



DISTRIBUTION  
SPÉCIALISÉE

NOS SOLUTIONS POUR  
***vous développer***

 CRÉDIT AGRICOLE  
CONSUMER FINANCE



# Accélérer

## LA CONCRÉTISATION DES PROJETS

**APRÈS PLUSIEURS ANNÉES ATONES, LES VENTES D'ÉQUIPEMENT DE LA MAISON EN FRANCE ONT REBONDI DE 2,4 %, À 9,34 MILLIARDS D'EUROS FIN 2015, À LA FAVEUR D'UN REDRESSEMENT DU MORAL DES MÉNAGES, D'UNE AMÉLIORATION DE LEUR POUVOIR D'ACHAT ET D'UNE EMBELLIE DU MARCHÉ IMMOBILIER.**

### **LES TENDANCES LOURDES DU MARCHÉ DEMEURENT.**

Les achats sont réalisés en majorité par des propriétaires qui, pour 46 % d'entre eux, ont emménagé depuis plus de 11 ans et fini de rembourser leur prêt immobilier.

Le crédit à la consommation reste un facteur clé de la dynamique du marché : le panier d'achat moyen à crédit (3 182 euros) progresse de

1,2 % alors que, hors crédit, le panier moyen reste en baisse (- 2,9 %), à 1 990 euros.

Sur le marché de l'équipement de la maison, l'e-commerce modifie les comportements des acheteurs, sans néanmoins les bouleverser. L'achat en ligne n'est pratiqué que par une minorité d'acheteurs experts. Le parcours client démarre sur internet : plus de 60 % des acheteurs

y préparent leur visite physique en magasin. Lors de leur visite, le rôle du vendeur reste prépondérant : il est le premier contact et répond aux questions des futurs acheteurs.

La préparation en ligne des achats accroît le taux de transformation lors de la visite en magasin, mais aussi les attentes et l'exigence vis-à-vis des équipes commerciales.



En ligne comme en magasin, le crédit à la consommation constitue un puissant levier. Le développement et le déploiement de solutions et d'outils innovants comme la souscription 100 % dématérialisée, la signature électronique sur tablette, le *click & collect*, le bouton connecté Darty, le Pass Location Fnac nous ont, en 2015 encore, permis de faire la preuve de notre savoir-faire digital. Il est clé dans la démarche commerciale et la fidélisation des clients de nos 6 700 enseignes partenaires. Nos partenaires et leurs forces de vente plébiscitent la qualité des formations, de l'accompagnement, du soutien opérationnel et des animations personnalisées, dispensés par nos équipes de l'Équipement de la maison. Le défi majeur est pour nous d'aider nos partenaires à accélérer la concrétisation des projets de leurs clients, en magasin comme en ligne. >>

### **OLIVIER LE BADÉZET,**

DIRECTEUR GÉNÉRAL ADJOINT DÉVELOPPEMENT, PARTENARIATS BANCAIRES, MARKETING, FINANCEMENT DES PARTICULIERS DE CA CONSUMER FINANCE FRANCE

# UNE EXPERTISE TRANSFRONTIÈRE

## ***Acteur de référence sur le marché européen du crédit à la consommation,***

nous sommes implantés dans 21 pays. Nos 9 803 collaborateurs y sont engagés aux côtés de nos partenaires, pour accompagner leurs forces commerciales et apporter des conseils personnalisés et des solutions innovantes et adaptées, contribuant à la satisfaction des clients et à leur fidélisation.

## ***En Allemagne, notre filiale CreditPlus Bank***

compte parmi ses partenaires le spécialiste de l'ameublement Europa Möbel-Verband, le fabricant d'électroménager Miele ou encore les plus grandes enseignes de la cuisine intégrée, comme Schmidt ou le réseau de franchise Küche & Co. Avec ce dernier, nous venons de fêter le 20<sup>e</sup> anniversaire d'un partenariat au service de plus de 100 franchisés et de leurs clients.

## ***En Italie, notre filiale Agos Ducato***

conforte sa position d'acteur de premier plan du financement des projets des particuliers, grâce à son partenariat avec le fabricant de canapés et de fauteuils Poltronsofà. Fort de ses 150 magasins et franchisés, Poltronsofà est l'une des enseignes les plus dynamiques sur le marché de l'ameublement.

## ***Grâce à notre envergure internationale,***

nous avons une connaissance fine et croisée de la distribution spécialisée à travers l'Europe. Cette position nous donne un avantage concurrentiel déterminant et de réels atouts pour accompagner nos partenaires dans la conquête de nouveaux marchés.

## Success story

LA REDOUTE ET SOFINCO

UN PARTENARIAT

« GAGNANT-GAGNANT »

AMÉLIE POISSON,  
DIRECTRICE COMMUNICATION  
ET MARKETING LA REDOUTE

### **La Redoute et Sofinco sont partenaires depuis 45 ans**

Naturellement, notre transformation se fait de concert pour répondre aux nouveaux enjeux de nos métiers, mais également aux nouveaux usages de nos clients. Nous avons axé notre transformation sur trois points majeurs : le développement des offres et des services adaptés à notre clientèle, la digitalisation de nos processus et de nos parcours de vente, et une nouvelle façon d'appréhender notre transformation, dans une approche « *test and learn* ». Plus globalement, c'est l'ensemble même de nos valeurs que nous avons revisité pour répondre à ces nouveaux enjeux digitaux !

### **40 % de notre trafic web provient du mobile**

Il est donc essentiel de pouvoir guider nos clients sur l'ensemble de notre site pour leur permettre de trouver le produit qu'ils recherchent. Cette approche « *mobile first* » est un point clé dans notre développement, notamment pour la souscription de solutions de financement.



## **Sofinco représente 30 % de notre activité en France**

Grâce à un travail de coconstruction, nous pouvons proposer à nos clients une expérience digitale agréable, simple et fluide, mais également des solutions de financement adaptées, notamment dans le domaine de l'équipement de la maison, qui représente 50 % de notre activité. Les solutions de financement proposées par Sofinco correspondent aux différents moments de vie de nos clients : installation dans un nouvel appartement, préparation de l'arrivée d'un enfant, ou tout simplement renouvellement de l'électroménager. Avec des offres claires, adaptées et simples, Sofinco nous permet d'accompagner nos clients à chaque étape de leur vie.

## **Une démarche de digitalisation et de « laboratoire »**

Initiée par Sofinco, elle a permis de développer un parcours client fluide et optimisé : moins de clics pour plus de rapidité. Mais l'enjeu est également d'accompagner le client tout au long de sa navigation de façon très réactive. Le digital a complexifié le parcours en multipliant les obstacles : plusieurs modes de paiement possibles, plusieurs modalités de livraison proposées sont autant de facteurs qui peuvent conduire le client à abandonner son panier en cours de navigation. Le « *click to call* » (rappel immédiat) et « *le click to chat* » (plateforme de discussion en ligne) sont, à cet égard, des supports très intéressants. Ils permettent d'accompagner le client de façon spontanée et immédiate dans une relation de qualité.

## **Digitalisation et expérience client**

Elles doivent pouvoir s'appuyer sur un système d'information stable et performant. C'est l'enjeu du projet de transfert de client sur lequel nous travaillons conjointement avec Sofinco. À terme, plus d'un million de clients seront migrés vers un nouveau système d'information. C'est un projet très structurant, qui reflète l'importance de notre partenariat, la confiance que nous faisons à Sofinco et notre volonté de placer nos clients au cœur de nos challenges!

**85 %**

PART DU CHIFFRE  
D'AFFAIRES  
DE LA REDOUTE  
RÉALISÉ EN LIGNE

**10 M**

NOMBRE  
DE CLIENTS  
DE LA REDOUTE

**90 %**

DES CLIENTS  
SONT DES FEMMES

# **PARTENAIRE DE LA FNAC DANS SA STRATÉGIE DE CROISSANCE COMMERCIALE**

## ***Innovier pour développer le pouvoir d'achat des clients de la Fnac.***

CA Consumer Finance a conçu pour son partenaire Fnac, le Pass Location, une offre de location avec option d'achat (LOA) d'équipements high-tech tels les smartphones, les tablettes, les ordinateurs, les consoles de jeux ainsi que les reflex/hybrides et optiques. Pour moins de 30 euros par mois, les clients de la Fnac peuvent s'équiper d'un smartphone et le changer au bout d'un an pour un modèle plus récent (ou l'acquérir définitivement au bout de deux ans en exerçant l'option d'achat). CA Consumer Finance a accompagné la Fnac dans l'ensemble des opérations complexes de ce projet, apportant des réponses rapides et fiables avec une parfaite maîtrise des paramètres et des risques. Il a permis à l'enseigne de répondre aux exigences nouvelles des consommateurs grâce à des services innovants et spécialisés, et de soutenir sa croissance sur les produits high-tech.

# **AVEC DARTY, UNE NOUVELLE STRATÉGIE AU SERVICE D'UN PARTENARIAT RENOUVELÉ**

## ***Partenaire depuis 15 ans, Darty a renouvelé en 2015 sa confiance dans le savoir-faire et l'engagement des équipes de CA Consumer Finance en inaugurant une offre innovante de crédit et d'assurance.***

La nouvelle carte Visa Darty propose une gamme complète de solutions de financements et d'assurances innovantes, comme la garantie contre le vol d'espèces aux distributeurs automatiques de billets. Première carte bancaire connectée en France, ses fonctionnalités proposent un accès gratuit au Bouton® Darty, application mobile de rappel automatique permettant au client de rester en contact direct avec les conseillers de la hotline Darty. CA Consumer Finance répond ainsi aux nouvelles tendances de consommation : simplicité et facilité dans le parcours d'achat, amélioration de l'efficacité commerciale en apportant une meilleure expérience au client. Dans une démarche complémentaire, Darty et CA Consumer Finance renforcent leur stratégie de marque en lançant Darty Services Financiers, dédiée aux achats dans les magasins. Sofinco propose par ailleurs des prêts personnels aux clients de Darty (auto, travaux). Ce partenariat réinventé optimise ainsi l'expérience client et consolide leur stratégie de fidélisation.

# Faits marquants

## LA DÉMATÉRIALISATION AU CŒUR DU PARCOURS CLIENT CHEZ DECATHLON

Le leader des articles de sport et de l'*outdoor* Decathlon a opté pour la souscription de crédit à la consommation en « full numérique » dans ses magasins, solution développée par Crédit Agricole Consumer Finance. Baptisée « C-Digit », elle permet la constitution et la gestion du dossier de souscription d'un crédit à la consommation directement sur tablette numérique. Cette dernière permet à la fois de scanner les pièces justificatives nécessaires à la constitution du dossier, grâce à la technique dite d'« océrisation », de vérifier et détecter en temps réel les éventuelles anomalies du dossier, et de finaliser son établissement grâce, notamment, à la signature électronique exécutée directement sur l'écran de la tablette.

## DU SUR-MESURE CHEZ ORCHESTRA

Pour stimuler la stratégie de fidélisation client et développer la dynamique du concept inédit des mégastores Orchestra, Crédit Agricole Consumer Finance a conçu une offre sur mesure pour son partenaire spécialiste de la puériculture et du prêt-à-porter pour enfants. Cette offre combine une carte de paiement, une gamme de financements adaptés à chaque profil de client (crédit renouvelable, financement personnalisé) et de nombreux services utiles aux jeunes parents. Dans l'offre de services figure notamment le renouvellement automatique de l'adhésion au programme de fidélité « Club Orchestra » qui conjugue plusieurs offres et services : des pourcentages d'économie sur l'ensemble des achats et des réductions sur les marques textile dédiées aux futures mamans, mais également une assurance emprunteur intégrant des services de garde d'urgence d'enfant par un professionnel qualifié, des services de rattrapage scolaire, ou encore une assurance casse sur l'ensemble des produits achetés dans les magasins Orchestra.

## CRÉDIT ET FIDÉLITÉ À LA CARTE CHEZ CASTORAMA

Deux en un ! La fidélité et le crédit sont, depuis la fin de l'année dernière, couplés sur la carte CastoFi délivrée aux clients de l'enseigne du numéro deux du bricolage en France. Cette carte marque une étape supplémentaire dans le partenariat entre Castorama et Crédit Agricole Consumer Finance. Composée d'une nouvelle offre de fidélité simplifiée, de l'extension des avantages fidélité aux professionnels comme aux non-résidents en France, et d'une gestion unique et rationalisée de l'outil de fidélité, cette carte répond aux trois objectifs poursuivis par Castorama. Parallèlement, elle donne aux clients de l'enseigne une plus grande autonomie dans l'utilisation de leur carte de fidélité.

## UN RAYON D'ACTION ÉLARGI SUR LE PHOTOVOLTAÏQUE AVEC SUNPOWER

Entre équipement de la maison et rénovation, le photovoltaïque est un marché encore en devenir, mais qui offre un potentiel important. Crédit Agricole Consumer Finance va déployer auprès d'une quarantaine de distributeurs de l'Américain SunPower, acteur majeur du photovoltaïque « premium », une offre de financement spécifique et un accompagnement pour former les vendeurs et animer les points de vente. Pour SunPower, déjà client de Crédit Agricole Corporate & Investment Bank, la banque d'affaires du Groupe, le savoir-faire, la réactivité, la proximité et la capacité à innover de Crédit Agricole Consumer Finance ont été clés dans la conclusion et la mise en place du partenariat, qui sera, à terme, complété par une offre de souscription en « full numérique » sur tablette.

## INSTRUMENTS DE MUSIQUE : UNE EXPERTISE RECONNUE

CA Consumer Finance est un acteur incontournable du financement des instruments de musique en France. Fort de son savoir-faire reconnu dans l'accompagnement des plus grandes enseignes de la distribution spécialisée, CA Consumer Finance a conclu un accord d'exclusivité avec Yamaha Music Europe, le leader mondial de la fabrication et de la distribution d'instruments de musique.

CA Consumer Finance propose, auprès de plus de 500 distributeurs indépendants et multimarques, des solutions de financement (crédit amortissable, renouvelable et location avec option d'achat) pour l'acquisition de pianos et d'instruments à vent, d'étude comme d'exception.

Les partenaires de la distribution d'instruments de musique sont confrontés au développement accéléré de l'e-commerce et aux changements en profondeur des comportements et des habitudes de leurs clients.

CA Consumer Finance a donc développé pour eux des solutions permettant la souscription entièrement dématérialisée de crédits et déployé des outils digitaux pour fluidifier et faciliter les opérations.

