



L'innovation au service d'un crédit à la consommation responsable.

EQUINOX CONSULTING / septembre 2009



Dans un contexte de ralentissement économique, la question du pouvoir d'achat figure en tête des préoccupations des Français. Le crédit à la consommation peut y apporter une réponse, en jouant son rôle macro-économique majeur de lissage des fluctuations de la consommation et de la conjoncture. Toutefois, pour atteindre cet objectif, il est nécessaire que les acteurs spécialisés soient prêts à faire évoluer leur offre et leur approche, afin de rendre le crédit à la consommation accessible à une population plus large (40% des français n'y ont actuellement pas accès), tout en conservant une démarche responsable.

Le marché français du crédit à la consommation possède un potentiel de croissance certain. En effet, alors que l'activité en France semble avoir atteint un palier (de 8% en moyenne entre 1997 et 2006, la croissance annuelle s'est fortement ralentie en 2007, pour stagner en 2008 et finalement baisser de plus de 15% sur le premier semestre 2009), les encours restent relativement faibles (130 milliards d'euros) par rapport à l'Allemagne ou au Royaume-Uni (respectivement 228 et 233 milliards d'euros).

Trois facteurs ont jusqu'alors permis le développement du crédit à la consommation :

- L'**augmentation régulière du nombre d'acteurs**, qui devrait continuer avec l'application de la Directive Européenne sur le Crédit à la Consommation ouvrant le marché français à des établissements financiers étrangers. La Banque Postale contribuera également à populariser le crédit à la consommation en le proposant dès début 2010 à une clientèle parfois sous-équipée.
- La **vente sur Internet**, qui facilite l'accès aux offres pour une population étendue et élargit les horaires de souscription.
- Une **publicité accrue** s'appuyant sur des offres harpon, levier que la réforme du crédit à la consommation, présentée dans le projet de loi du 22 avril 2009 (mise en œuvre prévue à la fin du 1^{er} semestre 2010), s'attache à encadrer en prônant une normalisation de la publicité.

Un marché ancré sur deux produits phares

L'offre des banques et établissements spécialisés reste cependant fortement concentrée autour de deux produits phares représentant plus de 70% des encours de crédit à la consommation en France. Le prêt personnel, soumis à une forte intensité concurrentielle obligeant les prêteurs à proposer des taux d'appels attractifs, permet aux consommateurs de financer leurs projets à un coût limité. Le crédit renouvelable (revolving) apparaît comme une solution de gestion de trésorerie, souvent moins chère que le découvert bancaire (et les frais de régularisation de compte qui sont associés à son utilisation), son principal avantage résidant dans sa liberté d'utilisation. Cette concentration du marché autour de deux produits résulte de caractéristiques fondamentales du crédit à la consommation qui limitent parfois son développement :

- Les **offres sont conçues comme des produits de grande consommation** et distribuées comme telles. Les critères d'octroi s'appuient sur des modèles privilégiant un type de clientèle limité. Les processus ne permettent pas d'examiner la capacité de financement de façon individualisée, d'autant plus que les crédits sont pour une part importante accordés sur le lieu de vente où la priorité reste la rapidité (ce que la réforme du crédit à la consommation prévoit de réglementer).
- La **complexité des offres** est souvent source de confusion pour l'emprunteur, même si le législateur s'attache à en simplifier la lecture pour permettre notamment une meilleure comparabilité du coût global, via l'utilisation d'un exemple de financement standardisé et représentatif.
- La **confusion entre le financement ou la réserve d'argent** offerts par un crédit à la consommation et un complément de budget réel (correspondant à un accroissement du niveau de ressources) persiste.

C'est de ce dernier point que découle le malentendu essentiel qui associe crédit à la consommation et surendettement des ménages ⁽¹⁾. Illustration de la réputation sulfureuse dont pâtiennent parfois ces financements, un avis du Conseil économique et social du 17 octobre 2007 (*Le surendettement des particuliers*) établit une responsabilité du crédit à la consommation qui, «*en repoussant les limites de la consommation solvable des catégories les plus pauvres, [...] modifie les perceptions du pouvoir d'achat et peut entraîner certains ménages dans la spirale du surendettement*». Ainsi, des mentions légales plus explicites (par exemple, «*ce crédit vous engage et doit être remboursé*») pourraient devenir obligatoires pour toute nouvelle offre de prêt.

[1] Statistiques sur l'endettement des ménages

Sur 2008, le nombre de dossiers déposés en Commission de surendettement a augmenté de 3% par rapport à 2007, et une nette accélération est constatée sur le 1er trimestre 2009 (16% de plus qu'à la même période en 2008), avec un nombre de dossiers déposés jamais atteint (21.747 sur le mois de mars 2009).

Selon la Banque de France, plus de 726.000 ménages étaient en situation de surendettement à fin mars 2009, pour un encours moyen dépassant 38.000 euros.

Moins d'un cas de surendettement sur 4 serait « actif », c'est-à-dire dû à un recours abusif, voire compulsif, au crédit (les autres cas de surendettement étant causés par les « accidents de la vie » tels que la perte d'un emploi).

D'importants efforts de pédagogie (et de communication) ont toutefois été entrepris par les établissements de crédit pour lutter contre ce phénomène. Ils doivent à présent innover pour mieux remplir leur mission de financement proportionné et responsable des particuliers.

L'innovation pour le développement du crédit à la consommation

La première piste d'évolution passe par la popularisation de modes de financement alternatifs, afin de détrôner les incontournables prêts personnels et crédits renouvelables. Les besoins des consommateurs pourraient dans de nombreuses situations être couverts par d'autres produits. Ainsi les particuliers s'orientent-ils encore dans la majorité des cas vers un prêt Auto ou un prêt à la consommation non affecté pour l'acquisition d'un véhicule, alors que des solutions telles que la LOA seraient dans certaines conditions moins coûteuses (la LOA représente moins de 3% des encours de crédit à la consommation). De même, le rachat de crédits, produit permettant d'échelonnement des remboursements d'emprunt, de diminuer les mensualités et de resolvabiliser les ménages déjà endettés est encore méconnu de la clientèle de masse. La distribution de ce produit très concurrentiel (de nombreux acteurs cherchent à se développer sur ce marché) est cependant en forte croissance, notamment en période de crise car il permet aux établissements de diminuer les risques sur certaines catégories de clientèle, mais également de défendre leurs parts de marché. La consolidation des crédits à la consommation et des crédits immobiliers (2/3 des encours restructurés) est susceptible d'offrir aux ménages plus de visibilité sur leur budget, limitant ainsi le risque de surendettement : 20% des utilisateurs de crédits à la consommation en ont souscrit plusieurs, la part dépassant 50% sur les détenteurs de crédit renouvelable.

C'est donc une mutation de la relation entre l'établissement de crédit et le consommateur qui permettrait d'orienter ce dernier vers le produit le plus adapté à son besoin de financement ... et non vers le produit qui fait l'objet des efforts de communication les plus importants.

Des modalités d'octroi trop rigides

Une révision des modalités d'octroi pourrait permettre de faciliter l'accès au crédit d'une partie de la population tout en maintenant un niveau suffisant de responsabilité dans l'acte de prêt. Une piste, étudiée de façon récurrente en France, mais sur laquelle le régulateur ne souhaite pas s'engager pour l'instant, consisterait à mettre en place un fichier positif permettant de faire évoluer les méthodes de sélection des dossiers. Cette base de données répertoriant l'ensemble des encours de crédit des particuliers est censée limiter le surendettement et ainsi optimiser les octrois de financements aux consommateurs. L'efficacité de ce fichier fait toutefois débat car il ne pourrait prévenir que les cas de surendettement dus à un recours excessif au crédit (alors qu'une grande majorité de ces situations résulte d'accidents de la vie). De plus, les règles d'utilisation (notamment la répartition des coûts et la sélection de l'institution gestionnaire du fichier) sont structurantes pour le succès de son déploiement car, dans certains pays utilisant une telle base de données, son effet n'a pas conduit à une baisse significative du surendettement, mais au contraire à des opérations marketing accrues vis-à-vis des particuliers en situation de surendettement.

D'autres évolutions semblent également nécessaires pour se défaire de critères standards et assez peu différenciants de scoring du prêt à la consommation (âge de l'emprunteur, propriétaire ou locataire, revenus fixes, montant emprunté, ...) ⁽²⁾. L'adoption de scores comportementaux, la mise en marché de produits globaux (combinant par exemple livret d'épargne, lorsque le consommateur dispose de trésorerie, et crédit revolving à taux bonifié, lorsqu'il a un besoin de financement) ou la prise en compte du patrimoine de l'emprunteur dans les critères d'octroi (sans se cantonner aux revenus réguliers, ce qui améliorerait par exemple l'accès au financement des artisans ou de certaines professions libérales) sont autant de pistes à envisager. L'hypothèque rechargeable, produit de niche distribué par certains établissements de crédit spécialisés, est l'illustration d'une tendance de rénovation de l'offre, même si son impact reste encore limité du fait de contraintes fortes sur les conditions de distribution et de mise en place.

[2] Benchmark des TEG proposés par profil d'emprunteur pour une réserve d'argent de 3000 €

	PROPRIÉTAIRE			LOCATAIRE		
	20 ANS	40 ANS	60 ANS	20 ANS	40 ANS	60 ANS
500 €	17 %	15 %	15 %	20 %	17 %	17 %
2 000 €	17 %	15 %	15 %	20 %	17 %	17 %
2 100 €	9 %	9 %	9 %	17 %	15 %	15 %
4 000 €	9 %	9 %	9 %	17 %	15 %	15 %

Enfin, des prêts communautaires pourraient se développer, en dehors du système bancaire, pour tirer partie du potentiel d'endettement des ménages. C'est déjà le cas dans certains pays où un marché peer-to-peer du micro-crédit a pris de l'ampleur : des particuliers, via des sites de mise en relation, financent hors du système bancaire les projets de petit montant d'autres particuliers. Un tel assouplissement du système pourrait aboutir à terme à de grandes innovations sur le marché du crédit à la consommation : financements trans-générationnels (garantis par des ascendants), collectifs (contractés par plusieurs souscripteurs pour le financement d'un bien commun, par exemple des colocataires pour l'aménagement d'un appartement) ou communautaires (accordés par des membres d'une association à leurs pairs), sans avoir recours à un cautionnement classique, lourd à mettre en place et donc non adapté au crédit à la consommation.

L'innovation sera donc, sur les prochaines années, un levier majeur qui permettra aux établissements de crédit à la consommation et à de nouveaux acteurs d'exploiter à plein le potentiel de croissance du marché et de financer de manière responsable le plus grand nombre de ménages.

Sophie Madet, ASSOCIÉE
Tél. : 01 53 43 06 37
smadet@equinox-consulting.com

Brice Reichlé, MANAGER

Anthony Bréchet,
CONSULTANT SENIOR



63 boulevard Haussmann,
75008 Paris
standard : 01 53 43 06 43
www.equinox-consulting.com