

Etude Crédit Consommation France

Paris, mars 2018

EUROGROUP
CONSULTING

L'ART DE LA MOBILISATION



Sommaire



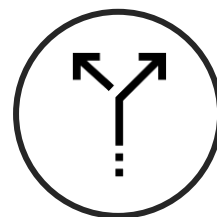
Le crédit à la consommation confirme sa reprise depuis 2015

- L'encours de crédit à la consommation est en croissance continue depuis début 2015 et dépasse son niveau d'avant crise
- Cette reprise est soutenue par une offre très diversifiée sur le marché français
- Avec un rôle important du commerce de détail
- Alors même que les prix des biens durables restent inférieurs à leur niveau d'avant crise
- La croissance du marché français se situe dans la tendance moyenne des pays européens



Cette reprise s'accompagne d'une évolution des comportements des consommateurs

- Le pourcentage de français détenteurs d'un crédit à la consommation diminue
- Les français qui ont recours au crédit à la consommation s'endettent davantage que leurs homologues européens
- Le surendettement diminue
- Les taux bas rendent le crédit à la consommation plus attractif
- Le principal facteur d'explication est celui du niveau de l'emploi
- Le pouvoir d'achat et la confiance des ménages dans l'avenir apportent leur part d'explication



Des variations significatives apparaissent entre les types de financement

- Alors que le crédit renouvelable connaît une forte chute
- Du fait principalement de contraintes réglementaires
- Le prêt personnel connaît un fort succès depuis 2000
- La location avec option d'achat (LOA) devient le moyen privilégié de financement du véhicule neuf, et donne une nouvelle impulsion au marché



Quelles perspectives pour le crédit à la consommation ?

- Un développement porté par des conditions économiques favorables
- Une répartition des produits relativement stable, et une croissance des encours tirée par la LOA
- Un crédit de plus en plus digital, simple et rapide
- Un marché qui va continuer à se transformer dans les années à venir

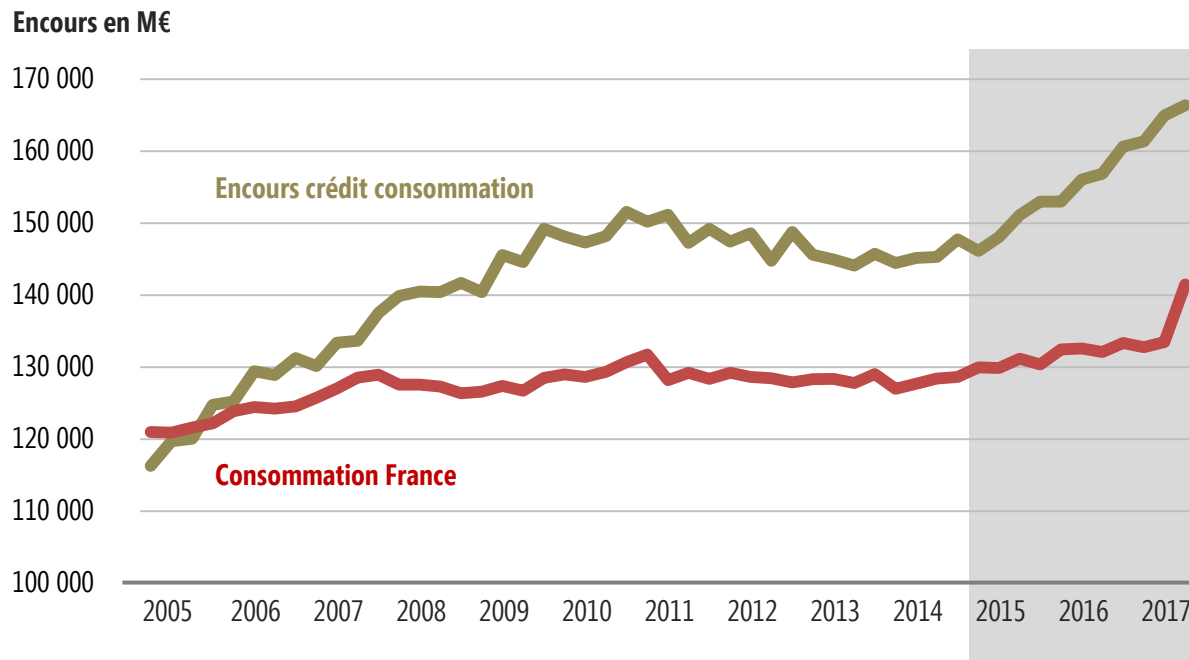
01

*Le crédit à la
consommation
confirme sa
reprise depuis
2015*

L'encours de crédit à la consommation est en croissance continue depuis début 2015 et dépasse son niveau d'avant crise

01. LE CRÉDIT À LA CONSOMMATION CONFIRME SA REPRISE DEPUIS 2015

Evolution des encours du crédit à la consommation en France



Après un avoir ralenti pendant la crise, la production de crédit à la consommation suit à nouveau une tendance positive qui conduit à une croissance des encours

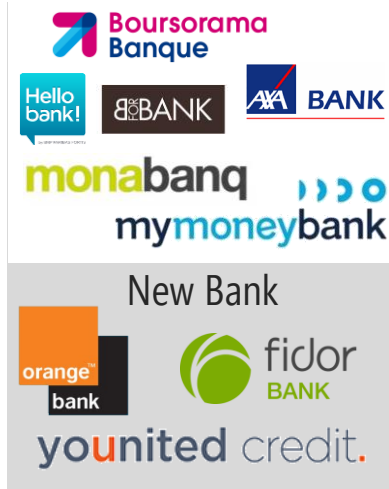
Sources :

1. <http://webstat.banque-france.fr>
2. <http://www.asf-france.com>

Banques à réseau



Banques en ligne



Les filiales spécialisées de grands groupes bancaires



Grande distribution



Les captives automobiles



Courtiers et comparateurs



- Le paysage des **acteurs du crédit à la consommation** se compose des **banques de détail** traditionnelles, de leurs **filiales spécialisées** dans le crédit à la consommation ainsi que des **banques en lignes qui gèrent ensemble environ 90% des encours**
- Les **constructeurs automobiles proposent des formules de financement** de leurs véhicules (crédit classique ou formules de location)
- Des **courtiers et des comparateurs** commercialisent en ligne ou dans leurs réseaux des crédits proposés par les établissements bancaires
- Les **enseignes de la grande distribution** commercialisent des formules de crédit au travers de leur propre banque ou via des partenariats avec des établissements de crédit (cf. illustration page suivante)

Avec un rôle important du commerce de détail

01. LE CRÉDIT À LA CONSOMMATION CONFIRME SA REPRISE DEPUIS 2015

Grande Distribution



Santé / Optique



Energie



Automobile



Loisirs



Vente en ligne / par correspondance

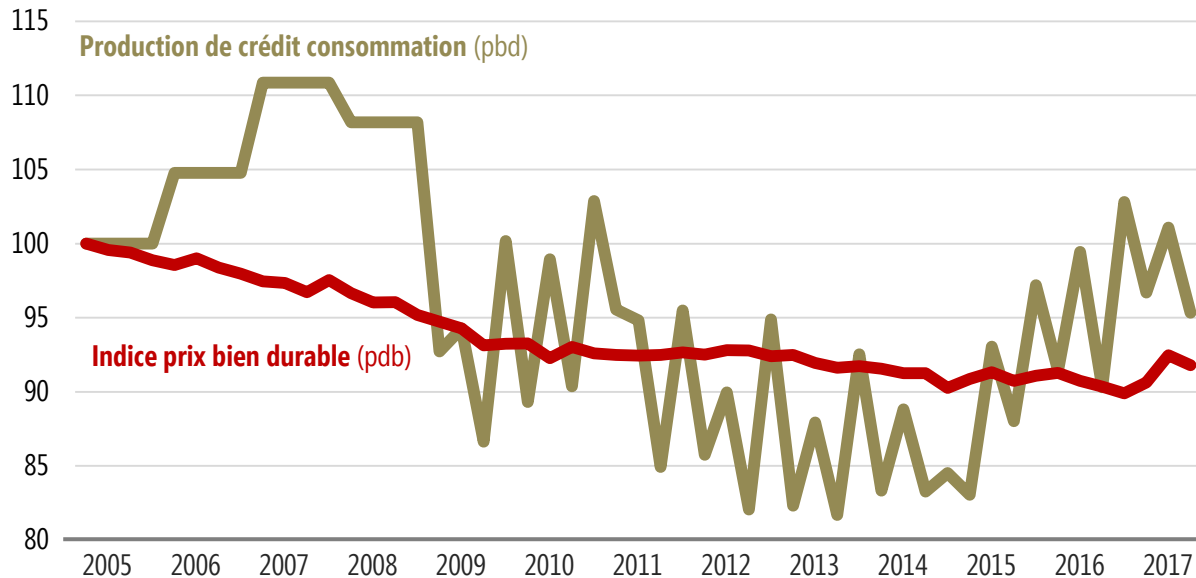


- Le commerce en ligne ou physique, est l'un des principaux canaux de diffusion du crédit à la consommation
- Nombre de distributeurs nouent des partenariats avec des sociétés de crédit spécialisées

Alors même que les prix des biens durables restent inférieurs à leur niveau d'avant crise

Evolutions de la production de crédit consommation¹ et de l'indice de prix des biens durables

Base 100 : T1 2005



¹ Périmètre trimestrielle ASF de crédit consommation, représentant 50% du marché global du crédit à la consommation

Sources :

1. <https://www.insee.fr/fr/statistiques>
2. <http://www.asf-france.com>

- Le **crédit consommation est principalement un outil de financement de biens durables** (mobilier, équipement ménager, automobile, travaux, véhicules de loisir,...)
- La **tendance des prix de ces biens est à la baisse** depuis plus de 10 ans
- **Cela n'empêche pas la production de crédit d'augmenter** : le taux de recours au crédit et le panier moyen financé par crédit augmentent

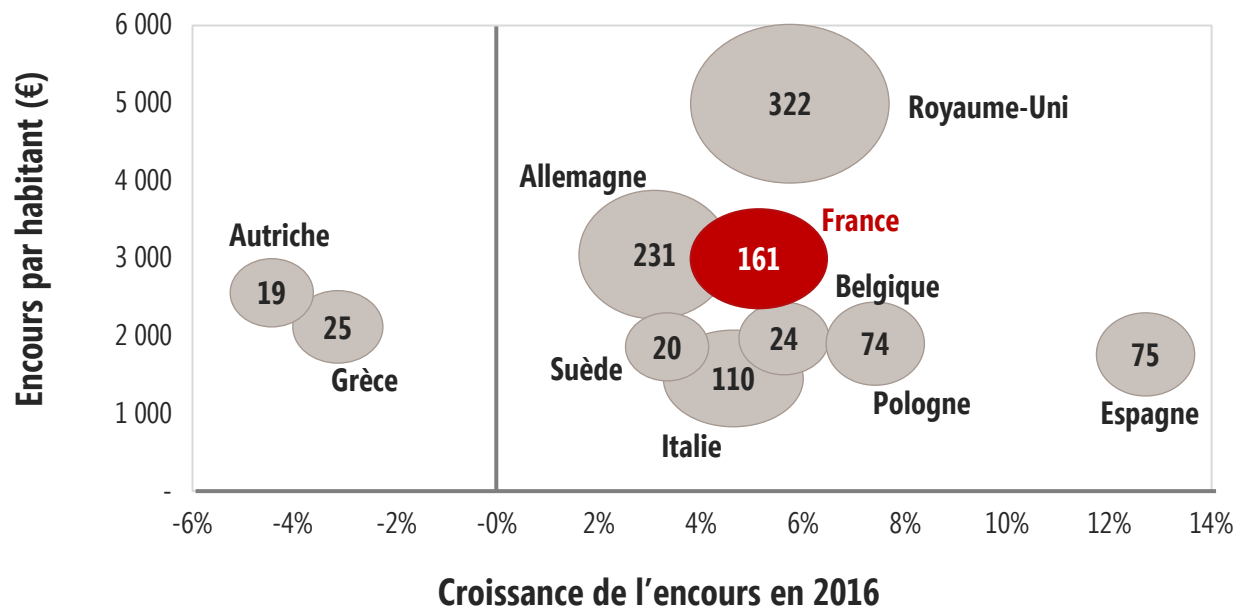
La croissance du marché français se situe dans la tendance moyenne des pays européens

01. LE CRÉDIT À LA CONSOMMATION CONFIRME SA REPRISE DEPUIS 2015

Top 10 des marchés de l'Union européenne

Encours en milliards €

Devises converties au taux de change moyen de l'année 2016



- La croissance du marché français a été supérieure à la moyenne européenne en 2016, devant l'Allemagne, l'Italie et à niveau égal avec le Royaume-Uni
- Le niveau d'encours par habitant est sensiblement le même en France et en Allemagne, mais il reste nettement moins important qu'au Royaume-Uni

Source : étude Crédit Agricole Consumer Finance – Crédit Consommation en Europe

<https://presse.credit-agricole.com/assets/etude-ca-cf-credit-conso-en-europe-2016-final-pdf-f3e2-9ed05.html?lang=fr>

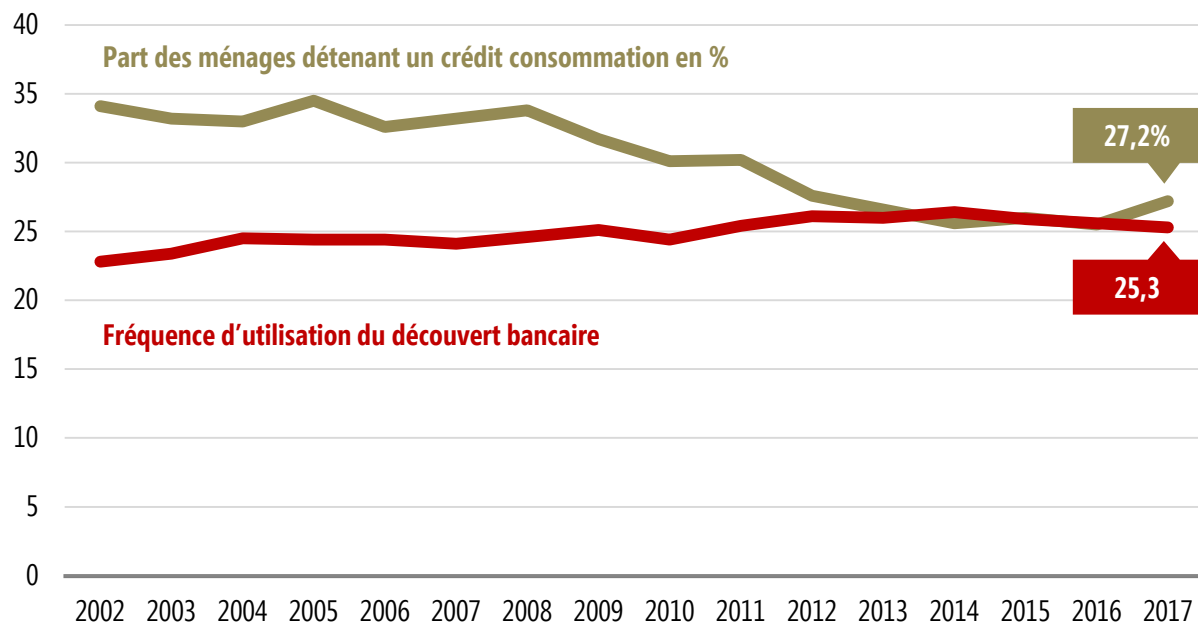
02

*Cette reprise
s'accompagne
d'une évolution des
comportements
des
consommateurs*

Le pourcentage de français détenteurs d'un crédit à la consommation diminue

02. CETTE REPRISE S'ACCOMPAGNE D'UNE ÉVOLUTION DES COMPORTEMENTS DES CONSOMMATEURS

Evolutions des ménages ayant recours au crédit consommation et de l'utilisation du découvert bancaire



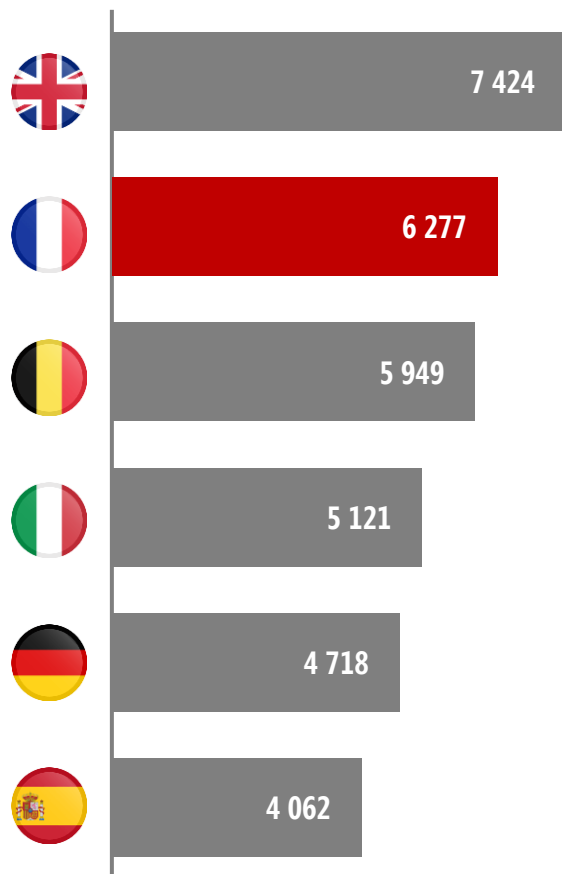
Le taux d'utilisation du découvert bancaire reste quasi-stable, alors que le nombre de ménage ayant recours au crédit à la consommation diminue jusqu'en 2016

Source : rapport annuel de l'Observatoire des crédits des ménages, 2017, 2ème partie - www.fbf.fr



Les français qui ont recours au crédit à la consommation s'endettent davantage que leurs homologues européens

02. CETTE REPRISE S'ACCOMPAGNE D'UNE ÉVOLUTION DES COMPORTEMENTS DES CONSOMMATEURS

Ratio des encours crédits / population active par pays



Profil type d'un souscripteur

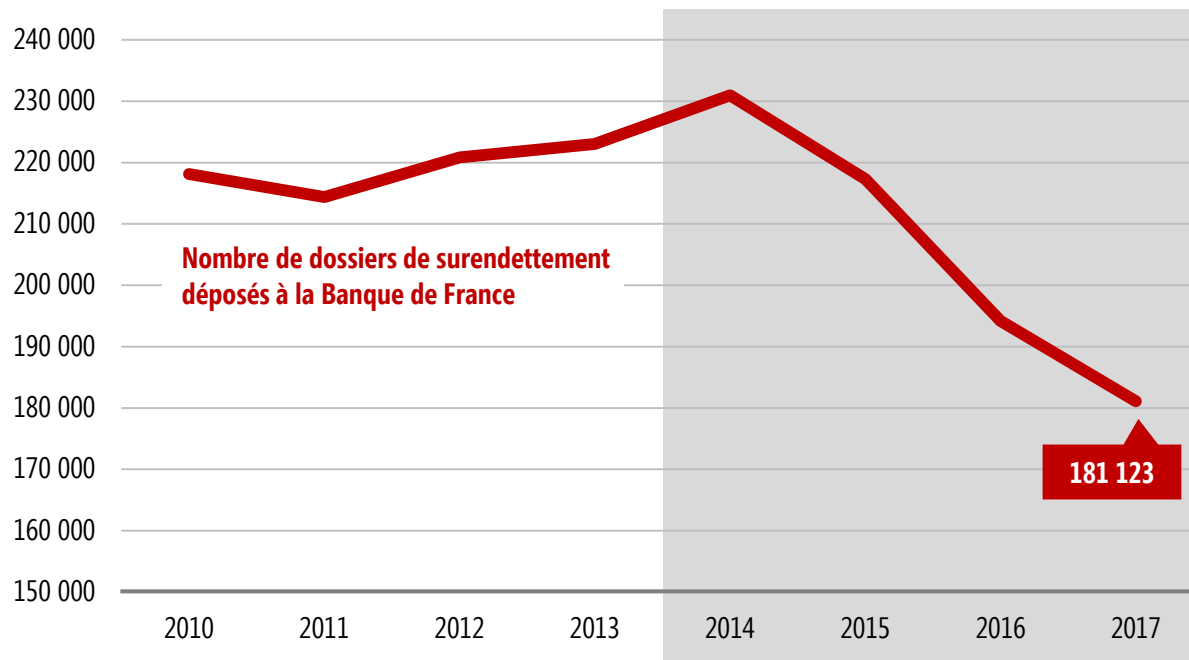
- 
Lieu de vie
 - Commune de moins de 100 000 habitants
 - Non propriétaire
- 
Situation familiale
 - Célibataire ou divorcé
 - Sans enfant ou avec 1 enfant
- 
CSP
 - Profession intermédiaire, employé non cadre, ouvrier
- 
Revenus
 - 1 à 3 SMIC

D'après le ratio d'encours de crédit par actif, les Français sont davantage endettés (crédit à la consommation seulement) que leurs homologues européens. Seuls les britanniques font exception

Source : Banques nationales de pays concernés, Eurostat, données septembre 2017

Source : rapport annuel de l'Observatoire des crédits des ménages, 2017, 1ère partie - www.fbf.fr

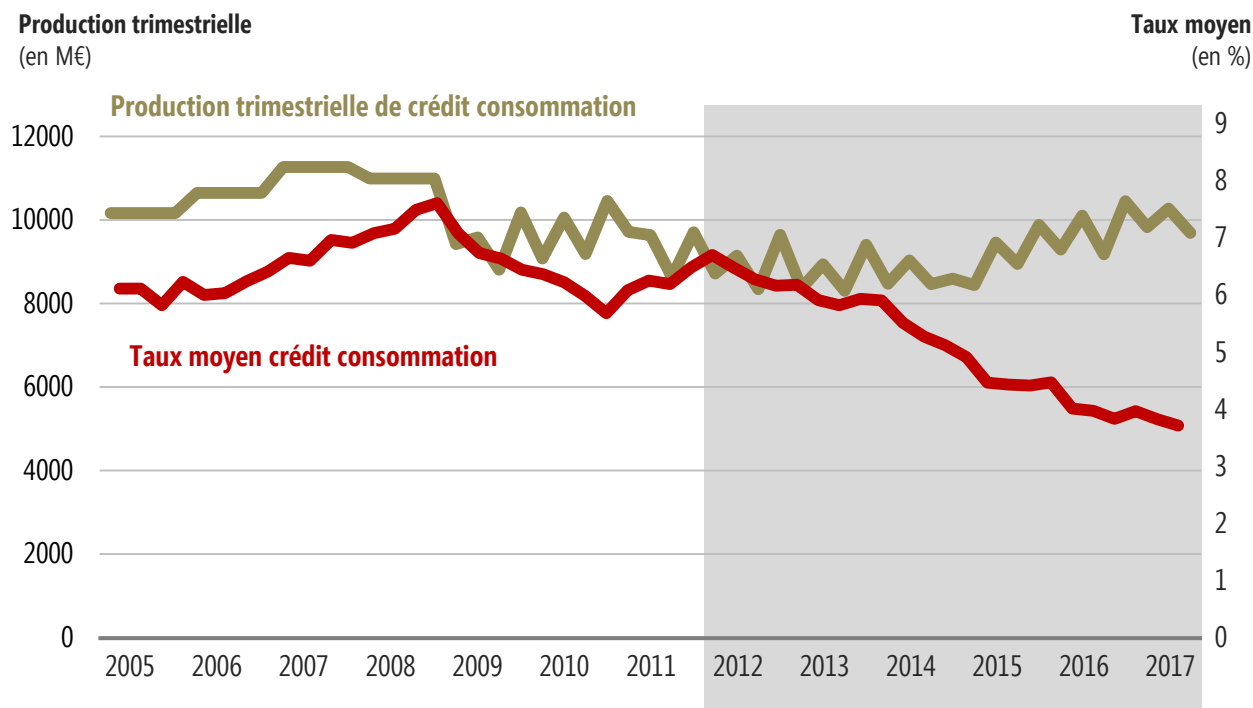
Ratio des encours crédits / population active par pays



Source : Banque de France

- Après une augmentation du nombre de dossiers de surendettement déposés à la Banque de France pendant la crise, **le surendettement diminue nettement depuis 2014**
- **En 2016 le surendettement** des ménages français pour le crédit à la consommation **a diminué de 10,6%**
- **La tendance se poursuit en 2017** avec une **baisse des dépôts de dossiers** auprès de la commission de surendettement de **6,7%**

Évolutions de la production de crédit consommation¹ et du taux moyen du crédit consommation



Après une période d'incertitude pendant la crise, il ressort une forte corrélation entre la baisse des taux et la reprise de la production de crédits à la consommation

¹ Périmètre trimestrielle ASF de crédit consommation, représentant 50% du marché global du crédit à la consommation

Sources :

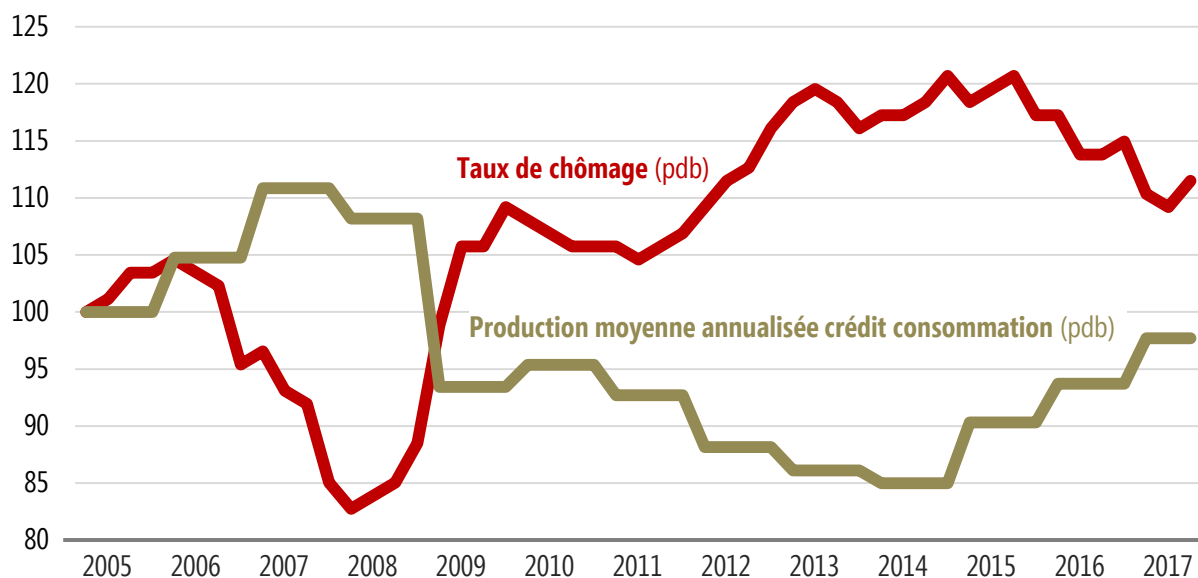
1. <http://webstat.banque-france.fr>
2. <http://www.asf-france.com>

Le principal facteur d'explication est cependant celui du niveau de l'emploi

02. CETTE REPRISE S'ACCOMPAGNE D'UNE ÉVOLUTION DES COMPORTEMENTS DES CONSOMMATEURS

Evolutions de la production moyenne annualisée du crédit consommation¹ et du taux de chômage

Base 100 : T1 2005



La courbe de production de crédit consommation évolue de façon inverse par rapport à celle du chômage

¹ Production moyenne annualisée de crédit consommation : périmètre ASF (Association Française des Sociétés Financières), qui représente environ 50% du marché global du crédit à la consommation

Sources :

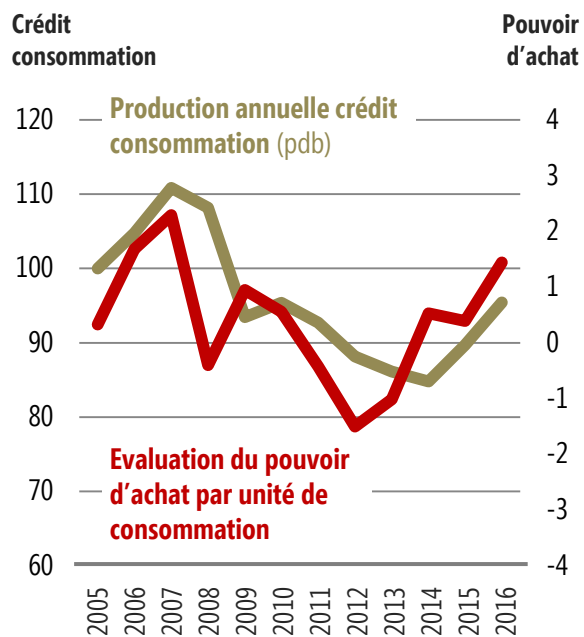
1. <https://www.insee.fr/fr/statistiques>
2. <http://www.asf-france.com>

Le pouvoir d'achat et la confiance des ménages dans l'avenir apportent leur part d'explication

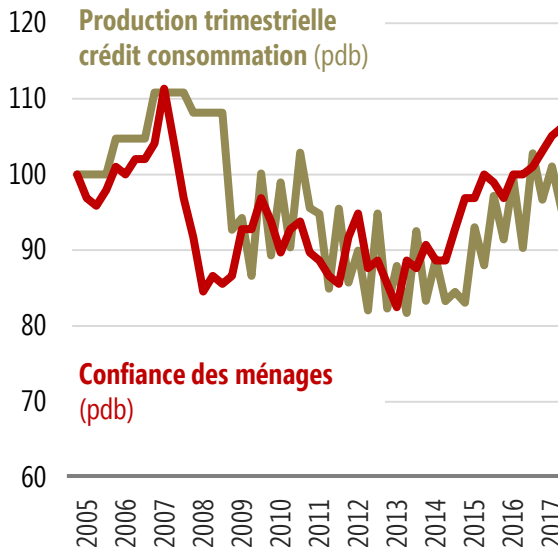
02. CETTE REPRISE S'ACCOMPAGNE D'UNE ÉVOLUTION DES COMPORTEMENTS DES CONSOMMATEURS

Evolutions de la production du crédit consommation et du pouvoir d'achat

Base 100 : T1 2005



Evolutions de la production du crédit consommation et de la confiance des ménages



La courbe de production du crédit à la consommation évolue de façon relativement similaire à celles du pouvoir d'achat et de la confiance des ménages en l'avenir

¹ Production moyenne annualisée de crédit consommation : périmètre ASF (Association Française des Sociétés Financières), qui représente environ 50% du marché global du crédit à la consommation

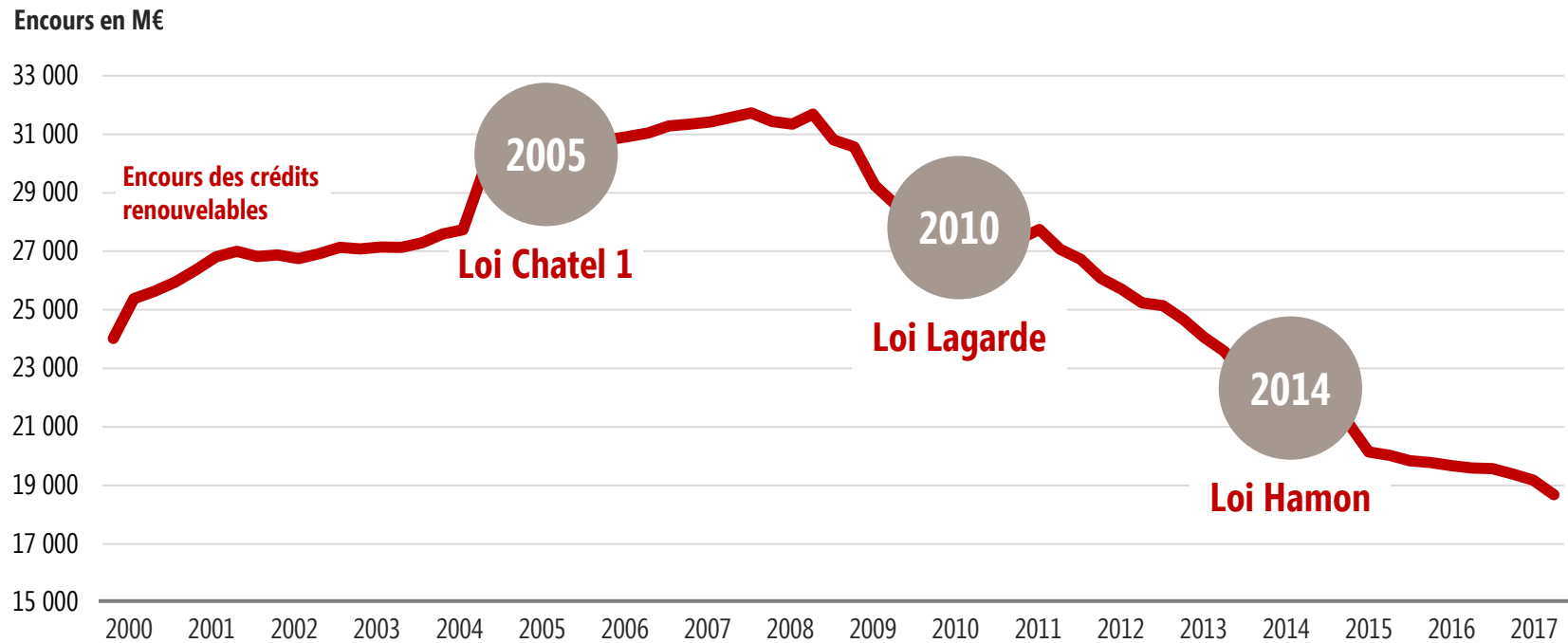
Sources :

- <https://www.insee.fr/fr/statistiques>
- <http://www.asf-france.com>

03

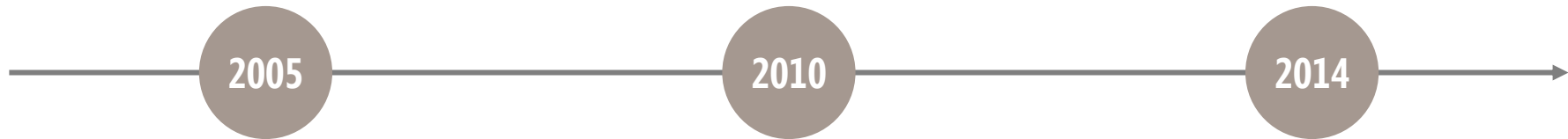
Des variations significatives apparaissent entre les types de financement

Impact de la réglementation sur le crédit renouvelable



Sources :

1. <http://webstat.banque-france.fr>
2. <http://www.economie.gouv.fr/>
3. <http://www.conso.net>
4. <https://www.legifrance.gouv.fr>



Loi Chatel 1

- Tout contrat de crédit renouvelable non utilisé au cours des trois dernières années est résilié sauf mention contraire du contractant
- La reconduction tacite du contrat de crédit renouvelable n'est pas légale si le consommateur n'est pas averti au préalable de la possibilité de mettre fin à son contrat
- A tout moment le consommateur peut demander sans frais supplémentaire la réduction de la somme mise à sa disposition, l'arrêt de l'utilisation ou la résiliation de son contrat de crédit renouvelable

Loi Lagarde

- Les cartes de fidélité magasin qui ne permettent qu'un paiement par crédit sont interdites
- Obligation de proposer systématiquement le choix entre crédit renouvelable et prêt personnel pour un montant de plus de 1 000€
- Chaque échéance de remboursement d'un crédit renouvelable devra comprendre une part de capital, et les crédits de moins de 3 000€ devront être remboursés en moins de 3 ans
- Le plafond en montant des crédits couverts par les dispositions protectionnistes du Code de la Consommation passe de 21 500€ à 75 000€
- Les délais de rétractation passent 14 jours
- Les obligations de vérification de solvabilité de l'emprunteur font l'objet d'une procédure claire
- Une amélioration de la lisibilité des conditions du crédit est exigée
- Tout contrat de crédit renouvelable non utilisé au cours des deux dernières années est résilié sauf mention contraire du contractant
- Les sanctions à l'encontre du non-respect des dispositions du Code de la Consommation sont renforcées

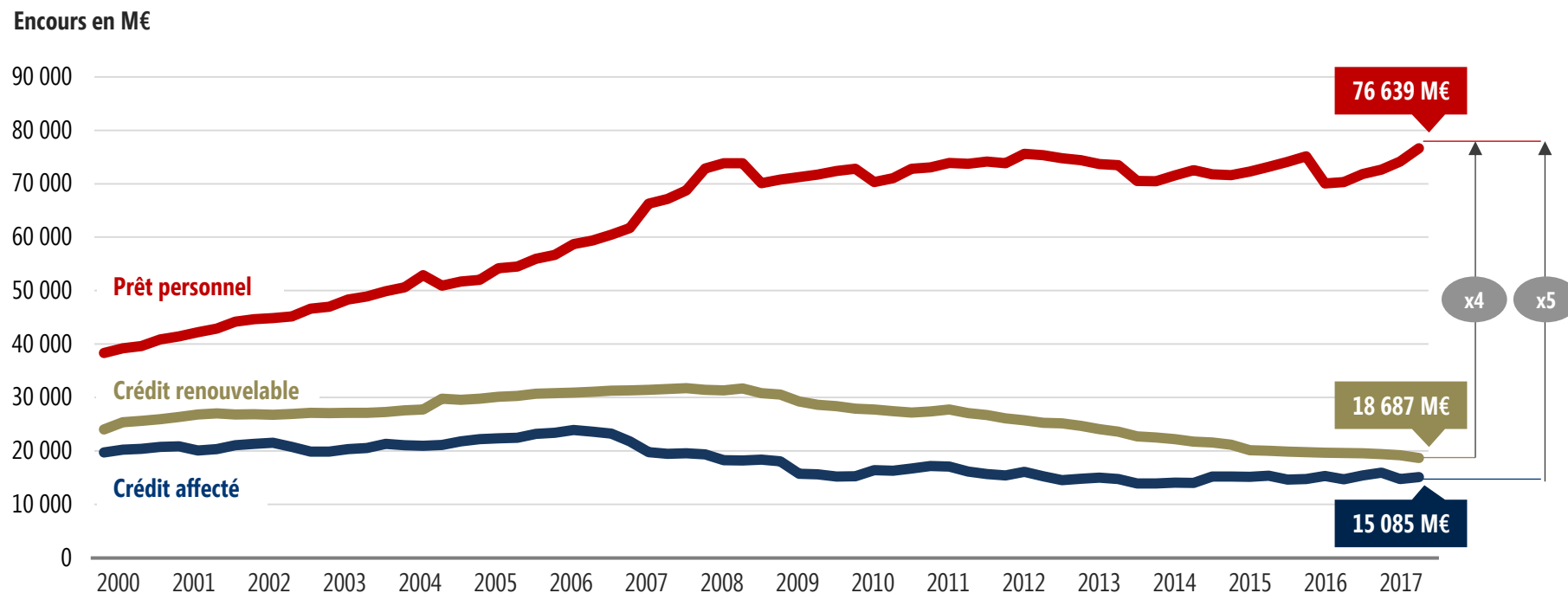
Loi Hamon

- Tout contrat de crédit renouvelable ou lié à une carte de fidélité magasin non utilisé au cours des douze derniers mois est résilié sauf mention contraire du contractant
- Il est interdit d'hypothéquer un bien immobilier pour garantir un crédit à la consommation
- Les obligations d'information sur les modalités des contrats de crédit sont renforcées, autant à la signature du contrat que sur les vecteurs publicitaires
- L'accord d'avantages client ne doit pas dépendre du type de crédit choisi

Sources :

1. <http://www.economie.gouv.fr/>
2. <http://www.conso.net>
3. <https://www.legifrance.gouv.fr>

Evolutions des encours de crédits à la consommation par grande typologie de produit

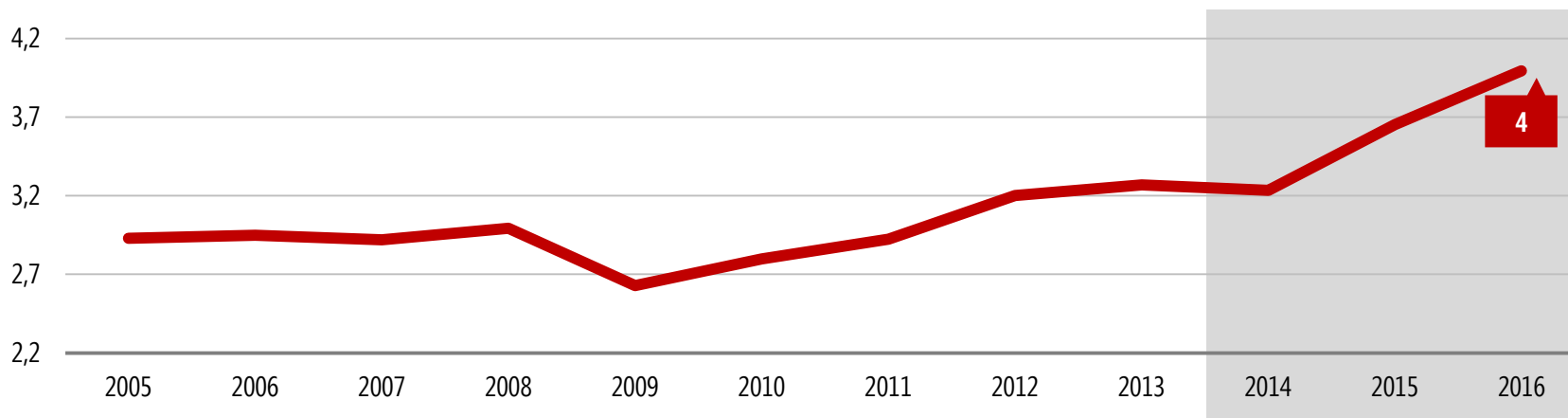


Source : <http://webstat.banque-france.fr>

La location avec option d'achat (LOA) devient le moyen privilégié de financement de véhicule neuf et donne une nouvelle impulsion

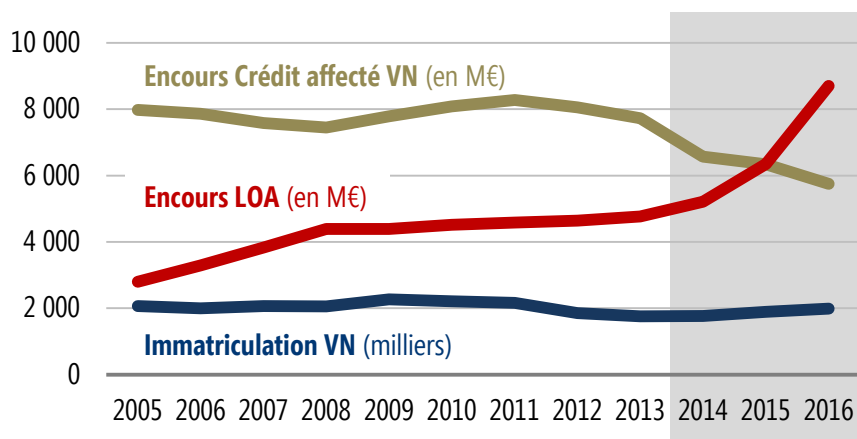
03. DES VARIATIONS SIGNIFICATIVES APPARAISSENT ENTRE LES TYPES DE FINANCEMENT

Ratio financement des véhicules neufs / nombre d'immatriculation par an

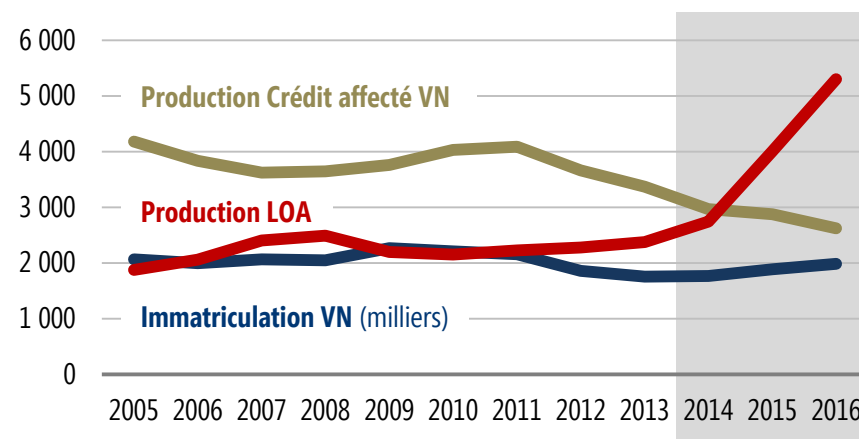


Sources :
 1. <https://www.ccf.fr/>
 2. <http://www.statistiques.developpement-durable.gouv.fr>
 3. <http://www.asf-france.com>

Encours crédit affecté sur véhicule neuf versus LOA



Production crédit affecté sur véhicule neuf versus LOA



04

*Quelles
perspectives pour
le crédit à la
consommation ?*

Scénario 1 :

Conditions macro-économiques suivant les tendances actuelles

- Principales hypothèses : croissance annuelle moyenne des encours entre 2017 et 2020 = Croissance annuelle moyenne des encours entre 2012 et 2016

	2017	2018	2019
Evolution du taux de chômage	-0,4 %	-0,1 %	-0,3 %
Indice de prix des biens durables	+0,6 %	+1,2 %	+1,4 %
Croissance de PIB	1,81%	1,80%	1,67%

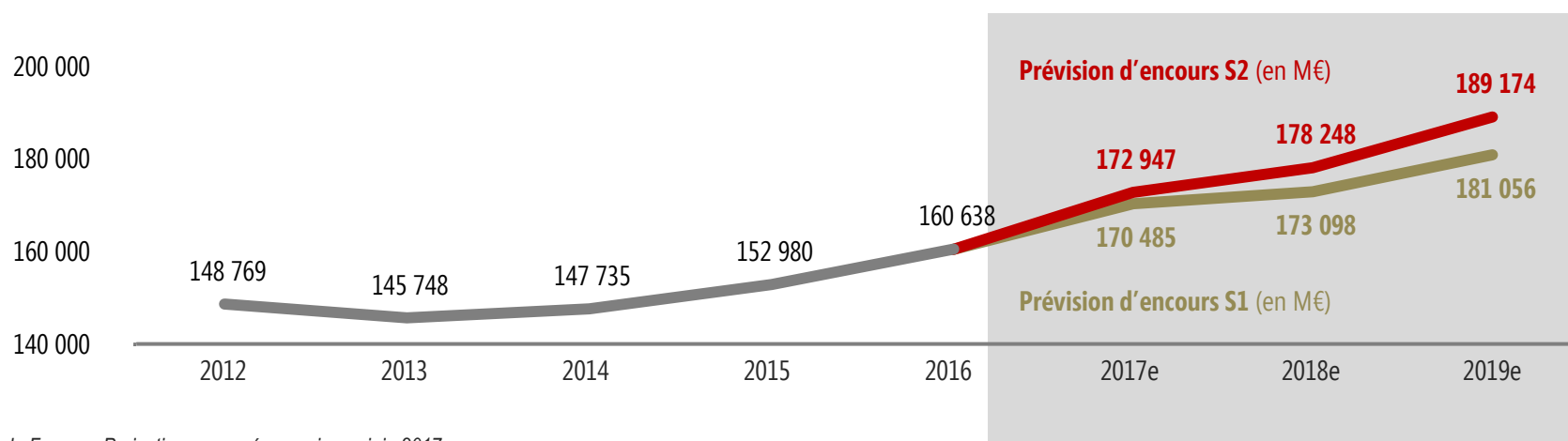
Scénario 2 :

Amélioration des conditions macro-économiques

- Principales hypothèses : croissance annuelle moyenne des encours entre 2017 et 2020 est supérieure à la croissance annuelle moyenne des encours entre 2012 et 2016

	2017	2018	2019
Evolution du taux de chômage	-0,5 %	-0,2 %	-0,4 %
Indice de prix des biens durables	+0,7 %	+1,3 %	+1,5 %
Croissance de PIB	1,82%	1,81%	1,68%

Prévisions 2017-2019 d'encours de crédit consommation



Sources :

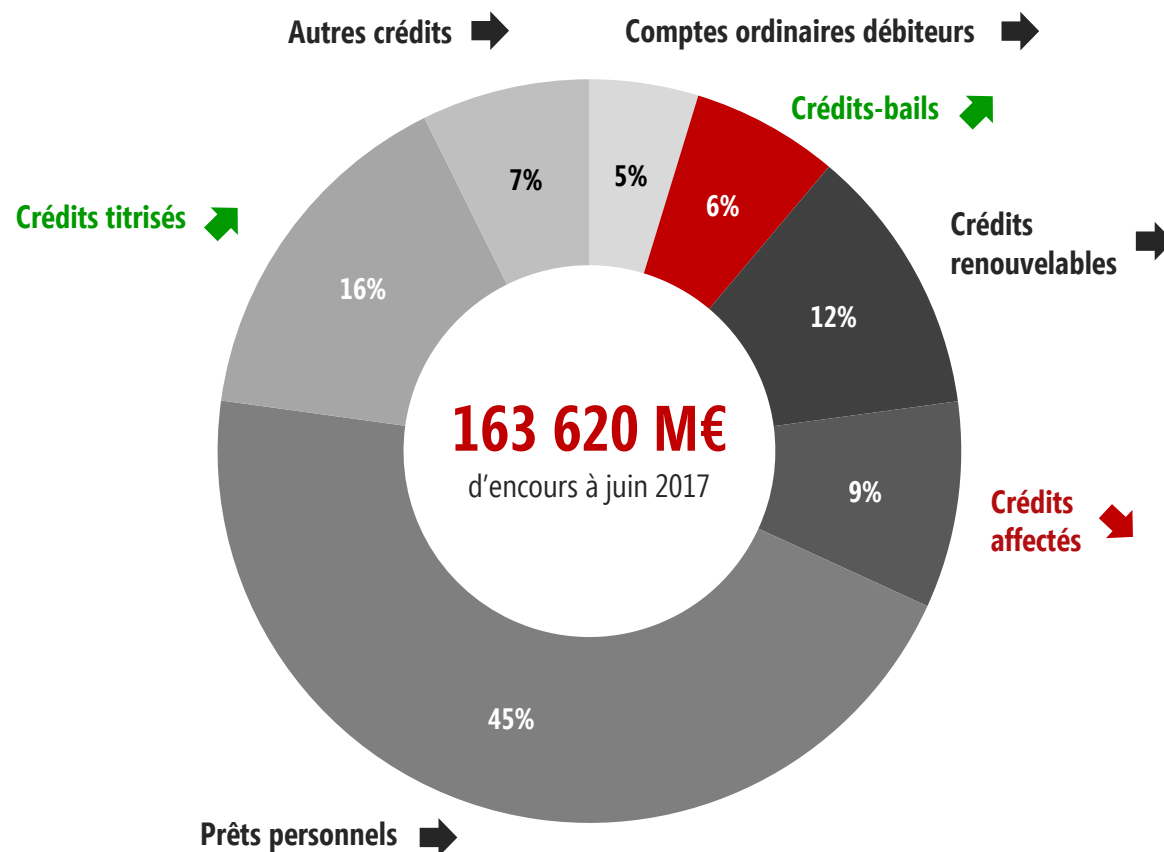
- Banque de France - Projections macroéconomiques juin 2017
- Perspectives économiques de l'OCDE - statistiques et projections

Une répartition des produits relativement stable, et une croissance des encours tirée par la LOA

04. QUELLES PERSPECTIVES POUR LE CRÉDIT À LA CONSOMMATION ?

Répartition des encours de crédit consommation par produits et évolution anticipée sur les 5 prochaines années

Evolution anticipée de la production sur les 5 prochaines années : Hausse Stable Baisse



- **Le financement par LOA et LDD va continuer d'augmenter :**

- La tendance haussière de l'automobile va se poursuivre
- L'usage de la LOA va s'appliquer à de plus en plus de produits (ex: biens d'équipement du foyer, etc.)

- **La production de crédits affectés va continuer à décroître**, face au succès de la LOA notamment







- **Les crédits renouvelables vont se stabiliser** à réglementation constante

- **Le prêt personnel, stable, restera le mode de financement principale**

- **Le financement de pair-à-pair devrait rester marginal** relativement aux autres produits

Un crédit de plus en plus digital, simple et rapide

04. QUELLES PERSPECTIVES POUR LE CRÉDIT À LA CONSOMMATION ?

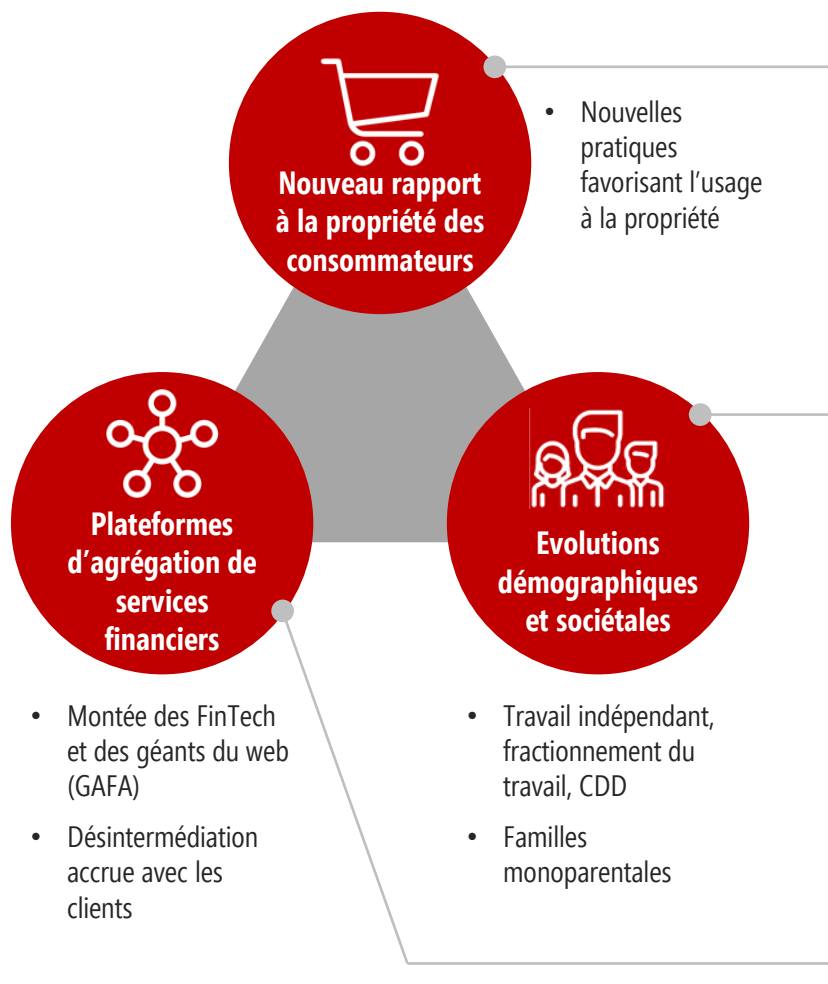
Innovation technologique	Impact sur le crédit consommation	Exemples
 <p>OCR (Optical Character Recognition)</p>	<p>Souscription dématérialisée et plus rapide</p>	<p>Accélération de l'analyse des pièces justificatives pour une réponse en moins de 6 heures</p> <p>younited credit.</p>
 <p>Machine Learning</p>	<p>Réponse très rapide à une demande de crédit</p>	<p>Utilisation du machine learning afin de mieux distinguer les mauvais des bons emprunteurs</p> <p>younited credit.</p> <p>Financement des achats directement proposées en magasin en 7 minutes via l'application C-digital</p> 
 <p>Géolocalisation + DMP (Data Management Platform)</p>	<p>Suggestion d'offres de financement contextualisées</p>	<p>Communication géolocalisée et ciblée sur l'intérêt potentiel du client lorsqu'il se trouve à proximité d'une enseigne partenaire</p> <p>sofinco</p>
 <p>Plateforme de service</p>	<p>Inscrire l'offre de crédit dans un éventail de services de plus en plus large</p>	<p>Un projet à construire qui pourrait intégrer des assurances, des outils de gestion des finances personnelles, la consolidation de comptes, des programmes de fidélité, etc.</p> 

Grâce à la digitalisation du parcours client, les offres de financement deviennent contextualisées et l'octroi de crédit de plus en plus sécurisé et rapide

Un marché qui va continuer à se transformer dans les années à venir

04. QUELLES PERSPECTIVES POUR LE CRÉDIT À LA CONSOMMATION ?

Les grandes transformations en cours



Les principaux enjeux et impacts sur le business model

- Développement des formes de financement par location sur des produits à fort impact prix
- Développement des partenariats pour :
 - Distribuer les produits financiers au plus proche de l'acte de vente
 - Mettre en place des circuits de revente des biens financés en location
- Extension de l'offre à des populations plus atypiques
- Changement des règles d'octroi des crédits
- Adoption des nouveaux usages impulsés par les nouveaux entrants et par les leader du digital
- Renforcement des partenariats de distribution (voire de la distribution en « marque blanche »)
- Création de valeur au travers d'offres packagées et qui ne se résument pas à de simples agrégations de services

- Les **grandes transformations en cours** vont amener les acteurs du crédit à la consommation à **faire évoluer leurs business models** pour s'adapter :
 - **Aux évolutions démographiques et sociétales qui impactent les offres et les règles d'octroi**
 - **A l'émergence de plateformes d'agrégation de services et à la menace des géants du web qui augmentent le risque de désintermédiation**
 - **Au nouveau rapport à la propriété qui amène de plus en plus à comparer la valeur de l'usage d'un bien à sa valeur d'acquisition**

05

Sources

Sources



Banque de France

- Encours crédit consommation
- Encours des dépôts à vue
- Encours des prêts personnels, crédits affectés, crédits renouvelables
- Encours du découvert bancaire
- Taux d'intérêt moyen des crédits consommation



ASF

- Encours et production de LOA
- Production de crédit consommation
- Encours crédits affectés VN



INSEE

- Consommation trimestrielle et annuelle
- Indice des prix, indice des prix biens durables
- Taux de chômage
- Confiance des ménages
- Evolution du revenu disponible brut
- Evolution du pouvoir d'achat par unité de consommation
- Répartition des niveaux de vie



FBF

- Taux de détention par type de crédit
- Fréquence d'utilisation du découvert bancaire
- Données sociologiques (profil « type » du souscripteur)



CCFA

- Nombre d'immatriculation VN

Contacts



Rémi LEGRAND

Associé

Remi.Legrand@eurogroupeconsulting.fr

+33 (0)6 80 41 10 12



Jean-Marc FERNANDES

Directeur

Jean-Marc.Fernandes@eurogroupeconsulting.fr

+33 (0)6 75 14 40 46

EUROGROUP CONSULTING FRANCE
TOUR VISTA
52/54 QUAI DE DION BOUTON
92806 PUTEAUX CEDEX
TEL.: + 33 (0)1 49 07 57 00 - FAX: +33 (0)1 49 07 57 57
EMAIL: INFO@EUROGROUPCONSULTING.FR
WWW.EUROGROUPCONSULTING.FR

Les informations du présent document sont exclusivement adressées au(x) destinataire(s). Elles peuvent contenir des informations confidentielles, protégées par un secret professionnel et restent la propriété exclusive d'EUROGROUP CONSULTING. Reproduction interdite.

EUROGROUP
CONSULTING

 citizen of nextcontinent

EUROGROUP CONSULTING est membre fondateur de NextContinent, un réseau international de cabinets de conseil, indépendant et d'essence européenne.

WWW.EUROGROUPCONSULTING.FR

