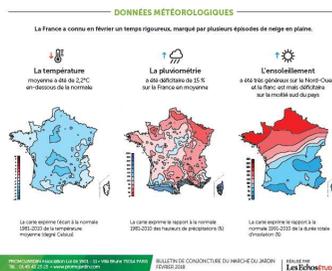


# Réinventer le crédit à la consommation et sa distribution

Quels impacts des nouvelles tendances de consommation sur l'offre des banques et des distributeurs ?

# Les EchosÉTUDES

L'institut d'études référent de la vie économique en France



**Les EchosÉTUDES** Secteur Digital - Numérique

**Pharmacie d'officine à l'ère du digital**

« L'innovation en pharmacie pour optimiser la relation patient et ré-enchanter l'expérience client - Septembre 2017 **NOUVEAU** »

**Stratégies omnicanal et magasins connectés**

**Luxe et digital**

« Quelles stratégies à l'heure du client 3.0 ? - Octobre 2017 **NOUVEAU** »

**L'AgTech et les perspectives de l'agriculture numérique en France**



## ÉTUDES SECTORIELLES MULTICLIENTS

- Etudes de marché et de secteurs
- Benchmark concurrentiels
- Cartographies sectorielles



## ÉTUDES SUR-MESURE

- Evaluation d'opportunités d'affaires
- Benchmark concurrentiel
- Etudes U&A
- Enquête de satisfaction
- Etudes d'image et de notoriété
- Panels



## VEILLE SECTORIELLE

- Veille économique et réglementaire
- Création de newsletters et e-newsletters



## SOLUTIONS DE COMMUNICATION ÉDITORIALE SUR MESURE

- Observatoires et baromètres
- Création de magazines
- Création de sites Internet

# SOMMAIRE

<b>Synthèse</b>		<a href="#"><u>6</u></a>
<b>Partie 1</b>	<b>Le marché français du crédit à la consommation</b>	<a href="#"><u>24</u></a>
1.1.	Les déterminants de l'activité	<a href="#"><u>25</u></a>
1.2.	La dynamique du marché	<a href="#"><u>83</u></a>
<b>Partie 2</b>	<b>L'écosystème du crédit à la consommation</b>	<a href="#"><u>108</u></a>
2.1.	Panorama des acteurs et des parcours de souscription du crédit à la consommation	<a href="#"><u>109</u></a>
2.2.	Les enjeux et les stratégies des principaux acteurs du crédit à la consommation	<a href="#"><u>113</u></a>
<b>Partie 3</b>	<b>Les stratégies gagnantes pour réinventer le crédit à la consommation et sa distribution</b>	<a href="#"><u>140</u></a>
3.1.	Repousser les frontières du crédit à la consommation	<a href="#"><u>142</u></a>
3.2.	Améliorer l'accès au crédit à la consommation	<a href="#"><u>155</u></a>
3.3.	Fluidifier la souscription et renforcer la relation client	<a href="#"><u>162</u></a>
<b>Partie 4</b>	<b>Les perspectives du marché français du crédit à la consommation à l'horizon 2023</b>	<a href="#"><u>171</u></a>

## 2. L'écosystème du crédit à la consommation

### 2.1. Panorama des acteurs et des parcours de souscription du crédit à la consommation

#### Trois grands types de parcours de souscription de crédit à la consommation



## 2. L'écosystème du crédit à la consommation

### 2.1. Panorama des acteurs et des parcours de souscription du crédit à la consommation

La souscription d'un crédit auprès d'une banque ou d'un organisme de crédit est largement majoritaire, ce qui s'explique notamment par le poids important des prêts personnels dans la production de crédit ; sa part dans le taux de détention a progressé sur moyenne période, de même que celui du financement sur lieu de vente

#### Répartition du taux de détention de crédits à la consommation par canal de souscription

Source : OCM via TNS-Sofres pour L'Observatoire des crédits aux ménages, édition 2017, part en % des ménages

N.B. : la somme est supérieure à 100% car les ménages peuvent avoir plusieurs crédits en cours

