

# ***Le financement de la consommation*** **Nouvelles opportunités et** **initiatives dans un monde en** **mouvement**

**Séminaire Fimasys du 3 juin 2009**

**Version du mardi 2 juin 2009**

*Référence du document : Athling\_Fimasys\_090602\_App.ppt*

# Le cadre de la réforme du crédit à la consommation

1. Le crédit est **utile** et **nécessaire** à la vie des ménages.

2. Le Gouvernement souhaite **réformer profondément** le crédit à la consommation pour **développer l'accès au crédit mais à un crédit plus responsable**.

Cette réforme vise à prévoir des garde-fous à l'entrée dans le crédit pour un crédit plus responsable et à mieux accompagner les personnes qui connaissent des difficultés d'endettement.

## Des date clés

- **11 DECEMBRE 2008** > Christine LAGARDE et Martin HIRSCH reçoivent, des parlementaires pour lancer la réforme du crédit à la consommation et de l'accompagnement du surendettement..
- **16 MARS 2009** > Six mois après avoir lancé les travaux de préparation du projet de loi, Christine LAGARDE présente une vaste réforme du crédit à la consommation.
- **23 MARS 2009** > Publication des résultats de la concertation des associations de consommateurs.
- **22 AVRIL 2009** > Adoption du projet de loi en Conseil des ministres.
- **FIN DU PRINTEMPS, DEBUT DE L'ETE** > Examen du projet de loi du Gouvernement par le parlement.
- Entrée en vigueur des dispositions > **MI 2010**

# Les principales mesures de la réforme

- Le passage de 21.500€ à 75.000€
- Délai de rétractation : porté de 7 à 14 jours
- Publicité : mention légale obligatoire sur toutes les publicités "un crédit vous engage et doit être remboursé"
- Commissions de surendettement : 3 mois au lieu de 6 pour décider de la recevabilité des dossiers de surendettement, décision de rééchelonnements et effacements d'intérêts par les commissions
- **Crédit renouvelable : chaque échéance de crédit renouvelable comprend obligatoirement un amortissement minimum du capital restant dû**
- **Rachats de crédit : définition de règles spécifiques applicables aux opérations de rachats de crédits**
- Commission bancaire : contrôle de la commercialisation des crédits

# Des points qui font débat ou qui restent à creuser

- **Les taux d'usure**
- **Les cartes de fidélité et les cartes bancaires débit / crédit**
- **L'éducation financière des consommateurs**
- **La prévention du surendettement**
- **... et le fichier positif**

# Les constats du rapport réalisé par Athling Management sur le crédit renouvelable pour le Comité consultatif du secteur financier (CCSF)

**Séminaire Fimasys du 3 juin 2009**

**Version du mardi 2 juin 2009**

*Référence du document : Athling\_Fimasys\_090602\_App.ppt*

# L'ensemble des acteurs concernés a été associé aux travaux

- **Plus de 150 entretiens ou sessions de travail ont été menés en trois mois et demi. 72 entités différentes ont été consultées :**
  - **23 établissements de crédit**, soit plus de 97% du marché total du crédit renouvelable en France,
  - **12 associations de consommateurs et associations humanitaires**,
  - **22 entreprises du Commerce et de la Distribution**,
  - **15 organismes représentant les pouvoirs publics, les syndicats des établissements de crédit, des élus.**
- **Les études qualitatives et quantitatives ont été réalisées à partir de deux questionnaires détaillés et de documents récupérés auprès des prêteurs :**
  - **Un questionnaire** qui précisait les termes de référence de l'étude et qui a permis de collecter les documents communiqués par les prêteurs.
  - **Un questionnaire détaillé** qui a permis de collecter l'ensemble des données d'activité des prêteurs.
  - Une étude **de 28 supports publicitaires** (presse TV), **de 22 offres préalables de crédit**, **de 45 processus** de demandes de crédit renouvelable, et **de 18 relevés mensuels**

# 4 constats ressortaient des entretiens préparatoires

## Les 4 constats partagés...

- Une forte attente d'informations sur les pratiques notamment sur des données de marché
- Une communication Client **très (trop) dense** dans un cadre législatif "contraint"
- **La perte de contrôle** progressive d'un produit dont l'ingénierie financière devient **de plus en plus complexe**
- Une volonté partagée d'un crédit responsable

## ... c'est-à-dire...

- > Beaucoup de questions autour des taux pratiqués et de l'économie générale du crédit renouvelable (type de clientèle, marges)
- > Des supports (publicité, offre préalable) **peu accessibles** en première lecture
- > Une législation très présente en amont. Mais, le client final est-il vraiment "maître" de son crédit ?  
**Sait-il le piloter ?**

# Le nombre de comptes de crédit renouvelable en France à fin 2007

## *Une définition du crédit renouvelable*

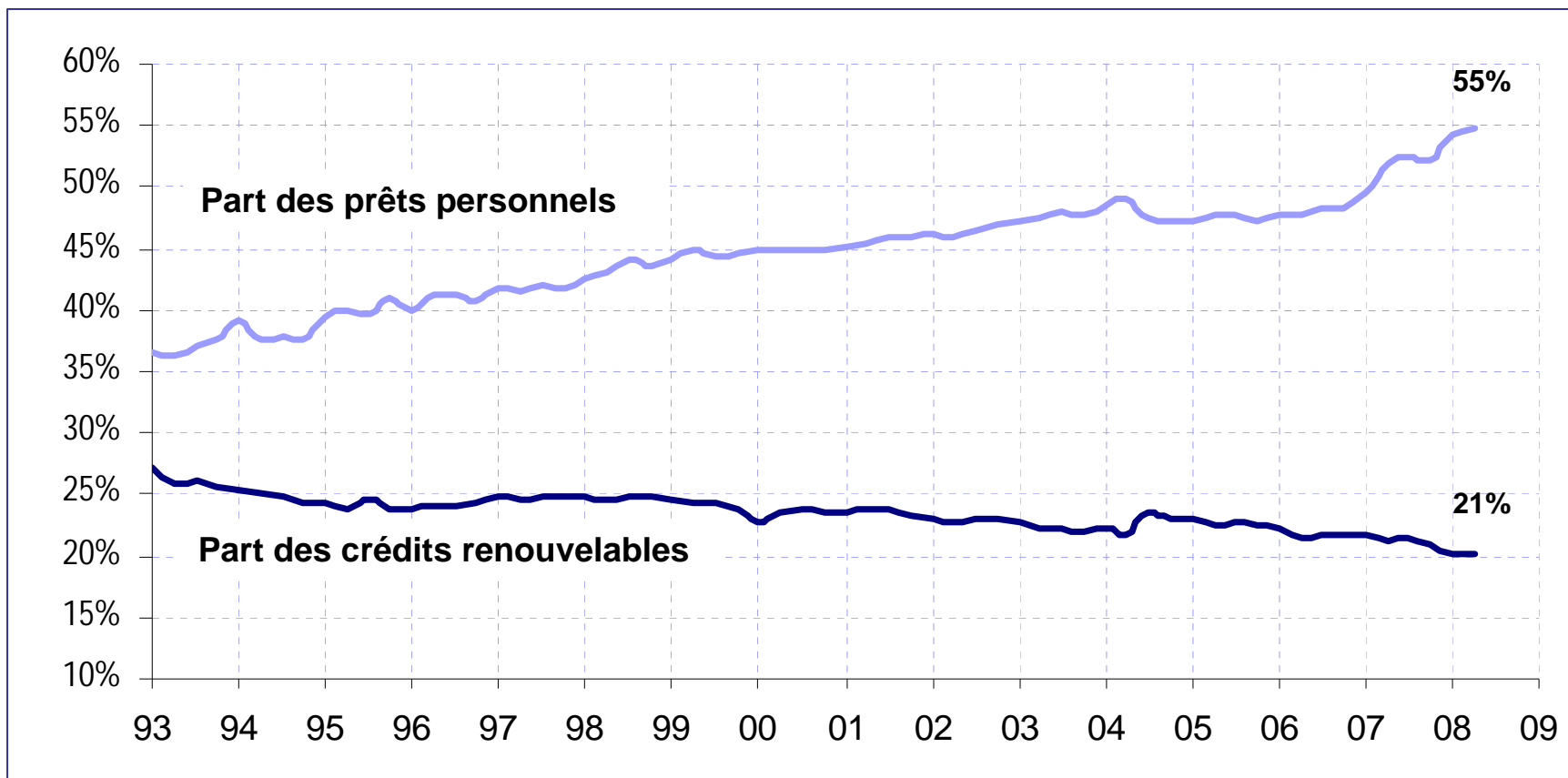
*"Le crédit renouvelable est un crédit à la consommation mis à la disposition de l'emprunteur et qui se renouvelle, dans la limite du plafond fixé, au fil des remboursements."*

- **43,2 millions** de comptes de crédit renouvelable.
- **20 millions** de comptes de crédit renouvelable actifs.
- **8 à 9% des ménages français** déclarent rembourser un crédit renouvelable.
- **86%** des comptes de crédit renouvelable ouverts en 2007 sont **associés à une carte**. Notons la montée en puissance des cartes bancaires avec le développement récent des offres des banques.
- **68%** des comptes de crédit renouvelable **ouverts depuis plus de 3 ans**.
- La loi Chatel a conduit à **la fermeture** en 2007 de **2,5 millions** de comptes de crédit renouvelable inactifs depuis plus de 3 ans.

# Le crédit renouvelable : un produit en perte de vitesse

> Banque de France, Commission bancaire, Calcul Asterès

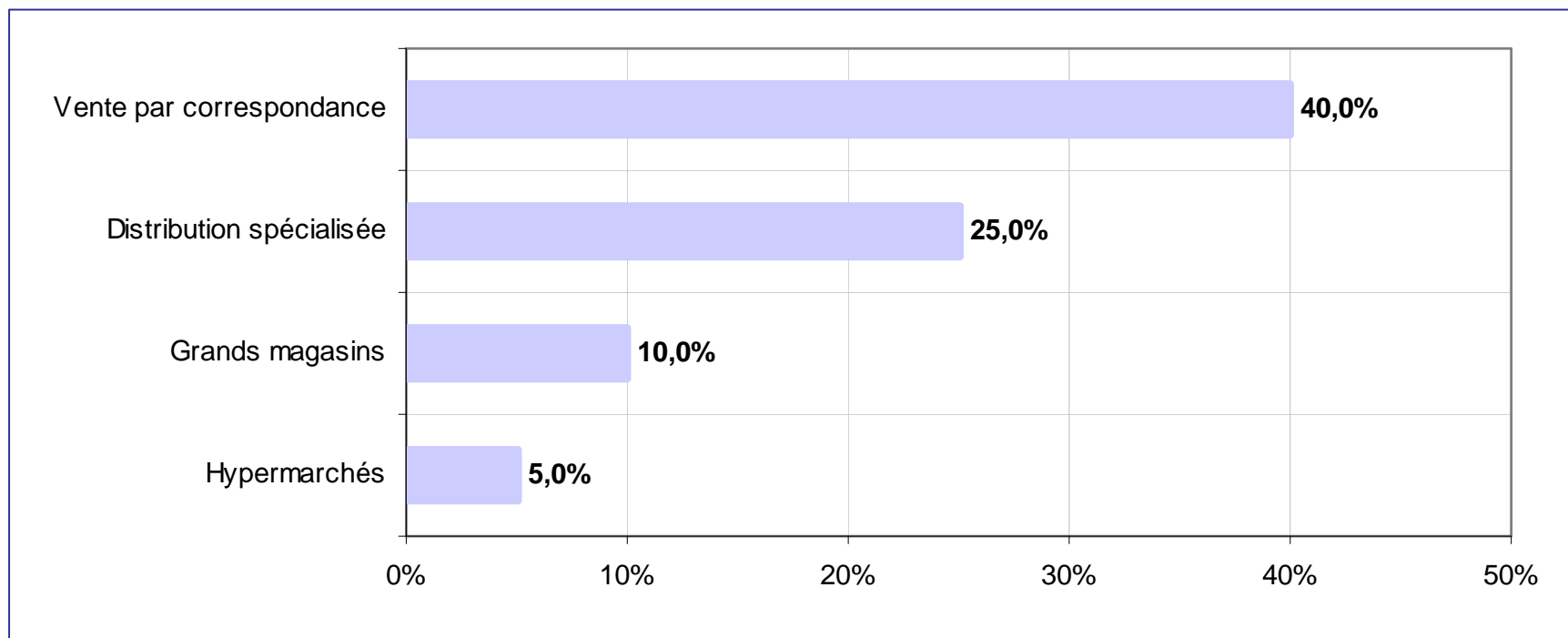
**Encours bruts à fin 2007 = 32,7 Mds€**  
**Production 2007 = 20,1 Mds€**



# L'importance du crédit renouvelable pour certains secteurs d'activité (en % du chiffre d'affaires)

> Chiffres 2007

> Sources : Entreprises du Commerce et de la Distribution, Etablissements de crédit



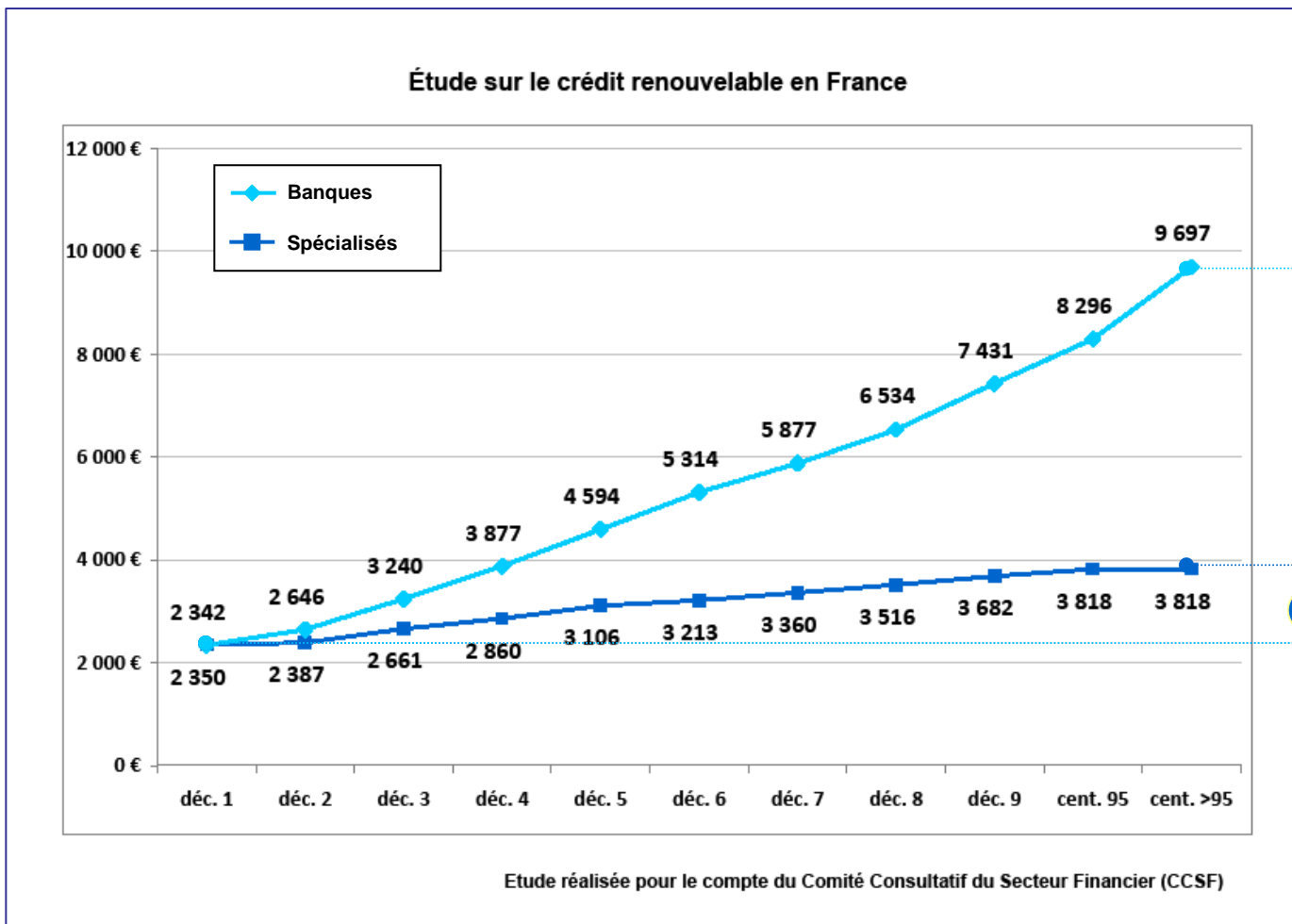
- **54%** des comptes de crédit renouvelables ouverts en 2007 l'ont été **sur le lieu de vente.**

# L'utilisation des crédits renouvelables en 2007

- **52% des plafonds accordés** sont inférieurs à 1 500 €
- **81% des tirages** sont inférieurs à 250 €
- **L'encours moyen** est de 1 500 €
- **Le taux d'ouverture** de comptes de crédit renouvelable par rapport aux demandes est de **55%**.

# Les plafonds accordés en 2007 par type d'établissement

> Chiffres 2007  
 > Analyses Athling Management, IR = 53%



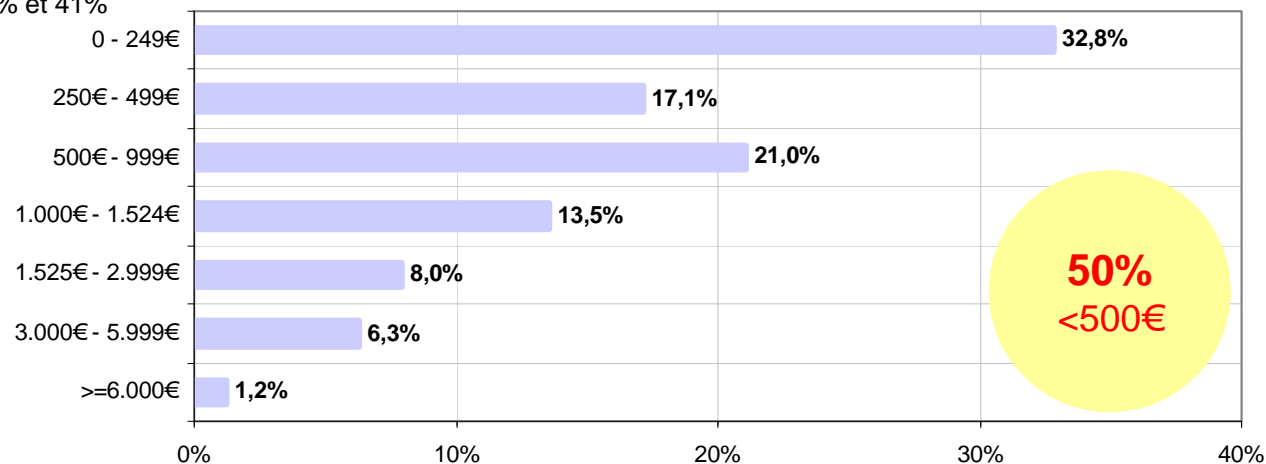
# Les utilisations en 2007 par tranche de montant

> Chiffres 2007

> Analyses Athling Management, IR = 79% et 41%

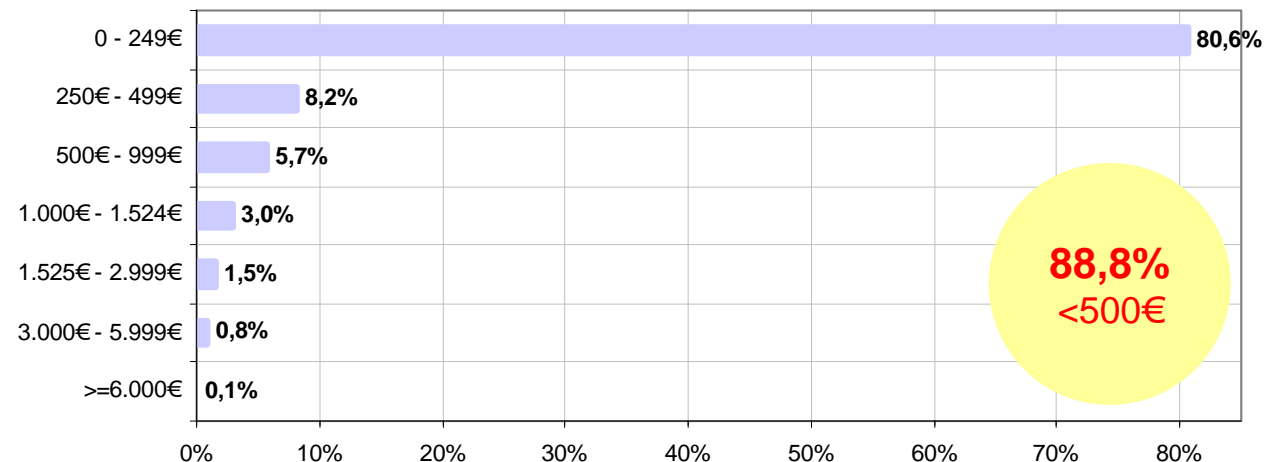
1

Les premières utilisations en 2007



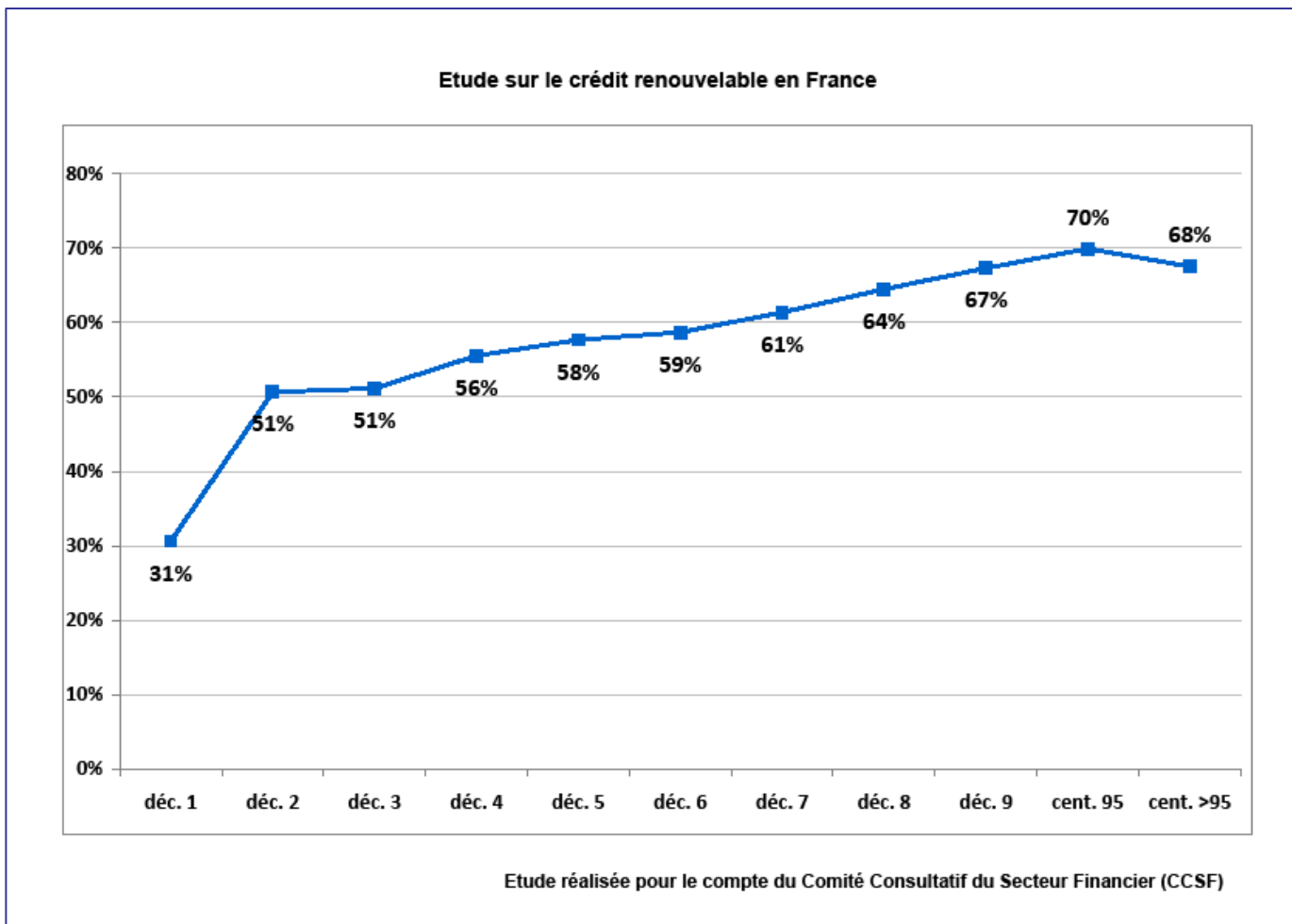
2

Les utilisations en 2007



# Les taux d'ouverture de comptes de crédit renouvelable par rapport aux demandes répartis selon le niveau de revenu

- > Chiffres 2007
- > Analyses Athling Management, IR = 71%



# Les taux d'intérêt en 2007

## *Les taux d'intérêt contractuels*

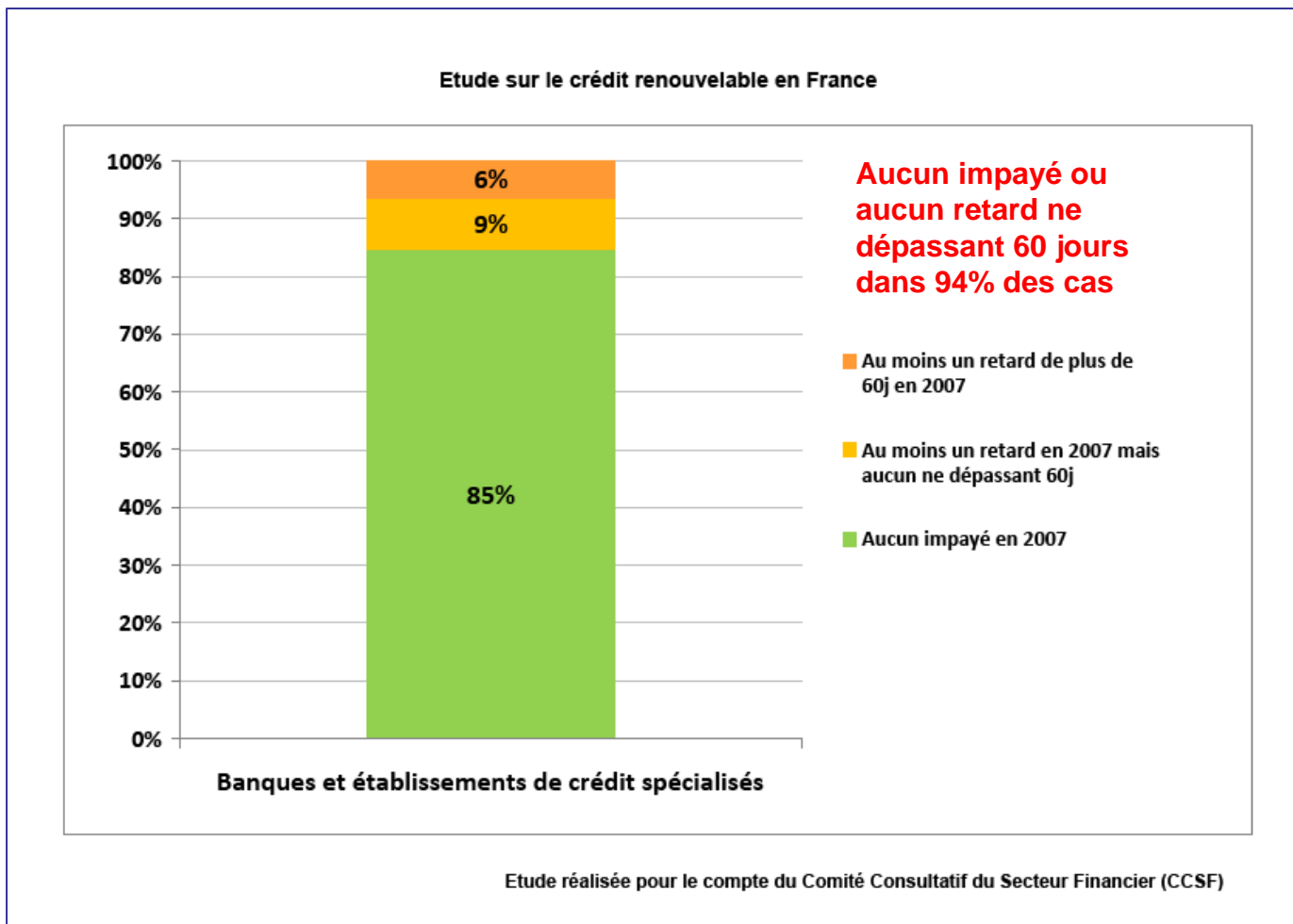
- **43%** des taux d'intérêt contractuels sont supérieurs à 19%
- **46%** des taux d'intérêt contractuels sont compris entre 16 et 19%
- **11%** des taux d'intérêt contractuels sont inférieurs à 16%

## *Les taux d'intérêt moyens facturés*

- Taux d'intérêt moyens facturés en 2007
  - Banques : **14,80%**
  - Etablissements de crédit spécialisés : **15,92%**

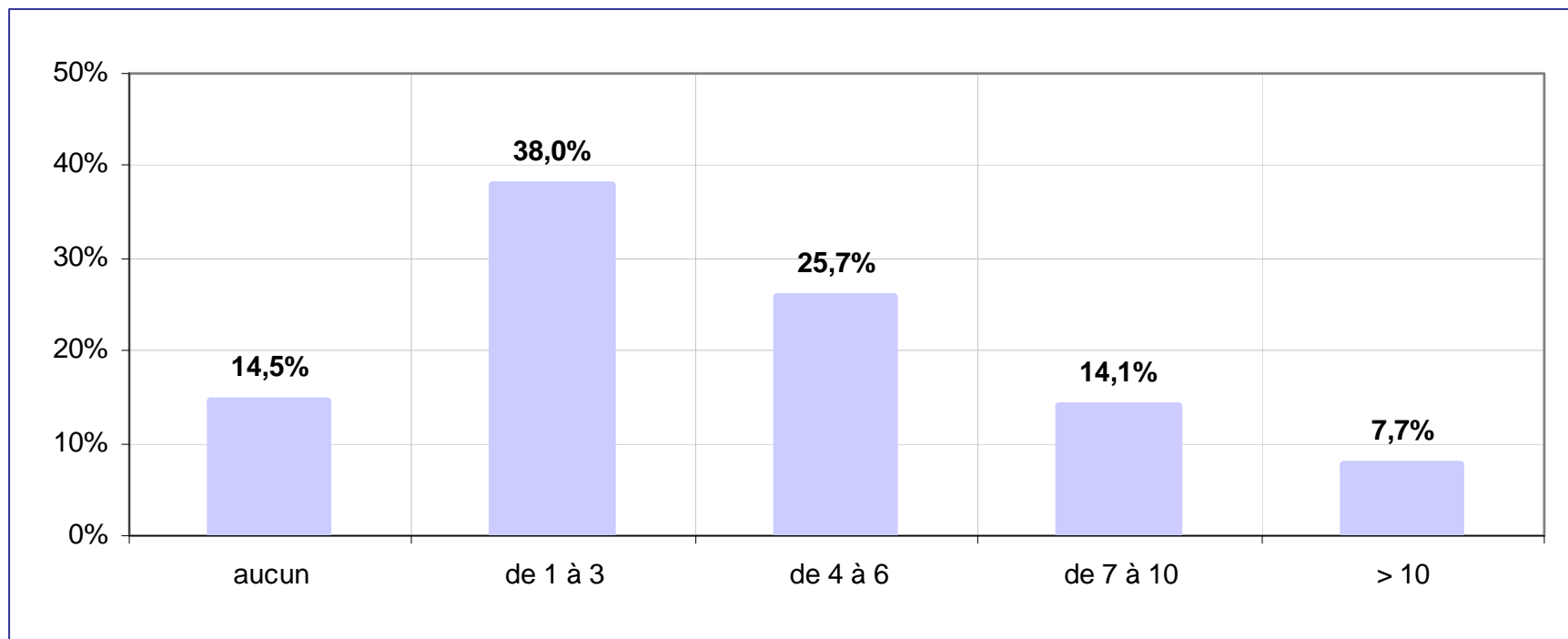
# Les impayés sur les comptes de crédit renouvelable en 2007

- > Chiffres 2007
- > Analyses Athling Management, IR = 43%



# Le nombre de comptes de crédit renouvelable par dossier de surendettement

> Chiffres 2007  
> Banque de France



- Une moyenne de **5 comptes de crédit renouvelable par dossier de surendettement.**

# La publicité : des pratiques trop agressives sur certains supports

- **La réglementation est respectée** : les mentions légales sont présentes.
- **Des termes différents utilisés pour désigner des notions identiques.**
- **Peu d'informations sur le fonctionnement du crédit renouvelable.**
- **Possibilité très réduite de comparer sur un même média des offres financières de prêteurs différents.**
- **Des publicités parfois illisibles** (conditions tarifaires parfois au même niveau que les mentions légales du prêteur, caractères blancs sur fond orange ou vert pâle, ou noir sur fond marron rendant difficiles la lecture de ces informations).
- **Des sollicitations parfois ressenties comme excessives.**

## *Commentaires suite à l'analyse de 18 relevés mensuels*

- Une lecture des relevés mensuels **pas toujours immédiate et rendue complexe** par le nombre d'informations devant y figurer, et ce, même si plus de la moitié des établissements associent aux relevés des guides de lecture.
- **Peu (ou pas) d'éléments d'explication** pour comprendre le fonctionnement de son crédit et savoir où il en est.

## En conclusion

- **Un crédit à la consommation** qui trouve sa place pour des financements dont **le montant maximum serait de 3 000 euros avec des durées d'amortissement ne dépassant pas 12 à 36 mois** à condition qu'il s'accompagne de dispositifs visant à **redonner la maîtrise du produit à l'ensemble des acteurs concernés.**
- Un type de crédit **enraciné, bien adapté sur le lieu de vente et majeur** pour l'économie de certains secteurs d'activité.
- **15 propositions sont présentées pour un développement responsable du crédit renouvelable afin que les consommateurs aient les moyens de mieux maîtriser ce produit et que ses excès soient limités.**



**Votre contact chez Athling *Management* :**

**Pierre Blanc**

Tél. : +33 (0) 1 41 12 08 80

Portable : +33 (0) 6 14 68 75 79

E-mail : [pblanc@athling.com](mailto:pblanc@athling.com)

Internet : [www.athling.com](http://www.athling.com) | Blog : [www.bathlingfinance.com](http://www.bathlingfinance.com)