

L'Utilité Économique du Crédit à la Consommation

Sommaire

Synthèse

Cette étude est constituée des supports de la présentation de SOFINCO lors de la conférence organisée le 19 février 2009 par Publi-news

Partie 1 : A quoi sert le crédit à la consommation ?

Partie 2 : L'importance du crédit pour la consommation des ménages

Partie 3 : L'importance du crédit sur le lieu de vente

Synthèse

- Facteur incontournable de l'équipement des ménages, **le crédit à la consommation contribue de façon directe à la croissance économique**. En France, où la part de la consommation des ménages dans le P.I.B est importante, le crédit à la consommation représente chaque année un peu plus de 7 % du P.I.B. A titre comparatif, le secteur du B.T.P. représente 6,5 % du P.I.B.
- **Le rôle du crédit à la consommation est profondément inscrit dans l'histoire économique**, comme l'illustre la légalisation du prêt à intérêt dans le code civil dès 1804. A compter du 19^{ème} siècle et plus encore au 20^{ème} siècle, le crédit à la consommation se développe, d'abord sur des modèles anciens, puis sous la forme plus novatrice de la « vente à tempérament » et permet alors l'équipement des ménages en automobile, réfrigérateur ou encore téléviseur. En France, c'est au lendemain de la première guerre mondiale qu'apparaît véritablement le crédit à la consommation, d'abord grâce à l'industrie automobile. D'autres secteurs accompagnent ensuite ce mouvement : Sofinco est créée en 1951 à l'initiative de la Fédération nationale de l'ameublement. Le secteur de la distribution apporte également une contribution importante à l'essor du crédit : Finaref est créée en 1970 au sein de La Redoute.
- **A quoi sert précisément le crédit à la consommation ?** Même s'il est difficile de quantifier exactement l'affectation finale des crédits à la consommation, on peut estimer qu'ils se répartissent en trois ensembles, d'environ un tiers chacun. Le premier concerne le financement automobile, le second l'équipement et l'aménagement de l'habitat, le dernier le financement d'autres biens et services, ainsi que la trésorerie des ménages.
- **L'automobile** est le premier bien de consommation dont l'acquisition est financée à crédit, soit en France trois automobiles neuves sur quatre et plus d'un véhicule d'occasion sur deux. En moyenne, les Français financent 73% du prix d'achat de leur automobile, sur une durée moyenne contractuelle de quatre ans et demi. Rien d'étonnant à cela lorsque l'on sait que le prix moyen d'une automobile financée, neuve ou d'occasion est de plus de 18.000 euros, soit la moitié du salaire annuel moyen d'un ménage, et que par ailleurs, ce prix d'acquisition, ne représente qu'une partie du budget automobile des ménages (carburant, assurance, entretien...).

- La deuxième affectation du crédit à la consommation concerne **les dépenses liées à l'habitat** (équipement électroménager, meuble, travaux, etc.).
Il existe un lien fort entre le marché de l'immobilier et celui du crédit à la consommation. Les ménages qui remboursent un crédit immobilier ont d'ailleurs un recours au crédit à la consommation plus important que le reste de la population (39% versus 33%).
- Outre l'automobile au sens large et les biens d'équipement et d'aménagement de la maison, les biens et services achetés ou souscrits à crédit sont nombreux et concernent tout aussi bien les études des enfants que les loisirs, les grands évènements, le paiement des impôts, l'habillement, etc. On note également une propension croissante au **financement des services**, une évolution logique qui suit celle de la structure de la consommation des ménages.
- **Le crédit sur le lieu de vente**, historiquement la première forme de crédit à la consommation, continue à jouer un rôle prépondérant. A titre illustratif, les financements de voitures neuves sont souscrits pour moitié par les particuliers dans une concession automobile ; 40% du chiffre d'affaires du secteur de la vente par correspondance (VPC) sont réalisés à partir d'un achat financé par un crédit ; cette proportion est de 25% pour la distribution spécialisée.
- Le crédit accompagne également le déplacement d'une partie de la consommation, de la distribution physique en magasin vers Internet. Le crédit joue le même rôle de **soutien au commerce en ligne** qu'il assure historiquement dans les enseignes physiques.
- **La France se caractérise néanmoins par un recours au crédit à la consommation inférieur à celui enregistré par ses grands voisins européens.** L'encours moyen par habitant en France (2.200 €) est inférieur à la moyenne européenne (2.400 €). Les encours de crédits à la consommation représentaient en 2008 en France 12,7% de la consommation totale des ménages, contre 16,2% en moyenne dans l'Union européenne.

1.1 A quoi sert le crédit à la consommation ?

En France, le crédit à la consommation représente plus de 7 % du P.I.B.

- En France, où la part de la consommation des ménages dans le P.I.B. est importante, **les dépenses des ménages permises grâce au crédit à la consommation représentent chaque année un peu plus de 7% du P.I.B.**

Le poids du crédit à la consommation est supérieur à celui du B.T.P. (6,5 % du P.I.B.).

Le crédit à la consommation répond aux besoins et attentes des ménages :

- En 2007, 61% des Français détenaient ou avaient déjà eu recours à un crédit à la consommation.
(source : étude TNS Sofres "Les Français et le crédit à la consommation en 2007" réalisée pour l'ASF)
- Toutes les générations ont recours au crédit à la consommation.
- En France, le crédit à la consommation représente 17 % des encours totaux de crédits accordés aux particuliers.
(source : statistiques Banque de France)

1.2 A quoi sert le crédit à la consommation ?

60 % des crédits à la consommation financent l'automobile et l'équipement de l'habitat

Le crédit à la consommation est essentiel pour le financement de biens de consommation durables ou de services, qu'il s'agisse de :

- L'acquisition par les ménages de véhicules neufs ou d'occasion.
Trois automobiles neuves sur quatre et plus d'une automobile d'occasion sur deux sont acquises par les particuliers grâce à un financement.
(source : étude SOFINCO « Le financement automobile », octobre 2008)

- Les dépenses d'aménagement de l'habitat : meuble, électroménager, travaux d'amélioration de l'habitat, ...

- Les loisirs.

- Toutes les dépenses soudaines ou d'un montant exceptionnel dont l'impact peut être « lissé » en mobilisant un crédit à la consommation.

1.3 A quoi sert le crédit à la consommation ?

Pas de vente automobile sans crédit

- **Trois automobiles neuves sur quatre** sont acquises par les particuliers grâce à un financement.
Plus d'une automobile d'occasion sur deux est acquise par les particuliers grâce à un financement.

- Le prix moyen d'une automobile financée, neuve ou d'occasion, est de **18 100 euros, soit la moitié du salaire annuel moyen d'un ménage**.
Ce prix d'acquisition ne représente par ailleurs qu'une partie du budget automobile des ménages (carburant, assurance, entretien...).

- En moyenne, **les Français financent 73% du prix d'achat de leur automobile** (véhicules neufs et d'occasion confondus), sur une durée moyenne contractuelle de 55 mois, soit quatre ans et demi.

- **Toutes les générations ont recours au financement automobile**,
 - mais l'apport personnel augmente avec l'âge : il est de 20% chez les 18-29 ans contre 39% chez les 70 ans et plus,
 - en avançant en âge, les Français achètent plus de voitures neuves que d'occasion : la part de voitures neuves dans le total des voitures financées (voitures neuves et voitures d'occasion) est deux fois plus élevée chez les plus de 70 ans que chez les 18-29 ans.

Sur 100 véhicules neufs acquis par des particuliers :

- 25 sont acquis au comptant
- 37 sont financés par un prêt personnel
- 27 sont financés par un crédit affecté
- 11 sont financés par une LOA

(source : estimations Sofinco)

(source : étude SOFINCO « Le financement automobile », octobre 2008)

1.4 A quoi sert le crédit à la consommation ?

Une corrélation forte entre le crédit à la consommation et l'investissement logement des ménages

Les ménages qui ont un crédit immobilier ont un recours au crédit à la consommation (39 %) plus important que l'ensemble de la population (33 %). Cette corrélation s'explique par de multiples raisons :

- Le crédit à la consommation permet de financer les **travaux d'amélioration de l'habitat** (cuisine, isolation, véranda, etc.), travaux réalisés plus ou moins rapidement après l'acquisition immobilière et dont le montant est souvent important.
Illustrations : plus d'un financement de cuisine sur quatre (26 %) intervient moins d'un an après l'entrée dans la nouvelle habitation ; encouragés par des mesures fiscales incitatives, les ménages ont également de plus en plus recours au crédit pour financer des travaux liés aux économies d'énergie.
- En règle générale, les ménages déménagent pour agrandir leur espace de vie. Ils peuvent alors acquérir les **biens d'équipement du logement** indispensables (meubles, électroménager, etc.) en mobilisant un crédit à la consommation : un tiers des crédits affectés à des achats de meubles ou d'électroménager est accordé à des ménages qui ont emménagé dans leur logement depuis moins de cinq ans.
- L'aménagement dans une nouvelle habitation peut aussi s'accompagner d'un besoin de trésorerie. L'achat d'un logement mobilise en effet l'épargne du ménage alors que d'autres besoins peuvent apparaître. Certains frais, liés au déménagement par exemple, n'ont pas toujours été anticipés.

(source : étude SOFINCO « Investissement immobilier et crédit à la consommation », décembre 2008)

1.5 A quoi sert le crédit à la consommation ?

Le financement des loisirs

Caractéristiques des financements de camping-cars

	Camping-cars neufs	Camping-cars d'occasion
Prix moyen	53 080 €	34 850 €
Financement moyen	36 720 €	27 010 €
Part financée	69%	77%
Mensualité moyenne	420 €	340 €

Source : Sofinco, 2007, données moyennées arrondies

- L'acquisition d'un camping-car nécessite un investissement important : en 2007, le prix de vente moyen d'un camping-car (véhicules neufs et d'occasion confondus) acquis avec un crédit était de 45 180 euros.
- En moyenne, la durée d'un financement de camping-car (neuf ou d'occasion) est de l'ordre de 10 ans et la mensualité correspond à 14% du revenu du ménage (15% en 2004).
- Les deux tiers des acheteurs de camping-cars ont 50 ans et plus.

(source : étude SOFINCO « Le financement des véhicules de loisirs », octobre 2008)

2.1 L'importance du crédit pour la consommation

Toutes les générations ont recours au crédit à la consommation

Âge du ménage*	Part des ménages remboursant un crédit à la consommation
Moins de 25 ans	34,1 %
25-34 ans	41,3 %
35-44 ans	42,9 %
45-54 ans	42,8 %
55-64 ans	29,0 %
Plus de 65 ans	20,7 %

* On considère l'âge du chef du ménage.

(source : Observatoire des Crédits aux Ménages, novembre 2008)

- Si une part croissante des seniors a recours au crédit à la consommation, **c'est chez les 25-54 ans que la part des ménages qui ont recours au crédit à la consommation est la plus élevée.**

2.2 L'importance du crédit pour la consommation

Pour de nombreuses familles, le crédit à la consommation est indispensable

Le crédit à la consommation permet notamment de :

- **Financer les dépenses nécessaires** : meubles, équipement de la maison, achat d'une voiture plus grande, etc. Comme le montre le tableau ci-dessous, **le recours au crédit à la consommation augmente avec le nombre d'enfants du ménage.**
- **Financer l'éducation des enfants** : 58% des Français déclarent qu'il est normal de souscrire un crédit à la consommation pour financer les études des enfants.

(source : étude TNS Sofres "Les Français et le crédit à la consommation en 2007" menée pour l'ASF en janvier 2007)

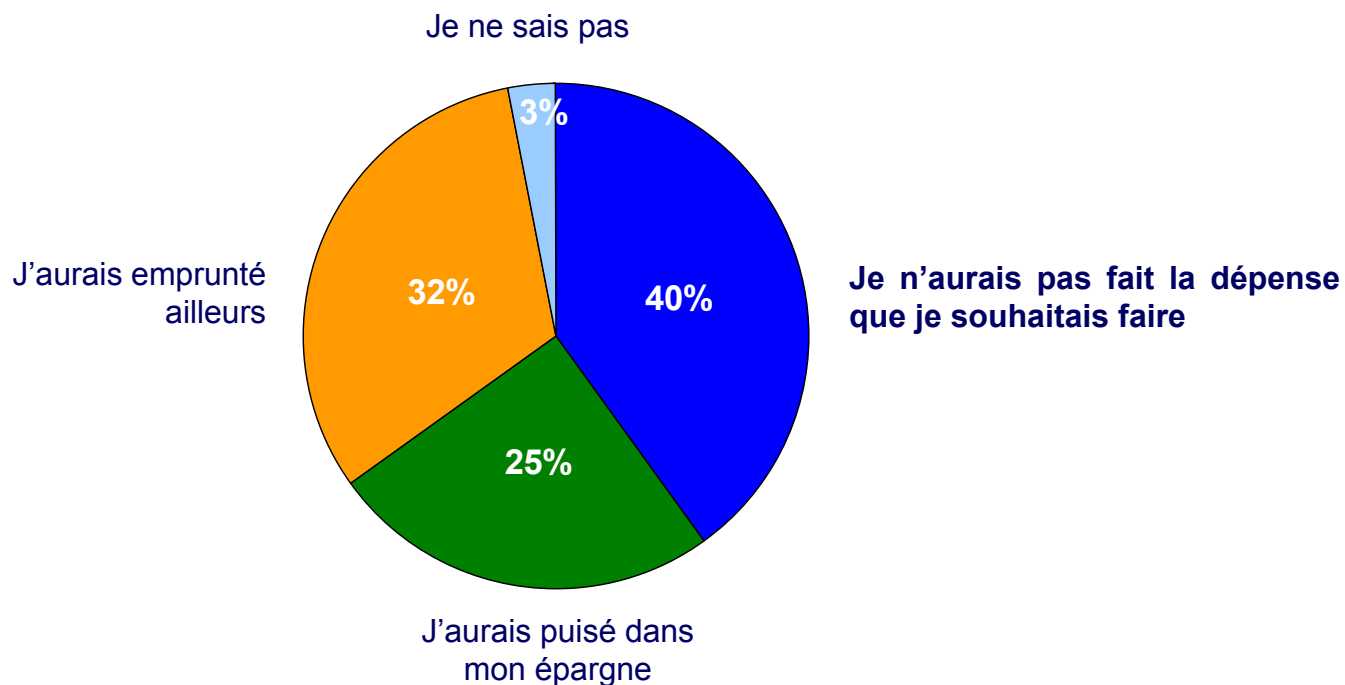
Nombre d'enfants du ménage	Part des ménages remboursant un crédit à la consommation
Pas d'enfant	29 %
1 enfant	44 %
2 enfants	49 %
3 enfants et plus	51 %

(source : Observatoire des Crédits aux Ménages, novembre 2008)

2.3 L'importance du crédit pour la consommation

40% des ménages qui ont eu recours à un crédit à la consommation pour effectuer une dépense n'auraient pas effectué leur dépense sans ce crédit

Question posée aux détenteurs de crédit à la consommation (classique et renouvelable) :
si vous n'aviez pas obtenu ce crédit, qu'auriez-vous fait ?

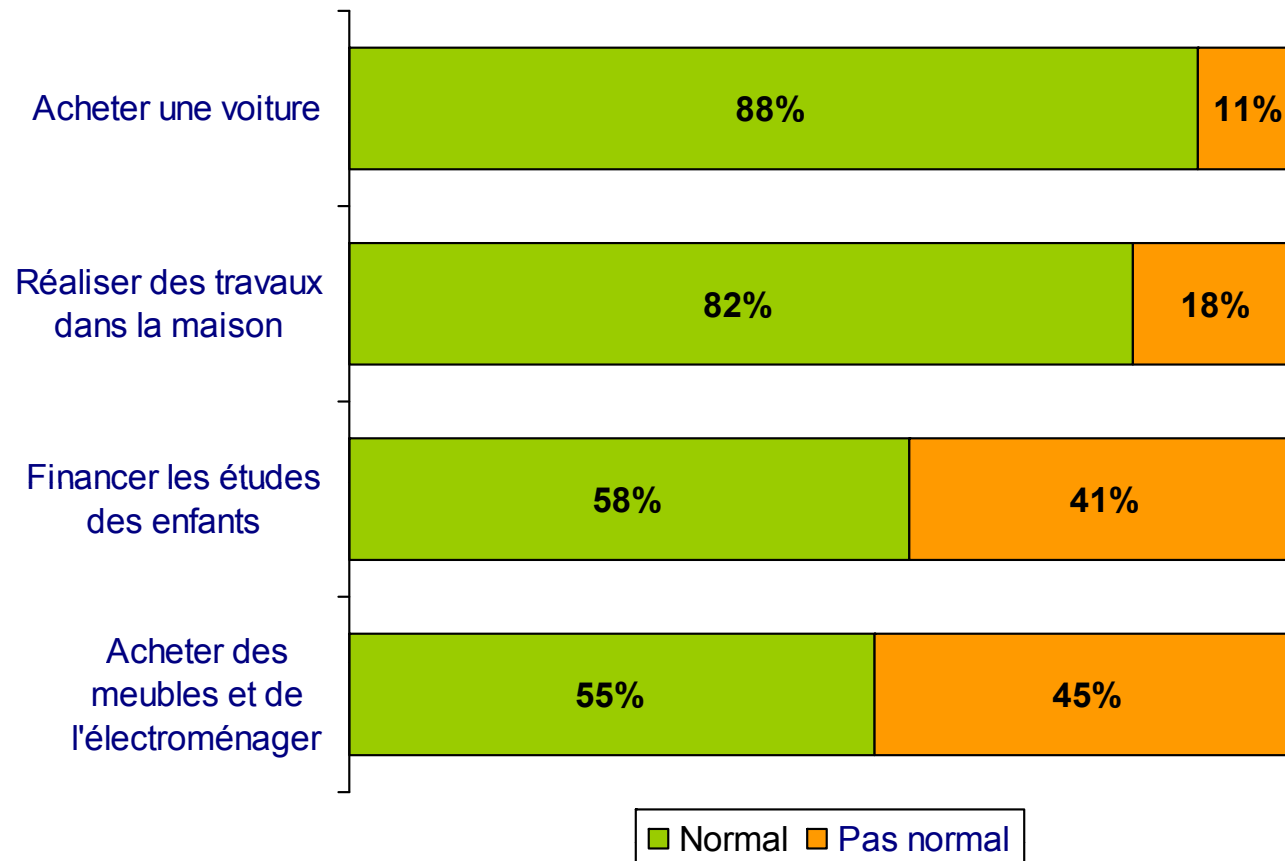


(source : étude TNS Sofres "Les Français et le crédit à la consommation en 2007" menée pour l'ASF en janvier 2007)

2.4 L'importance du crédit pour la consommation

Les Français légitiment le recours au crédit à la consommation

Question : « Il est normal de souscrire à un crédit à la consommation pour... »



(source : étude TNS Sofres "Les Français et le crédit à la consommation en 2007" réalisée pour l'ASF)

2.5 L'importance du crédit pour la consommation

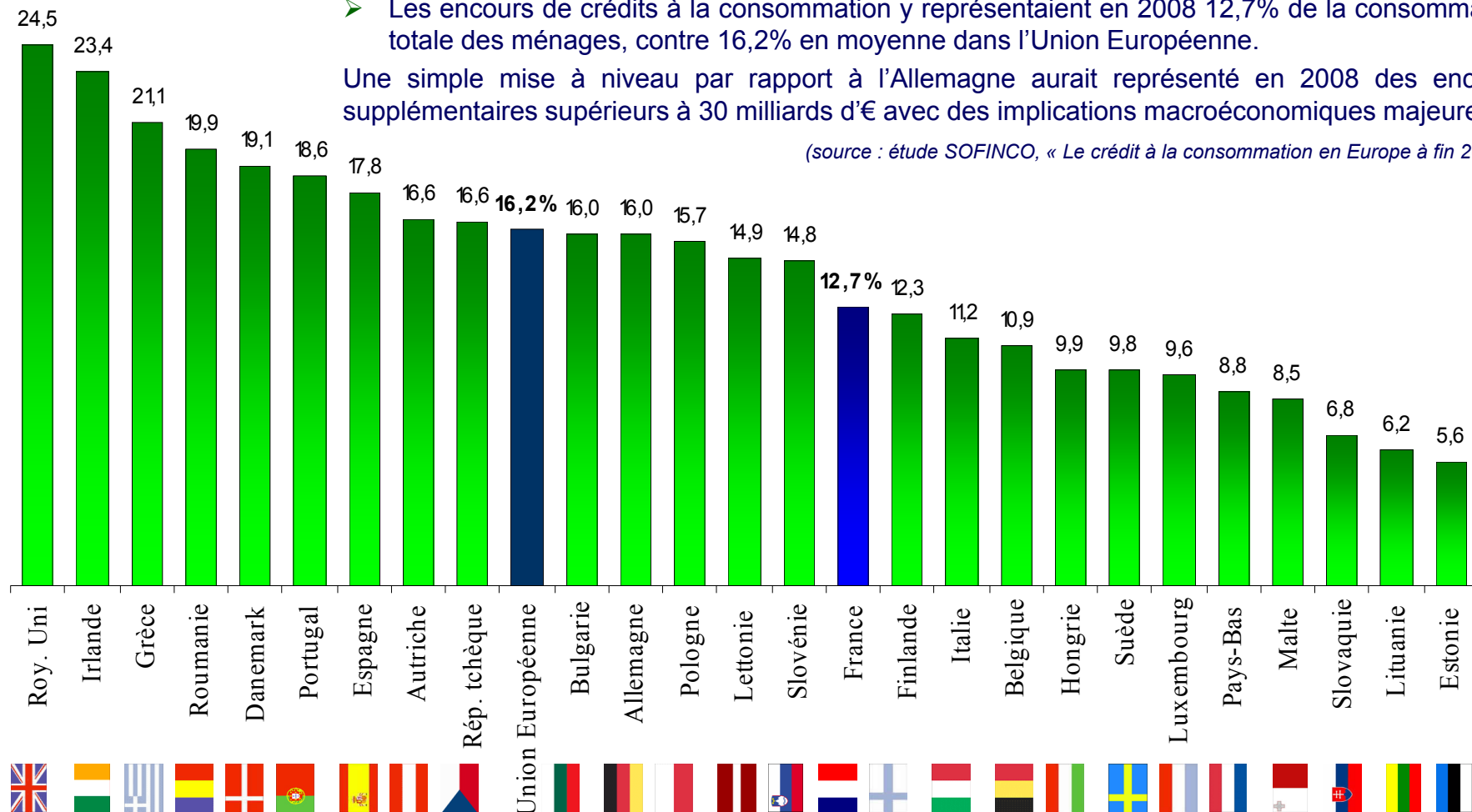
Un recours au crédit à la consommation inférieur à la moyenne européenne

3^{ème} marché européen, la France occupe une place singulière au sein de l'Union Européenne :

- L'encours moyen par habitant (2.200 €) est inférieur à la moyenne européenne (2.400 €).
- Les encours de crédits à la consommation y représentaient en 2008 12,7% de la consommation totale des ménages, contre 16,2% en moyenne dans l'Union Européenne.

Une simple mise à niveau par rapport à l'Allemagne aurait représenté en 2008 des encours supplémentaires supérieurs à 30 milliards d'€ avec des implications macroéconomiques majeures.

(source : étude SOFINCO, « Le crédit à la consommation en Europe à fin 2008 »)



3.1 L'importance du crédit sur le lieu de vente

Le crédit à la consommation est né sur le lieu de vente

La création de sociétés financières par le secteur automobile : le crédit a été très tôt une condition essentielle du développement de l'industrie automobile. Les constructeurs l'ont vite compris, en créant eux-mêmes les premières sociétés financières :

- SOVAC est créée en 1919 par André Citroën.
- DIAC est fondée par Louis Renault en octobre 1924.
- La création de la DIN, Diffusion Industrielle Nationale, par Peugeot date de 1928.
- CAVIA est fondée par Simca en 1938.

En 1939, le quart des automobiles est déjà financé à crédit.

La création de sociétés financières par le secteur de l'équipement de la maison et de la distribution :

- Les premières formes modernes de crédit à la consommation apparaissent en France à la fin du 19^{ème} siècle et sont liées au développement des grands magasins parisiens. En 1865, Crépin, fondateur d'un magasin de meubles, systématise la vente de meubles par « abonnement ».
- En 1927, quelques grands producteurs, dont Thomson, et leurs banquiers fondent le Crédit Electrique et Gazier, destiné à faciliter l'équipement ménager des familles.
- SOFINCO est créée en 1951 autour de la Fédération de l'Ameublement.
- FINAREF est créée en 1970 par La Redoute.

(source : « Histoire du crédit à la consommation » de Rosa-Maria Gelpi et François Julien-Labruyère publiée aux Editions la découverte en 1994)

3.2 L'importance du crédit sur le lieu de vente

La moitié de la production annuelle de nouveaux crédits des sociétés financières (ASF) est réalisée sur le lieu de vente.

- Les financements destinés à l'achat de **voitures** neuves par les particuliers sont souscrits pour moitié sur le lieu de vente (en concession).

(source : étude SOFINCO « Le financement automobile », octobre 2008)

- Chaque année, plus de trois millions de contrats de crédit affecté sont souscrits pour les secteurs de l'amélioration de l'habitat (travaux de rénovation, d'isolation thermique et phonique, véranda, ...) et des **biens d'équipement du foyer** (électroménager, équipement multimédia, meubles,....).

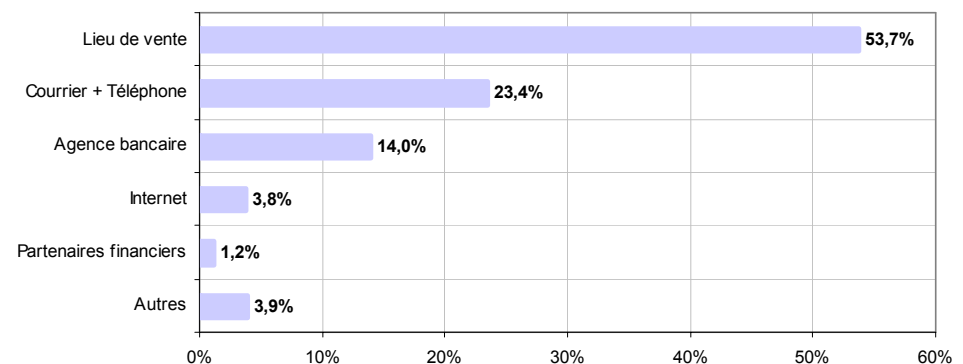
(source : statistiques annuelles ASF)

- 40% du C.A. de la **vente par correspondance** sont réalisés à partir d'un achat financé par un crédit renouvelable. Cette proportion est de 25% pour la **distribution spécialisée**.

(source : rapport « Pour un développement responsable du crédit renouvelable en France » ; Athling Management, 2008)

- Plus de la moitié des ouvertures de compte de **crédit renouvelable (54 %)** se font sur le lieu de vente, dans les grands magasins, magasins spécialisés ou hypermarchés.

(source : rapport « Pour un développement responsable du crédit renouvelable en France » réalisé par Athling Management pour le C.C.S.F., décembre 2008)



- Un Français sur cinq bénéficie chaque année (19 %) d'un **paiement en 3 ou 4 fois** sur le lieu de vente.

(source : étude TNS Sofres "Les Français et le crédit à la consommation en 2007" menée pour l'ASF en janvier 2007)

3.3 L'importance du crédit sur le lieu de vente

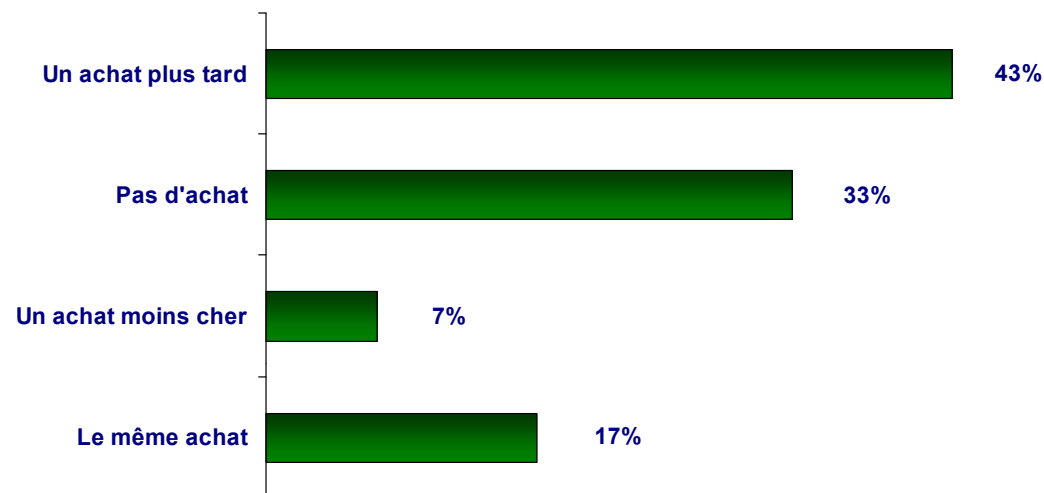
La montée en puissance du crédit sur le lieu de vente virtuel

- Le crédit à la consommation accompagne le déplacement d'une partie de la consommation, de la distribution en magasin vers Internet.
- Sur Internet, **le crédit joue le même rôle décisif de soutien au commerce en ligne** qu'il assure historiquement dans les enseignes physiques.

Question : sans le crédit en ligne, qu'auriez-vous fait ?

Cette question a été posée à des utilisateurs de la fonction crédit de ReceiveAndPay, dans le cadre d'une étude menée par FIA-NET en janvier 2009 auprès d'un échantillon représentatif.

ReceiveAndPay est un service proposé par FIA-NET, filiale de SOFINCO et leader français des solutions de confiance pour le e-commerce.



- C'est ce que démontrent les résultats de cette étude (ci-dessus) :
 - **Seul un internaute sur six (17%)** qui a eu recours au crédit pour effectuer un achat en ligne, **l'aurait quand même effectué, s'il n'était pas possible de réaliser cet achat à crédit.**
 - Sans cette possibilité, **33 % de ces acheteurs auraient renoncé à leur achat**, tandis que 43% d'entre eux l'auraient repoussé.

Contact

SOFINCO

Nicolas Pécourt

Responsable du Pôle Études, Veille et Communication externe

H.3.2. - rue du Bois Sauvage - 91038 Evry cedex

Tél. : 33 (0)1 60 76 88 17

E-mail : presse@sofinco.fr

Toutes les études de Sofinco sont disponibles sur le site
www.sofinco.com, rubrique Panorama du Crédit Conso.

