

15^{ème} congrès conjoint Eurofinas-Leaseurope – Cannes (France), 11 et 12 octobre 2012

La note qui suit, tirée de la Lettre n° 155 de l'ASF (Association Française des Sociétés Financières), donne, à travers une synthèse des communications effectuées par les différents participants, un aperçu des travaux du 15^{ème} congrès commun Eurofinas-Leaseurope, tenu les 11 et 12 octobre 2012 à Cannes (France).

La France était cette année le pays hôte du 15^{ème} congrès commun Eurofinas/Leaseurope qui s'est tenu à Cannes les 11 et 12 octobre 2012. Il a réuni une assistance exceptionnellement nombreuse et de très grande qualité, avec 450 congressistes professionnels, accompagnés ou non, venus aussi profiter du charme de la Riviera française. 36 pays étaient représentés, essentiellement européens, mais aussi le Maroc, qui est membre correspondant des deux fédérations, l'Australie, le Canada, la Chine, la Corée du Sud, les Etats-Unis etc. L'organisation du congrès conjoint en sessions parallèles, permet aux associations qui sont membres à la fois d'Eurofinas et de Leaseurope de suivre l'ensemble des débats ; c'est le cas de l'ASF qui est une des rares associations nationales ayant regroupé l'ensemble des financements spécialisés au sein d'une seule association. Les moments de convivialité sont également précieux car ils donnent aux participants l'occasion de faire connaissance, de se retrouver et d'échanger entre eux de manière professionnelle mais aussi informelle. Les conférences et les débats ont permis de montrer des exemples concrets d'innovation réussies, d'établir des comparaisons utiles et d'échanger autour de bonnes pratiques, dans un environnement incertain, chahuté par la crise, et fortement impacté par les règles de Bâle III en cours de transposition. Les principales préoccupations portent sur les conditions d'exercice des activités, notamment en Europe, dans un contexte de contraintes tant au niveau de la liquidité que des fonds propres.

SESSION D'OUVERTURE

L'environnement des services financiers spécialisés

Didier Hauguel, Directeur des Services Financiers Spécialisés et Assurances, Société Générale

Une décennie de transformations

La première partie des années 2000 a été marquée par l'accroissement des déséquilibres macroéconomiques, alors que les indicateurs étaient plutôt bons :

- croissance mondiale stable et élevée, favorisée par la démographie, l'intégration européenne et le dynamisme des pays émergents,
- faible inflation du fait des politiques monétaires menées par les pays développés,
- déréglementation et défiscalisation.

Cette période de faible inflation et de bas taux d'intérêt a favorisé une grande exubérance financière caractérisée dont la conséquence a été, en 2008, une crise due au développement d'un surendettement sans précédent à l'échelle de la planète.

Les activités de financement spécialisé ont donc dû traverser dans les dix dernières années des phases successives de forte croissance (2003-2007), de crise (2008- 2009) et de lente reprise depuis.

Aujourd'hui, nous faisons face à un changement majeur dans l'industrie de la banque et des services financiers spécialisés. Les coûts doivent être ajustés pour conserver un niveau de rentabilité acceptable.

Dans le contexte de raréfaction de la liquidité et des ressources en fonds propres, nombreux sont les établissements qui se mettent en mesure de collecter des dépôts.

Trois exemples, tirés de l'expérience du groupe Société Générale :

- ALD Automotive a subi en 2008-2009 une baisse de ses revenus due à des pertes sur la valeur résiduelle des véhicules loués du fait de la mauvaise santé du marché de l'occasion dans tous les pays européens.

L'entreprise a su faire preuve de réactivité en réduisant ses coûts pour compenser cette baisse de revenus ;

- Société Générale Equipment Finance, face à la crise, a resserré les liens avec son réseau de vendeurs et mis en place des initiatives visant à réduire les coûts,

- Société Générale Consumer Finance, de son côté, s'est concentré sur certains pays, divisant par deux son réseau.

Impact des réformes réglementaires issues de la crise sur les services financiers spécialisés.

Les réformes ne sont pas nécessairement adaptées aux services financiers spécialisés (cas par exemple des nouvelles règles de liquidité fixées par la future CRD4). Les acteurs spécialisés seront donc tous directement ou indirectement impactés par ces règles dans leur capacité à répondre aux besoins de financement de leurs clients. L'initiative de la Commission européenne sur le Shadow banking a pour objectif de fixer un cadre au secteur bancaire parallèle dont la part représente aujourd'hui la moitié du total des bilans des banques dans le monde. En la matière, il est important que les règles découlant de cette initiative maintiennent l'égalité de concurrence ("Same business, same rules") et que l'Europe ne soit pas la seule à légiférer en ce domaine.

Dernier exemple, celui du crédit à la consommation. La transposition de la directive sur le crédit aux consommateurs a eu des conséquences radicales, même si différentes, dans la plupart des marchés européens. En France par exemple, les mesures nationales prises à l'occasion de la transposition de la directive ont entraîné une chute sévère de la production en crédit renouvelable, avec en parallèle de gros efforts fournis par les acteurs pour s'adapter à la nouvelle réglementation. Le coût, y compris social, de la réforme pour les établissements est lourd, et il faut veiller à ce que de nouvelles initiatives ne viennent pas affaiblir encore l'offre de crédit. En conclusion, une mutation profonde du secteur s'est engagée. Les défis auxquels doivent faire face les établissements ne doivent pas être sous-estimés et un travail collectif entre les acteurs (pouvoirs publics, professionnels de l'industrie) s'impose pour trouver le bon équilibre.

EUROFINAS

REFINANCEMENT ET LIQUIDITÉ DANS LA NOUVELLE NORMALITÉ

Adaptation aux nouvelles réalités : le cas de BNP Paribas Personal Finance

Alain Van Groenendael, Administrateur - Directeur général Délégué, BNP Paribas Personal Finance

Changements majeurs des dernières années :

- une économie en crise, avec des répercussions fortes sur le crédit à la consommation,
- un environnement législatif de plus en plus contraignant et portant sur tous les aspects de l'activité. La perte de revenus sur le crédit renouvelable causée par la loi Lagarde s'élève à 1,5 milliard d'euros sur trois ans.
- Bâle III a imposé à BNPP PF, société rentable, de revoir complètement son bilan et se concentrer sur certaines activités ou sur certains pays.

Pour maintenir la rentabilité, il a été décidé de favoriser la relation avec le client plus que le produit proposé.

Des décisions structurantes ont été prises :

- l'activité de crédit immobilier a été réduite et concentrée sur les clients les plus rentables et seulement dans certains pays,
- l'intégration de Cetelem dans la banque de détail de BNP Paribas (PF Inside) a été accélérée. Ce modèle fonctionne dans huit pays maintenant et permet de résoudre les problèmes de refinancement, de développer les ventes croisées et d'étendre le savoir-faire de Cetelem (scoring, relations clients etc.) à l'ensemble de la banque de détail,
- l'offre d'assurance et de placements financiers se développe.

D'autres initiatives sont également en cours comme le lancement d'une offre de crédit destinée spécialement aux jeunes en CDD ainsi que, dans un autre domaine, la mise en commun de moyens avec le groupe BPCE.

LES PARTENARIATS DANS LE MONDE DU CRÉDIT À LA CONSOMMATION

Trois intervenants (Hyundai Capital Europe, Volkswagen Financial Services Suède et Compass, groupe MedioBanca, Italie) ont successivement présenté les particularités de leur entreprise s'agissant des relations qu'elle peut entretenir avec ses partenaires économiques.

Alexander Cho, Directeur des ventes, Hyundai Capital Europe

La mise en place d'accords de coopération et de partage de compétences avec des partenaires économiques locaux a permis à Hyundai Motor Group de se développer, depuis les années 1997, notamment sur le marché européen qui représente aujourd'hui 27% de son chiffre d'affaires.

Hyundai Motor Group détient 80% du marché automobile domestique en Corée avec des encours atteignant 88 milliards d'euros. Intervenant à tous les stades de la fabrication d'un véhicule et de son acheminement vers le client, Hyundai propose également des solutions de financement en partenariat avec GE Money Bank. Hyundai

Capital services (HCS), structure dédiée, est le leader sur le marché du financement automobile en Corée. Elle assure 92% des financements de véhicules neufs et 64% des financements de véhicules d'occasion.

La stratégie de développement de Hyundai Motor Group repose non seulement sur la mise en place de partenariats avec des établissements locaux partageant ainsi les coûts et les risques, mais aussi sur une offre bien structurée et des forces de vente performantes.

Patrik Riese, Directeur général de Volkswagen Financial Services Suède grâce à ses participations dans d'autres sociétés ou des partenariats de services, Volkswagen Financial Services AG, captive automobile, est présente dans 38 pays. Actuellement, elle occupe la deuxième place sur le marché du financement automobile en Suède.

Patrick Riese note le développement en Suède de produits annexes au financement de véhicules (services de réparation, assurance, carte de paiement...).

C'est aussi dans ce cadre que Volkswagen Financial Services AG fait appel à des partenaires extérieurs (compagnies d'assurance, établissements de paiement, réparateurs d'automobiles...).

Roberto Ferrari, Directeur marketing de Compass, groupe Mediobanca, Italie Roberto Ferrari rappelle d'abord quelques données générales sur l'état de la situation économique en Italie. Le produit intérieur brut (PIB) s'est contracté fortement au deuxième trimestre 2012 avec 2,6% sur un an, les niveaux les plus bas étant enregistrés en 2009 avec -5,5%. Le taux de chômage reste élevé. La consommation des ménages continue à baisser ainsi que la confiance des consommateurs dans l'avenir.

La chute des crédits à la consommation se poursuit, contrairement à la tendance générale au niveau européen. Les nouvelles opérations en crédit à la consommation se contractent très fortement, surtout en Italie et en France. Après 10 ans de croissance constante, les volumes de nouveaux crédits ont atteint des niveaux aussi bas qu'en 2005. Les financements de voitures, 43% des crédits à la consommation distribués en Italie en 2005, ont reculé en 2011 et ne représentent plus que 24% des crédits à la consommation. Cette tendance s'accompagne de la progression des prêts personnels (passant de 24% en 2005 à 38% en 2011) et des cartes de crédit, y compris le crédit renouvelable (passant de 16% en 2005 à 22% en 2011) dans le total des nouvelles opérations en crédit à la consommation.

A la situation de récession ainsi décrite s'ajoute une forte inflation des textes réglementaires qui pourraient être un frein au développement d'une offre compétitive.

Une autre caractéristique du marché du crédit à la consommation en Italie concerne les canaux de distribution : en 2011, le crédit à la consommation est davantage distribué par le réseau bancaire que par les établissements spécialisés ou les vendeurs, en raison d'une réglementation de plus en plus contraignante qui pèse sur ces deux derniers acteurs. De plus, les banques de détail ont une vision plus globale sur les finances de leurs clients grâce aux comptes courants. Comme pour les deux autres intervenants, pour développer une offre compétitive, Compass fait appel à des partenaires économiques locaux. Le poids de ses partenaires n'a cessé d'augmenter par rapport à son propre réseau de distribution en passant de 26% pour la période juillet-décembre 2008 à 45% sur la période janvier-juin 2012. En associant des compétences et des actifs, Compass a réussi notamment à augmenter de 35% sa pénétration sur le marché du crédit à la consommation.

Les partenariats permettent également de mieux contrôler le risque et fidéliser la clientèle. De son côté, le client bénéficie de prix compétitifs, d'un taux d'acceptation plus élevé et d'une procédure d'octroi et de transfert des fonds bien calibrée (accord dans la journée qui suit la demande et versement des fonds dans un délai de trois jours à compter de la demande).

L'exemple de partenariat avec la Banco- Posta, banque, filiale à 100% de la Poste, est le plus parlant. Premier réseau de distribution en Italie avec plus de 14 000 agences, 5 millions de compte courants et 8 millions de cartes prépayées, la banque postale italienne n'est toutefois pas autorisée à délivrer des crédits. Compass est ainsi associé avec elle depuis 2006 pour proposer aux clients de la Poste des crédits à la consommation. De plus, plusieurs initiatives innovantes ont été mises en place grâce à ce partenariat :

- "Prontissimo" : le premier prêt personnel accordé en 48 heures et proposé à tous les consommateurs (non seulement aux clients de la Banque Postale), lancé en 2007 ;

- "Carte BP+" : la première carte de crédit avec option crédit amortissable (lancée en 2010) ;

- "Prontissimo Impresa" : le premier prêt destiné aux PME accordé en 48 heures (lancé en 2011).

ASSURANCES : ET MAINTENANT ?

Assurance emprunteur : l'expérience britannique - Maximilian Mertes, GMAC UK

Suite à des graves manquements dans la commercialisation des assurances emprunteur au Royaume-Uni, les banques font actuellement face à des actions en remboursement des primes indûment versées pour un montant cumulé estimé à 10 milliards de livres sterling, avec provisionnement en conséquence. L'impact des remboursements aux emprunteurs est estimé par l'Institut national pour la recherche économique et sociale à une augmentation du PIB d'au moins 0,1% pour 2012.

Gérer le passé

Une décision de justice d'août 2012 sur le sujet a mis en place un cadre équilibré pour régler les dossiers passés. Elle indique notamment qu'une étude de marché exhaustive ne doit pas être attendue dans tous les cas de la part de l'intermédiaire en assurance et qu'une commission d'un montant de 87% de la prime n'est pas nécessairement abusive.

Préserver l'activité future

La Commission de la concurrence a fixé en mars 2011 (entrée en vigueur en avril 2012) les conditions dans lesquelles l'assurance emprunteur doit désormais être commercialisée.

Les professionnels doivent respecter des règles strictes :

- en matière d'information du client (notamment rapport coût/avantages, possibilité de résilier, estimation personnalisée du coût de l'assurance, y compris en équivalent TAEG),

- lors de la commercialisation : il est interdit de faire souscrire l'assurance emprunteur avant ou à l'occasion de la souscription du crédit (et pendant une période de 7 jours après),

- concernant le type d'assurance proposé : les assurances avec prime unique sont interdites.

Il est probable que le nouveau régime anglais de l'assurance emprunteur serve de modèle à la future réglementation européenne en la matière.

La seconde directive intermédiation en assurance

Bert Reitsma, Secrétaire général, VFN

La révision de la directive sur l'intermédiation en assurance (adoptée en 2002) est en cours.

La Commission européenne a rendu publique sa proposition en juillet 2012; le travail au Parlement européen et au Conseil vient de commencer.

Le champ d'application du projet de la Commission est très large. Le texte institue de nouvelles règles ou renforce les dispositions de la première directive sur :

- l'enregistrement des intermédiaires,
- leur capacité professionnelle,
- l'information à fournir aux clients,
- les conflits d'intérêt et la transparence,
- les sanctions.

Le texte présente des enjeux importants pour les établissements spécialisés, notamment pour ce qui concerne la transparence, les exigences professionnelles et les ventes croisées. Par conséquent, Eurofinas en a fait une des priorités de son lobbying.

Les limites du modèle actuel de distribution de l'assurance emprunteur, pistes d'amélioration et d'innovation

Markus Benke, BNP Paribas Cardif Germany

L'assurance emprunteur présente de nombreux avantages pour le prêteur en lui permettant de sécuriser ses encours grâce à un mode de commercialisation efficace, et à la mutualisation permise par les contrats groupe.

Le consommateur, de son côté, est mieux protégé. Il doit se sentir traité de manière équitable. Les modes de commercialisation actuels de l'assurance emprunteur, s'ils permettent d'optimiser les coûts, ne sont pas nécessairement les mieux à même de garantir la satisfaction du consommateur, notamment en termes d'information.

Il est important pour le prêteur de s'assurer que l'assurance emprunteur apporte un véritable service au consommateur (contenu des garanties, etc.). La distribution d'assurance par l'intermédiaire du prêteur risque de devenir de plus en plus coûteuse, du fait notamment des exigences réglementaires à venir.

Aussi, les professionnels sont-ils en train de réfléchir à de nouveaux canaux de distribution : vente par téléphone, en ligne ou en ayant recours à des interfaces permettant la dématérialisation complète de la procédure d'adhésion.

L'avenir du crédit à la consommation

Des leaders sur le marché européen partagent leurs points de vue sur ce qu'ils considèrent être les principaux défis et opportunités pour l'avenir du crédit à la consommation

Maurizio Mondino, Head of Global Products and Business Development, Consumer Finance, UniCredit Group

Andrea Poletto, General Manager, Consum.it

Bruno Salmon, Chairman, BNP Paribas Personal Finance

Eric Spielrein, Company Secretary and Chief Risk Officer, RCI Banque

Jan W.Wagner, CEO, CreditPlus Bank

Dans la situation économique actuelle et avec les nouvelles contraintes réglementaires, le grand défi de la profession est de trouver des sources de refinancement. En effet, les règles de Bâle III obligent les établissements de crédit à renforcer leurs fonds propres et respecter des ratios de liquidité et de solvabilité dans une période où l'on constate une baisse constante de la production.

Pour augmenter le volume d'activité, les établissements peuvent se fonder sur une industrialisation, une optimisation des procédures internes et la recherche de marchés prometteurs à développer.

Par ailleurs, le comportement des consommateurs est en train de changer.

Leur confiance dans le crédit à la consommation est en baisse. En Allemagne par exemple, les consommateurs préfèrent épargner pour payer leurs achats en liquide au lieu de souscrire un crédit et lorsqu'ils le font, ils sont prudents et demandent plus de protection et transparence.

Cela incite les professionnels à proposer des nouveaux produits mieux adaptés aux besoins des consommateurs.

A côté de ces défis, les opportunités peuvent se trouver dans l'utilisation des nouvelles technologies, le développement du véhicule électrique dans le secteur de l'automobile, ou encore dans l'utilisation de nouveaux canaux de distribution pour la vente des crédits à la consommation.

Les répondants à la question posée aux personnes présentes dans la salle considèrent que, les opportunités pour les prêteurs viendront à 41,7% des moyens de paiement, à 27,8% des services annexes et à 19,4% des partenariats.

LEASEUROPE

LE MARCHÉ DU LEASING EN EUROPE

Etat du marché européen de la location

Jean-Marc Mignerey, Board Member, Leaseurope

Les membres de Leaseurope représentent 92% du total du leasing européen en 2011, ce qui permet à l'Association européenne de s'appuyer sur des statistiques représentatives de la profession, sachant qu'elles intègrent à la fois le crédit-bail mobilier, immobilier et la location.

L'Association européenne représente 34 associations nationales issues de 28 pays.

Au niveau mondial, l'Europe enregistre une croissance des volumes de 11% alors que les Etats-Unis progressent de 13%, le Canada et l'Australie de 16% et la Chine de 100%. Malgré cela, le marché européen arrive en tête (232 milliards d'euros de production hors immobilier) devant le marché américain (154 milliards d'euros) et devant le marché chinois (106 milliards d'euros). Le Japon atteint 41 milliards d'euros de production (en croissance de 1%) devant le Canada (27 milliards) et l'Australie (16 milliards).

Pour ce qui concerne le marché européen, la production des membres de Leaseurope (256 milliards d'euros, immobilier compris) représente donc la quasi-totalité de la production européenne (285 milliards d'euros). Cette production se décompose à hauteur de 24 milliards pour l'immobilier et 232 milliards pour le mobilier. En termes d'encours, la situation est proche : les membres de Leaseurope regroupent 698 milliards d'euros d'encours sur 800 milliards ; la part de l'immobilier atteint 196 milliards et le mobilier 502 milliards.

L'évolution de la production est globalement positive à +7,4% entre 2010 et 2011 mais qu'elle masque une évolution contrastée entre l'immobilier, en chute de -18,6%, et le mobilier en progression de +11,2%.

Sur longue période (1996-2011), la croissance annuelle globale est de +4,8%. Elle est de +5,1% pour le mobilier et de +2,9% pour l'immobilier.

Géographiquement, les pays européens n'ont pas tous enregistré les mêmes progressions.

L'Allemagne, l'Autriche, la France, la République Tchèque, le Royaume-Uni, la Suède et la Suisse ont connu des progressions comprises entre 0 et 10%. La plupart des autres pays de l'Europe de l'Est et du Nord se situent entre +10 à +30% voire plus, notamment en Russie, Estonie, Lettonie et Ukraine. Les pays d'Europe du Sud enregistrent entre -10% et -20%, voire au-delà notamment en Grèce et au Portugal.

La répartition du leasing par type d'actif en 2011 montre que le secteur automobile représente 60% (contre 56% en 2010), suivi du secteur de l'équipement à 16% (identique en 2010). Le secteur de l'immobilier passe de 13% en 2010 à 10% en 2011, celui des nouvelles technologies et des "big tickets" restent stable à 7%.

Le marché spécifique du véhicule compte 5,6 millions de véhicules financés en 2011 pour un montant de 108 milliards d'euros.

Le portefeuille total atteint 14 millions de véhicules. Le marché du camion compte 1,4 million de camions financés pour 44 milliards d'euros. Le portefeuille total atteint 4,3 millions d'unités.

Un point d'importance concerne le taux de pénétration du leasing en Europe. Sur la période 1999 – 2011, en moyenne le taux de pénétration global est de 12%. Si l'immobilier n'atteint que 3% (le crédit-bail immobilier n'étant pas développé de la même manière dans tous les Etats), le mobilier atteint quant à lui 19%. Ces moyennes peuvent cacher des réalités différentes selon les Etats puisque par exemple, en matière d'équipement la France affiche un taux de pénétration supérieur à 30%, de même que la Suède. La Finlande, la Pologne, le Portugal et le Royaume-Uni affichent 25 à 30% de pénétration. Allemagne, Belgique, Hollande, Norvège notamment atteignent 20 à 25%.

Les pays du Sud affichent en revanche des taux de pénétration davantage compris entre 10 et 20%.

Une autre tendance intéressante à suivre est celle de l'accroissement de la concentration des acteurs.

Les 10 meilleurs acteurs représentaient : en 2008, 89 milliards de la production (27% du marché), en 2009, 70 milliards (33,3% du marché), en 2011, ils représentent 78 milliards (57% du marché).

Les 20 meilleurs acteurs représentaient : en 2008, 131 milliards de la production (39,5% du marché), en 2009, 98 milliards (46,7% du marché), en 2011, ils représentent 110 milliards (81% du marché).

Enfin, après avoir salué la participation des plus grands établissements qui ont accepté de répondre à l'enquête, Leaseurope est en mesure de publier dans son index des informations importantes que sont le ratio de rentabilité qui atteint 30,2% en 2011 ; le ratio coûts sur revenus de 47,6% en 2011 et le ratio coût du risque qui s'établit à 0,65% en 2011. De même le "ROA" (résultat net sur actif net) atteint 1% en 2011 et le "ROE" (résultat net sur capitaux propres) atteint 17,1% en 2011.

En conclusion, Jean-Marc Mignerey souligne que le marché européen du leasing est le plus important dans le monde et qu'il représente l'une des clés essentielles du financement pour les PME. Le leasing a également un meilleur profil de risque (c'est-à-dire moins risqué) que le financement traditionnel.

C'est une industrie profitable avec des ROE sensiblement au-dessus de ceux du secteur bancaire traditionnel. Malgré ces éléments très positifs, le régulateur reste très vigilant sur cette industrie. Celle-ci reste un outil efficace du financement des PME, au service de l'économie réelle.

Table ronde : les leaders de l'industrie du leasing partagent leurs vues sur l'état des marchés du leasing en Europe

John Benett, Managing Director, Hitachi Capital Business Finance, Leaseurope

George Ashworth, Managing Director, Asset Finance, Aldermore

Kai Ostermann, Chairman of the Board, Deutsche Leasing

Alexandre Schmidecker, CEO, Raiffeisen Leasing

A une première interrogation sur les éléments clés du métier aujourd'hui, l'ensemble des participants conviennent que, dans un contexte de crise économique marquée, des éléments classiques peuvent être cités comme la compétition intense qui s'exerce entre spécialistes, l'évolution de plus en plus rapide des cycles économiques qu'il faut savoir accompagner, la question du management des équipes de l'entreprise afin de mettre en valeur leur expérience, leur réactivité et leur créativité, ou encore la connaissance client et la relation avec les partenaires industriels et de services qui, avec le financement lui-même, participent à l'offre de leasing.

Mais la préoccupation majeure aujourd'hui partagée par les établissements est de souligner le fait que les différents métiers sont autant de business models qui ont besoin de réglementation et régulations différentes. La véritable question aujourd'hui n'est pas tant de vendre le leasing aux clients, mais aux autorités de contrôle et aux sociétés mères bancaires, ce qui n'est pas l'ordre de choses.

L'indépendance des établissements spécialisés au regard de leurs sociétés mères est également évoquée. Sur ce point pour certains participants, l'indépendance peut apparaître comme un objectif difficile à tenir, notamment si l'on pense aux contraintes prudentielles qui s'exercent et en particulier dans l'immobilier d'entreprise qui engage de sommes élevées. Pour d'autres cela relève avant tout de la qualité des actionnaires et des circonstances, et en particulier de la santé financière de l'établissement. Il est essentiel d'être toujours attentif à la

définition et au positionnement du métier et notamment de savoir si le leasing est seulement un simple produit bancaire ou pas.

L'indépendance d'un métier passe également par sa capacité à accroître son taux de pénétration sur le marché, en particulier sur celui du financement aux PME. Outre les éléments classiques de coûts, de liquidité, de communication et de renforcement de la présence d'un personnel qualifié, les participants signalent des éléments nouveaux.

Ainsi, alors que l'industrie de la finance dans son ensemble souffre d'un manque de confiance aiguë, le leasing est perçu comme le partenaire de l'économie réelle. Le leasing n'est pas non plus une activité spéculative. Ces deux éléments constituent une chance pour le leasing en termes de positionnement et de communication auprès des clients. Par ailleurs, l'amélioration du taux de pénétration du leasing passe également par un choix clair que les établissements veulent établir avec leurs clients : s'agit-il d'une transaction, d'une relation commerciale ou d'un partenariat.

FUNDING

La BEI soutient le financement des PME en Europe

Mark Pevsner, Head of SME lending policy, European Investment Bank

Mark Pevsner rappelle tout d'abord que la Banque européenne d'investissement (BEI) est l'une des institutions de l'Union européenne, détenue par les 27 Etats membres. Elle est dotée de l'autonomie financière et se procure l'essentiel des fonds qu'elle prête par des émissions obligataires sur les marchés internationaux de capitaux. Son capital est de 232 milliards d'euros, souscrit par les 27 Etats membres de l'UE. Bénéficiant d'une excellente notation (AAA), elle peut emprunter aux meilleurs taux et en faire à son tour bénéficier les promoteurs de projets.

Le financement des PME est l'un des six objectifs majeurs de la Banque. Ainsi, en 2011, elle a signé pour environ 10,5 milliards d'euros de crédits intermédiés et alloué environ 14,5 milliards d'euros à plus de 70 000 PME. Le statut de la BEI impose de recueillir des garanties adéquates ou de disposer de contreparties financières fortes. Les principaux moyens de financement mis en place sont les prêts directs, notamment pour les projets dont le coût excède 25 millions d'euros. Les initiatives de petite et moyenne dimension et les projets d'infrastructure de petite taille sont financés par des lignes de crédit mises en place en collaboration avec des banques intermédiaires nationales et régionales : les prêts intermédiaires. La BEI ne prête pas plus de 50% des fonds nécessaires à la réalisation d'un projet. La BEI peut également intervenir sous forme de garantie ou de contre-garantie (via des intermédiaires financiers), cela notamment pour la couverture de portefeuille de prêts aux PME et de contrats de leasing.

La BEI a fait ses meilleurs efforts pour intervenir lors de la crise de 2008-2010 et poursuit cette initiative depuis. Elle a notamment aidé 70 000 entreprises dont 20 000 microcrédits de moins de 25 000 euros (soit 28% des allocations). L'un des objectifs est d'accroître les possibilités de financements aux PME de 3,5 à 5 milliards d'euros par an sur la période 2013-2015 pour répondre aux nouveaux investissements attendus de l'ordre de 40 milliards supplémentaires. Un autre objectif est de tenter d'élargir le champ des intermédiaires financiers afin d'inclure des établissements spécialistes de la finance susceptibles de diffuser du financement, comme les crédit-bailleurs.

En conclusion, la BEI indique que ses différentes formes de concours financiers sont des sources attractives de financements long terme pour les PME, notamment via les prêts mais aussi les contrats de location. Elle s'emploie sur la période à venir à accroître son intervention auprès des PME.

Analyse des taux de récupération en crédit-bail. L'exemple italien

Pietro Penza, PwC

L'association italienne regroupant les sociétés de leasing (Assilea) suit depuis 2005 les taux de récupération des biens donnés en leasing après défaillance du locataire.

L'objectif de cette analyse est de mieux cerner les facteurs explicatifs des taux de récupération.

En 2011, l'échantillon comprend 25 sociétés de leasing et couvre tous les secteurs : mobilier (matériel roulant et équipement) et immobilier.

L'étude suit deux types de données :

- la probabilité de récupérer le bien après défaillance de la contrepartie ;
- deux ratios : le prix de vente du bien récupéré / encours et le prix de vente / prix d'origine.

Les résultats permettent de fournir l'estimation d'une LGD réglementaire, de déterminer la courbe d'obsolescence prévisionnelle des actifs par catégorie et d'évaluer la fongibilité des actifs loués, et par conséquent le risque de valeur résiduelle.

Cette analyse se différencie de la LGD réglementaire car elle ne prend notamment pas en compte les coûts directs ou indirects.

Elle permet de répartir les biens selon la probabilité de reprise d'une part, et le niveau du prix de vente par rapport au prix d'origine d'autre part, et d'identifier les actifs présentant un risque élevé de valeur résiduelle (forte obsolescence et récupération difficile) et les actifs fongibles, présentant un moindre risque (faible obsolescence et récupération facile).

Une analyse par type d'actif montre que les immeubles présentent un taux de récupération de 100%, le matériel roulant un taux de 77% et les autres actifs mobiliers un taux de près de 48%.

FINANCER LE FUTUR

L'atelier dédié au "financement du Futur" a permis, au travers de quatre présentations, de se projeter dans les nouveaux défis et opportunités qui s'ouvrent aux crédit-bailleurs et bailleurs d'équipements. L'idée selon laquelle le **leasing n'est plus seulement un actif mais un service** est non seulement confirmée mais doit en plus s'insérer dans un monde qui intellectuellement tend à réduire la place de l'actif physique et promouvoir l'actif dématérialisé.

Le financement d'un actif "de consommation"

Artti Aurasmaa, CEO, 3 Step IT Group

Le financement d'un monde de plus en plus sans actifs ou d'actifs dématérialisés

Antoine d'Hardemare, Deputy managing director, Econocom Group

Transformer notre industrie en une société du leasing durable et différenciée

Elmar Lukas, Equipment finance, GE Capital EMEA

Financer le Futur ?

Stephen Knuppertz, Head, Division financial services, Heidelberger Druckmaschinen

Dans son intervention, Artti Aurasmaa fait part de sa conviction selon laquelle les nouveaux actifs sont tous destinés à intégrer une part d'actif incorporel croissante. Les nouvelles technologies de l'information et de la communication directement incorporées aux biens sont devenues une des attentes des clients à laquelle les établissements doivent pouvoir répondre. Elles permettent en effet aux clients de bénéficier d'équipements plus efficaces qui leur donnent la possibilité de se concentrer davantage sur leur cœur de métier. A titre d'exemple, la progression de la détention de smart phone ou de tablettes qui ouvrent l'accès instantanément et en tout lieu aux informations recherchées ou souhaitées évite énervement, précipitation, déplacements et perte de temps.

Il appartient aux établissements de façonner des modèles où les salariés s'approprient ces technologies pour mieux les vendre et répondre aux clients qui cherchent eux-aussi à mieux maîtriser ces moyens modernes de performance.

Dans le même esprit, Antoine d'Hardemare indique que notamment en raison de l'application des règles prudentielles, fortement consommatrices en fonds propres, et de la concentration des acteurs bancaires, qui, dans une certaine mesure, favorise la création de captives initiées par les vendeurs ou les constructeurs, on observe une croissance sensible de financements pour de nouveaux types d'actifs notamment des solutions mixtes actifs / services et des solutions "sans-actifs" ou d'actifs dématérialisés, comme le "cloud" ou "SaaS"¹

Les établissements de leasing doivent dès lors être vigilants, et associer fortement dans leurs solutions de financements tout à la fois les aspects d'innovation en matière de refinancement, de risque et de documentation juridique, mais aussi les innovations technologiques et de coopération avec toutes les parties prenantes (constructeurs, fabricants, vendeurs, distributeurs), sans oublier qu'il faut agir vite dans un marché sans cesse évolutif. La question posée est celle de savoir si le leasing peut financer les "solutions intelligentes" et "un monde sans actifs", c'est-à-dire répondre à une transaction complexe qui associe des actifs innovants ("smart objects") et des services dématérialisés (SaaS notamment).

Pour sa part, Elmar Lukas propose de redéfinir la vision du leasing sur la base des défis qui se posent aux entreprises de taille moyenne qui cherchent à croître.

Selon lui, outre les aspects habituels en besoin de capital et de prévision de trésorerie, quatre défis sont directement liés aux questions de personnel : attirer des employés ayant les bonnes aptitudes, trouver des talents avec les bonnes connaissances locales, conserver les employés compétents, attirer des managers talentueux. Ces objectifs peuvent se heurter à la vision négative qui caractérise aujourd'hui le monde bancaire. Des journaux anglais révèlent notamment que les cadres déclarent ne pas vouloir se rendre à une soirée et dire qu'ils travaillent pour une banque.

¹ Le logiciel en tant que service – ou en anglais le Software as a Service (SaaS) – est un concept qui propose un abonnement à un logiciel plutôt que l'achat d'une licence. Avec le développement des technologies de l'information et de la communication, de plus en plus d'offres SaaS se font au travers du web. Il n'y a alors plus besoin d'installer une application de bureau, mais d'utiliser un programme client-serveur. Le logiciel en tant que service (SaaS) est un modèle de livraison de solution où l'éditeur/constructeur fournit des moyens et où le fournisseur de service propose (généralement dans le cadre d'un abonnement récurrent) la fonctionnalité intégrée et gérée à ses clients qui l'utiliseront. Les clients ne paient pas pour posséder le logiciel en lui-même mais plutôt pour l'utiliser.

Dans ce contexte où cette nouvelle génération deviendra la force de travail de demain, il importe de gérer le changement des attentes qu'elle exprime. Ainsi, pour Elmar Lukas le leasing doit s'appuyer sur trois grands piliers : redéfinir la notion de capital, lequel doit être considéré comme l'addition du capital intellectuel, humain et financier ; redéfinir les interactions avec les clients en tissant des relations "sociales" entre communautés et en partageant la connaissance ; redéfinir la force de travail et la façon de penser. Ce dernier pilier sous-tend notamment une totale transparence interne dans la performance de l'activité, d'être partie prenante de la solution, d'instiller de la fierté et de redéfinir les plans de carrière, de rajeunir l'industrie, d'évoluer rapidement et d'épouser le changement.

Les nouveaux financements en leasing de produits complexes associant actifs, services et services dématérialisés reposeront donc sur un personnel compétent, moderne, apte à partager la connaissance métiers et produits avec les clients ainsi que les méthodes et pratiques internes de l'établissement pour une meilleure compréhension réciproque.

Stephen Knuppertz rappelle que les PME accroissent leur demande de financements en nouvelles technologies et techniques de communication et d'information. Par ailleurs, l'application des règles de la CRD4 actuelle risque d'entraîner une réduction massive de financement aux PME de l'ordre de 50 milliards d'euros. Il en découle que le futur des PME en terme de financement est directement en jeu. Cette perspective doit devenir plus que jamais l'enjeu principal des sociétés de leasing qui seront l'un des rares moyens de les financer.