

**10ème congrès commun Eurofinas / Leaseurope, Edimbourg (Ecosse),  
1er au 3 octobre 2007**

**Session commune**

**Photographie de l'économie européenne et au-delà**

*Intervention de Doug McWilliams, CEO, Centre de recherche pour l'économie et les affaires*

Le taux de croissance de l'économie mondiale a atteint 5% l'an passé, un record. Les prévisions pour 2007 à 2009, en léger retrait, tablent sur un taux de croissance d'environ 3,5%.

Cette tendance s'expliquerait d'abord par l'évolution du prix du baril de pétrole. Après une légère baisse à 60 \$ le baril, Doug Mc Williams estime qu'il devrait atteindre 80 \$ à la fin de la décennie puis 100 \$ au cours de la décennie suivante. Le prix du baril pourrait ensuite fortement chuter en raison des énergies de substitution.

La moindre croissance mondiale serait également due au ralentissement américain. À ce titre, la Fed, qui a déjà abaissé ses taux directeurs pourrait poursuivre en ce sens afin de relancer la croissance américaine ; le dollar devrait donc rester "faible" pendant les deux/trois prochaines années. Cette orientation pourrait également s'expliquer par la volonté d'agir contre le resserrement du crédit causé par la crise de l'immobilier américain, notamment du marché sub-prime.

Pour ce qui concerne l'Asie, l'intervenant envisage un léger ralentissement pour les deux prochaines années. Ce dernier serait causé, d'une part, en réaction aux taux d'inflation importants constatés en Chine (+4,5% à +6,5%) ce qui inquiète les autorités, d'autre part, au ralentissement du secteur de la construction qui interviendrait après les Jeux Olympiques (120 milliards de dollars d'investissement) En Europe, le maintien à 2% de la croissance en 2006 peut être interprété comme un bon résultat. Cependant, la prudence des banques et des autorités bancaires ne devrait pas favoriser l'abondance de capitaux pour le financement du crédit à la consommation et du logement. La BCE devrait maintenir sa politique de taux d'intérêt élevés.

**Eurofinas : Crédit à la consommation : un regard vers le futur**

**Un coup d'œil sur les tendances en Europe et ailleurs**

*Intervention du Pr. Umberto Filotto, Assofin et Université de Rome*

Le secteur du financement des particuliers a connu une période faste durant ces dernières années, mais la tendance est en train de s'inverser. Pour Umberto Filotto, plusieurs facteurs macro-économique expliquent la légère récession que connaît actuellement le marché du financement des ménages :

- la hausse des taux d'intérêt ;
- la maturité du marché ;
- la crise financière américaine même si l'activité subprime reste encore marginale dans la plupart des pays européens.

Cela dit, sans surprise, les pays d'Europe de l'Est continuent d'afficher des taux de croissance très importants : 31,2% pour l'ensemble de la zone des nouveaux états membres en 2004 contre 1,6% pour le Royaume-Uni, 4,8% pour la France et -2,4% pour l'Allemagne en 2006. Les taux de croissance restent également très élevés en Espagne (19,4%) et en Italie (17,9%). Par ailleurs, le niveau d'endettement en Europe reste encore deux à quatre fois moins important qu'aux États-Unis et au Royaume-Uni (2500 euros pour l'Europe contre 7900 euros aux USA et 5000 euros au Royaume-Uni).

Si l'on affine l'analyse, on note que, pour les cartes de crédit et les prêts personnels, la croissance reste soutenue tandis que les prêts automobiles et les crédits affectés connaissent une croissance modérée voire déclinante pour les crédits sur le lieu de vente.

On peut d'ailleurs selon Umberto Filotto se demander si ces résultats marquent le début d'une nouvelle tendance en faveur de produits financiers plus sophistiqués correspondant à de nouveaux besoins de consommateurs qui intègrent le crédit dans leur quotidien et la question de leur budget familial.

Consommateurs en Europe : de nouvelles solutions pour de nouveaux défis  
Intervention de Dirk Staudenmayer, Chef d'unité à la DG Sanco - Commission européenne

Le Marché intérieur est une réalité. Aujourd'hui près de 500 millions de consommateurs sont concernés. En matière de services financiers de détail, l'intégration européenne n'est pas achevée. Les prestations de services restent proposées localement.

La Commission européenne a identifié sept obstacles au développement d'un marché transfrontalier des services financiers de détail. Deux concernent la langue et la distance. Les cinq autres obstacles sont liés à l'information. Il y a donc un potentiel, en particulier en matière de crédit à la consommation. À partir de ce constat, la Commission a développé une stratégie qui poursuit trois objectifs :

- donner aux consommateurs les moyens d'agir ;
- leur garantir un bien-être et protection effective.

En résumé, le consommateur doit avoir la possibilité de prendre une décision raisonnable, même si dans la pratique il ne le fait pas.

Par ailleurs, la Commission cible désormais ses efforts sur la conduite d'études qualitatives visant à évaluer le caractère adapté ou non des exigences d'information. La DG Markt conduit d'ailleurs actuellement une étude sur les différentes législations européennes contenant des dispositions relatives aux obligations d'information des consommateurs qui sera publiée dans le courant de l'année 2008.

### **Consommateurs et crédit : le vrai débat**

*Intervention de César Paiva, Sofinco*

On peut constater actuellement trois grandes tendances dans la distribution du crédit :

- le "paradoxe de l'intermédiation" : alors que le consommateur a un besoin croissant d'explications et de service personnalisé, il privilégie de plus en plus des canaux de distribution rapides (comme par exemple Internet ou les courtiers) qui ne permettent pourtant pas de satisfaire ce besoin.
- le renforcement de la convergence entre le crédit à la consommation et le crédit à l'habitat : le consommateur utilise son patrimoine immobilier comme un actif garantissant son endettement.

Cette convergence sera un défi pour les acteurs spécialisés dans le crédit à la consommation.  
- la "démocratisation" du marché du crédit, que l'on constate notamment en France où le marché des "near subprime" se développe.

*Intervention de Mike Chapman, FSA Consumer Panel*

Le crédit est désormais devenu une part intégrante du style de vie des citoyens anglais. Le marché du crédit est en forte croissance et il devient également de plus en plus complexe. Les difficultés rencontrées par les consommateurs devraient se résoudre par la confiance.

*Intervention de Greg Stevens, Cattles*

Cattles est spécialisée dans le micro crédit. Les personnes concernées sont souvent sorties de la "norme" du fait d'accidents de la vie et l'objectif de Cattles est de leur permettre de retrouver une situation normale vis-à-vis du crédit. L'éducation financière du consommateur est un axe important de sa politique par le biais notamment d'actions de sensibilisation dans les écoles et les universités. Les prêteurs doivent toutefois prendre conscience du fait que la règle du "caveat emptor" n'est plus de mise. C'est au prêteur de prouver qu'il est responsable à la fois dans sa politique d'octroi des crédits et dans sa communication vis-à-vis des consommateurs.

*Intervention de Susana Albuquerque, ASFAC*

L'ASFAC, association portugaise des sociétés de crédit à la consommation, a décidé de mener une action de communication à grande échelle dans le but de renforcer l'éducation financière des consommateurs dont une partie semble être particulièrement démunie face aux réalités de la gestion de leur budget ou de leur compte bancaire.

L'ASFAC a entamé en 2005 un partenariat avec deux chaînes de télévision pour des émissions interactives dans lesquelles sont abordés des sujets de la vie courante relatifs à l'argent, au budget familial, aux dépenses etc. Le public de ces émissions, majoritairement féminin, correspond à la cible visée. L'Association portugaise a également mis en place, en collaboration avec le Ministère de l'éducation, une formation à la gestion du budget. Enfin, son site Internet ([www.asfac.pt](http://www.asfac.pt)) comprend un large volet concernant la formation financière.

## **GERER LES NOUVEAUX CIRCUITS DE DISTRIBUTION, LES NOUVEAUX PRODUITS ET SERVICES, LES CONSOMMATEURS**

### **Du téléphone a Internet : les avantages de la distance**

*Intervention de Olivier Boudoint, Cofidis*

Cofidis a développé un business model simple et lucratif qui repose sur la distribution de crédit exclusivement à distance, essentiellement par téléphone et de plus en plus par Internet. Pour le groupe Cofidis dont les activités à l'étranger représentent aujourd'hui 30% du chiffre d'affaires global, les avantages d'une distribution à distance sont des coûts de gestion réduits et l'absence d'agences locales.

Mais la vente de prêts à la consommation par téléphone ou Internet est subordonnée à quelques règles de principe. Il faut vendre des produits simples, standardisés et faciles à vendre dans toute l'Europe. Cofidis propose donc surtout des prêts personnels et des crédits

renouvelables (crédits de 500 à 20 000 euros, cartes de fidélité, crédits affectés). La stratégie commerciale du groupe se base sur une relation client à long terme (présence à tous les moments du cycle de vie). La plupart des nouveaux contrats de prêts sont conclus par Internet (environ 40% des nouveaux encours). Le service après vente est accessible 24 h/24 et 7 j/7.

Cofidis innove régulièrement et propose ses produits en utilisant de nouveaux circuits de distribution : lancement de 1euro.com sur Internet puis sur mobile, acceptation des dossiers par SMS, présence sur le jeu en ligne Second Life, possibilité de contacter les conseillers clientèle par mails et chats etc.

## **Comprendre les circuits de distribution dans un environnement multi distribution**

*Interventions de Jean Coumaros et Oliver Wyman*

Pour Jean Coumaros, il existe deux manières de considérer un canal de distribution :

1. en tant que business model

- pour le financement automobile, la tendance est à la consolidation et la réduction des marges ;
- pour le crédit sur le lieu de vente, l'on constate une tendance vers la consolidation et la polarisation (activité de niche versus partenariats larges) ;
- pour le financement direct, on note une érosion des marges et la multiplication des circuits de distribution et des produits ;
- pour la distribution bancaire, on relève que les banques gagnent régulièrement de nouvelles parts de marché dans la plupart des pays européens et concluent de nombreux partenariats avec les établissements spécialisés.

2. en tant qu'interface client Dans ce cas de figure, Jean Coumaros considère que quatre tendances principales se dégagent:

- la réinvention du concept d'agence avec l'émergence des credit shops (magasins de crédit dont le fonctionnement est inspiré de la grande distribution);
- Internet est devenu un canal de distribution-clé en termes de volumes d'affaires, mais il nécessite des compétences particulières et pose quelques nouveaux problèmes en termes de rentabilité ;
- les intermédiaires de crédit représentent également un canal de distribution très important dans certains marchés nationaux ;
- les nouveaux systèmes de paiement seront les canaux de distribution de demain.

## **L'EXPANSION VERS DE NOUVELLES FRONTIÈRE**

### **Opportunités à travers l'Europe et développement en Inde**

*Interventions de Silvio Barzi, Unicredit Banca; et de Giulio Cesare Monarca, Deutsche Bank*

Les deux orateurs ont fait part de leur expérience dans la conquête de nouveaux marchés qui sont d'importants réservoirs de croissance mais dont la conquête ne s'effectue pas sans difficultés.

En Europe de l'Est, tous les degrés de maturité des marchés du crédit sont représentés. La maturité d'un marché se mesure aux parts relatives du crédit sur le point de vente (qui décroît avec le temps) et des crédits par cartes et des prêts personnels (qui augmente à due concurrence). Ainsi, le marché polonais, où ces parts étaient respectivement de 80% et 20% en 1999, devient un marché mature dans lequel les proportions s'inversent progressivement.

Pour ce qui est du marché indien, l'expérience de la Deutsche Bank ne concerne que les cartes de crédit. Même si la population visée est relativement peu nombreuse (57 millions sur une population urbaine de 280 millions), la structure de cette population en termes d'âge et de croissance de revenu) en fait un pays riche en opportunités pour les banques.

La concurrence sur le marché des cartes est d'ailleurs très forte comme le montrent les programmes de fidélisation proposés par les principaux acteurs.

## **LEASEUROPE**

### **IAS 17**

#### **La réforme de la norme IAS 17**

*Intervention de Jan Engström, IASB Board*

Les normes IFRS sont en passe de devenir les normes les plus utilisées dans le monde. Avec l'Europe et les États-Unis, elles sont utilisées par des entreprises représentant 70% de la capitalisation boursière mondiale. L'IASB mène actuellement un certain nombre de projets en collaboration avec le FASB.

Au nombre des nouvelles normes, on relève les petites et moyennes entreprises et le leasing, dont la comptabilisation présenterait actuellement des imperfections bien que faisant déjà l'objet de deux normes : IAS 17 (1982) et FASB 13 (1976). Une proposition de réforme avait déjà été faite par le G4+1 en 1999. Après une longue pause, les travaux ont repris sur le sujet en février 2007 avec la première réunion du groupe de travail ad hoc qui a été chargé de réfléchir sur un exemple de contrat simple. Selon les premières conclusions du groupe de travail, le mode de comptabilisation le plus adapté serait l'analyse en termes de droit d'usage.

Les membres du groupe de travail se sont toutefois heurtés à une question complexe qui est celle de la comptabilisation des options dont dispose le preneur à l'issue du contrat. Cette réunion avait pour objectif de donner au Board une première idée des orientations et des difficultés rencontrées. Un document de réflexion sera publié en juin 2008, ouvrant une phase de consultations qui devrait aboutir à la rédaction d'un exposé-sondage. On prévoit que la norme définitive serait adoptée en 2011-2012, pour une application en 2013.

#### **UN EXAMEN PLUS ATTENTIF DES TENDANCES EN EUROPE ET AU-DELÀ**

*Intervention de Alain Vervaeet, CEO, ING Lease Holding*

Pour ce qui concerne 2006, l'Europe occupe la première place sur la scène internationale du marché du leasing avec 300 milliards d'euros financés, dont 250 pour l'équipement et 50 pour l'immobilier. Suivent les États-Unis (€ 175 milliards), le Japon (53,5).

Les chiffres montrent par ailleurs que le taux de croissance en Europe est le moins volatil comparé à celui des États-Unis, du Japon et de l'Australie.

Durant ces douze dernières années (1994-2006), le leasing a connu un taux de croissance de 11% l'an en passant de 85,5 à 297,5 milliards d'euros. Pour 2006, la croissance a été inférieure à la moyenne à 6,89%.

Les pays d'Europe centrale et orientale ont connu la croissance la plus forte.

Par ailleurs, la Grande-Bretagne enregistre une croissance négative de -2,5%. La France se situe au quatrième rang en termes de production avec 36 milliards d'euros financés derrière la Grande-Bretagne (55), l'Allemagne (50) et l'Italie (36). La moyenne européenne atteint 33,4 milliards d'euros. Les statistiques montrent également qu'il existe une forte corrélation entre la croissance du leasing et la croissance des investissements. La croissance du leasing expliquerait jusqu'à 30% de la croissance des investissements.

Par ailleurs, les statistiques posent la question de l'existence d'un plafond en termes de taux de pénétration du leasing dans les investissements aux alentours de 30%. Alain Vervaeke invite la FLA à approfondir cette question dans la mesure où la croissance négative pourrait s'expliquer par un taux de pénétration ayant déjà atteint 30%. Le taux de pénétration du leasing dans les investissements en Europe est sensiblement le même qu'au États-Unis : 28,43% contre 27,47%. En termes de marché, le leasing intervient notamment sur le secteur automobile, suivi de celui de l'informatique, de l'équipement industriel, puis des navires et de l'aviation. Ce dernier secteur ayant la plus forte croissance.

Concernant le marché automobile, le leasing a financé 7,7 millions de nouveaux véhicules en 2006 pour atteindre un parc de 16 millions. Pour certains, ce chiffre peut apparaître défavorable au regard des consommations énergétiques induites. Alain Vervaeke rappelle que les leasers financent toujours les véhicules les plus propres et performants du marché. Le leasing représente une voiture sur trois en Europe. En conclusion, le leasing est un marché dynamique qui participe activement au soutien de l'économie.

## **TOUR D'HORIZON DES DÉFIS QUI ATTENDENT L'INDUSTRIE DU LEASING**

### 1) En Europe

Intervention de John Bennett, Président-directeur général, Bank of America, Global Vendor Finance (EMEA)

Dans son intervention, John Bennett attire l'attention des participants sur plusieurs points particuliers :

- Le leasing n'est pas reconnu parce qu'il n'est pas connu. Au mieux, le leasing évoque le financement de véhicules ou d'informatique. Cette connaissance réduite est désolante alors que le secteur finance nombre de biens différents et sait s'adapter à nombre de situations spécifiques.

- Le secteur ne jouit pas d'un attrait élevé chez les jeunes. Il semble de plus en plus difficile d'attirer de nouveaux collaborateurs plus enclins à répondre aux offres des banques commerciales qui disposent de larges gammes de produits. Il estime que la recherche d'innovation dans le leasing constitue l'un des enjeux que la profession doit sans cesse privilégier.

- Au plan de l'harmonisation européenne, la capacité de la profession à travailler dans différents pays est entravée quand les règles non seulement juridiques mais aussi fiscales ne sont pas harmonisées. Par exemple, le financement de logiciels qui, selon qu'il est partie prenante d'un matériel ou seulement disponible sur des supports informatiques, relève du financement de matériel ou de la prestation de service.

- Le secteur du leasing est régulièrement confronté à des tentatives de fraude plus ou moins importantes. La profession doit poursuivre ses efforts pour lutter contre les pratiques frauduleuses.

### 2) Aux États-Unis

*Intervention de Valérie Jester, Présidente de Brandywine Capital Associates et Présidente de l'Association américaine du leasing et de la finance*

En introduction de son intervention, Valérie Jester indique qu'elle ne soupçonnait pas que les problèmes évoqués pour l'Europe étaient si proches de ceux rencontrés sur le marché américain. Comme en Europe, le secteur reste méconnu des médias en général, doit faire face à une véritable difficulté de différenciation des produits et est confronté à la nécessité de développer une image positive et dynamique du secteur. Ainsi, peut-être davantage qu'en Europe, le marché américain connaît un repli du leasing au profit d'un plus fort développement d'autres produits financiers. Elle évoque les difficultés en termes de compression des marges sur le marché américain due notamment à la concurrence forte à laquelle se livrent les établissements pour offrir les meilleurs financements ; le tout étant accentué par une affluence de capitaux sur les marchés.

Par ailleurs, la réglementation nuit au leasing et renforce le développement des produits bancaires. En effet, outre la loi Sarban-Oxley et autres normes comptables, de fortes disparités existent entre les réglementations des différents états. Les sociétés cotées en bourse, au titre d'une transparence parfaite, endossent des coûts administratifs exorbitants (notamment des séries de reporting) mais, surtout, écartent nombre d'opérations de lease-back rendues moins attrayantes. En revanche, les captives et sociétés filiales de groupes bancaires ou commerciaux savent heureusement apporter, directement sur le lieu de vente, de véritables avantages aux clients en termes de services.

En conclusion, si aucune érosion majeure n'est à déplorer, le pur leasing ne semble plus viable (sauf à en faire une "niche" dans un contexte précis) et la nécessité de développer des produits financiers diversifiés se ressent. À ce titre, des potentiels d'activité existent notamment dans le domaine de la santé, des énergies alternatives des partenariats publics privés et du financement des infrastructures en général.

## **EXPLOITER LES MARCHÉS DE NICHE : LE MARCHÉ ANGLAIS DES COURTIERIS**

*Intervention de Chris Stamper, Président-directeur général, ING Lease (UK) Limited*

En Angleterre, selon les études menées par la FLA, les courtiers apportent une part non négligeable d'affaires. Outre le pic atteint en 2005 de 27,2 milliards de livres, leur taux de croissance annuel moyen sur les 10 dernières années est de 1,8% et leur taux de pénétration annuel moyen sur la même période est de 28,3%.

Le marché des courtiers a considérablement évolué et changé durant les dix dernières années. Peu nombreux, les courtiers indépendants travaillaient avec une multitude d'établissements. La relation de concurrence entre les forces commerciales des établissements, très développées et coûteuses, et les courtiers était vive.

Désormais, nombre d'établissements ont restructuré leur approche commerciale en réduisant sensiblement leurs forces commerciales internes au profit des relations avec les "brokers".

Ces derniers, dotés d'une forte technologie et d'une relation privilégiée avec le client, ont su transformer la relation de concurrence en relation de partenariat, voire de client, vis-à-vis des établissements. Ils occupent aujourd'hui une place prépondérante dans le canal d'acquisition d'affaires des établissements. Les courtiers interviennent dans trois secteurs d'activité privilégiés. Le premier, de loin le plus important, concerne la bureautique et les services d'aides à la vente pour lesquelles ils délivrent une qualité de service excellente.

Vient ensuite le financement d'actifs en général où les courtiers sont généralement issus d'anciennes compagnies financières.

Enfin, les courtiers interviennent également sur le marché de l'agriculture ; ils sont peu nombreux, favorisent les relations étroites avec les agriculteurs et restent très traditionnels dans leurs méthodes de travail.

## **LES QUESTIONS ENVIRONNEMENTALES COMME SOURCE D'OPPORTUNITÉS**

*Intervention de Lindsay Town, Président-directeur général, Asset and Motor Finance, Bank of Scotland Corporate*

Force est de constater qu'aujourd'hui la question "verte" est clairement formulée et la problématique, loin d'être une fantaisie, prend une importance économique devant être intégrée dans la stratégie des établissements de crédit. Cela peut s'avérer une véritable niche.

Pour les établissements de leasing (location, crédit-bail mobilier, crédit-bail immobilier), les conséquences pratiques du "verdissement" des investissements se font sentir de plusieurs manières. Les actifs déjà financés sont-ils environnementalocompatibles ? Comment gérer les valeurs résiduelles ? Comment prendre en compte l'évolution des actifs, niveau de la reprise et de la revente ? Comment tenir compte des nouvelles réglementations ? Quid de la gestion du produit en fin de vie ?

En termes de marché, s'ouvrent aux établissements des opportunités à saisir pour, d'une part, favoriser le développement de nouvelles industries et technologies plus soucieuses d'environnement et, d'autre part, revitaliser des industries plus anciennes. Cela peut concerner par exemple des domaines comme le retraitement des déchets, l'énergie, l'eau, ou les transports (ferroviaire, aérien).

La préoccupation environnementale ne doit pas seulement être une considération "externe" au sens de l'activité économique, mais aussi "interne" au sens de l'empreinte énergétique de l'établissement lui-même. Il en va, pour les établissements de leur responsabilité environnementale d'entreprise.

## **LE DÉVELOPPEMENT DU LEASING EN EUROPE : RUSSIE ET UKRAINE**

*Intervention d'Alexandre Schmidecker, Chef des marchés européens, UniCrédit Leasing*

L'Ukraine compte 46 millions d'habitants, contre 142 millions en Russie. En termes de PIB par habitant, l'Ukraine se situe entre 6 000 à 8000 euros tandis que la Russie atteint près de 5 500 euros ; pour mémoire, l'Europe des 15 atteint près de 28 000 euros par habitant.

En termes d'inflation, la tendance moyenne dans les nouveaux pays de l'Europe est à la stabilisation après une forte baisse. À plus de 18% en 2002, elle atteint 4,5% en 2007 et les prévisions envisagent un peu moins de 4,5% pour 2008. Par ailleurs, les investissements étrangers dans les nouveaux pays de l'Europe ont considérablement crû entre 1990 et 2006 passant de 0 à 273 milliards d'euros.

Dans ce contexte, le commerce extérieur de la Russie et de l'Ukraine réunies a progressé de +243% entre 1996 et 2006 et leur part de marché dans le commerce mondial a progressé de 1% (+ 4,6% pour la Chine, -4% pour l'UE et -4,1% pour les USA).

En Russie et en Ukraine, le marché du leasing est considéré comme un marché à fort potentiel, mais encore instable. Pour s'implanter dans ses trois corps de métiers (automobile, équipement, immobilier), UniCrédit Leasing a développé un réseau de vente basé sur trois canaux de distribution traditionnels : force de vente directe, partenariat avec des banques locales et partenaires intermédiaires. Trois services spécifiques sont proposés : la gestion des constructions, les services en assurances et la gestion de flottes automobiles.

Des difficultés y sont rencontrées : le personnel qualifié et expérimenté étant relativement rare, cela se traduit notamment par des niveaux de salaires élevés et des prestations en matière de plateforme informatique difficiles à assurer.

Un focus sur le leasing immobilier en Russie permet de faire ressortir plusieurs points favorables et quelques difficultés. Pour ce qui est des premières, le leasing immobilier peut être exercé par l'intermédiaire d'établissements locaux, le produit jouit d'un amortissement accéléré susceptible d'être trois fois plus rapide que les amortissements traditionnels, les pertes peuvent être reportées. Parmi les contraintes, on note une acquisition foncière limitée (une solution peut tenir dans la prise à bail du terrain pendant une période de 30 à 40 ans), un coût des permis de construire très élevé (1 à 2% des constructions), un coût des matières premières très élevé, un non reversement immédiat de la TVA, des difficultés d'enregistrement, des difficultés de connexion aux réseaux (raccordement énergétique et réseaux d'eau).

Un focus sur le leasing automobile en Ukraine montre que ce secteur est tout à fait prometteur : les contrats de location "full services" se développent, la croissance des ventes de véhicule est de 30 à 40% par an, le niveau des ventes de véhicule estimé pour 2007 est de 500 000 (pour indication, l'on compte 145 véhicules pour 1 000 habitants en Ukraine contre 600 véhicules pour 1 000 habitants en Allemagne, et le prix moyen d'un véhicule s'établit à 10 000 euros).

Le leasing ne jouit pas d'avantages particuliers par rapport au financement bancaire. 2,2% des voitures vendues sont financées en leasing contre 70% par prêt bancaire. Par rapport à l'an dernier, l'encours du leasing pourrait passer de 82 à 100 millions d'euros et la production de 23 à 45 millions d'euros.

## **FAIRE DU BUSINESS EN CHINE**

*Intervention de Terry Kelleher, Président, CIT Global Vendor*

La Chine est avant tout un pays d'une dimension atypique : 1,3 milliard d'individus, dont 300 millions sont en passe de migrer des campagnes vers les villes et constituer une nouvelle force de travail pour l'industrie, \$3 300 milliards de PIB en 2007, en croissance annuelle de 11%, plus gros bénéficiaires d'investissements étrangers à \$60 milliards.

La Chine consomme la moitié des approvisionnements mondiaux, elle construira 50 à 100 aéroports dans les prochaines années, le nombre de compagnies de fabrication d'avions d'affaires devrait passer de 40 actuellement à 600 d'ici 2020. Cependant, ces chiffres ne doivent pas occulter certains risques inhérents à la situation culturelle et politique du pays. Outre le régime communiste, la propriété intellectuelle est parfois largement entamée. Plus spécifiquement dans le domaine de la finance, l'administration chinoise est omniprésente dans les banques.

Pour le secteur du leasing, le marché est véritablement prometteur. Les investissements en matière d'équipement en Chine sont passés de \$123 milliards en 2001 à 242 milliards en 2004, ils devraient atteindre 500 milliards en 2007.

Or, le taux de pénétration du leasing est de moins de 1% contre 9% au Japon. Dans un tel contexte, les possibilités de croissance rapide sont réelles, mais le taux de défaillance d'établissements est élevé (sur 40 établissements de leasing, 30 ont fait faillite), le nombre d'opérations d'envergure est bas, et surtout, bien que nombre d'établissements aient les licences pour faire du leasing, peu osent véritablement se lancer sur ce marché compte tenu de la difficulté de prendre une décision de crédit et de la courbe des pertes.

En Chine, la courbe des pertes devient rapidement exponentielle. La probabilité de récupération physique d'un actif est très faible. Il se fait avant tout du leasing financier et moins de leasing opérationnel.

Le métier du leasing, petite industrie nouvelle, ne suscite pas un vif intérêt de la part des Chinois ; une personne est "expérimentée" dès trois mois d'activité. Enfin, malgré un niveau de rémunération élevé dans un tel contexte, l'élément le plus fidélisant réside avant tout dans l'existence d'un déroulement de carrière.

Le développement du métier se heurte également à d'autres éléments : culture entrepreneuriale forte, mauvaise connaissance de l'anglais (à aujourd'hui !), difficulté d'intégrer la culture occidentale, produit du leasing peu compris et très différent des produits bancaires, formation du personnel incontournable. Le marché du leasing en Chine en est encore à ses balbutiements mais pourrait évoluer très vite dans les prochaines années.

La Chine est un pays à hauts potentiels et hauts rendements, il est aussi un pays à hauts risques à ne pas sous-estimer.

## **POINT D'AVANCEMENT DES RÉFLEXIONS DU GROUPE DE TRAVAIL COMMUN IASB / FASB SUR LE LEASING**

*Intervention d'Andreas Mansson, Wasa Kredit*

Leaseurope est représentée au sein du groupe de travail sur la réforme de l'IAS 17 mis en place par l'IASB.

La première réunion de ce groupe a été consacrée à l'analyse des droits et obligations des deux parties à un contrat de leasing simple. Il ressort des discussions que c'est l'analyse en termes de droit d'usage qui aurait la faveur des membres du Board.

Le preneur inscrirait à l'actif de son bilan un droit d'utiliser le bien et à son passif les obligations de payer les loyers. Du côté du bailleur, le droit de recevoir des paiements serait inscrit à l'actif.

En revanche, ne constituent pas des éléments à inscrire au bilan l'obligation de rendre le bien à l'issue du contrat ou celle de le mettre à disposition du preneur. Il semblerait qu'un accord se dessine au sein du groupe de travail sur ce mode de comptabilisation. Toutefois, le fait que les travaux portent uniquement sur un contrat simple rend difficile toute discussion et on peut se demander si les travaux ne sont pas en fait engagés sur un chemin prédéterminé.

On relève en effet qu'alors que seul le modèle fondé sur le droit d'usage semble l'emporter, d'autres modes de comptabilisation mériteraient d'être examinés par le groupe de travail car ils présentent un intérêt, que ce soit celui des risques et avantages, celui de l'activation totale ou du contrat exécutoire. Il semble que les réflexions restent fortement orientées par les conclusions du G4 + 1.

D'autres questions restent en suspens : ainsi, le traitement des options laissées au preneur en fin de contrat pose certaines difficultés. Par ailleurs, si l'on privilégie la notion de droit d'usage, se pose le problème de l'évaluation de ces droits et obligations. Il est ainsi envisagé d'utiliser la norme IAS 39 pour évaluer les obligations à la charge du preneur.

Pour ce qui est de ses droits, différentes solutions sont proposées, qui vont d'une évaluation différente selon le type d'actifs à la comptabilisation d'un actif incorporel. Leaseurope a pris position sur les premières conclusions du groupe de travail en indiquant que ces orientations risquaient de faire peser sur le preneur des obligations comptables dont la complexité sera disproportionnée avec les actifs en cause. Par ailleurs, même si ce n'est pas dans les préoccupations du Board de l'IASB, on ne peut ignorer les aspects fiscaux liés à la comptabilité du leasing.

En conclusion, le modèle du droit d'usage est séduisant au plan intellectuel mais sa complexité de mise en œuvre rend son adoption peu réaliste. Par ailleurs, le marché européen est vaste et les pratiques diffèrent sensiblement d'un pays à l'autre. La solution obtenue devra convenir à tous.

## **MISE EN ŒUVRE DES NORMES IFRS : LE POINT DE VUE D'UN GROUPE DE LEASING PANEUROPEEN**

*Intervention de Mark Venus, BNP Paribas Lease Group - Membre du groupe de travail ad hoc de l'IASB sur la réforme de l'IAS 17*

BNP Paribas Lease Group (BPLG) applique les normes IFRS depuis le 1er janvier 2005. Le passage aux normes internationales a eu des impacts tant au plan interne qu'externe.

Au plan interne, il convient de distinguer les conséquences sur le compte de résultat, relativement limitées (baisse de 1,4% du PNB, augmentation des charges d'exploitation et des amortissements de 0,5%), de celles sur le bilan, beaucoup plus significatives. L'application des normes IAS 32 et 39 a en effet eu des effets importants.

Pour ce qui est de la charge de travail représentée par le passage aux normes IFRS, BPLG a bénéficié de son appartenance à un grand groupe bancaire et du fait qu'il existait déjà une double comptabilité (financière et comptable). La mise en œuvre de la norme IAS 17 n'a pas été la plus difficile, la majorité des contrats tombant dans la catégorie des locations financement. En revanche, les normes IAS 16, 36 et 40 ont soulevé certaines difficultés.

Toutefois, les véritables casse-tête ont été les normes IAS 18, pour des raisons de réconciliation avec les comptes sociaux et fiscaux, et IAS 32 et 39. Pour ces deux dernières normes, la comptabilisation des opérations de couverture s'est avérée trop complexe pour les activités de BPLG. Il a donc été décidé de modifier les procédures de refinancement pour que tout soit centralisé au niveau de la maison-mère. Mais le plus difficile a été le provisionnement des créances douteuses et notamment le calcul de la dépréciation des créances dans le cadre d'un groupe où les ventes croisées sont nombreuses.

En conclusion, au plan interne, l'application des normes IFRS a entraîné un coût significatif (qui aurait été supérieur si la banque n'avait pas déjà eu une double comptabilité) et un détournement de ressources qui auraient été autrement utilisées. Elle a permis une

harmonisation de la comptabilité dans tout le groupe (harmonisation qui existait déjà). Enfin, l'importance de la taille du groupe a permis de répartir des coûts qui restent élevés.

Vis-à-vis des clients et des partenaires de BPLG, le passage aux normes IFRS a posé des problèmes de qualification des opérations. Il existe des disparités d'interprétation selon les pays et les cabinets d'audit.

L'asymétrie de qualification, dès lors que la transaction n'est pas un simple contrat bilatéral, risque d'avoir de lourdes conséquences si le champ d'application des IFRS s'élargit aux comptes sociaux et fiscaux.

Se pose également la question, pour le fournisseur, de la définition de la vente en cas notamment d'engagement de rachat de sa part. Les interprétations vont peut-être gagner en cohérence avec le temps, mais l'application des normes IFRS n'en reste pas moins un problème pour les PME. C'est même sur ces dernières que les nouvelles normes comptables risquent d'avoir le plus d'impact et il convient d'être vigilant.

À cet égard, l'orientation que prennent les travaux sur la norme IAS 17 peut inquiéter par les conséquences qu'aura la réforme non pas tant sur les bailleurs, mais sur leurs clients et leurs fournisseurs. Avec le recours au droit d'usage, les biens pris en leasing apparaîtraient dans le bilan des preneurs. Les solutions avancées par le Board peuvent sembler adaptées à un certain type d'actif (il n'est d'ailleurs pas indifférent que l'actif invariablement pris comme exemple dans les réflexions soit un avion), mais le sont beaucoup moins pour la majorité des équipements légers faisant l'objet de contrats de leasing.

## **PROJET DE BASE COMMUNE CONSOLIDÉE D'IMPOSITION À L'IMPÔT SUR LES SOCIÉTÉS**

*Intervention de Thomas Neale, Administrateur principal, DG Fiscalité et Union douanière, à la Commission européenne*

T. Neale rend compte de l'état des travaux de la Commission sur ce projet qui vise à permettre à un groupe transfrontalier de consolider sa base de taxation à l'I.S. pour répartir ensuite l'impôt dû dans les états membres en fonction de critères de répartition.

Un tel dispositif aurait pour avantages, pour les groupes qui y auraient opté, de n'appliquer qu'un jeu unique de règles fiscales permettant de remplacer les prix de transfert et les contraintes de sous-capitalisation par la consolidation et la répartition des résultats, autorisant ainsi une compensation automatique des pertes au sein du groupe. Il devrait aussi supprimer les frottements fiscaux transfrontaliers. En seraient exclues les entités non-EU ou non consolidées, ce qui impliquerait l'établissement d'une deuxième base. Les règles de répartition, non encore figées à ce jour, se feraient en fonction des chiffres d'affaires, des salaires et des actifs. Il est à noter que le crédit-bail serait traité selon un mode proche de l'IAS 17 (intérêts et amortissements déductibles chez le locataire, loyers moins amortissements en produits chez le bailleur).

Le texte devrait prendre la forme d'un règlement requérant l'avis du Parlement et un vote à l'unanimité du Conseil de l'Europe. Six groupes de travail sont actuellement à l'œuvre, dont un groupe "produits et charges" constitué d'experts français.

## **LE DÉFI ENVIRONNEMENTAL POUR LES FLOTTES DE VÉHICULES PROFESSIONNELS**

*Intervention de Vincent Rupied, Directeur International d'ARVAL*

Après avoir présenté l'observatoire des véhicules de sociétés créé par ARVAL, qui couvre huit pays, Vincent Rupied donne les principaux éléments de réponse des responsables de flottes à l'enquête menée sous son égide sur leur sensibilisation aux questions d'environnement et sur les réponses qu'ils comptent y apporter.

Cette sensibilisation est réelle (72% des sondés pour les questions de pollution, 71% pour la raréfaction des ressources énergétiques) et les amène à envisager, en nombre significatif, de rechercher des véhicules de plus faible consommation et moins polluants, pour lesquels ils souhaitent des prix plus attractifs, des aides gouvernementales, un réseau plus étendu de stations de rechargement et un meilleur choix de véhicules.

D'ores et déjà, une proportion significative (44% en France, 60% en Allemagne) de sociétés utilisent au moins un véhicule propre ou économe en énergie. Mais une attente demeure pour ce qui concerne l'offre des fabricants et l'information sur les véhicules. Une opportunité se présente alors pour les loueurs de conseiller leurs clients sur le choix des véhicules et de les assister dans la formation des conducteurs.

## **SESSION FINANCEMENT AUTOMOBILE**

### **L'ENVIRONNEMENT COMME NOUVEAU PARTENAIRE DANS LE DÉVELOPPEMENT DES ACTIVITÉS**

*Intervention de R. Graham Smith, Vice-président, Affaires extérieures et affaires environnementales, Toyota MotorEurope*

Depuis fort longtemps l'environnement est partie intégrante de la stratégie et de la culture d'entreprise de Toyota. Cette orientation trouve sa source notamment dans des préoccupations politiques et culturelles anciennes liées au peu de ressources naturelles disponibles au Japon. En termes de chiffres, Toyota a commencé la vente de véhicules en 1963. Depuis 1990, la firme a investi plus de 6 milliards d'euros dans la production, les réseaux de vente, les réseaux logistiques, la recherche et développement, y compris la Formule 1. C'est également 5 milliards d'euros investis chaque année avec les partenaires européens.

En 2006, Toyota a vendu 1 124 000 véhicules, 2007 devrait être la 11<sup>ème</sup> année consécutive d'augmentation des ventes. Environ 70% des véhicules Toyota vendus en Europe sont fabriqués en Europe par des Européens. Pour Toyota, les challenges environnementaux tiennent essentiellement dans la réduction des émissions de CO<sub>2</sub> et l'utilisation effective des énergies de substitution. La compagnie croit notamment au développement des véhicules hybrides.

À ce jour, elle en a vendu un million. La collaboration avec les autorités publiques peut aboutir à positionner le souci de l'environnement comme un élément déterminant dans l'acte d'achat par le consommateur. Cela passe également par la confiance de la clientèle dans la technologie et sans doute par des encouragements fiscaux.

Par ailleurs, Toyota soutient les démarches de réglementation engagées par l'UE, notamment sa volonté de ramener les émissions de CO<sub>2</sub> de 140 à 120 g/km d'ici 2012. Néanmoins, il semble que cette exigence soit très ambitieuse surtout en termes de délai. Toyota soutient également d'autres voies pour la réduction des émissions de CO<sub>2</sub> comme l'écoconduite ou

l'amélioration des infrastructures routières (au Japon ces mesures représenteront selon les estimations 52% des réductions de CO2).

Enfin, la politique environnementale de Toyota ne s'applique pas seulement aux véhicules produits, mais concerne également la politique générale de l'entreprise. Ainsi elle s'attache à poursuivre l'objectif de réduction des émissions notamment au sein des usines de production.

## **CHANGER LA DYNAMIQUE DES CANAUX DE DISTRIBUTION ET LEUR IMPACT SUR LE MARCHÉ DU CRÉDIT SUR LE POINT DE VENTE**

*Intervention de Peter Cottle, Bank of Scotland*

Quelle sera la place du crédit sur le point de vente en 2017 ? Si rien n'est fait pour enrayer la décline actuelle, il y a fort à parier que ce ne soit pas brillant. Or les services financiers représentent une part importante des profits des concessionnaires automobiles. On constate actuellement une baisse de 12% de la pénétration du crédit sur le lieu de vente pour les véhicules neufs.

Aujourd'hui, le crédit sur le lieu de vente représente moins de 46% pour les véhicules neufs et 20% pour l'occasion alors que le pic atteint en 1997 était de 70%. Les consommateurs qui recherchent leur mode de financement avant de se rendre chez le concessionnaire sont de plus en plus nombreux. Les raisons de ce déclin sont nombreuses :

- la concurrence, en particulier de l'offre internet. Cette dernière facilite la comparaison des taux qui deviennent, de ce fait, un élément important de la décision.
- la mauvaise image, véhiculée par la presse, dont souffre le crédit sur le lieu de vente : taux élevés, faible confiance du consommateur et, du côté du personnel des concessions, faible reconnaissance professionnelle du rôle dans la vente du crédit.

L'industrie doit réagir si elle souhaite que le financement sur le point de vente reste une solution pour le consommateur. Pour cela, elle doit mettre en avant les avantages qu'il représente, répondre aux critiques concernant son coût, impliquer le consommateur plus tôt dans l'acte d'achat et améliorer sa confiance.

Au Royaume-Uni, la Finance and Leasing Association (FLA), qui représente les prêteurs, a pris une initiative afin d'enrayer ce déclin. Les objectifs en sont de renforcer la confiance du consommateur par des engagements de formation des personnes proposant le financement, notamment pour ce qui concerne l'adaptation de l'offre aux besoins du consommateur, la simplicité des démarches administratives. Présentés sous le concept général de "Specialist Automotive Finance" ou SAF, ces engagements prennent entre autres la forme d'un module de formation conçu par la FLA et entièrement gratuit. Leur respect fait l'objet d'un certificat délivré par la FLA.

D'autres objectifs sont fixés dans le cadre du SAF : en 2007, la priorité est de sensibiliser les concessionnaires. Ce n'est qu'en 2008 que l'action à destination des consommateurs commencera avec une campagne de communication, un droit de réponse dans la presse, notamment consommériste, et un accroissement de la visibilité chez les concessionnaires. Le "label" SAF devrait permettre d'améliorer la confiance du consommateur en changeant sa perception et ses attentes quant au crédit sur le lieu de vente.

En conclusion, le financement sur le lieu de vente est économiquement justifié et les consommateurs doivent être persuadés de ses avantages. Les concessionnaires jouent un rôle vital dans le succès du crédit sur le lieu de vente. Il reste des défis à relever, mais SAF sera une aide pour les acteurs.