

Congrès Eurofinas/Leaseurope Venise 2018

Source : Extrait de la lettre N° 199 de l'ASF (Association Française des Sociétés Financières)

<https://www.asf-france.com/wp-content/uploads/2020/04/201812-La-Lettre-de-l-ASF-179.pdf>

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



écrit par



*Harmonie Benedetti,
Responsable Communication et Relations Institutionnelles*



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



*Petya Nikolova,
Chargée d'études*



*Cyril Robin,
Chargé d'études*



CONGRÈS CONJOINT EUROFINAS/LEASEUROPE

Venise 2018

C'est, à Venise, en Italie, qu'a eu lieu, les 4 et 5 octobre 2018, la 21^{ème} édition du congrès annuel organisé conjointement par Eurofinas et Leaseurope.

Au cœur de la *Serenissima* et à proximité de ses multiples et inestimables joyaux, le congrès a réuni 450 professionnels venant de 36 pays, majoritairement européens. Des directeurs généraux des associations des États-Unis, du Canada et d'Australie étaient également présents pour l'occasion. Les participants étaient pour 2/3 des professionnels du leasing et pour 1/3 du crédit à la consommation.

Le congrès était organisé en 11 sessions parallèles, permettant aux associations qui sont à la fois membres d'Eurofinas et de Leaseurope de suivre l'ensemble des débats. C'est le cas de l'ASF, qui est une des rares associations nationales regroupant l'ensemble des financements spécialisés au sein d'une seule association.

Une cinquantaine d'intervenants ont animé conférences et débats avec des échanges très concrets sur les bonnes pratiques et les succès rencontrés grâce à des politiques marketing audacieuses et des innovations réussies. L'occasion également de se tourner vers l'avenir avec les grands enjeux et les défis qui attendent les acteurs du leasing et du crédit à la consommation dans les années à venir, notamment en termes de transition digitale et d'intelligence artificielle. En ouverture, les interventions d'Oscar Farinetti, créateur de l'enseigne Eataly spécialisée dans la gastronomie italienne et à l'essor mondial, ainsi que la mathématicienne Sylvija Serez, spécialiste reconnue dans les processus de transformation numérique à grande échelle, ont permis d'apporter un éclairage original et audacieux sur ce qu'est un projet réussi.

Le congrès a enfin été l'occasion pour les participants de se rencontrer et échanger en partageant des moments de convivialité dans un cadre exceptionnel, au bord du Grand Canal.

Un grand merci aux organisateurs de cette 21^{ème} édition très réussie !



LEASEUROPE



LE LEASING EN EUROPE ET AU-DELÀ : SITUATION ET PERSPECTIVES

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

Panel de la table ronde : **Robert Gordon**, CEO, Hitachi Capital, **Massimo Macciocchi**, Head of Leasing, Banca IFIS Impresa, **Alexander Mikhaylov**, CEO, Europlan, **David T. Schaefer**, CEO, Mintaka Financial & Orion First Financial and ELFA's Chair (US Leasing Association), **Miranda Stokkingreef**, CEO, ABN Amro Asset Based Finance

La présentation des statistiques du leasing 2017 par Peter-Jan Bentein ouvre la discussion aux membres du panel qui apportent des commentaires spécifiques pour illustrer certaines caractéristiques géographiques ou expliciter un secteur d'activité.

Sur l'année 2017, au niveau mondial, l'Europe reste dans le trio de tête avec 384 milliards d'euros de production (+9%) derrière la Chine et devant les États-Unis (248 milliards d'euros, +4%). Vient ensuite

le Japon (38 milliards d'euros, -3,0%) qui précède le Canada (26 milliards d'euros, +18%), l'Australie (6 milliards d'euros, -10%) et le Brésil (2 milliards d'euros, -1%). Le panel se félicite de la bonne tenue du marché mondial du leasing.

En Europe, sur un total de 384 milliards d'euros de production en 2017 (+9,4%), le leasing immobilier représente 14,7 milliards d'euros (-3,5%), tandis que le leasing mobilier atteint 369,4 milliards d'euros (+10,1%).

D'une manière générale, l'activité du leasing est restée très stable par rapport à 2016 en maintenant un niveau relativement élevé dans une large majorité des pays européens. Ainsi, **le taux de croissance annuel des opérations de leasing entre 2017/2016 atteint 9,4%** (le même niveau que sur la période 2015/2014), contre 10,3% sur la période 2016/2015. De fortes différences s'observent néanmoins selon les pays. **Les pays plus performants sont la Lituanie, la Russie et la Grèce qui affichent un taux de croissance supérieur à 20%.**

Viennent ensuite la Norvège, la Suède, la Lettonie, la Hongrie, l'Italie et le Portugal avec un taux de croissance compris entre 10 et 20% de même que la Pologne et l'Espagne pour la troisième année consécutive.

Hormis le Danemark et la Suisse, dont le taux de croissance est compris entre 0 et 5%, **le reste des pays européens du champ de l'étude Leaseurope, dont la France, se situent dans la tranche de progression de 5 à 10%.**

À l'exception de la Belgique dont le taux de croissance est négatif, **le point fort en 2017 est que la quasi-totalité des pays du champ de l'étude Leaseurope, affichent une activité en progression.**

Pour l'année 2018, le taux de croissance sur le premier semestre 2018 atteint +6,8% (contre +10,4% en 2017), et la répartition des pays par tranche de croissance est très homogène.

Pour les États-Unis, le marché se caractérise par un fort dynamisme soutenu par l'entrée de capitaux pour le financement d'investissements. Les marges tendent à se resserrer, mais le taux de défaut reste bas et les marges et retours sur capitaux propres sont bons.

Les membres du panel confirment aussi la croissance et les bons résultats de l'année 2017 en Europe, de même que ceux du premier semestre 2018. La croissance en Russie provient directement de la demande du marché, élément positif de robustesse qui incite les établissements à accompagner les clients, avec des marges élevées. En Belgique et aux Pays-Bas, la demande des clients croît, les prix restent sous pression, mais l'ensemble conduit à une augmentation du taux de pénétration du leasing, notamment aux Pays-Bas. En Italie, le marché est étonnant et incertain en raison de la nécessité pour les TPE-PME de procéder au renouvellement d'équipements ou à de nouveaux investissements (retard accumulé). Le soutien à l'investissement découle également des incitations gouvernementales, notamment en faveur du « digital ».

En termes de types d'actifs financés, en 2017 la part du secteur automobile confirme son leadership avec près de 70% 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%. **Le leasing immobilier demeure à un niveau modeste, aux alentours de 4% (contre 5% en 2016).**



Pour le panel, la situation du secteur automobile est très différente selon les pays. En Russie, le marché est dynamique avec une forte poussée des financements bancaires (40%) et une part plus modeste pour le leasing (9%). Le taux de pénétration reste bien orienté. La question posée en Russie est celle de savoir s'il faut rouler à l'électrique ou au gaz, notamment à des températures atteignant régulièrement -10° à -30° C. Au Royaume-Uni, le marché automobile s'interroge sur l'opportunité d'investir ou non dans les véhicules électriques et doit composer avec un doublement des taxes et la fermeture d'entreprises en raison du Brexit qui retarde également les investissements des entreprises dans leurs flottes.

En termes de types d'actifs financés, en 2017 la part du secteur automobile confirme son leadership avec près de 70% du total des actifs.

Globalement, le taux de pénétration du leasing mobilier en Europe s'établit à 27% en 2017 (+1 point par rapport à 2016) et renoue 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 le Royaume-Uni, le Danemark, la Suède, la Norvège, la Pologne, l'Estonie, la Lettonie et la Lituanie. Le taux de pénétration au Portugal et en Hollande oscille entre 25 et 30%. Le taux de pénétration en Allemagne, Belgique, Slovaquie et Finlande 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 2017 concernant les PME dans l'Union européenne, avec **22%, le leasing arrive en tête des produits financiers demandés par les PME**, devant les crédits commerciaux (18%) et les lignes de crédits et découverts (19%) ou encore les crédits bancaires moyen terme (18%). 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 **25% et 24%** contre respectivement 18% et 20%). Le **niveau d'utilisation du leasing est encore plus élevé pour les "PME à forte croissance" (+35%)**.

En termes de classement des acteurs du leasing en Europe, deux établissements français montent cette année encore sur les deux premières marches du podium, respectivement Société Générale (ALD Automotive inclus), avec 19,14 milliards d'euros de production, et BNP Paribas Leasing Solutions (Arval inclus), avec 18,26 milliards d'euros de production. Avec 5,17 milliards d'euros de production, Crédit Agricole Leasing & Factoring gagne une place et occupe désormais le neuvième rang du top 10.

La forte concentration du marché du leasing ne se dément pas puisque le Top 10 représente 64% du marché (-1 point par rapport à 2016) et que le Top 20 recouvre 80% du marché (-4 points par rapport à 2015).

En termes de **canal de distribution du leasing**, la vente directe reste la forme la plus utilisée par les établissements, devant les « vendor programs » et les réseaux bancaires. **Les « vendor programs » restent bien le canal qui génère le plus de production** devant la vente directe et les réseaux bancaires. Pour rester leader, les « vendor programs » doivent veiller à **se moderniser et utiliser les nouvelles technologies pour l'entrée en contact** avec les clients. Ces derniers comparent sur Internet et peuvent directement interroger le canal bancaire, les « vendors », etc. Une réactivité insuffisante peut faire perdre un client. Les établissements disposent également **d'informations considérables sur les actifs et leur utilisation par les clients. Ces données peuvent aussi être utiles et mises à disposition des « vendors »**.

Sur la base d'une sélection d'indices de Leaseurope, l'évolution entre 2016 et 2017 montre que **le taux de profitabilité a baissé (de 44% à 39,7%)**, que **le ratio coût sur revenu a progressé (de 45,9% à 46,9%)** et que **le coût du risque a baissé (de 0,22% à 0,20%)**. Les données relatives aux 2 premiers trimestres 2018 confirment ces ordres de grandeur.

Interrogés en juin 2018 sur leur vision et la confiance dans le marché pour les six mois à venir, les dirigeants d'établissements tablaient notamment sur une progression positive des volumes, une stabilité des créances douteuses et une croissance relativement positive du résultat net.

Enfin, les sujets d'attention sur lesquels se poursuivent les efforts des équipes concernent toujours le « **leasing comme service** », la **titrisation**, la **digitalisation**, le **mouvement vers un environnement durable**, l'**économie circulaire**, la **robotique** et l'**intelligence artificielle**.

QUEL DEGRÉ DE DIGITALISATION DU LEASING?

Leaseurope a interrogé les acteurs européens du leasing pour connaître leur degré d'utilisation d'interfaces numériques en pratique.

Les membres du panel affichent leur **optimisme** et confirment que **le processus est en cours**. Ces premiers résultats doivent s'apprécier notamment au regard des investissements engagés (et de ceux à venir) et des secteurs qui sont plus ou moins « digitalisables ».

Lessors' full or partial use of digital interface for client interactions - value of new contracts granted in 2017, %



* When excluding outliers, average percentage of respondents falls from 15% to 5% (** from 20% to 7%).

Fully digital -an online interface used directly by the end-customer and at a distance from the origination to the signing of the contract between this customer and the leasing provider (lessor). Partially digital -any part, but not all, of the contract is conducted online/on digital channel (e.g. first contact with the customer/ signing of the contract, etc.).

Source: Leaseurope 2017 Ranking Survey of Top European Leasing Companies

RELEVER LES DÉFIS D'AUJOURD'HUI POUR PRÉPARER DEMAIN

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

Panel de la table ronde : **Massimiliano Archiapatti**, General Manager, Hertz Italie & President of ANIASA, **Andreas Kufferath**, Senior Vice President, Engineering Powertrain Technologies, Robert Bosch GmbH, **Brit Schönenberger**, Managing Director, Schönenberger Advisory Services

Actuellement, les métiers du financement automobile et de la location sont confrontés à des enjeux importants :

- **l'avenir des motorisations thermiques** et notamment du diesel fait débat après le « Dieselgate » ;
- **des nouveaux concepts de mobilité** font leur apparition, bouleversant les codes et les usages des consommateurs.

Dans ce contexte en mutation, des technologies nouvelles voient le jour et apportent des solutions aux professionnels : l'utilisation de plateformes pour développer la mobilité en tant que service et l'essor de la Blockchain, notamment pour améliorer la gestion des flottes de véhicules et l'autopartage. Offrant des possibilités multiples, le marché de la Blockchain appliquée à l'automobile devrait exploser dans les années à venir : Bis Research lui prédit une **croissance de plus de 65 %** par an jusqu'en 2026.



UNE GESTION EFFICACE DU LEASING ET DES OPÉRATIONS DE LOCATION AUTOMOBILE

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

Panel de la table ronde : **Hans-Joachim Dörr**, Managing Director, Group Financial Services, Trumpf, **David Niedzielski**, Founder & Managing Director, Finstreet, **Pascal Layan**, COO, Head of International Business Lines, BNP Paribas Leasing Solutions, **Khaled Shahbo**, UK Managing Director, Entreprise Rent-a-car

Globalement, les établissements évoluent dans un environnement de marge sous pression et de réduction des coûts. Certains, comme les captives, doivent également parvenir à s'insérer dans l'organisation générale de leur groupe et faire comprendre leurs enjeux par des collaborateurs impliqués dans la production des produits. Dans ce contexte où l'enjeu majeur est de savoir s'adapter pour ne pas disparaître, les professionnels de la table ronde évoquent différents **leviers susceptibles de parvenir à une gestion plus efficace.**

Une gestion efficace doit avant tout s'attacher à répondre aux attentes des clients et des partenaires. L'essentiel est aujourd'hui de placer au centre des réflexions l'efficacité opérationnelle, c'est-à-dire **faire de son établissement celui avec lequel il est le plus facile de travailler.** Cette simplicité passe par un **parcours clients et partenaires facilité** grâce notamment à des processus digitalisés. Sans être exclusives, **les raisons de la digitalisation doivent être claires** : réduction des coûts ou amélioration de la connaissance et de l'expérience client au bénéfice de l'établissement et de ses partenaires. Quel qu'il soit, il faut s'assurer que le processus de digitalisation engagé profite à l'établissement.

Parvenir à une gestion efficace nécessite également de s'interroger sur l'**optimisation de l'organisation de la structure et le renouvellement des méthodes collaboratives** tant internes qu'externes (avec les partenaires, notamment les « vendors »). Le développement d'une **plateforme unique (agrémentée d'outils de robotique et d'intelligence artificielle) accessible aux clients, aux partenaires**

vendeurs et même aux concurrents, pour les plus avancés, participe de cette efficacité. Cet outil encourage les interactions, améliore la circulation d'informations, favorise la réactivité et accroît la connaissance client au service de l'ensemble des parties prenantes. **Cet exercice difficile d'une plateforme unique crée de nouveaux enjeux sensibles** comme la protection de sa clientèle, la personnalisation de son offre pour maintenir sa différenciation et la confiance envers ses partenaires et ses concurrents.

Le partage des coûts croissants des investissements **technologiques** et de ceux inhérents à la **réglementation** (paiement en ligne, signature électronique, RGPD, cybersécurité, etc.) invite aux **rapprochements et aux partenariats** tant au sein des différentes activités d'un groupe qu'avec des concurrents. L'enjeu du partage des coûts est alors de savoir protéger sa propre stratégie. L'efficacité requiert aussi d'**avoir une vision d'anticipation et d'ouverture d'esprit** qui demande de rester en permanence ouvert aux expériences d'autres entreprises évoluant dans d'autres secteurs.



UNE GESTION EFFICACE DU CAPITAL

Intervention et animation de **Enrico Duranti**, CEO, Iccrea Bancalmpresa & Assilea Chairman

Panel de la table ronde : **Tony Mallin**, Executive Chairman & Managing Partner, Star Capital, **Paolo Conti**, Senior Vice-President & Head of Asset Backed Securities, DBRS, **Hans van Beek**, Head of Investor Relations, ALD Automotive

Les participants confirment que le leasing est un **type de financement intéressant** pour les investisseurs, notamment en raison de sa bonne rentabilité et d'un niveau de **risque très bien maîtrisé car bien ajusté aux caractéristiques des PME**. Ce positionnement spécifique des établissements de crédit-bail est l'un des éléments attractifs pour les investisseurs.

Cet élément favorable est conforté par l'ensemble des données métiers qui sont bien orientées.

Toutefois, une **amélioration dans la communication de ces informations auprès des investisseurs (pédagogie)** pourrait enrichir leurs connaissances des produits locatifs et les inciter à accroître le niveau de leurs investissements dans le métier du leasing. Des améliorations précises pourraient notamment consister à **familiariser les analystes avec le traitement des valeurs résiduelles**, à **expliquer la re-commercialisation** des équipements et, tout particulièrement, à **rassurer sur le devenir des véhicules diesel**, véritable obsession des marchés.



LE GROUPE DE TRAVAIL DU FUTUR DE LEASEUROPE

Intervention de **Chris Boobyer**, Senior Partner, Invigors EMEA

Fort du succès des éditions précédentes, le Board de Leaseurope a reconduit en 2017 l'expérience de son « future group » destiné à faire émerger des projets susceptibles de dynamiser les méthodes commerciales, de communication et de gestion

des établissements. Ainsi, trois groupes de jeunes talents ont présenté leur projet « perturbateur » dont l'objectif est d'intégrer dans les processus des établissements des innovations, afin de bousculer les méthodes traditionnelles.

COMMENT ATTIRER ET RETENIR LES MILLENNIALS¹ ?

Alessia Lombardo, Katrine Nilsen, Cathy Lee, Philip Symons

Si les « millennials », issus de la génération Internet et de l'enseignement supérieur, ne savent pas ce qu'ils feront du reste de leur vie, ils ont appris très tôt à savoir ce qu'ils veulent, à décider et à agir. Ainsi, ils envisagent des carrières de 4 ans et non une de 40. Avides d'apprendre, ils refusent de s'ennuyer (sinon ils changent de job) et attendent que leurs futurs employeurs leur confient des missions qu'ils mèneront à bien de bout en bout, comme des entrepreneurs, en autonomie suffisante. Dans le même temps, ils recherchent l'appui d'un mentor pour les guider et les inspirer.

Pour les attirer : ouvrir les portes, transmettre les valeurs, communiquer la passion du travail, aider à l'intégration dans l'organisation, expliquer comment le futur de l'établissement répond aux attentes et à l'avenir des « millennials », développer des événements et des programmes de détection et de recrutement ciblés « millennials » pour disposer des managers de demain.

Pour les retenir : faire confiance et savoir fidéliser.

UNE FLOTTE [AUTOMOBILE] INTELLIGENTE

Intervention de **Julia Marien**, Deutsche Leasing AG, **Massimo Buttazzi**, Raiffeisen Leasing, **Nick van Summeren**, ABN AMRO Lease, **Grant Vinten**, Santander, **Christoph Fumfack**, BNP Paribas

Le projet met l'accent sur la nécessité pour les établissements de disposer d'une politique automobile interne qui constitue l'un des instruments essentiels pour une gestion de flotte efficace. Elle permet de bien identifier et répondre à différents impératifs environnementaux, d'image de l'établissement, de réduction de coûts ou enfin d'objectifs comme la motivation des collaborateurs.

La voie préconisée porte sur le développement d'interfaces numériques permettant de compiler et capitaliser sur les informations internes dont l'établissement dispose sur sa clientèle ainsi que sur les données de marché (offres ou organisations concurrentes) susceptibles d'être réunies et exploitées.

L'ASSISTANT COMMERCIAL NUMÉRIQUE

Intervention de **Bernd Rathkamp**, Société Générale Equipment Finance, **Hannah Lynskey**, Investec, **Grant Marrow**, ING Bank, **Ugo Mauro**, BCC Lease, **Ferhat Dal**, Garanti Leasing

Dans la même veine que le projet précédent, l'objectif tend à démontrer que la digitalisation et l'automatisation de certains processus peuvent améliorer de manière sensible les gains de productivité et de réactivité. Dans le cas présenté, l'intégration d'outils de reconnaissance automatique de la parole², de Chatbot³ et de l'automatisation robotisée des processus⁴ dans une application sur

smartphone pourraient conduire à un gain de temps potentiel de près de 40% pour une journée de travail quotidienne (rendez-vous clientèle, planification, préparation et envoi des offres, évaluation crédit, rédaction des contrats, traitement administratif des suites des rendez-vous). Ces modèles sont bien entendu destinés à être explorés et appliqués au plus grand nombre de processus dans les établissements.

¹Définition généralement partagée (en 2018) : jeune, âgé de 22 à 37 ans, ultra connecté, diplômé de l'enseignement supérieur, adepte de l'économie collaborative et sensible aux enjeux environnementaux.

²Speech-to-text.

³Un ChatBot est un « agent conversationnel » ou « robot logiciel », c'est-à-dire un programme capable de dialoguer avec un individu ou consommateur par le biais d'un service de conversations automatisées.

⁴L'automatisation robotisée des processus, ou RPA (Robotic Process Automation), consiste à mettre en œuvre des « robots logiciels » pour automatiser au maximum les tâches fastidieuses et sans valeur ajoutée d'interaction des utilisateurs de postes de travail informatique avec les différentes applications du système d'information (re-saisies ou copier-coller de données d'une fenêtre à une autre, comparaisons ou vérification des informations issues de deux applications, etc.).



EUROFINAS

CRÉDIT À LA CONSOMMATION : ÉTAT DES LIEUX ET PERSPECTIVES DE DÉVELOPPEMENT

Alain Van Groenendael, Président d'Eurofinas et Président de BNP Paribas Personal Finance

La session est introduite par **Umberto Filotto**, Secrétaire général d'Assofin, qui fait un point sur les derniers chiffres d'Eurofinas en matière de crédit à la consommation. Au deuxième trimestre 2018, on observe une hausse sensible de la production de nouveaux crédits à la consommation partout en Europe (+11,2% par rapport à la même période de l'année précédente). Tous les types de crédits sont concernés (prêts auto : +14,4%, prêts personnels/crédits renouvelables/crédits affectés : +9,8%).

REPENSER LES FINANCEMENTS AUX CONSOMMATEURS

Ramon Billordo, Directeur du crédit à la consommation (hors auto), Banque Santander

Le comportement des consommateurs a changé et de plus en plus de ventes se font sur internet (9% en Europe, en hausse de 55% depuis 2013). De nouveaux entrants sur le marché ont fait leur apparition (Amazon, Lendo, Paypal, Check24,...). Les sites de comparaison sont de plus en plus nombreux et tirent les prix vers le bas. Les modèles traditionnels de prêt deviennent obsolètes et les achats sur des sites étrangers de plus en plus fréquents (6,5% des achats sur Amazon.de sont faits par des Autrichiens,...). Les GAFAs lancent également leur gamme de services financiers (amazonpayments avec 33 millions

d'utilisateurs, amazoncash pour les comptes de dépôts, amazonlending avec 3Mds \$ de prêts distribués aux petites entreprises depuis 2011). Amazon se lance aussi sur le marché des assurances. Le marché des crédits à la consommation pourrait être le suivant.

Dans ce contexte, les entreprises sont amenées à se réinventer. De cela témoigne le rapprochement entre Apple et la banque d'investissement Goldman Sachs qui se sont associés pour créer une carte de crédit commune portant la marque d'Apple Pay.

LE CRÉDIT AUTO ET LES DÉFIS D'UNE MOBILITÉ ALTERNATIVE

Intervention de **Giacomo Carelli**, Directeur général de FCA Bank

Giacomo Carelli dresse un bilan des évolutions observées ces dernières années dans le milieu de l'automobile. On note une forte prépondérance de la location : pour la période 2017-2018, le rapport contrats de location vs crédit classique est de 2,5 à 1.

De nouveaux produits sont à l'étude. En 2019, Fiat proposera notamment à ses clients un contrat de location avec un tarif ajusté à l'utilisation réelle du véhicule (plus de forfait kilométrique).

Des nouvelles solutions technologiques permettront, dans un avenir proche, d'améliorer l'utilisation des

données du véhicule. En ce qui concerne l'activité de financement, les points suivants sont relevés :

- les données de conduite seront analysées pour proposer des offres aux clients en temps réel,
- le client recevra des propositions fondées sur l'observation de son style de conduite,
- grâce à l'utilisation d'une connectivité avancée et des systèmes de paiement, le client pourra commander des produits sélectionnés de l'intérieur de sa voiture.

Les offres incluront non seulement le véhicule mais également l'infrastructure énergétique nécessaire (batterie, chargeur pour la maison, assistance routière,...).

COMMENT NUMÉRISER LE PARCOURS CLIENT SUR PLUSIEURS PAYS ?

Intervention de **Jean-Charles Lagache**,
Directeur des opérations de BNP Paribas Personal Finance



BNP Paribas Personal Finance est une filiale du groupe bancaire international BNP Paribas présent dans 73 pays. À fin 2017, BNP Paribas Personal Finance gérait 70,7 Mds € d'encours avec un bénéfice net avant impôts de 1,6 Mds €. Créé en 1953, BNP Paribas Personal Finance est reconnu comme un leader du marché du crédit à la consommation en Europe. Implanté dans près de 30 pays, l'établissement emploie 20 000 salariés et dispose d'un portefeuille de 27 millions de clients.

Jean-Charles Lagache fait les constats suivants :

- les canaux numériques pour les prêts et les cartes de crédit deviennent primordiaux en Europe,
- les messageries instantanées sont de plus en plus utilisées par les consommateurs (31% Facebook

et 84% WhatsApp en Allemagne, 13% Facebook et 97% WhatsApp en Espagne, 32% Facebook et 81% WhatsApp en Italie et 18% Facebook et 14% WhatsApp en France).

- les process dans les établissements financiers sont digitalisés à 70% (80% de décisions automatiques, environ 50% de signature électronique, plus de 75% de relevés électroniques).
- une automatisation robotisée des processus est en cours (RPA – Robotic Process Automation)⁵ : solution lancée dans 10 pays en un an, a permis d'industrialiser 170 000 tâches par mois. Ces nouvelles solutions permettent notamment d'automatiser les processus de financement et de calcul sur les analyses de solvabilité et de permettre la mise à jour des comptes clients.

⁵RPA consiste à mettre en œuvre des « robots logiciels » pour automatiser au maximum des tâches fastidieuses et sans valeur ajoutée. Cette démarche de robotisation permet de libérer de 15% à 30% du temps de l'utilisateur, qui pourra dès lors être plus utilement consacré à des actions présentant une vraie valeur pour l'entreprise et améliorant la qualité du service rendu à ses clients.

NON PERFORMING LOANS

Panel de la table ronde : **Marcin Czugan**, KPK, **Francesco Barelli Terrizzi**, MBCredit Solutions, **Joao Leandro**, CACF, **Alessandro Scorsone**, KRUK Group, **Christian Thun**, European DataWarehouse

IMPACT DES MODIFICATIONS PRÉVUES SUR L'ACTIVITÉ DES ÉTABLISSEMENTS SPÉCIALISÉS

Les prêts non performants (NPL) représentaient en Europe un encours de 800 milliards d'euros début 2018. Les institutions européennes (Commission, BCE et EBA) ont lancé une série d'initiatives de nature législative et réglementaire en vue de limiter la part de ces prêts dans les encours et d'en faciliter la gestion. Ces initiatives auront toutes de lourdes conséquences sur l'activité des prêteurs et la protection des emprunteurs.

L'objectif des autorités européennes est de renforcer le système bancaire :

- en durcissant les contraintes prudentielles pesant sur les NPL ;
- en permettant le développement du marché secondaire de ces prêts de façon à ce qu'ils ne viennent plus obérer la capacité des banques à prêter ;
- en aidant ces dernières à gérer leurs NPL grâce notamment à la mise en place d'une sûreté permettant le recouvrement extrajudiciaire des prêts aux entreprises.

Les instruments utilisés sont de différente nature :

- modification du règlement CRR définissant le taux de couverture minimum alloué aux NPL (qui pourrait atteindre 100% de l'exposition si elle est non garantie et classée en NPL pendant deux ans) ;
- proposition de directive sur le développement du marché secondaire avec la mise en place de nouveaux statuts pour les entités chargées de gérer les crédits ou de les acheter ainsi que d'une sûreté accélérée ;
- consultations EBA (seuils à partir desquels le taux de NPL est considéré comme élevé, obligations de transparence, etc.).

Les changements envisagés vont avoir un lourd impact sur l'activité des établissements :

- le coût du provisionnement de 100% des nouveaux NPL après deux ans est disproportionné. À titre d'exemple, en France, chez la plupart des acteurs spécialisés en crédit à la consommation, 20% des sommes perçues en recouvrement le sont après deux ans. Le surcoût du provisionnement serait en moyenne de 30%, sans amélioration corrélative des process de recouvrement ;
- les nouvelles règles iront à l'encontre des solutions imposées par l'IFRS9 qui reposent sur un provisionnement statistique fondé sur le risque.

L'accès au crédit sera également touché par l'approche standardisée retenue par les régulateurs. Les établissements devront durcir leurs règles d'octroi, en demandant plus de garanties. Leur analyse de solvabilité sera rendue moins sophistiquée, car elle reposera plus sur la garantie que sur une estimation personnalisée du risque. On peut craindre de ce fait un moindre accès au financement, au niveau européen, pour des projets risqués et innovants.

S'il conduit à la vente d'encours à des entités non régulées et soumises à des objectifs de court terme, le développement du marché secondaire des NPL, favorisé par la réglementation, sera défavorable aux consommateurs. Les établissements prêteurs, par opposition, ont une politique de gestion de leurs NPL fondée sur une analyse des capacités de remboursement de long terme. La réforme aura inévitablement pour effet de raccourcir la phase de recouvrement.

Il est important que l'approche du régulateur soit adaptée aux différents types d'expositions. En matière de crédit à la consommation, une approche pragmatique serait plus efficace tant pour la gestion des NPL que pour la protection du consommateur.

MARCHÉ SECONDAIRE DES NPL : L'EXEMPLE ITALIEN

Si la part des prêts non performants a baissé en Italie, elle reste quand même à un niveau élevé. Le marché des NPL est très fragmenté : il existe de grandes différences entre les différents types de marchés, en fonction de la taille et de la fréquence des transactions.

On distingue ainsi :

- les transactions ponctuelles, qui en termes de taille se situent aux deux extrêmes : transactions systémiques (plus de 5 milliards d'euros), impliquant des acteurs nationaux d'une part, et les petites transactions d'autre part (moins de 100 millions d'euros);



Joao Leandro, CACF

- les transactions récurrentes se situent entre ces deux extrêmes. Les cédants sont soit des banques nationales ou régionales, soit des établissements spécialisés.

Le défi du marché italien est qu'il ne peut faire l'objet d'une approche standardisée : chacun des quatre marchés a ses acteurs, sa dynamique concurrentielle et sa politique d'investissement. Le prix des transactions est influencé par la qualité de la documentation disponible, les procédures d'appels d'offres et la maturité des crédits cédés.

DSP2 NOUVEAUX DÉFIS ET PERSPECTIVES



Très impactante pour les institutions financières et leurs prestataires, la directive sur les services de paiement (DSP2) est entrée en vigueur le 13 janvier 2018.

Intervention de **Amanda Hulme**, Responsable des questions de régulation financière chez Addleshaw Goddard

DES NOUVEAUX SERVICES DE PAIEMENT

La directive sur les services de paiement (DSP2), applicable depuis le 13 janvier 2018, crée de nouvelles activités régulées que sont le service d'agrégation de comptes et le service d'initiation de paiement. Elle impose un accès gratuit aux données

des comptes de paiement des clients, dans le cadre de ces deux activités. La directive fait aussi peser sur le teneur de compte la responsabilité en cas de fraude, quelle qu'en soit l'origine.

DOSSIER SPÉCIAL

► Définitions issues de la directive sur les services de paiement (DSP2) :

« *service d'initiation de paiement* » : un service consistant à initier un ordre de paiement à la demande de l'utilisateur de services de paiement concernant un compte de paiement détenu auprès d'un autre prestataire de services de paiement;

« *service d'information sur les comptes* » : un service en ligne consistant à fournir des informations consolidées concernant un ou plusieurs comptes de paiement détenus par l'utilisateur de services de paiement soit auprès d'un autre prestataire de services de paiement, soit auprès de plus d'un prestataire de services de paiement (agrégateur).

On note également que la DSP2 a confié à l'Autorité bancaire européenne (ABE) le soin de définir des normes techniques réglementaires concernant l'authentification forte du client et la communication sécurisée entre les prestataires de services de paiement (entrée en vigueur prévue au plus tard le 14 septembre 2019).

COMMENT ÇA MARCHE ?

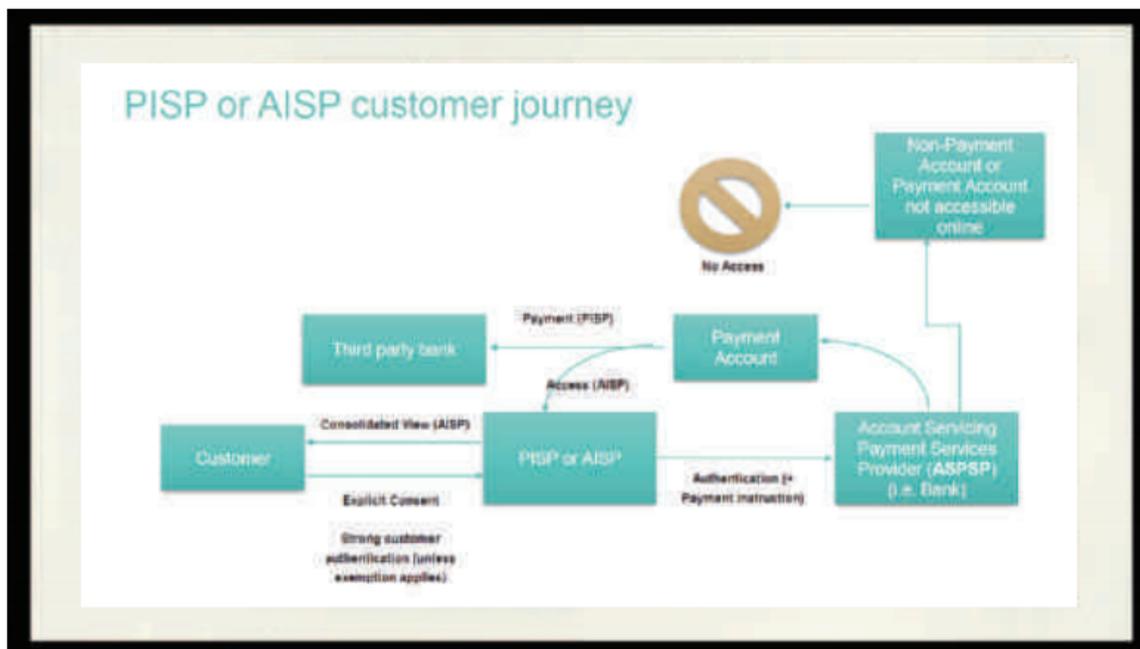
Tous les comptes de paiement ne sont pas concernés, seuls sont visés les comptes de paiement accessibles en ligne.

Les nouveaux prestataires doivent obtenir l'accord explicite du client pour accéder à ses comptes et ce par rapport à la finalité demandée :

- le consentement RGPD ne serait pas suffisant,
- les données ne peuvent pas être utilisées par un agrégateur de comptes pour une autre finalité que celle répondant à la définition du service d'information sur les comptes prévue par la directive,
- les agrégateurs de comptes ne peuvent pas non plus avoir accès ou conserver des données pour d'autres finalités que celles prévues par la directive et ne peuvent pas détenir des fonds.

Les solutions techniques choisies pour permettre l'accès aux comptes de paiement par les agrégateurs (AISP) et les initiateurs de paiement (PISP) au sein de l'Union européenne doivent être conformes aux normes techniques réglementaires (RTS) qui prévoient que :

- les identifiants personnels ne doivent pas être accessibles à des tiers et doivent être transmis par un canal sécurisé,
- pour chaque transmission d'information, les nouveaux prestataires doivent s'identifier auprès de l'établissement teneur de compte, en conformité avec les standards techniques,
- la procédure d'authentification utilisée par les établissements teneurs de comptes, doit être accessible aussi aux nouveaux prestataires,
- les teneurs de compte ont le choix de mettre en place des « interfaces dédiées » standardisées, ouvertes et sécurisées (API) pour l'accès aux comptes de paiement par les agrégateurs et les initiateurs de paiement ou adapter le « web scraping » (l'utilisation par les agrégateurs et initiateurs de paiement des identifiants et des mots de passe des clients) dans le respect des standards techniques.



Source : Extrait de la présentation d'Amenda Hulme

CAS D'OPEN BANKING AU ROYAUME-UNI

- Les 9 plus grandes banques au Royaume-Uni (HSBC, Barclays plc, Lloyds Banking Group plc, Santander, Danske Bank, RBS, Bank of Ireland, Nationwide et AIBG) sont tenues par la loi anglaise de mettre en place les solutions techniques ouvrant l'accès à certaines données bancaires à partir de janvier 2019.
- Pour garantir la sécurité des données, il existe plusieurs modèles différents déjà développés dans d'autres pays : solution partagée - une interface de type API (Application Programming Interface) qui permet de faire communiquer entre elles deux applications - et solution dissociée avec l'utilisation par la banque d'une application dédiée.
- Le Royaume-Uni pousse les prestataires à utiliser des solutions sécurisées et interopérables.
- À ce stade, les difficultés pratiques rencontrées portent sur les délais pour obtenir une exemption pour éviter de développer une interface dédiée et une solution de secours.

Le mécanisme de consentement est fondé sur la réorientation et l'authentification :

- l'utilisateur se connecte à l'application du prestataire de services de paiement,
- l'agrégateur de compte réoriente l'utilisateur sur le portail en ligne mis en place par l'établissement teneur de compte et le prestataire de services de paiement,
- l'utilisateur entre ses codes confidentiels pour l'agrégateur et il est authentifié,
- à partir de ce moment, l'agrégateur peut accéder aux données relatives aux comptes de paiement pendant une période de 90 jours (à l'expiration de ce délai, l'utilisateur doit être à nouveau authentifié),
- pendant cette période de 90 jours, l'agrégateur peut accéder aux informations sans que l'utilisateur soit obligé de se connecter sur l'application et ce jusqu'à 4 fois par jour au maximum (à ce stade),
- au contraire, dans le cas d'un service d'initiation de paiement, le consommateur doit être redirigé et authentifié à **chaque fois** qu'il veut initier un paiement.

La DSP2 permettra notamment aux banques de détenir des informations enrichies sur leurs clients :

- plus d'informations financières pourraient aider les prêteurs pour l'évaluation de la solvabilité de leurs clients et diminuer le besoin d'avoir un historique papier ;
- des renseignements réguliers sur la situation financière du consommateur pourraient permettre d'identifier des points sensibles et aider le prêteur à proposer des solutions adaptées à son client pour éviter ou gérer les retards de paiement;
- le prestataire pourrait proposer des « bons plans » pour le consommateur notamment en matière d'épargne.

Un autre sujet important concerne l'authentification forte du consommateur, obligatoire à partir du 14 septembre 2019, pour les opérations de paiement en ligne.

L'authentification forte, ou authentification à deux critères, combine l'utilisation de deux éléments parmi les trois catégories : quelque chose que le client **sait** (par exemple mot de passe,...), quelque chose que le client **a** (ordinateur, téléphone mobile), quelque chose que le client **est** (empreinte digitale, voix,...).



Intervention de **Tommaso Gamaleri**, Président Directeur général de Younited credit, Italie

Tommaso Gamaleri commence par présenter sa société. Une des plus importantes plateformes de crédit en ligne en Europe continentale (900M€ de crédits distribués depuis décembre 2011), Younited Credit est aussi un établissement de crédit contrôlé par l'ACPR et l'AMF. Présente dans 3 pays (France, Italie et Espagne), Younited Credit distribue des crédits, mais collecte également des dépôts et

propose de gérer des investissements pour le compte d'investisseurs professionnels ou des institutionnels.

Pour Younited Credit, la DSP2 permet au prêteur de prendre de meilleures décisions plus rapidement grâce à un accès simple et automatique à plus de données bancaires.

Impacts de la DSP2 sur le process de souscription des crédits ?

Aujourd'hui, Younited Credit suit la procédure suivante :

- Younited Credit demande au client ses relevés bancaires,
- le client les scanne et les envoie,
- l'analyste de crédit renseigne manuellement l'outil informatique interne avec les informations reçues,
- la décision d'octroyer ou pas le crédit se fonde sur l'information disponible.

La directive DSP2 permet les évolutions suivantes :

- le client donne accès à son(ses) compte(s) bancaire(s),
- Younited Credit collecte les données bancaires et les insère automatiquement dans son outil informatique interne de gestion des portefeuilles,
- la décision d'octroyer ou pas le crédit est établie sur la base de l'information disponible.

Ce nouveau process a l'avantage d'être rapide, simple et automatique avec un seul bémol : la confiance des consommateurs quant au traitement de leurs données personnelles.

Pour illustrer ses propos, Tommaso Gamaleri présente quelques chiffres. En France, Younited Credit a accès aux comptes bancaires de tous ses clients, ce qui a permis de réduire les délais de traitement de 15%.

En Espagne, par exemple, où la signature du contrat se fait en ligne, la nouvelle procédure a aussi permis de considérablement améliorer les délais (24 heures lorsque le client scanne ses documents, contre 8 minutes pour une analyse automatique des données).



ETUDE EUROFINAS/ROLAND BERGER SUR « LE CRÉDIT À LA CONSOMMATION DE DEMAIN »

Près de 90 établissements de 12 pays différents ont participé à cette étude, ce qui représente plus du quart du marché européen en termes d'encours. L'échantillon couvre tous les types de sociétés (captives automobiles, banques de détail,...) avec une forte présence des établissements spécialisés en crédit à la consommation.

Les cadres dirigeants des sociétés ont été interrogés sur plusieurs grands thèmes : évolution de la production et des marges par type de produits, évolution de la structure du marché avec l'entrée de nouveaux acteurs, impact de la réglementation (RGPD, DSP2,...), nouveaux canaux de distribution et digitalisation des opérations.

S'agissant de la question de savoir si les futurs volumes de production se feraient au détriment des marges des sociétés (sur la période de 2018 à 2021), les personnes interrogées sont plutôt optimistes quant aux prêts personnels et aux crédits renouvelables, et moins au sujet des crédits auto. 95% des établissements qui ont répondu croient que les volumes de crédit à la consommation vont augmenter entre 2018 et 2021 et 50% que les marges vont se réduire sur la même période.

D'autre part, la montée en puissance des agrégateurs n'est pas considérée comme une menace par la majorité des répondants. Les établissements s'attendent à un marché plus compétitif pour tous les types de produits et plus particulièrement pour

le prêt personnel (+87%) et 50 % des établissements qui ont répondu pensent que la part de marché des plateformes en ligne (comparateurs, courtiers,...) dépassera 30% pour les prêts personnels en 2021.

Comme en 2015 (première édition de cette étude), 90% des établissements interrogés considèrent que la digitalisation et le big data seront très impactants pour leurs métiers. On constate toutefois que la digitalisation se développe moins vite que ce qui était attendu en 2015. Malgré ce constat, les personnes interrogées continuent à anticiper une progression rapide (63% des répondants pensent qu'en 2021 plus de 40% des contrats seront totalement dématérialisés), à l'exception des banques de détail qui sont plus réservées dans leurs prévisions.

Par ailleurs, 66% des répondants considèrent qu'en matière de prêt personnel, le contact physique sera toujours nécessaire en 2021 (vs 78% en 2018).

Enfin, on note que les établissements interrogés évaluent de façon négative l'impact qu'aurait le Règlement européen sur la protection des données (RGPD) sur leur volume d'activité, alors que les réactions sont plus positives quant à la directive sur les services de paiement (DSP2).