autre part, intensifier les travaux de mise en cohérence des offres et de convergence des systèmes informatiques (exemples de BNP Paribas avec sa filiale UCB ou du groupe des Caisses d'épargne avec le Crédit foncier de France, pour ne citer que ceux-là).

Mais à un horizon plus proche, les acteurs ne pourront manquer de s'atteler aux chantiers suivants :

- l'élargissement et l'assouplissement des formules de garantie, parallèlement à ceux des gammes de prêts ;
- l'évolution des canaux de contact et de vente, avec une meilleure structuration de la prescription ;
- pour les banques, un meilleur suivi qualitatif et un enrichissement de la relation avec les futurs acheteurs, notamment via l'accroissement du taux d'équipement ;
- pour les établissements spécialistes, un meilleur ciblage de la clientèle et une optimisation des modes de conquête.

Du côté de la demande, les futurs propriétaires seront encore plus exigeants en termes de services et de rapport qualité/prix. Parallèlement, les arbitrages entre acquisition immobilière et autres modes de placement devraient se multiplier, après l'expérience de la débâcle des places boursières qui a orienté des profils sociodémographiques plus classiques vers le marché du locatif. Enfin, une évolution importante réside dans le fait qu'il y a aujourd'hui de la place pour les cigales sur le marché du crédit immobilier. Cela devrait nécessiter de la part des établissements de crédit, à la fois un assouplissement et un renforcement des critères de sélection de dossiers, ce qui n'est pas le moindre des challenges <sup>1</sup>. ■

<sup>1</sup> Les données chiffrées sont issues de deux études Dafsa intitulées *Le marché du crédit immobilier français : chiffrage du marché et enquête qualitative auprès de particuliers*, novembre 2003 ; *Le marché du crédit immobilier français : chiffrage du marché et enquête quantitative auprès de 2 691 consommateurs*, décembre 2002.