

Congrès Eurofinas/Leaseurope Budapest 2019

Source : Extrait de la lettre N° 183 de l'ASF (Association Française des Sociétés Financières)

<https://www.asf-france.com/wp-content/uploads/2020/04/201912-La-Lettre-de-l-ASF-183.pdf>

<https://www.asf-france.com>



DOSSIER SPÉCIAL

EUROPEAN LEASING &
CONSUMER CREDIT INDUSTRY

Annual Conventions

Budapest 2019



écrit par



*Françoise Palle-Guillabert,
Délégué général*



*Yves-Marie Legrand,
Délégué général adjoint*



*Marie-Anne Bousquet-Suhit,
Responsable du secteur Financement des particuliers et des entreprises*



*Petya Nikolova,
Chargée d'études*



*Cyril Robin,
Chargé d'études*



*Harmonie Benedetti,
Responsable Communication et Relations Institutionnelles*



CONGRÈS CONJOINT EUROFINAS/LEASEEUROPE

Pour sa 22^e édition, le congrès annuel organisé conjointement par Eurofinas et Leaseurope s'est tenu les 10 et 11 octobre, à Budapest, en Hongrie, au cœur de l'Europe centrale.

C'est sur les rives du Danube, inscrites au patrimoine mondial de l'Unesco, que se sont réunis plus de 430 professionnels, venant de 35 pays, majoritairement européens. Cette édition a également compté la venue de représentants des associations des États-Unis, du Canada, de Singapour et de Corée du Sud. Les participants étaient pour 2/3 des professionnels du leasing et pour 1/3 du crédit à la consommation.

En ouverture, le docteur Leva Martinkenaite, de Telenor Research, qui a participé à la mise en œuvre de la stratégie de l'Union européenne en matière d'intelligence artificielle, est intervenue sur l'importance de l'intelligence artificielle pour les services financiers et notamment dans des domaines tels que l'attribution de crédit ou la détection des fraudes. Selon elle, la mise en place équilibrée, appropriée et éthique de l'intelligence artificielle doit passer par l'identification claire et précise des problèmes à résoudre. Puis, il faut montrer en quoi l'intelligence artificielle peut les résoudre de manière sécurisée, juste et transparente. L'exécution passe notamment par le « machine learning » ou apprentissage automatique, pan de l'intelligence artificielle que Leva Martinkenaite qualifie de révolutionnaire.

Ensuite, Christopher Tamjidi, directeur de Kalapa, a apporté un éclairage original sur la nécessité du bien-être au travail. Il constate que de nombreux cadres supérieurs sont de plus en plus stressés et épuisés. Or, selon lui, rendre les structures plus agiles et performantes nécessite des transformations profondes des modes de vie et de travail. Il souligne notamment l'importance de mettre l'accent sur les succès et les étapes à venir plutôt que sur les échecs et de s'accorder des temps de « déconnexion » pour une meilleure santé mentale et physique. Des conseils pertinents qui ont retenu l'attention de l'auditoire.

Se sont ensuite tenues 12 sessions animées par une cinquantaine d'intervenants qui ont apporté un point de vue éclairé sur les grandes évolutions du leasing et du crédit à la consommation et les enjeux à venir (le détail en pages 10 à 25).

Le congrès a enfin été l'occasion pour les participants de se rencontrer et d'échanger en partageant des moments de convivialité dans le prestigieux Pesti Vigato Concert Hall et son majestueux décor Sécession.

Un grand merci aux organisateurs de cette édition très réussie !





LE LEASING EN EUROPE ET AU-DELÀ : ÉTAT DES LIEUX ET PERSPECTIVES

Intervention et animation : **Peter-Jan Bentein**, Secretary General, Dutch Leasing Association NVL

Panel de la table ronde :

Heiko Fischer, Chief Executive, Commercial Finance, Region North, UK, Nordics & Poland, Siemens Financial Services

Peter Hupfeld, CEO, Nordea Finance

Frank Van Gool, Director General, Renta

Katalin Nyikos, CEO, Deutsche Leasing Hungary & Chair of the Board, Hungarian Leasing Association,

Judson Michael Snyder, President, BMO Harris Equipment Finance Company & Chair, ELFA

Les leaders de l'industrie européenne du leasing et de la location automobile partagent leur analyse de l'état des marchés à l'occasion de la présentation des statistiques européennes 2018.

(26 milliards d'euros, + 5 %), l'Australie (6 milliards d'euros, +2 %) et le Brésil (1 milliard d'euros, -15 %). Le panel se félicite de la bonne tenue du marché mondial du leasing.

En 2018, au niveau mondial (hors Chine), l'Europe reste un leader mondial avec 386 milliards d'euros de production (+8 %) devant les États-Unis (263 milliards d'euros, +7 %). Viennent ensuite le Japon (38 milliards d'euros, +3 %) qui précède le Canada

En Europe, sur un total de 386,4 milliards d'euros de production en 2018 (+7,7 %), le leasing immobilier représente 14,5 milliards d'euros (+2,5 %) tandis que le leasing mobilier atteint 371,8 milliards d'euros (+7,9 %).

D'une manière générale, l'activité du leasing, outre le rebond du crédit-bail immobilier, est restée stable par rapport à 2017 en maintenant un niveau relativement élevé dans une large majorité des pays européens. Ainsi, **le taux de croissance annuel des opérations de leasing entre 2018/2017 atteint 7,7 %** contre 9,4 % sur la période 2017/2016. De fortes différences s'observent néanmoins selon les pays. **Les pays plus performants sont les Pays-Bas, la Russie, la Pologne** (après déjà trois années consécutives de croissance comprise entre 10 et 20 %) **et la Bulgarie avec un taux de croissance supérieur à 20 %**. **L'Autriche, la Hongrie, le Portugal et la France affichent un taux de croissance compris entre 10 et 20 %**. **Viennent ensuite la Norvège, la Lituanie, le Royaume-Uni, la Belgique, la Suisse, l'Italie et l'Espagne avec un taux de croissance compris entre 5 et 10 %**.

À l'exception de **trois pays dont le taux de la croissance est négatif** (République tchèque entre -5 et 0 % ; Grèce et Turquie inférieur à -5 %), **le reste des pays européens du champ de l'étude Leaseurope, dont l'Allemagne, se situent dans la tranche de progression de 0 à 5 %**.

Pour l'année 2019, le taux de croissance sur le premier semestre 2019 qui atteint +4,4 % (contre +6,8 % en 2018) montre un ralentissement assez marqué. Neuf pays (Norvège, Lettonie, Pologne, Slovaquie, Portugal, Estonie, Lituanie, Italie, Turquie) affichent un taux de croissance négatif et même inférieur à -5 % pour les quatre derniers cités. Six pays se situent entre 0 et 5 % (Suède, Danemark, Royaume-Uni, Pays-Bas, Belgique, République tchèque). L'Allemagne (entre 10 et 20 %) et la France (entre 5 et 10 %) se maintiennent. Seule la Grèce, dont le niveau d'activité est très fluctuant, dépasse 20 % de croissance.



Aux Etats-Unis, hormis le ralentissement des secteurs agricole et gazier, tous les autres étaient bien orientés. Toutefois, depuis juin 2019, une décélération s'observe notamment en raison des trop nombreuses incertitudes, surtout politiques, qui perturbent la confiance nécessaire à la vie des affaires. Il est craint que cette tendance se confirme en 2020.

Pour le marché européen, si les professionnels pensaient atteindre 400 milliards d'euros de production en 2018, il n'en reste pas moins qu'un taux de croissance global de 8 % est très satisfaisant. Pour les pays nordiques, la croissance reste forte malgré les signes de ralentissement observés début 2019. Au Royaume-Uni, le marché a sensiblement ralenti et, à l'image des discussions du Brexit, les signaux économiques incitent à un optimisme mesuré. À l'inverse, un focus sur le marché hongrois montre de bons résultats, en progression en 2018 et qui se confirment en 2019. Les secteurs automobile et de l'équipement industriel sont actifs, soutenus par des programmes d'investissements nationaux. Cette tendance devrait se confirmer en 2020.

En termes de types d'actifs financés en 2018 en leasing mobilier, le secteur automobile confirme son leadership avec **près de 71 %** du total des actifs. Les secteurs de l'équipement industriel et des technologies de la communication et de l'information (ICT) restent stables respectivement à environ 15 % et 5 %.

Pour le marché européen, si les professionnels pensaient atteindre 400 milliards d'euros de production en 2018, il n'en reste pas moins qu'un taux de croissance global de 8 % est très satisfaisant.

Le panel confirme la bonne tenue de l'activité concernant les équipements et machines industriels. Concernant le secteur automobile, les intervenants évoquent la problématique liée aux flottes de véhicules fonctionnant au diesel. Il est indiqué à ce propos qu'en Norvège, les ventes de voitures électriques atteindraient 70 % du total. D'une manière générale, le secteur observe des niveaux de marge en baisse et est très concurrencé par les « services de mobilité ».

Globalement, le taux de pénétration du leasing mobilier en Europe progresse régulièrement et s'établit à **28 % en 2018** (+1 point par rapport à 2017 qui avait déjà progressé de +1 point par rapport à 2016) et confirme renouer avec son niveau d'avant crise. **Avec un taux de pénétration supérieur à 30 %, la France compte** parmi les pays qui font mieux que la moyenne européenne, de même que la Norvège, la Suède, le Danemark, l'Estonie, la Lettonie, la Lituanie, la Pologne, le Royaume-Uni et les Pays-Bas. Le taux de pénétration au Portugal oscille entre 25 et 30 %. Le taux de pénétration en Allemagne, Belgique, Slovaquie et Bulgarie est compris entre 20 et 25 %. Les autres pays du champ de l'étude Leaseurope



► affichent un taux de pénétration compris entre 15 et 20 %. La Suisse se situe entre 10 et 15 % tandis que la Grèce a un taux de pénétration inférieur à 10 %.

La pénétration du leasing se mesure également auprès des PME. Les tendances observées depuis des années ne se démentent pas. Sur la base d'une enquête réalisée d'avril à octobre 2018 concernant les PME dans l'Union européenne, **avec 24 %, le leasing arrive en tête des produits financiers demandés par les PME**, devant les crédits commerciaux (20 %) et les lignes de crédits et découverts (20 %) ou encore les crédits bancaires moyen terme (20 %). L'étude confirme que les **PME innovantes ou exportatrices** recourent davantage au leasing matériel que leurs consœurs non-innovantes et non-exportatrices (à hauteur de **27 % et 25 %** contre respectivement 20 % et 23 %). **Le niveau d'utilisation du leasing est encore plus élevé pour les "PME à forte croissance" (32 %).**

Aux États-Unis, le marché des PME est, comme en Europe, un enjeu très important pour les établissements. Actuellement, il se porte bien et reste très attractif. En Europe, le focus sur la Hongrie confirme cet enjeu. Dans les secteurs de la machine-outil et de l'agriculture, 80 % des PME recourent au leasing et spécifiquement au véritable crédit-bail avec option d'achat. Cette dernière est levée dans quasiment l'intégralité des contrats tant la volonté de devenir propriétaire est marquée en Hongrie. La notion d'usage et le recours à la location opérationnelle ne sont à ce jour pas aussi matures que dans d'autres pays européens. **En conclusion : promouvoir le leasing, c'est promouvoir l'investissement, notamment dans les PME.**

En termes de **canal de distribution**, les « **vendor programs** » restent le canal qui génère le plus de production devant la vente directe et les réseaux bancaires. Pour le panel, le triple secret des « **vendors** » tient à la **connaissance** précise des actifs financés, la **relation** étroite avec les fabricants et les constructeurs, la **réactivité** très appréciée des clients. Au-delà, notamment pour les captives, un élément différenciant clé tient dans l'**exploitation des données**, fournies par les logiciels présents aujourd'hui dans la quasi-totalité des actifs, qui participent au pilotage du risque financier et contribuent à améliorer les résultats.

Sur la base d'une sélection d'indices de Leaseurope, l'évolution entre 2017 et 2018 montre que **le taux de profitabilité est resté stable (aux alentours de 40 %), le ratio coût sur revenu a progressé légèrement (aux alentours de 47 %) et le coût du risque reste extrêmement bas (aux alentours de 0,20 %)**. Les données relatives aux deux premiers trimestres 2019 confirment ces ordres de grandeurs.

Enfin, le panel (commentaires) et la salle (votes) ont été invités à se prononcer sur quelques **sujets d'actualité**.

Ainsi, 80 % des participants estiment **ne pas investir suffisamment dans la transformation digitale / l'intelligence artificielle**. Le panel tempère en indiquant que, même si ce n'est que récemment pour certains, les établissements se sont véritablement emparés du sujet. Il est aussi fait remarquer que de gros clients ont pu investir massivement et qu'il peut être opportun de profiter de ces développements plutôt que tout reconcevoir en interne.

Interrogés sur le **passage aux moteurs électriques**, les professionnels estiment qu'ils peuvent répondre à cette orientation. Cependant, force est de constater que plusieurs difficultés objectives existent : le cycle de vie des batteries et la recommercialisation après 3/5 ans peut être difficile ; le recyclage des batteries soulève toujours des interrogations ; l'accompagnement du client en termes d'informations et d'explications pour une bonne utilisation du véhicule (question encore plus prégnante pour les véhicules hybrides) ; déception des clients au regard de l'autonomie, du coût (versus diesel, essence), des infrastructures qui restent à développer ; investissement lourd en terme d'approche commerciale. Le marché est actuellement limité et une réflexion est nécessaire pour le cerner.

L'avenir prometteur de la « mobilité » ou de la « voiture » comme un « service » ? Le débat est ouvert tant certains considèrent que la rentabilité d'un modèle de mobilité multimodale n'est aujourd'hui pas démontrée et que d'autres estiment que l'évolution va plus vite qu'on ne le pense. Il semble que les mentalités, notamment des citoyens, n'évoluent en pratique pas aussi vite qu'annoncé dans les médias. A ce jour, si les personnes déclarent volontiers s'inscrire dans la tendance du « transport partagé », c'est davantage dans celui de la voiture que de la mobilité multimodale. L'investissement et le développement des infrastructures sont un point déterminant.

LA CHAÎNE DE VALEUR DU LEASING

Intervention et animation de **Patrick Beselaere**, Global Head, ING Lease Europe et président de Leaseurope

Panel de la table ronde :

Georg Hansjürgens, Managing Director, Deutsche Leasing International

Klaus Streng, Partner, ZEB Consulting

Balázs Toldi, CEO, Budapest Leasing

À titre liminaire, le panel rappelle que l'industrie du leasing existe depuis des décennies, qu'elle est toujours aussi robuste avec un taux de risque très bas et très bien maîtrisé. Les acteurs sont divers (captives, banques, établissements spécialisés), la compétition est intense et les niveaux de marge sous pression. Pour autant, du point de vue du client, l'environnement et les questions financières l'intéressent peu.



Le client est avant tout mobilisé par un accès pratique à des solutions locatives efficaces. Il attend des établissements de la réactivité et souhaite établir une relation étroite assimilable à un partenariat. Certains d'entre eux souhaitent un accompagnement transfrontière. Pour répondre à ces attentes, une **coopération plus étroite entre les acteurs de la chaîne de valeur**, à travers notamment le **développement de plateformes et de processus communs** constituent vraisemblablement des moyens d'améliorer l'offre de leasing. Cette réflexion doit d'ailleurs **associer**, dans la mesure du possible, les **réseaux bancaires** qui représentent des canaux de distribution importants et les **sociétés d'assurance** qui apportent une

forte contribution en termes de service. Une telle collaboration entre acteurs accroît le nombre des données disponibles à même de servir les intérêts du client en lui fournissant les services qu'il demande.

Le basculement vers la **digitalisation** (pour répondre au « client connecté », les établissements doivent développer les process et gérer les données), la **préoccupation environnementale** qui s'exprime notamment au travers de la gestion du **cycle de vie des produits**, comptent parmi les éléments clés pour conquérir, conserver un client et bénéficier de sa loyauté. Le changement ne se fait pas sans peine, notamment au sein d'établissements bien établis, mais ce bousculement des mentalités est nécessaire pour rester leader.

En guise de **conclusion**, pour le panel, **les principaux fondements de la chaîne de valeur du leasing dans les cinq prochaines années** reposeront sur une **spécialisation accrue** (services – réallocation des actifs), une **intervention plus locale**, une **intégration étroite avec les réseaux bancaires**, le développement de **plateformes communes** (analyse et traitement de la façon de penser des clients), une **collaboration** plus intense entre acteurs, la **formation** des collaborateurs pour comprendre et toujours suivre la tendance. **Ne pas changer, c'est sortir du marché.**

LE FUTUR DE LA MOBILITÉ EUROPÉENNE

Intervention et animation: **Gerry Keaney**, Chief Executive, British Vehicle & Rental Association

Panel de la table ronde :

Luc Hoegaerts, Managing Director, Quantalyse Belgium

Iain Macbeth, Former Head of Foresight, Transport for London

Khaled Shahbo, Corporate VP/Managing Director UK & Ire, Enterprise Holdings

Norbert van den Eijnden, Independent Advisor, Armali.nl

Le futur de la mobilité est principalement à l'initiative des villes. En effet, les grandes métropoles, conscientes des enjeux écologiques et sanitaires liés à l'utilisation de la voiture, fixent de plus en plus les règles en matière de mobilité, bien plus que les États. Cela se traduit généralement par la prise de mesures restrictives plutôt qu'incitatives. En effet, elles sont de plus en plus nombreuses à limiter ou interdire l'usage de la voiture à motorisation thermique.

L'enjeu pour les villes, au-delà du problème de la pollution, est aussi de **combattre la saturation et les embouteillages**. La tendance générale est à l'abandon de la voiture individuelle dont se désintéressent les nouvelles générations, et à l'**émergence de nouvelles formes de mobilité** avec notamment le véhicule partagé ou à la demande. On constate également le développement des réseaux de transports en commun et de solution comme le vélo ou la trottinette.

Ainsi, la **multimodalité** émerge peu à peu c'est-à-dire l'usage sur un même parcours de plusieurs moyens de transport (métro, train, voiture, vélo, parcours à pied...). Ce phénomène conduit la mobilité à devenir un service.

La ville de Londres a pour ambition que 80 % des trajets soient effectués à pied, à vélo ou par les transports publics d'ici 2041 et ce dans un environnement urbain qui se densifie et avec une population en constante augmentation. Pour ce faire, il faut un réseau de transport public performant et étendu mais aussi **faciliter l'expérience des usagers** par un système de mobilité complètement intégré. La solution idéale serait un « *Itunes* » de la mobilité où toutes les solutions sont concentrées. Ces solutions doivent être pragmatiques pour faire baisser l'usage de la voiture individuelle.

L'épine dorsale de cette recherche de solutions de mobilités est l'**accès à la data** et son exploitation. En effet, il y a des réponses à l'ensemble des problèmes posés par la mobilité mais pour cela l'accès à la *data* est essentiel. Aujourd'hui, la *data* est aux mains des constructeurs automobiles et on constate l'absence de standardisation. La *data* est une **mine d'or** que les différents acteurs doivent apprendre à se partager pour faire de la mobilité urbaine une **expérience fluide et attrayante** pour l'utilisateur.



ÉLABORER DES MODÈLES DE FINANCEMENTS LOCATIFS DURABLES

Intervention et animation de **Charlotte Dennery**, CEO, BNP Paribas Leasing Solutions

Panel de la table ronde :

Carmen Ene, CEO, 3 StepIT,
Robert Gordon, CEO, Hitachi Capital (UK),
Peter Stroem, CEO, PEMA

L'industrie du leasing européen, tant de l'équipement au sens large (industrie, agriculture, construction, etc.) que de la location de véhicules, a un rôle essentiel à jouer dans l'évolution d'une économie européenne qui se veut résolument moderne, verte et durable. L'Union européenne s'est d'ailleurs fixée comme objectif de devenir à l'horizon 2050 le premier continent au monde neutre au regard de l'impact sur le climat. Ce « *Green deal for Europe* » incite à davantage d'ambition en matière d'économie circulaire et d'économies d'énergie. Ces objectifs reposent notamment sur une plus grande mobilisation des capitaux privés et publics et sur une collaboration accrue de la société civile et de la communauté des entreprises.

Dans ce contexte, il s'agit de définir les objectifs et d'envisager tous les angles de vue. Tout d'abord, il est évident qu'aujourd'hui beaucoup de technologies existent pour aider les acteurs économiques à « faire vert », de la production à l'utilisation jusqu'à la destruction. Le leasing doit à la fois utiliser (et en interne et en incitant le client à recourir aux produits « verts ») et financer ces technologies (soutenir les entreprises innovantes).

Mais la responsabilité des établissements va au-delà et la spécificité de leur activité les conduit à envisager le cycle de vie des actifs et l'empreinte environnementale globale. Tant en immobilier qu'en mobilier, il est nécessaire de s'interroger sur l'intérêt de la démolition et/ou du remplacement systématique versus la rénovation et/ou le reconditionnement des produits. En effet, la restructuration des actifs peut permettre la prolongation de leur durée de vie et leur réutilisation, ce qui apparaît comme un moyen efficace de s'inscrire dans le verdissement de l'économie (réduction des consommations et des pollutions).

Enfin, si les établissements se préoccupent des fournisseurs auprès desquels ils achètent, ils veillent à la qualité des opérateurs à qui ils revendent les actifs, notamment s'ils sont chargés de les recycler. Certains établissements ont développé des initiatives originales, notamment en faveur des écoles afin de favoriser l'éducation (mise à disposition d'équipements « obsolètes » en entreprise mais qui restent fortement éducatifs : ordinateurs, téléphones, tablettes ou autres matériels industriels).



Le panel évoque ensuite les solutions, désormais connues, qui permettent de s'inscrire dans la préoccupation de soutenabilité environnementale des produits et de l'économie. Que ce soit la « sharing economy¹ », la « circular economy² » ou le « pay-per-use³ », l'un des outils essentiels pour s'intégrer dans ces modèles est celui des plate-formes. Ces lieux d'échanges et de mise en relation sont essentiels pour connaître les clients, saisir leurs besoins au moment où ils existent et doivent être satisfaits, agir pour leur présenter des solutions adaptées. Ces outils de partage d'informations quasi instantané semblent être l'une des clés du succès. Ils conditionnent en effet les actions nécessaires pour décider, au moment

¹ Économie du partage.

² Économie circulaire.

³ Paiement à l'usage.

► opportun, de l'avenir d'un équipement : destruction, méthode de recyclage, ou, préalablement à ces étapes, extension de sa durée de vie via un reconditionnement adapté ou sa revente à d'autres entreprises intéressées.

Un second outil essentiel, notamment pour le modèle du « paiement à l'usage » est celui **des logiciels et autres outils de télémétrie intégrés de plus en plus systématiquement dans les matériels**, notamment les véhicules roulants à moteur (pas que les voitures). Le partage de telles informations, aujourd'hui disponibles, permet notamment une gestion plus efficace de la vétusté des matériels, du niveau des valeurs résiduelles et l'intéressement du client à une utilisation plus responsable des matériels.

Ces éléments pourraient à terme être intégrés dans le **pilote du risque des établissements**. Une remarque de prudence toutefois concerne les changements

d'orientations réglementaires, parfois rapides et radicaux, susceptibles de contrarier les options prises par les établissements.

Enfin, le panel s'est intéressé à la question de **l'exemplarité d'un comportement écologique et durable au sein des établissements**. En effet, si les établissements sont dotés d'un modèle stratégique, économique et commercial interne, il s'agit d'assurer son déploiement ce qui nécessite, entre autres, d'emporter la conviction des collaborateurs. Unaniment, les participants conviennent que **les hauts dirigeants et la direction générale des établissements doivent avoir et tenir une ligne de conduite** en la matière. Certains intervenants considèrent que dans les prochaines années un établissement pourrait avoir des difficultés à retenir et à recruter des collaborateurs s'il n'est pas doté d'une « **Charte environnementale** » ambitieuse et effectivement appliquée.

TECHNOLOGIES DU FUTUR EN LEASING

Participants :

Sasja Appels, responsable digital et marketing, DLL Benelux

Laimonas Belickas, directeur général d'Unicredit leasing, Lituanie

Paul Gourlet, directeur général, Artel

Sasja Appels met l'accent sur les nouveaux modèles économiques qui impliquent :

- une **utilisation intensive des données**, qu'elles soient internes et externes,
- des solutions clients de type « **pay per use** »
- un réseau de communication performant avec les partenaires « **vendors** »,
- l'**expérimentation technologique** avec ajouts de fonctionnalités,
- la **recherche de simplicité**...

Paul Gourlet présente Artel, start-up d'Arval (groupe BNP Paribas), fournisseur de solutions. À partir d'une collecte de données du conducteur telles que le kilométrage, le style de conduite, la demande de services additionnels... Artel **analyse et agrège les données** dans son **data lab**, les rend anonymes et les restitue pour **gérer au mieux la flotte de véhicules**, contrôler les risques, proposer de nouveaux services générateurs de revenus...

Le conducteur doit adhérer à la solution technologique qui lui est proposée, car c'est lui qui transmet ses données, librement, et, conformément au RGPD, doit pouvoir les effacer ou en retenir certaines.

Laimonas Belickas expose quant à lui les solutions retenues par Unicredit en Lituanie. Partant du constat que le digital est désormais omniprésent et que la **donnée** est le « **nouvel or noir** » qu'il convient d'extraire, raffiner, distribuer et monétiser, il retient quelques principes : disponibilité, simplicité, rapidité, pour la mise en œuvre et la commercialisation rapide de nouveaux produits.



LE GROUPE DE TRAVAIL DU FUTUR DE LEASEUROPE

Le groupe de travail du futur de Leaseurope réunit trois groupes de jeunes représentants de la profession chargés de présenter des pistes d'innovation pour définir le leasing de demain.

Intervention et animation : **Chris Boobyer**, Senior Partner, Invigors EMEA

Panel de la table ronde :

Vito Guerra, Leveraged Finance Specialist, Iccrea Bancalmpresa

Alex Teager, International Program Manager, SGEF

Johanna Lesell, Legal Counsel, Nordea Finance

David Walton, Commercial Manager, Hitachi Capital (UK)



- **Johanna Lesell** a présenté un projet permettant de favoriser la compensation carbone des opérations de leasing en recourant au « nudging », cette technique qui permet d'inciter à certains comportements en recourant à la préférence générale pour la facilité et le moindre effort. Dans le cas présenté, il s'agit de proposer aux clients une option facile pour une solution de compensation carbone lorsqu'ils sélectionnent le véhicule qu'ils souhaitent prendre en location. Les méthodes utilisées sont la case pré-cochée, la comparaison sociale et la mise en avant du coût de l'absence de compensation.

Cette solution a été testée auprès de différentes catégories de clientèles. Le plus grand changement de comportement à attendre viendra de la génération Z.

- Le projet présenté par **Vito Guerra** et **Alex Teager** repose sur l'utilisation de la blockchain pour la négociation des contrats de crédit-bail.

Par exemple, les caractéristiques de la blockchain devraient être très utiles pour le crédit-bail immobilier, activité dont les process sont très lourds. Ainsi, le recours à la blockchain pourrait permettre d'alléger les contrôles, raccourcir le temps de négociation et faciliter la gestion de l'immeuble une fois le contrat en place.

- **Flexibl**, le dernier projet, défendu par **David Walton**, repose sur une adaptation du montant du loyer à l'usage qui est fait de l'équipement loué. C'est l'analyse de l'historique des données d'usage qui permet de définir le modèle de calcul du montant du loyer. Ce dernier est calculé en tenant compte des données d'utilisation mesurées en temps réel. Il permet d'assurer au bailleur une rentabilité liée à l'usage qui est fait du bien : plus l'utilisation est intensive, plus le loyer est élevé, l'amortissement du capital rapide et la rentabilité bonne.

EUROFINAS LEASEUROPE

LES PLATEFORMES EN LIGNE

Intervention et animation : **Cécile André Leruste**, Banking Lead Europe, Accenture

Sur les marchés du crédit à la consommation, du financement automobile et du crédit-bail mobilier, les clients s'attendent de plus en plus à traiter en ligne avec les établissements prêteurs lorsqu'ils achètent des voitures, des biens de consommation ou du matériel d'entreprise. Idéalement, les plateformes en ligne offrent aux consommateurs et aux entreprises un parcours fluide, peu onéreux et de grande qualité.

Le panel d'experts (Cameron Krueger, Global Head of Specialty Finance, Accenture ; Peter Niesink, CEO & executive director, BOVAG ; Priit Poldoja, Chairman & Founder, Inbank ; Roberta Campanelli, General Manager, BCC Lease) ont présenté quelques exemples de plateformes afin d'échanger sur les implications concrètes pour le crédit à la consommation, le financement automobile et le crédit-bail mobilier.

L'exemple est notamment donné d'une néo-banque estonienne – Inbank, créée en 2010 qui emploie 210 personnes dans 7 pays différents et qui utilise une plateforme en ligne. La néo-banque enregistre une croissance très rapide (augmentation des ventes de 51 % pour les 9 derniers mois avec 9 millions d'euros de bénéfices réalisés). Elle a plus de 540 000 comptes/contrats actifs pour des encours de crédits atteignant

308 millions d'euros et des dépôts du public de près de 372 millions d'euros. 90 % des contrats distribués sont complètement dématérialisés et le processus de souscription des prêts automobiles se fait entièrement en ligne (de la prise de contact en passant par la vérification des pièces justificatives jusqu'à la signature du contrat). Afin d'améliorer ses résultats et répondre aux besoins de ses clients, Inbank a noué également des partenariats avec plusieurs grands acteurs présents sur le marché (coopération avec une plate-forme de vente d'automobiles en Estonie afin d'intégrer la solution de financement dans le processus d'achat du véhicule, coopération avec un opérateur de télécommunications afin d'associer la solution de financement à l'achat de l'appareil, aux services et à la facturation, coopération avec une start-up estonienne pour offrir des services de financement par abonnement pour les PME).

Leur collaboration par exemple avec le site de vente d'automobiles en ligne – auto24 – en Estonie a permis d'augmenter considérablement les ventes d'automobiles grâce au financement proposé passant de 27 millions d'euros en 2018 à 50 millions d'euros en 2019. La part de marché de Inbank en ce qui concerne les crédits à la consommation est passée de 4 % en juin 2015 à 17 % en décembre 2018.





Intervention et animation : **Mark Young**, Managing Director, Non-Bank Financial Institutions EMEA & APAC, Fitch Ratings

Panel de la table ronde :

Marc Feltesse, Plan Steering & Transformation, BNP Paribas Personal Finance

Istvan Karsai, Director of Retail Credit Management, K&H Bank and CEO, K&H Mortgage Bank

Gianluca Soma, Head of Europe & Russia, International Retail Banking, Société Générale

Les professionnels du crédit à la consommation échangent sur les principaux défis et perspectives pour les métiers du crédit à la consommation et le financement d'automobiles.

Pour Mark Young, les nouveaux défis pour la profession sont l'utilisation de l'intelligence artificielle et l'analyse des données pour améliorer l'accès aux services bancaires dans un contexte réglementaire en forte évolution qui ouvre le marché à de nouveaux acteurs moins régulés.

Gianluca Soma, Société Générale

La Société Générale est leader du financement automobile dans trois pays en Europe et en Russie avec 1,5 million de véhicules financés pour 15 Mds d'euros d'encours. Partenaire des principaux constructeurs de voitures et leurs captives financières, elle occupe la première place européenne et la deuxième mondiale en termes de gestion de flotte avec plus de 1,7 million de véhicules gérés dans 43 pays.

Selon Gianluca Soma, **on arrive probablement à la fin d'un cycle économique** : ralentissement

de la croissance en Europe dans les prochaines années, taux de croissance réduit pour les prêts à la consommation, stabilisation ou augmentation du chômage, baisse des nouvelles immatriculations de voitures, préoccupations émergentes concernant le surendettement des ménages. Dans ce contexte économique difficile, on observe plusieurs évolutions importantes pour le métier de financement de l'automobile en Europe. **Les consommateurs s'orientent davantage vers des véhicules d'occasion récents (moins de trois ans)** et non plus vers des véhicules neufs. Actuellement l'âge moyen pour devenir propriétaire d'une voiture neuve en Europe est de 52 ans. Pour 2022, la part des voitures d'occasion récente dans le total des ventes de voitures d'occasion serait estimée à 60 %. En France notamment, les financements de véhicules d'occasion récents ont enregistré une hausse de près de 10 % pour le premier semestre 2019. ▶

► En ce qui concerne les transformations technologiques et les nouvelles réglementations sur l'environnement, elles impactent surtout l'industrie automobile et moins les financeurs. Par contre les **nouvelles solutions de mobilité** (location de voiture, vélo, trottinette ou scooter en libre-service, location de voiture entre particuliers, voiture avec chauffeur, transports en commun,...) risquent de perturber davantage l'activité de financement. Mais il est important de bien mesurer le rythme des changements. Car, comme énoncé dans un célèbre adage devenu la loi d'Amara « nous avons tendance à surestimer l'incidence d'une nouvelle technologie à court terme et à la sous-estimer à long terme ».

Enfin, pour résumer, on relève trois points importants :

1. **Évolution et non révolution** : l'usage individuel reste le modèle prédominant, les solutions de mobilité sont à leur début mais leur usage peut s'accélérer. Les plus jeunes générations ont tendance à utiliser de plus en plus des voitures d'occasion récentes « presque neuves ».
2. **Digital** : par nature, le marché des voitures d'occasion est numérique, les offres de financement associées doivent également être totalement dématérialisées. Certains acteurs (concessionnaires, plateformes,) et les nouveaux entrants (e-commerce, sociétés de location) cherchent à avoir le contrôle sur le marché, l'issue restant incertaine.
3. **Parcours clients** : les nouvelles technologies et l'accès plus large aux données personnelles des clients vont contribuer à alléger leur parcours et améliorer le taux de risque pour le prêteur. Il pourrait être proposé aux clients de passer d'un prêt classique à des produits plus sophistiqués (leasing, crédit ballon associés à des services) avec un coût mensuel.



Marc Feltesse, BNP Paribas Personal Finance

BNP Paribas Personal Finance est présente dans la plupart des pays européens, la Russie, la Chine, le Brésil, l'Argentine, le Mexique ainsi que dans quelques pays en Afrique sur les secteurs du financement des particuliers, de l'automobile ainsi que la banque/assurance. Elle compte environ 27 millions de clients, et contribue fortement aux résultats du groupe BNP Paribas en réalisant près de 14 % de son chiffre d'affaires.

Pour Marc Feltesse, dans un marché en constante évolution, même si la solution pour faire face aux nouveaux défis pour la profession est la digitalisation et l'automatisation des process, l'humain doit rester au cœur du modèle économique de l'entreprise.

L'augmentation des contraintes financières et réglementaires

(normes IFRS9, nouvelle définition du défaut, exigences réglementaires plus strictes en fonds propres) dans un environnement de taux d'intérêt bas ou négatifs (les taux moyens des crédits amortissables sont en baisse dans plusieurs pays européens : Espagne, Italie, Allemagne, France) a des conséquences sur les marges de l'entreprise et sa rentabilité. Cet environnement changeant conduit également à l'augmentation des budgets attribués pour adapter les process et les systèmes d'information (6 Mds d'euros en 2019 pour BNP Paribas). La cybersécurité devient aussi une préoccupation majeure pour toutes les entreprises (en termes de coût, BNP Paribas dépense chaque année près de 400 millions d'euros contre presque rien 20 ans auparavant).

En plus d'un environnement réglementaire en constante évolution, les établissements prêteurs se retrouvent aujourd'hui face à une **nouvelle génération de clients** que sont les milleniums, nés entre 1981 et 1996 (génération Y), soit environ 1,8 Md de personnes qui représentent environ un quart de la population mondiale. À compter de 2020, il s'agira de la population la plus importante au monde. En tant que principale génération de consommateurs, elle pourrait façonner l'orientation de l'économie mondiale dans les années à venir. D'ici 2020, la génération Y devrait représenter 35 % de la main-d'œuvre mondiale et la génération Z (nés après 1996), 24 %.

Ces jeunes populations ont également **de nouvelles attentes en termes de consommation responsable** :

- le changement climatique doit être la principale préoccupation de la société selon les générations Y et Z,



- 42 % d'entre eux ont des relations avec des entreprises qui selon eux ont un impact positif sur la société ou l'environnement,
- 38 % d'entre eux ont mis fin à leurs relations avec des entreprises qui selon eux ont un impact négatif sur l'environnement.

Ces nouveaux clients sont aussi **à la recherche de transactions simples et rapides**. En effet, on constate que la part des paiements sans contact enregistrés en 2018 continue à augmenter (14 % en Allemagne, 25 % en France, 46 % au RU, 50% en Italie, 57 % en Espagne et 83 % en Pologne). Enfin, l'évolution des attentes se fait également **vers une économie de partage** (estimée à 335 Mds de \$ à l'horizon 2025).

Les nouvelles habitudes de consommation **incitent** aussi **les acteurs traditionnels** spécialisés dans le crédit à la consommation **à nouer des partenariats** avec des opérateurs de télécommunication, des néo-banques, des compagnies d'assurance. Une telle collaboration permet de mettre en commun des ressources afin de se concentrer sur le développement d'autres services à valeur ajoutée pour le consommateur. Par exemple, Uber utilise l'application Google Maps. Le service fourni par Uber aurait été trop coûteux si ce dernier avait dû développer sa propre infrastructure. Au lieu de cela, le fait d'accéder au service de géolocalisation fourni par l'un des prestataires présents sur le marché a permis à Uber de se consacrer au développement de son propre service à proposer au client. En crédit à la consommation, fournir un service de financement dans le cadre de l'application du partenaire permet d'offrir une expérience client plus fluide car le client n'a pas besoin de quitter l'application pour remplir le formulaire de demande de crédit. Dans le domaine bancaire par exemple, les néo-banques utilisent également les applications d'autres entreprises afin de proposer des services supplémentaires à leurs clients (crédit, assurance, produits d'épargne, produits d'investissement, transfert d'argent).

Pour répondre aux attentes de **parcours client fluide et rapide**, BNP Paribas Personal Finance propose un processus de souscription multicanal en moins de 20 minutes, du formulaire de demande à l'octroi du crédit. D'autres initiatives sont aussi en cours et notamment le programme à destination des personnes fragiles qui a pour objectif de détecter très en amont les situations de fragilité financière afin de trouver une solution.

D'autre part, BNP Paribas Personal Finance est dans une démarche de déploiement de conseillers virtuels qui aura pour effet d'alléger les tâches pour les autres conseillers et réduire les risques pour l'entreprise. Jusqu'en juin 2019, 180 assistants virtuels ont été déployés, en avance sur le plan de déploiement fixant la cible à 200 conseillers virtuels pour fin 2020.

La digitalisation a également pour conséquence d'améliorer l'efficacité opérationnelle de l'entreprise.

Même si la digitalisation et l'automatisation des process prennent une place de plus en plus importante, **l'humain doit rester au cœur du modèle économique de l'entreprise** car les robots et l'intelligence artificielle ont leurs limites. Une intelligence artificielle formée peut facilement surpasser un humain dans une tâche spécifique grâce à l'apprentissage automatique mais cet apprentissage nécessite l'intervention d'un humain ainsi que des contrôles réguliers. Des études montrent que l'utilisation la plus efficace de l'intelligence artificielle est en fait nécessairement combinée avec une intelligence humaine.

Par ailleurs, ce sont les clients eux-mêmes qui attachent toujours de l'importance à l'interaction humaine. Selon une étude indépendante (Younder Digital Group), 75 % des consommateurs veulent plus d'interaction humaine à l'avenir :

- 87 % d'entre eux veulent parler à quelqu'un quand ils en ont besoin,
- 84 % restent plus fidèles à une entreprise offrant plusieurs moyens pour entrer en contact avec elle,
- 69 % s'orientent vers des entreprises qui proposent de pouvoir contacter une vraie personne pour poser une question,
- 81 % veulent avoir des réponses rapides et efficaces.

En conséquence, BNP Paribas Personal Finance a décidé de parier sur une main d'œuvre qualifiée (recrutement de nouveaux profils dans le marketing digital, l'analyse des données et les nouvelles technologies) avec la mise en place d'une stratégie adaptée pour attirer ses bons profils et les garder dans l'entreprise : management agile afin de responsabiliser davantage les collaborateurs, développement de programme de formation, proximité avec les clients, en évitant au maximum les délocalisations massives.

PÉRENNISATION DU CADRE DE LA FINANCE DE DÉTAIL

Intervention et animation : **Cordula Nocke**, Head of Legal, Bankenfachverband, Chair, Legal and Policy Committee d'Eurofinas

Panel de la table ronde :

Francesco Pontiroli Gobbi, Policy Officer, DG JUST, European Commission

Maria Lúcia Leitão, Head of Banking Conduct Supervision Department, Banco de Portugal

Noémie Papp, Expert Consumer protection and Innovation, Conduct, Payment and Consumers, EBA

Francesco Pontiroli Gobbi

Le processus de révision de la directive sur le crédit aux consommateurs a été enclenché fin 2018 avec le lancement de l'évaluation de la directive de 2008. Cette étape touche maintenant à sa fin. Les équipes de la Commission ont maintenant pour tâche d'intégrer les conclusions du rapport final dans le document de travail qui sera examiné par le Comité d'examen de la réglementation fin janvier 2020 et publié en mars. Ce document ne portera que sur l'évaluation de la directive actuellement applicable et on ne peut encore préjuger des orientations qui seront prises par la Commission.

Premières conclusions de l'évaluation (qui peuvent différer du document final)

Les objectifs de la directive demeurent pertinents, mais il existe des pistes d'amélioration.

La directive a permis d'assurer un haut niveau de protection du consommateur en Europe, notamment grâce au droit de rétractation ou au remboursement anticipé, qui sont considérés comme très bénéfiques pour le consommateur. En revanche, elle n'a pas eu d'impact significatif sur l'offre de crédit transfrontière, dont le faible niveau s'explique par des facteurs structurels, et son application effective doit être améliorée. Les réponses reçues à la consultation montrent que dans 26 pays sur 28, la directive a été surtransposée. Enfin, ces retours indiquent également qu'il est nécessaire de la modifier en vue de tenir compte des changements constatés sur le marché.



Champ d'application

Il apparaît que le champ d'application actuel de la directive n'est plus entièrement adapté aux besoins du consommateur et qu'il convient de l'élargir et de mieux le définir. Les définitions de prêteur et d'intermédiaire de crédit devraient également être clarifiées.

En particulier, il faut noter la dangerosité de certains produits qui sont actuellement en dehors du champ de la directive. C'est le cas en particulier des crédits de moins de 200 euros, des contrats de location, des crédits gratuits et des découverts.

Information

Les prêteurs fournissent l'information requise aux stades précontractuel et contractuel, même s'il semble y avoir des interrogations quant au meilleur moment de remise de cette information.

Toutefois, certains points ont été relevés :

- les exigences en termes d'information sont considérées comme très contraignantes par les professionnels et comme partiellement inefficaces par les consommateurs du fait de leur lourdeur,
- la digitalisation influence la façon dont l'information est délivrée et le comportement des consommateurs, qui préfèrent des processus rapides et fluides,
- la qualité de l'information, plus que la quantité, est considérée comme importante pour la bonne compréhension du consommateur et la possibilité qui lui est laissée de faire des comparaisons.

Analyse de solvabilité

Les prêteurs respectent en général l'obligation d'analyse de la solvabilité. Des doutes demeurent cependant quant à l'efficacité des dispositions de la directive en matière de lutte contre le surendettement.

Les pratiques de marché sont parfois orientées vers une analyse de solvabilité insuffisante, permettant à des consommateurs fragiles d'accéder à des crédits risqués. Par ailleurs, les termes de la directive sur l'analyse de solvabilité ont été diversement interprétés dans les États membres, ce qui conduit à des disparités dans les approches nationales.

Maria Lúcia Leitão

Le crédit à la consommation au Portugal a de larges implications sociales et économiques (augmentation de la production mensuelle moyenne de 34 % entre 2010 et 2018). Il est strictement encadré au Portugal, qui est le premier pays à avoir transposé la directive sur le crédit aux consommateurs.

Ainsi, tous les fournisseurs de crédit à la consommation sont sous la supervision de la Banque du Portugal. Les taux des crédits doivent respecter des plafonds qui sont révisés tous les trimestres. L'analyse de la solvabilité de l'emprunteur est encadrée par des règles relatives à la pertinence et au caractère adapté du prêt, avec des critères dépendant du niveau de revenu de l'emprunteur. La gestion des impayés et la publicité sont également strictement réglementées.

La Banque centrale utilise différents outils de contrôle (inspections sur place, gestion des réclamations) et elle a un pouvoir de sanction qui lui permet de lancer des procédures administratives et d'infliger des amendes.

Depuis janvier 2018, les intermédiaires de crédit sont dans le champ de la supervision de la Banque du Portugal. Leur part dans la production de crédit à la consommation est en augmentation constante : elle est passée de 32 % du total des crédits distribués en 2013 à 46 % en 2018. En moyenne, chaque établissement prêteur travaille avec 247 intermédiaires.

La Banque est en charge de l'agrément et de l'enregistrement de ces derniers, dont l'activité est soumise à un ensemble de règles (compétence professionnelle, rémunération...).

Enfin, **la Banque du Portugal a mis en place un dispositif de veille et de surveillance des crédits accordés par voie digitale** : depuis début 2018, les établissements prêteurs doivent lui communiquer préalablement à la mise sur le marché d'un produit en ligne toute information relative à la méthode de vente et aux caractéristiques du produit afin que la banque soit en mesure de s'assurer du respect de la réglementation :

- respect de la neutralité technologique (absence de case pré-cochée, défilement obligatoire etc.) ;
- facilité d'exercice du droit de rétractation.

Au-delà de ces vérifications, la digitalisation apporte de nouveaux défis au superviseur. Des algorithmes fondés sur l'intelligence artificielle sont développés par les établissements qui utilisent également des sources alternatives de données (réseaux sociaux) pour cibler les emprunteurs potentiels et leur proposer une offre personnalisée. Le développement de nouveaux entrants comme les FinTech peut également remettre en cause le cadre réglementaire.

Le crédit à la consommation devient un sujet clé de l'agenda des organisations internationales (Commission européenne, OCDE). Le crédit responsable est la priorité du réseau FinCoNet qui depuis 2017, a dédié ses réflexions aux défis que représente la digitalisation du crédit à la consommation.



► Noémie Papp

En matière de protection du consommateur, l'actuel mandat de l'EBA couvre l'ensemble des directives sectorielles applicables aux services financiers de détail, en particulier le crédit aux consommateurs, le crédit immobilier et les services de paiement.

Suite à la revue des autorités de supervision européennes, l'EBA aura, à compter de début 2020, un **rôle renforcé dans la lutte contre le blanchiment et la protection du consommateur**. Le principe de proportionnalité qui s'applique dans la mise en œuvre de la convergence réglementaire tient compte de la taille, de la nature et de la complexité des risques inhérents à l'activité de l'établissement.

La directive sur le crédit aux consommateurs était déjà dans le champ de l'EBA dès lors que les prêteurs étaient des établissements de crédit. Avec la réforme des autorités, ce sont tous les prêteurs quel que soit leur statut qui sont soumis au contrôle de l'EBA. Cette dernière, dans le contexte de révision de la directive, n'a pas le projet d'émettre de nouvelles normes dans les années à venir.

Cela ne concerne toutefois pas les **lignes directrices sur l'octroi et la surveillance des crédits**, en cours de discussion, qui rapprochent les aspects prudentiels et de protection du consommateur dans la perspective de l'analyse de solvabilité.

TECHNOLOGIE AU SERVICE DE L'EFFICACITÉ EN MATIÈRE DE CONFORMITÉ

Intervention et animation : **Dirk Siegel**, Deloitte, Partner & Leader Blockchain Institute

Panel de la table ronde :

Charlotte Stril, Quicksign, Business Development Manager

Alex Gillespie, Experian, Head of consulting

Eurofinas a organisé une session passionnante sur la manière dont les nouvelles technologies s'intègrent aux **exigences de conformité**, pour simplifier la relation entre les établissements et leurs prospects et clients.

Charlotte Stril a évoqué la **simplification de l'enrôlement des clients** (*client on boarding*) permise par la digitalisation. Selon elle, tout a pu commencer avec l'autorisation de l'usage à grande échelle de la **signature électronique** depuis 2016 au sein de l'Union européenne. Elle a conduit à une simplification considérable des processus d'identification/authentification et de *scoring* pour les demandes de crédit digitalisées. Selon elle, aujourd'hui, bien que les réglementations en vigueur et les exigences propres aux établissements imposent de nombreux contrôles et la fourniture de multiples données, un **parcours client digitalisé est rapide et simple**. Par exemple, avec seulement une adresse



e-mail, les « moteurs technologiques » sous-jacents, invisibles pour le demandeur, savent aller collecter les données nécessaires à un *scoring*. Au Royaume-Uni, cette collecte de données passe de plus en plus par les agrégateurs de compte dont le développement a été très rapide. Certains d'entre eux proposent même aux établissements de crédit une offre de données pré-packagées pour un *scoring*.

Alex Gillespie a démontré, à travers une vidéo, la **puissance de la biométrie** associée à l'**intelligence artificielle** (IA) pour les processus d'identification/authentification. Un client muni de son passeport effectue les étapes successives de photos et vidéos qu'un parcours digital lui propose. À l'issue du processus, qui dure quelques secondes, l'IA a vérifié que la pièce d'identité est valide, et que le client est bien la même personne que celle de la photo...

Dirk Siegel a pour sa part présenté les promesses de la technologie **blockchain** pour les processus d'authentification, cruciaux pour la lutte contre le blanchiment et le financement du terrorisme. Une **blockchain** (registre sécurisé et partagé) pourrait recueillir les **attestations d'authenticité d'identité délivrées par une autorité agréée** (par exemple

FranceConnect), et la rendre accessible en ligne à tous. Mais il a également souligné le chemin restant à parcourir avant que les établissements de crédit utilisent pleinement les solutions reposant sur l'IA, en raison des exigences croissantes - et justifiées - des superviseurs quant à « **l'auditabilité et l'explicabilité** » de leurs résultats.

Les participants se sont félicités des améliorations des relations clients/établissements de crédit rendues possibles par le développement de l'IA et des innovations technologiques, qui se diffusent rapidement dans le secteur financier. Mais ils sont convenus que la convergence de la simplification des parcours clients et des exigences de conformité et de sécurité est un défi permanent.

