

LE CRÉDIT À LA CONSOMMATION

Nouveaux modes de consommation, innovations... : quelles évolutions de l'offre pour les acteurs du crédit ?

Les évolutions des pratiques de consommation contraignent les acteurs du crédit à réinventer leur offre et leurs modes de distribution. Plusieurs types de changements peuvent être identifiés. Tout d'abord, la tendance croissante des clients à comparer les offres augmente la concurrence entre les acteurs. Cela a également un impact sur les retailers qui ont intérêt à proposer les meilleures offres de financement ou un choix entre plusieurs offres.

Renouveler l'expérience client

Plus connecté, plus exigeant, le client attend par ailleurs un parcours omnicanal sans points de friction. Les distributeurs, en partenariat avec les producteurs de crédit, doivent donc travailler sur le parcours de souscription. Ces tendances ont notamment profité aux acteurs du paiement qui développent depuis plusieurs années des solutions de paiement fractionné et de paiement différé, non soumises à la réglementation lourde du crédit à la consommation, et qui s'intègrent donc plus facilement dans un parcours de paiement simplifié. Les spécialistes du crédit à la consommation ne sont pas en reste et se positionnent aussi sur ce marché. En parallèle, la montée en puissance de nouveaux moyens de paiement, au-delà de la carte bancaire, fait apparaître de nouvelles opportunités de développement d'offres et de parcours d'achat fluides mais crée aussi de nouveaux enjeux.

Enfin, la recherche de rapidité par les consommateurs et par les distributeurs lors du paiement, ainsi que la concurrence croissante des acteurs des paiements différés et fractionnés, rendent nécessaire pour les spécialistes du crédit



à la consommation l'accélération de leurs process d'acceptation des emprunteurs. D'autant plus que la DSP2 a permis de développer de nouvelles méthodes de scoring.

Saisir les nouvelles opportunités

Mais certaines pratiques de consommation pèsent sur la dynamique de la production de crédit. Le développement du marché de l'occasion et de l'économie collaborative constituent par exemple des freins à la croissance de la consommation en valeur. Toutefois, il s'agit de cir-

cuits qui ne proposent pas traditionnellement de crédits à la consommation ou de facilités de paiement et qui peuvent donc représenter des leviers de croissance pour les acteurs du crédit, de même que pour les acteurs du paiement positionnés. De même, l'évolution de la consommation de la propriété vers l'usage modifie les attentes des consommateurs et renforce l'attractivité des offres de location.

+2 %

L'évolution de la production de crédits à la consommation en 2022

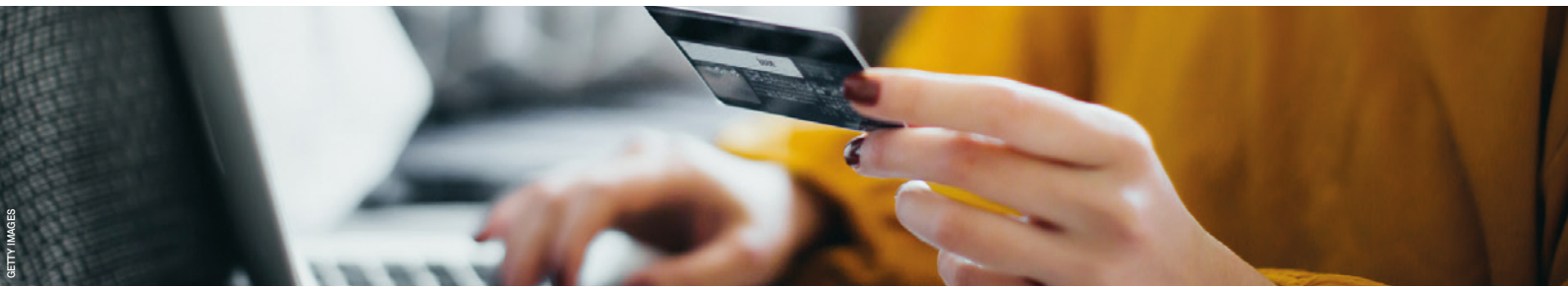
+4 %

L'évolution de la production de crédits à la consommation en 2023

+5 %

L'évolution de la production de crédits à la consommation en 2024

Sources : Les Echos Etudes



Sommaire de l'étude

Aller à l'essentiel : synthèse de l'étude et enseignements clés

1. La dynamique du marché du crédit à la consommation

Crédit à la consommation, location, paiement fractionné, paiement différé... : comment s'articulent les différents segments du marché ?

Les déterminants de l'activité : la réglementation des différents produits et son évolution, l'environnement macroéconomique et financier, l'impact des nouvelles tendances de consommation sur le marché du crédit...

Les évolutions du marché du crédit à la consommation : tous les chiffres clés et leur dynamique analysés, les nouvelles tendances du marché...

2. Les enjeux des intervenants du crédit à la consommation

Établissements de crédit (filiales bancaires, filiales de distributeurs et néobanques), commerçants et

e-commerçants, acteurs du paiement en magasin et en ligne, assureurs, plateformes de gestion des finances personnelles : caractéristiques, enjeux et stratégies dans le crédit à la consommation

3. Les stratégies gagnantes pour réinventer le crédit à la consommation et sa distribution : initiatives en France et à l'international

4. Les perspectives du marché français du crédit à la consommation à l'horizon 2025

Quelle dynamique de l'activité dans les prochaines années ?

Quels avantages et inconvénients pour les différents types de produits ?

Quelles conséquences des évolutions récentes du marché (open banking, nouveaux entrants, essor du buy now pay later, etc.) sur le développement de l'activité des différents acteurs et sur leur maîtrise de la relation client ?

À PROPOS DES ECHOS ÉTUDES

Les Echos Études est le pôle d'expertise sectorielle du Groupe Les Echos, spécialisé dans la réalisation d'études de marché, d'analyses concurrentielles et de diagnostics d'entreprises. Nous accompagnons depuis plus de 35 ans les acteurs publics et privés dans la compréhension de leurs marchés, leurs réflexions stratégiques et la vision prospective de leur métier.

VOUS SOUHAITEZ RECEVOIR UN EXTRAIT DE L'ÉTUDE, CONTACTEZ LE :

Service Client : tél. 01 49 53 63 00 ou par mail : etudes@lesechos.fr

Service Presse : Charlotte Saiman tél. 01 87 39 76 35 ou par mail : csaiman@lesechos.fr

La reproduction de tout ou partie de ce communiqué, sur quelque support que ce soit, est autorisée sous réserve de l'ajout de façon claire et lisible de la source « Les Echos Etudes ».

