

***Les Cahiers de l'APSF* Etat des lieux des métiers de financement en 2013**

| | |
|--|---|
| Contexte et état des lieux en bref..... | 2 |
| A/ L'ENVIRONNEMENT..... | 3 |
| Environnement juridique et judiciaire | 3 |
| Refinancement | 3 |
| Réglementation..... | 3 |
| Concurrence | 3 |
| B/ REACTIONS DES SOCIETES DE FINANCEMENT ET SOLUTIONS ENVISAGEES..... | 4 |
| Réactions des sociétés de financement | 4 |
| Au niveau du crédit-bail, | 4 |
| Au niveau du crédit à la consommation,..... | 4 |
| Au niveau du factoring, | 5 |
| <i>Solutions envisagées</i> | 5 |
| Au niveau du crédit à la consommation..... | 5 |
| Au niveau du crédit-bail | 5 |
| Au niveau des Transferts de fonds | 5 |
| De manière générale, | 6 |
| En guise de benchmark voici comment cela se passe en Europe à la même époque | 6 |

Contexte et état des lieux en bref

Après avoir connu des taux de progression de leur activité à deux chiffres, les sociétés de crédit à la consommation et de crédit-bail enregistrent un ralentissement de leur activité, voire un recul sur certains marchés.

Elles s'interrogent sur ce qu'il y a lieu de faire pour s'en sortir.

La présente note décrit brièvement leur situation pour alimenter la réflexion.

Elle ressort des propos et des préoccupations exprimés par les membres de l'APSF à différentes occasions.

Grosso-modo, on peut dire qu'au niveau de l'environnement, les contraintes et menaces ont pris le pied sur les opportunités et qu'au niveau de l'activité, la spécialisation, qui a valu aux SF de se distinguer et constituait un argument de vente, a disparu cédant la place à l'offre de produits similaires aux produits bancaires « classiques » :

- *CMT et facilité de caisse au niveau du leasing (lease-back)*
- *Crédit personnel au niveau du crédit à la consommation.*

En outre, il semble que, aujourd'hui, à de rares exceptions près, le management des sociétés de financement filiales de banques a relativement moins d'autonomie au niveau de la prise de décision que par le passé.

La note évoque au passage les sociétés d'affacturage et les « difficultés » des sociétés de transfert de fonds.

Elle n'évoque pas la situation des autres sociétés de financement membres de l'APSF, de crédit par signature, de financement des associations de micro-crédit et les sociétés de gestion des moyens de paiement, ces sociétés n'ayant pas exprimé de lamentations ...

Elle rend compte par ailleurs des réflexions en cours en Europe au niveau du crédit-conso en mutation...

De manière générale, à l'approche de chaque loi de finances, on assiste à un branle-bas de combat pour « aller aux nouvelles » afin de « contre-attaquer » toute taxe nouvelle ou toute mesure revenant sur telle ou telle incitation...

A côté de ces solutions qui relèvent des Pouvoirs Publics et pour lesquelles les membres parlent de faire du lobbying... certaines voix appellent à un retour à la spécialisation et au vrai sens des métiers de financement tant aux niveaux du crédit-bail et du crédit conso qu'à celui du factoring...

*Dans ses déclarations et écrits officiels, l'APSF insiste chaque fois sur la nécessité d'inscrire le principe de **bonne gouvernance** comme condition première pour consolider les métiers de financement, en améliorant la **relation avec la clientèle** et en promouvant un **crédit responsable**, tant vis-à-vis des ménages pour*

une consommation réfléchie que des entreprises pour un investissement prometteur..

A/ L'ENVIRONNEMENT

Environnement juridique et judiciaire

Toujours caractérisé par la « lenteur dans l'exécution des jugements » et par la « différence d'interprétation des textes et procédures d'un tribunal à l'autre ».

Refinancement

Les sociétés de financement ont en principe accès aux banques et à l'émission des BSF. Il semble qu' « elles ne sont pas toutes logées à la même enseigne ».

Vu le problème de liquidité des banques, le coût de refinancement a tendance à augmenter.

Réglementation

- *Règles prudentielles de Bank Al Maghrib de plus en plus draconiennes*
- *De plus en plus de règles prudentielles en matière de lutte contre le surendettement :*
 - . *Loi de protection du consommateur*
 - . *Loi de protection des données à caractère personnel*
 - . *Convention CNT*
 - . *Convention CMR*
- *Fiscalité revenant sur toutes les incitations et autres « libéralités » accordées auparavant, notamment au crédit-bail (TVA, DE, IS, TSC ...)*

Concurrence

Les banques deviennent beaucoup plus offensives qu'avant tant vis-à-vis des entreprises que des particuliers présentant des offres « complètes » très séduisantes.

Au niveau du crédit à la consommation, les fonctionnaires et autres « précomptés», qui étaient l'apanage des sociétés de financement spécialisées, sont désormais investis par les banques.

De 70% il y a à peine 10 ans, la part de marché en termes d'encours des sociétés de crédit à la consommation est tombée à 49% aujourd'hui.

Parallèlement, on assiste à une recrudescence des impayés au point où les services de recouvrement de quasiment toutes les sociétés sont devenus relativement pléthoriques.

En outre, la menace existe de l'entrée de nouveaux opérateurs avec l'adoption de la nouvelle Loi bancaire qui parle de « financement participatif ».

NB/ Les sociétés de crédit à la consommation pratiquant le crédit-véhicules utilitaires semblent tirer leur épingle du jeu.

B/ REACTIONS DES SOCIETES DE FINANCEMENT ET SOLUTIONS ENVISAGEES

Réactions des sociétés de financement

Cependant qu'on entend çà et là des membres appeler à « savoir raison garder » en expliquant que « la course à la production et à la part de marché ne sert à rien, bien au contraire ! », les sociétés membres se livrent entre elles à une concurrence acharnée (taux, commissionnement des apporteurs d'affaires, durée...).

Au niveau du crédit-bail,

Tout le monde accuse tout le monde, en désignant implicitement les coupables sans toutefois les nommer expressément, de « pratiquer des taux très bas (inférieurs à ceux des CMT des banques !), ne permettant même pas d'équilibrer le compte de résultat ». Plusieurs réunions ont été consacrées à cette « dérive » sans parvenir à ramener les « contrevenants » à la raison. Et, dans l'impossibilité de « s'entendre » on s'est tourné vers BAM pour lui demander de fixer un taux minimum permettant de dégager une « marge raisonnable » !

Cette concurrence serait exacerbée par l'influence exercée en la matière par les banques maisons-mères sur la politique tarifaire de leurs filiales.

A côté de cette bataille de taux, une petite guéguerre est livrée parfois sur le plan communicationnel. Pour affirmer son leadership en termes de part de marché par rapport à l'émule immédiat on utilise tel ou tel indicateur de taille (production de la période, encours financier, encours comptable) qui l'arrange dans ce sens.

Au niveau du crédit à la consommation,

Le crédit est vendu comme un vulgaire produit de consommation courante. Il est offert dans certaines campagnes publicitaires des « soldes », des « semaines folles » des « tombolas », ...

En outre, certains arguments utilisés:

- *sont souvent en dépit du bon sens : le crédit est proposé comme la solution miracle aux situations désespérées. Il est proposé par exemple à un père de*

famille à qui on fait dire qu'il est dans le besoin des crédits-vacances remboursables sur 5 ans...avec 3 mois de différé !!!

- *vont à l'encontre de l'action professionnelle de l'APSF : crédit « gratuit », « zéro dirham de frais de dossier », voire même « pas de barrement de la carte grise » pour le crédit-automobile, ...*
- *Et les règles prudentielles de lutte contre le risque de surendettement convenues avec les partenaires sont détournées par l'allongement des durées des crédits.*

Les campagnes de pub des SCC n'ont pas bonne presse et donnent lieu à des commentaires ironiques, parfois cinglants. Voir chapitres « La PUB des SCC suscite l'ironie » et l'article (pris parmi tant d'autres) intitulé « mouton à crédit » qui fait une analyse édifiante du secteur.

Au niveau du factoring,

Si tant est que les 2 sociétés membres ne se concurrencent pas entre elles, elles ont maille à partir avec les départements factoring des banques qui, selon elles, « font du n'importe quoi ».

Solutions envisagées

Du point de vue « exprimé » à diverses occasions, tant en interne qu'aux différentes administrations de tutelle, la solution résiderait :

Au niveau du crédit à la consommation

. En le relèvement du TMIC pour permettre l'octroi de crédit aux populations démunies, ou en la fixation de TMIC différenciés par « nature du risque »

NB/ La libéralisation des taux n'a pas toujours été évoquée !?...

. En le traitement informatique pour compte de tiers. Certains ont déjà commencé.

Au niveau du crédit-bail

. En le passage à l'amortissement financier, « l'amortissement actuel comptable freinant le développement du secteur ».

Une lettre a déjà été adressée dans ce sens à la DGI avec copie à BAM demandant son appui.

. Dans le rétablissement des incitations fiscales...

Au niveau des Transferts de fonds

. En la possibilité d'offrir d'autres produits : change, autres ...

De manière générale,

A l'approche de chaque loi de finances, on assiste à un branle-bas de combat pour « aller aux nouvelles » afin de « contre-attaquer » toute taxe nouvelle ou toute mesure revenant sur telle ou telle incitation...

A côté de ces solutions qui relèvent des Pouvoirs Publics et pour lesquelles les membres parlent de faire du lobbying... certaines voix appellent à un retour à la spécialisation et au vrai sens des métiers de financement tant aux niveaux du crédit-bail et du crédit conso qu'à celui du factoring...

Dans ses déclarations et écrits officiels, l'APSF insiste chaque fois sur la nécessité d'inscrire le principe de bonne gouvernance comme condition première pour consolider les métiers de financement, en améliorant la relation avec la clientèle et en promouvant un crédit responsable, tant vis-à-vis des ménages pour une consommation réfléchie que des entreprises pour un investissement prometteur..

En guise de benchmark voici comment cela se passe en Europe à la même époque

Le crédit à la consommation en Europe un paysage en pleine mutation

/ efma sopra group

http://www.sopragroup.com/content_data/sopragrp/fr/22102/Efma_Consumer_Credit_Report_French.pdf

Le crédit à la consommation a reculé de 3% en Europe en 2010 et en 2011. Cette moyenne cache de fortes disparités entre la plupart des pays d'Europe de l'Est avec des ménages encore peu endettés et les autres pays plus matures.

Cette évolution s'est traduite par la disparition d'acteurs locaux, le retrait de marques internationales de certains pays et l'émergence de nouveaux acteurs provenant des métiers des Telecom ou du monde de l'Internet, certains développant une nouvelle approche du crédit, l'intermédiation directe entre particuliers (emprunteurs ou investisseurs).

*Pour faire face à la remise en cause de leur modèle économique et contrer les nouveaux entrants, les organismes de crédit spécialisés **ont cessé leur course à la taille** et recentrent leurs activités sur les marchés dans lesquels ils détiennent des positions stratégiques et significatives.*

Deux logiques sont à l'œuvre, l'optimisation du modèle et la rupture avec le modèle existant, déclinées selon la situation propre à chaque établissement.

Le Think Tank de mai 2012 a permis à Sopra Group de dégager trois leviers utilisés par les organismes de crédit spécialisés pour optimiser le modèle:

1. La création de valeur avec l'acquisition de nouvelles clientèles et l'exploration de nouveaux processus de fidélisation.

2. *L'efficience opérationnelle avec la rationalisation des activités par pays, la recherche de synergies renforcées avec la banque de détail quand la maison mère est une banque, et la réduction des coûts des systèmes d'information et des coûts opérationnels.*

3. *La maîtrise des risques avec le développement de processus de prévention des défauts et un recouvrement plus efficace et mieux segmenté.*

Face à l'ampleur de la dégradation de certains marchés, il y a lieu de rompre avec le modèle traditionnel. La mise en œuvre de ces stratégies de rupture s'effectue selon quatre modalités:

1. *La diversification de l'offre vers un modèle de bancassurance permettant d'accroître le taux d'équipement des clients.*

2. *Le retrait de certains marchés/pays dont le potentiel ou la position de place sont jugés insuffisants.*

3. *Le recentrage sur le métier de distributeur de crédit en externalisant les back offices et SI ou bien la construction d'usines de services de crédits pour compte de tiers.*

4. *Le positionnement sur des marchés de niche tels que le crédit communautaire.*

Enfin, quelle que soit la logique de transformation adoptée, les critères de création de valeur durable pour la profession (outre les fondamentaux en matière de gestion des risques et d'efficience opérationnelle) devront intégrer les actions suivantes:

- *Construire une proposition de valeur mieux adaptée à un client devenu mobile et étendue aux média sociaux.*

- *Tirer pleinement parti du canal Internet, tant pour la gestion des partenaires que pour celle des consommateurs.*

- *Continuer à investir dans l'innovation : par exemple la dématérialisation sur le lieu de vente réduit considérablement le temps d'instruction et d'acceptation.*

- *Intégrer l'attente de responsabilité sociale du consommateur et du régulateur, avec un devoir de conseil tant au niveau de l'octroi qu'au niveau du service du client.*