

A silver car model is positioned on a calculator. Several coins are scattered on the calculator's surface. The background is a soft, warm light.

LE MARCHÉ DU FINANCEMENT AUTOMOBILE

Évolution du modèle de financement dans une filière automobile en plein bouleversement



Sommaire

| | | |
|------|--|----|
| | Synthèse : Points clés et principaux enseignements de l'étude | 6 |
| 1. | Segmentation du marché et périmètre de l'étude | 17 |
| 2. | Environnement du marché et orientation des principaux facteurs d'influence | 25 |
| 2.1. | Le marché des ventes de véhicules | 27 |
| 2.2. | De nouveaux usages de l'automobile et pratiques de la mobilité | 34 |
| 2.3. | Le cadre réglementaire bancaire a évolué plutôt en faveur des banques | 42 |
| 2.4. | Des taux d'intérêts au plus bas | 49 |
| 3. | Evolution de la demande et des principales tendances de consommation | 53 |
| 3.1. | Principales caractéristiques des achats de voitures par les automobilistes | 54 |
| 3.2. | Les formules locatives séduisent les Français même si elles reviennent plus chères que le crédit classique | 58 |
| 4. | Dynamisme des financements automobiles au global et par segments | 62 |
| 4.1. | Le marché du financement automobile toujours florissant | 64 |
| 4.2. | La LOA ne cesse de croître dans le marché des particuliers | 67 |
| 4.3. | Le financement à destination des professionnels porté par la LLD | 79 |



Sommaire

| | | |
|-------------|---|-----|
| 5. | Forces en présence et cartographie de la concurrence | 83 |
| 5.1. | Organisation du secteur et principaux circuits de distribution | 84 |
| 5.2. | Panorama des différents intervenants sur le marché du financement automobile | 87 |
| 5.3. | Parts de marché et dynamique concurrentielle | 98 |
| 6. | Enjeux et stratégies des forces en présence | 104 |
| 6.1. | Les partenariats se multiplient pour saisir toutes les opportunités d'affaires | 105 |
| 6.2. | Les formules locatives au cœur des stratégies marketing | 114 |
| 6.3. | Les offres packagées : un moyen d'augmenter la rentabilité et fidéliser le client | 118 |
| 6.4. | La LLD attise les convoitises et étend son champ d'actions au mass market | 121 |
| 6.5. | Financement VO : un relais de croissance pour tous les acteurs | 134 |
| 6.6. | Les outils digitaux au service de la relation client | 135 |
| 6.7. | Tour d'horizon du financement automobile à l'international | 146 |
| | Acronymes | 150 |

1. Segmentation du marché et périmètre de l'étude

Le champ de l'étude

Cette étude est centrée sur le financement des véhicules neufs (VN) et d'occasion (VO) aux particuliers. Le segment des professionnels est, en effet, dicté par des logiques d'achat radicalement différentes de celui des particuliers et donc non intégrable à l'analyse. Des focus sont néanmoins faits sur cette cible afin d'appréhender le marché du financement automobile dans sa globalité.

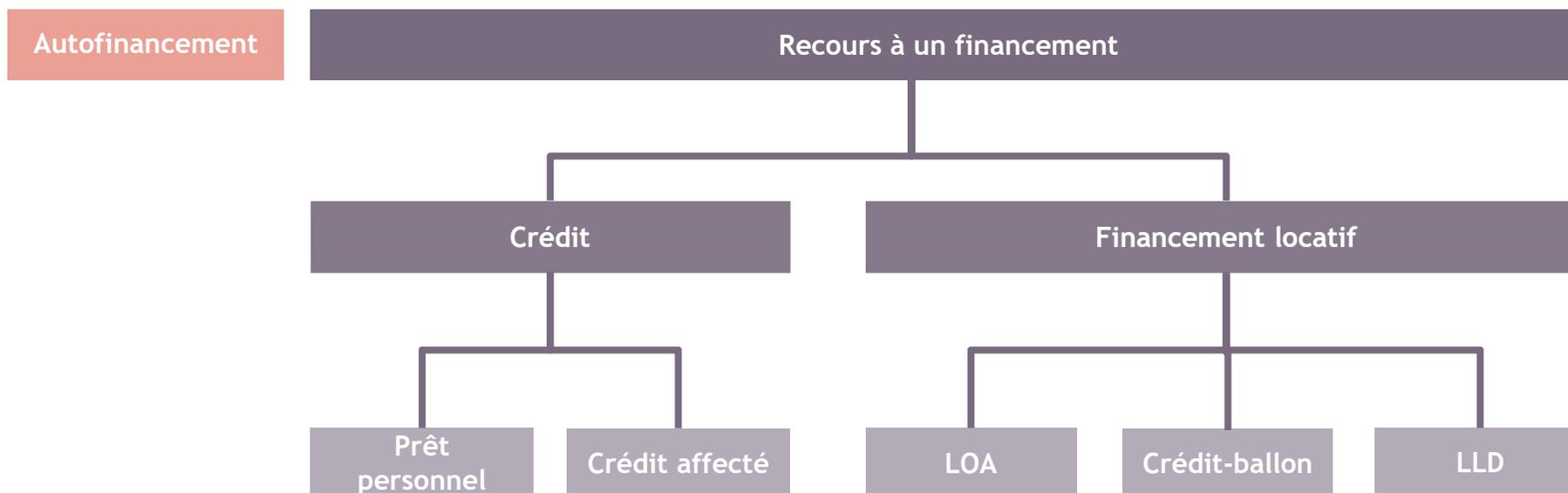
En dehors de l'autofinancement, il existe deux grands modes d'acquisition d'un véhicule pour un particulier : le financement par crédit dit « classique » et le financement locatif (LOA, crédit-ballon, LLD).

- ➔ Concernant le financement par crédit, celui-ci peut se faire sous la forme d'un prêt personnel (sans besoin de justifications sur l'utilisation des fonds) ou sous la forme d'un crédit affecté, l'enveloppe allouée étant strictement réservée à l'achat du véhicule.
- ➔ Quant aux offres de financement locatif, elles recouvrent principalement :
 - > la LOA (location avec option d'achat). Cette formule offre au client la possibilité de devenir propriétaire du véhicule au terme d'un contrat de location (généralement de 2 à 5 ans) à un prix défini à l'avance, ou de le restituer avec renouvellement ou non d'un contrat de location
 - > Le principe du crédit-ballon est proche de celui de la LOA, sauf qu'il se caractérise par des mensualités plus faibles et, à l'inverse, un prix de rachat du véhicule plus élevé (le « ballon »).
 - > La LLD (location longue durée) permet de louer un véhicule pour une période généralement comprise entre 2 et 5 ans pour un kilométrage déterminé. Contrairement aux formules précédentes, l'utilisateur ne devient jamais propriétaire.
- ➔ Si auparavant les formules locatives étaient destinées à l'acquisition d'un véhicule neuf, elles se développent aujourd'hui également sur le marché de l'occasion.

1. Segmentation du marché et périmètre de l'étude

Deux grandes familles de produits destinés au financement automobile

Modes d'acquisition d'un véhicule neuf ou d'occasion possibles pour un particulier



Source : Les Echos Etudes