Le crédit à la consommation

Anticiper les mutations structurelles et repositionner son offre sur l’échiquier concurrentiel

Les conditions de marché se sont enfin stabilisées pour les acteurs du crédit à la consommation. Une accalmie propice à la mise en œuvre de plans de transformation stratégiques offensifs pour préparer l’avenir. En effet, les signaux faibles préfigurant une profonde mutation de l’environnement stratégique abondent : émergence de plateformes innovantes adossées à de nouveaux business models, arrivée à maturité de solutions Big Data susceptibles d’optimiser plusieurs maillons des chaînes de valeur, évolutions socio-démographiques et, avec elles, apparition de nouveaux usages et pratiques collaboratives. Dans cette étude, les experts de **Precepta** décryptent ces signaux et leurs conséquences stratégiques potentielles pour les différents acteurs du marché. À travers de nombreux business cases, ils présentent également les leviers actionnés pour redesigner efficacement les offres à travers le digital, gagner des parts de marché à l’international et diversifier leurs business models.

Ce rapport a été spécialement conçu pour apporter aux dirigeants une réflexion structurante et des idées stimulantes afin de vous aider à élaborer vos décisions. Pour le recevoir, il vous suffit de nous retourner le bon de commande au verso de la plaquette après l’avoir complété, ou de vous rendre sur notre site internet *www.xerfi.com.*

Sabine Gräfe
Directrice d’études
Precepta

WEB

Edition Avril 2017
140 pages

Le crédit à la consommation

Anticiper les mutations structurelles et repositionner son offre sur l’échiquier concurrentiel

Une étude pour :

Anticiper les impacts des mutations du marché et la transformation de l’offre

Découvrez nos prévisions stratégiques sur l’évolution du marché du crédit à la consommation pour mieux appréhender les mutations à venir. Anticipez les impacts sur le jeu concurrentiel et les positions des acteurs, face à l’émergence de plateformes d’un nouveau genre et à la nécessaire transformation de l’offre.

Analyser les options stratégiques possibles

Notre étude présente les pistes de réflexion et les stratégies de diversification des acteurs du crédit à la consommation traditionnels pour optimiser des business models remis en cause au cours de la période récente (réforme du marché, crises successives…). Nous décryptons pour vous les enjeux et opportunités liés au Big Bang technologique, mais aussi les modes de croissance privilégiés, notamment partenariaux, pour se déployer à l’international.

Identifier les business models les plus performants

Precepta a réalisé un benchmark approfondi des business models des acteurs du crédit à la consommation. Notre analyse vous permettra d’identifier leurs facteurs clés de succès, de comparer les performances des entreprises et de vous positionner par rapport à ces modèles d’affaires.

Les points forts de l’étude

- **Le décryptage des business models** des acteurs du crédit à la consommation
- **La cartographie détaillée de la concurrence** pour chacun des principaux profils d’acteurs (groupes bancaires et filiales spécialisées, captives automobiles, filiales de la grande distribution, des assureurs, FinTech)
- **L’analyse des stratégies mises en place** par les acteurs du crédit à la consommation pour optimiser leur business model
- Des focus sur des initiatives stratégiques d’acteurs du crédit à la consommation

Precepta

Precepta, c’est une expertise de plus de 25 ans dans l’analyse stratégique et toute la compétence du groupe Xerfi dans la connaissance sectorielle réunies dans une étude opérationnelle et stimulante.

Precepta, c’est également une approche méthodologique rigoureuse et éprouvée qui s’appuie sur une connaissance accumulée, une expertise fine des secteurs et de leurs acteurs, et des entretiens réguliers avec les professionnels. Nous disposons des outils d’analyse à la pointe de la réflexion en management stratégique pour vous stimuler et vous accompagner dans vos prises de décision.

WEB

TABLE DES MATIÈRES ET CONTENU DE L'ÉTUDE
140 pages

1. LES PRÉVISIONS STRATÉGIQUES DE PRECEPTA

Dans cette partie, Precepta vous délivre les grandes conclusions de l'étude et fournit ses prévisions sur l'évolution du jeu concurrentiel. L'objectif de cette partie est de stimuler votre réflexion stratégique et de vous permettre de mieux appréhender les signaux faibles annonciateurs de profondes mutations à venir.

LES CONCLUSIONS DE L'ANALYSE STRATÉGIQUE

- Une présentation concise, structurée et percutante des principales conclusions de l'étude sur le crédit à la consommation

LES PRÉVISIONS STRATÉGIQUES SUR LE CRÉDIT À LA CONSOMMATION

- Pour anticiper les évolutions stratégiques à venir, Precepta vous livre sa vision prospective de l'activité. Quelles seront les évolutions des business models ? Comment évoluera l'exercice du métier à l'ère digitale et quels seront les impacts sur la structure de la concurrence ? Comment se préparer efficacement aux mutations structurelles à venir ?

PRÉVISION 1 : L'ÉVOLUTION DES CIBLES ÉLIGIBLES AU CRÉDIT À LA CONSOMMATION ET SES CONSÉQUENCES STRATÉGIQUES

- Un scénario basé sur les évolutions démographiques et sociétales qui appellent de nouvelles réponses de la part de la profession, au premier rang desquelles l'essor du travail indépendant et le fractionnement de l'emploi salarié

PRÉVISION 2 : L'ÉMERGENCE DE PLATEFORMES D'AGRÉGATION DE SERVICES FINANCIERS ET SES EFFETS SUR LA DYNAMIQUE CONCURRENTIELLE

- Un scénario qui entérine l'extension du phénomène FinTech et l'apparition de plateformes d'agrégation de services financiers, faisant peser un risque de désintermédiation de la relation client et une séparation marquée des fonctions de production et de distribution

PRÉVISION 3 : LA NÉCESSAIRE TRANSFORMATION DE L'OFFRE AU REGARD DES NOUVELLES PRATIQUES DE CONSOMMATION

- Un scénario qui s'articule autour de l'évolution des pratiques de consommation et du rapport à la propriété pour apprécier les options à la disposition des acteurs du marché pour redesigner leurs offres

2. L'ANALYSE DES BUSINESS MODELS

Cette partie est dédiée à l'analyse des mécanismes de création et de capture de la valeur des principaux acteurs du crédit à la consommation

LA CARTOGRAPHIE DES PRINCIPAUX BUSINESS MODELS ET DES ACTEURS REPRÉSENTATIFS

- La segmentation des acteurs du crédit à la consommation et l'identification des principaux business models types

LE BUSINESS MODELS DES ACTEURS TRADITIONNELS DU CRÉDIT À LA CONSOMMATION

- Le business model des banques de détail : une ligne de métier intégrée et des synergies de revenus
- Le business model des spécialistes historiques :
  - un modèle verticalement intégré à double facette (activité en propre et partenariats)
  - le benchmark des modèles des principaux spécialistes (BNP Paribas Personal Finance, Crédit Agricole Consumer Finance, Cofidis, Franfinance et Financo)
- Le business model des captives automobiles :
  - un modèle au service du développement des ventes de véhicules
  - le benchmark des business models de RCI Bank & Services et de Banque PSA Finance, un focus sur l'activité de collecte d'épargne des constructeurs automobiles
- Le business model des filiales de la grande distribution alimentaire :
  - un modèle historiquement au service du développement des enseignes de distribution
  - le benchmark des business models des principales filiales de la grande distribution alimentaire (Carrefour Banque, Oney et Banque Casino)

LE BUSINESS MODEL DES ACTEURS ÉMERGENTS

- Le décryptage des services à effets de réseaux
- Le modèle générique des plateformes de financement participatif
- Le business model de la plateforme de crédit à la consommation Younited Credit
- Le modèle de revenus de Younited Credit *vs* le modèle de revenus des acteurs traditionnels

WEB

WEB

3. LES GRANDS AXES DE RÉFLEXION STRATÉGIQUE

Dans cette partie, Precepta présente les grands leviers de croissance et analyse les enjeux et opportunités liés à la diffusion des nouvelles technologies.

COMMENT RÉDUIRE LA DÉPENDANCE DE LA STRUCTURE DE REVENUS À LA MARGE D'INTÉRÊT ?

- Enjeux et leviers de diversification du mix-produit
- Principales modalités des stratégies de diversification : saturation des portefeuilles clients et/ou extension à de nouveaux marchés et clientèles
- Focus sur les choix stratégiques de Carrefour Banque et Oney
- Mise en place de synergies de revenus

COMMENT OPTIMISER LES BUSINESS MODELS GRÂCE AU DIGITAL ?

- Diffusion des nouvelles technologies, nouveaux usages et attentes clients : les développements au service de l'optimisation des parcours d'achat et des taux de transformation, de l'innovation en matière d'expérience client et d'approches plus servicielles
- Amélioration de la connaissance client au service des modèles économiques : optimisation commerciale et marketing, amélioration des méthodes de scoring, prévention des situations de fragilisation financière, etc.
- FinTech et nouvelles propositions de valeur

QUELS MODES ET STRATÉGIES DE CROISSANCE PRIVILÉGIER À L'INTERNATIONAL ?

- Analyse des modalités de développement des stratégies d'expansion géographique (croissance externe, croissance interne et partenariats stratégiques)
- Focus sur les stratégies à l'international de BNP Paribas Personal Finance et Crédit Agricole Consumer Finance

4. LES FONDAMENTAUX ET L'ENVIRONNEMENT CONCURRENTIEL

Dans cette partie, Precepta évalue les grands déterminants de l'activité, présente les principales typologies d'acteurs, et analyse les rapports de forces du jeu concurrentiel.

LES FONDAMENTAUX STRATÉGIQUES

- Comprendre les fondamentaux du crédit à la consommation : différentes solutions de financement, acteurs et statuts, chaîne de valeur, etc.
- Les facteurs déterminants du crédit à la consommation : contexte économique et financier, tendances socio-culturelles (rapport à la propriété, au crédit), diffusion des nouvelles technologies et de nouveaux usages, émergence de nouveaux business models, environnement réglementaire et prudentiel, etc.
- Le marché : évolution globale des encours de crédit à la consommation et par type de financement, production de nouveaux crédits, focus sur le financement automobile, focus sur le crédit renouvelable.

LE PANORAMA CONCURRENTIEL ET STRATÉGIQUE COMPLET DU CRÉDIT À LA CONSOMMATION

- Chaîne de valeur, métiers et opérateurs
- Panorama des forces en présence : des prêteurs aux distributeurs, typologie des acteurs et parts de marché des grandes familles d'acteurs (sur la base des encours)
- **Pour chacune des 5 familles d'acteurs suivantes, l'étude vous présente les principales informations et chiffres clés**
  - Les groupes bancaires et leurs filiales spécialisées : parts de marché et dynamique rétrospective, poids des réseaux de détail sur le marché, cartographie des filiales spécialisées (dispositifs de distribution, chiffres clés, participations)
  - Les captives automobiles : principales caractéristiques, taux de pénétration, contributions en termes de revenus et de résultats aux performances des constructeurs automobiles, chiffres-clés
  - Les filiales de la grande distribution alimentaire : principales caractéristiques, enseignes de la grande distribution alimentaire *vs* distribution spécialisée, chiffres-clés
  - Les filiales d'assureurs : principales caractéristiques et chiffres-clés
  - Les FinTech : les phénomènes FinTech et le financement participatif, focus sur Younited Credit (ex-Prêt d'Union)

PRINCIPAUX ACTEURS CITÉS DANS L'ÉTUDE

ALSOLIA	CIC	EDF	NATIXIS FINANCEMENT
AUCHAN	COFIDIS	FCA	NORRSKEN
AXA	COFINOGA	FCA BANK	ONEY
AXA BANQUE	CREATIS	FINANCO	ORANGE
BANQUE CASINO	CREDILIFT	FRANFINANCE	PSA
BANQUE CHABRIERES	CREDIPAR	IKEA	RAISIN
BANQUE EDEL	CREDIT AGRICOLE	INTERMARCHE	RCI BANK & SERVICES
BANQUE POPULAIRE	CREDIT AGRICOLE CONSUMER	LA BANQUE POSTALE	RENAULT
BANQUE PSA FINANCE	FINANCE	LA BANQUE POSTALE	SOCIETE GENERALE
BMW FINANCIAL SERVICES	CREDIT COOPERATIF	FINANCEMENT	SOCRAM BANQUE
BNP PARIBAS	CREDIT DU NORD	FIA-NET	SOFINCO
BNP PARIBAS PERSONAL FINANCE	CREDIT MUTUEL	LCL	TOYOTA FRANCE FINANCEMENT
BPCE	CREDIT MUTUEL ARKEA	MACIF	VIAXEL
CAISSE D'EPARGNE	DARTY	MACSF	VOLKSWAGEN FINANCIAL
CARREFOUR	DECATHLON	MACSF FINANCEMENT	SERVICES
CARREFOUR BANQUE	DIAC	MAIF	YELLOAN
CASINO	DOMOFINANCE	MENAFINANCE	YOUNITED CREDIT
CETELEM	E.LECLERC	MONABANQ	…

WEB

CES ÉTUDES POURRAIENT ÉGALEMENT VOUS INTÉRESSER

- **Les FinTech et nouveaux entrants dans la banque et l'assurance**
  Février 2017 - 7ABF16
- **Le Big Data dans la banque et l'assurance**
  Janvier 2017 - 6ABF21
- **Les stratégies dans les nouveaux moyens de paiement**
  Mai 2016 - 6ABF68
- **Les stratégies des banques et assureurs sur le marché des seniors**
  Mars 2016 - 6ABF52

Retrouvez sur le site xerfi.com le plus vaste catalogue d'études sur les secteurs et les entreprises.

Pour recevoir votre étude **IMMEDIATEMENT**, **COMMANDEZ** directement sur : **XERFI.COM**

❶ Rentrez **le code 7ABF43** dans la barre de recherche pour la retrouver
❷ Achetez l'étude directement en ligne par carte bancaire
❸ Recevez votre étude dès la finalisation du paiement en format pdf sur votre compte client Xerfi.com

Pour toutes **PRESTATIONS PERSONNALISÉES** (présentation, conférence, étude sur mesure, etc.), contactez Laurent Marty, Directeur Associé, lmarty@xerfi.fr

BON DE COMMANDE

à retourner à :
PRECEPTA groupe Xerfi 13-15, rue de Calais 75009 Paris
Téléphone : 01.53.21.81.51. / **Email : commande@xerfi.fr**

ÉTUDE COMMANDÉE

Réf : **7ABF43 / PTA**

Le crédit à la consommation

Anticiper les mutations structurelles et repositionner son offre sur l'échiquier concurrentiel

INFORMATIONS CLIENT

Nom :
Prénom :
Fonction :
Société :
Adresse :
Code Postal :
Ville :
Adresse e-mail (en lettres capitales) :
Téléphone :
TVA Intra. :
N° SIRET :

MODE DE RECEPTION DE L'ETUDE COMMANDEE :

1 version papier	1 version PDF	1 version papier + 1 version PDF
2 500 EUR HT	**2 400 EUR HT**	**2 795 EUR HT**
2 637,50 EUR TTC	2 880,00 EUR TTC	3 354,00 EUR TTC
(TVA 5,5%)	(TVA 20%)	(TVA 20%)
☐	☐	☐

MODE DE REGLEMENT CHOISI :

- ☐ dès réception de l'étude et de la facture
- ☐ par carte bancaire sur www.xerfi.com
- ☐ chèque joint à l'ordre de XERFI-DGT

Date, signature et cachet

XERFI-DGT SAS au capital de 5 786 051 euros - 13-15 rue de Calais 75009 Paris
RCS Paris B 523 352 607 APE 6311Z TVA intracommunautaire : FR22523352607

PRECEPTA GROUPE xerfi