



RÉSEAUX
BANCAIRES

NOS SOLUTIONS POUR
vous développer

Relever

LES DÉFIS DE LA DIGITALISATION

MALGRÉ UN CONTEXTE ÉCONOMIQUE COMPLEXE, LE MORAL DES MÉNAGES SE REDRESSE. ILS RETROUVENT L'ENVIE DE CONSOMMER ET ONT DAVANTAGE RECOURS AU CRÉDIT POUR ACQUÉRIR LES BIENS DONT ILS ONT BESOIN.

EN FRANCE, 26 % DES MÉNAGES DÉTIENNENT AUJOURD'HUI UN CRÉDIT À LA CONSOMMATION.

En 2015, 18,1 % des ménages ont souscrit une offre de financement auprès d'acteurs bancaires traditionnels ou d'établissements financiers spécialisés. Le crédit à la consommation est un enjeu

commercial stratégique pour le secteur bancaire. C'est une solution de financement qui répond aux attentes des clients, les fidélise et qui est source de revenus.

L'essor des commerces électronique et mobile digitalise progressivement les habitudes des consommateurs, leur comportement et leur parcours

d'achat. De plus en plus de clients souhaitent pouvoir souscrire leurs crédits à la consommation en ligne, simultanément à l'acte d'achat. Pour les acteurs du crédit à la consommation, le défi, à la fois technologique, technique et juridique, est majeur.



En France, les Caisses régionales de Crédit Agricole et LCL relancent leur activité de crédit à la consommation. Ils attendent de leur partenaire CA Consumer Finance des outils, des solutions et des services innovants à même de les accompagner dans cette dynamique. L'innovation en termes d'offres et de services, une communication transparente et le partage des savoir-faire sont au cœur de la démarche de coconstruction que nous avons développée avec les Caisses régionales de Crédit Agricole et LCL, au bénéfice de leurs clients. Nous capitalisons sur la transformation digitale que nous opérons avec nos partenaires automobiles et distributeurs spécialisés, pour offrir des solutions d'avant-garde aux réseaux bancaires du groupe Crédit Agricole. À l'heure où le modèle de développement du Groupe est 100 % humain et 100 % digital, nos partenaires bancaires attendent beaucoup du programme de transformation numérique CA CF 3.0 lancé au printemps 2015, avec plus particulièrement le projet Digi Conso 3.0. >>

ANNE LAIMÉ,
DIRECTRICE DES PARTENARIATS BANCAIRES GROUPE
CA CONSUMER FINANCE FRANCE

Success story

CRÉDIT AGRICOLE NORD DE FRANCE LE DYNAMISME COMMERCIAL

FRANÇOIS MACÉ,
DIRECTEUR GÉNÉRAL DE CRÉDIT AGRICOLE NORD DE FRANCE

Première banque de la région

Le Crédit Agricole Nord de France est le premier financeur de l'économie dans le Nord et le Pas-de-Calais. En 2015, nous avons injecté plus de 4 milliards d'euros de nouveaux crédits dans l'économie régionale. Le Crédit Agricole Nord de France accompagne au quotidien plus d'un million de clients dans tous les métiers de la banque de proximité: l'épargne, le financement, l'assurance et l'immobilier. Nos 2900 collaborateurs sont mobilisés au quotidien pour répondre aux besoins de nos clients.

Relever le défi du crédit

Notre développement sur le marché très compétitif du crédit à la consommation constituait un défi. Nous l'avons relevé en nous appuyant sur les équipes de Crédit Agricole Consumer Finance et la démarche Conso 2.0. Elles nous ont permis de revoir l'ensemble de la chaîne de valeur du crédit à la consommation, de lever les freins à sa commercialisation, d'identifier les axes d'amélioration, de travailler à la fluidité du parcours client à la faveur du grand chantier de la banque multicanale de proximité.

Une dynamique affirmée

Aujourd'hui, notre dynamisme sur le marché du crédit à la consommation se confirme. En 2015, notre production a crû de près de 25 % par rapport à l'année précédente et le développement du crédit à la consommation est un élément significatif de notre dynamique commerciale. Nous avons pris pleinement conscience de son utilité pour nos clients et pour accompagner leurs projets.



Success story

L'EXPERTISE ET LE SAVOIR-FAIRE DE CA CONSUMER FINANCE AU SERVICE DE LCL

Banque des services « premium » en ville

LCL est, aux côtés des Caisses régionales, la deuxième enseigne de banque universelle de proximité du groupe Crédit Agricole en France. Avec 64 % des points de vente (1 880 agences, 75 pôles Banque privée et 69 sites entreprises) implantés en secteur urbain, LCL ambitionne de devenir pour 6 millions de particuliers, 330 000 professionnels et petites entreprises, 28 000 grandes entreprises et autres institutionnels, la banque des services « premium » en ville.

LCL bénéficie d'une expertise unique

Sur le crédit à la consommation, Crédit Agricole Consumer Finance a bâti un pôle d'excellence unique, fort d'une quarantaine de collaborateurs. Configuré spécialement pour répondre à l'ensemble des besoins de LCL, ce « pôle conso » lui est entièrement dédié.



Un « pôle conso » au service de LCL

Il assure le service après-vente des clients de la banque dans sa globalité, en particulier sur le crédit renouvelable, avec le traitement de toutes les opérations, la gestion des cartes portant le crédit et la gestion positive du découvert. Il est aux côtés des collaborateurs de LCL sur toute la chaîne de production et de distribution sur internet. Il est également le service support de l'ensemble du réseau grâce à des formations dédiées.

CA Consumer Finance mobilise les équipes de LCL

Dans son animation des directions de réseau et le pilotage des projets, le « pôle conso » inscrit les équipes de LCL dans une vraie dynamique. Son approche réaliste et pragmatique a permis, avec le support de la direction Île-de-France Nord, la mise au point du pilote Conso 2.0, une nouvelle approche distributive aujourd'hui en cours de déploiement sur l'ensemble des réseaux LCL.

CA Consumer Finance fluidifie le travail des équipes de LCL

Les équipes de CA Consumer Finance ont également été au cœur de la migration informatique des 32 000 clients de la Banque Française Commerciale des Antilles Guyane. Grâce à une prise de décision raisonnée et parfaitement calculée, les équipes de CA Consumer Finance ont organisé et exécuté en l'espace de trois jours, en fin d'année, cette migration, sans la moindre fausse note. Une performance unanimement saluée.

2

ANIMATEURS
ENTIÈREMENT DÉDIÉS
AUX FORMATIONS LCL

130

SESSIONS
DE FORMATIONS
ORGANISÉES

1 133

COLLABORATEURS
FORMÉS

Success story

AGOS DUCATO

UN LEADERSHIP RENFORCÉ EN ITALIE

DOMINIQUE PASQUIER,
DIRECTEUR GÉNÉRAL D'AGOS DUCATO

Nous gérons plus de 15 milliards d'euros d'encours

Cela fait d'Agos Ducato le leader du crédit à la consommation sur le marché italien, et l'acteur incontournable pour le financement des projets des familles italiennes. Filiale à 61 % de Crédit Agricole Consumer Finance, nous pouvons compter sur la puissance financière d'un acteur de référence sur le marché européen et de son partenaire Banco Popolare, notre autre actionnaire.

Avec Banco Popolare, nous avons sécurisé les moyens de notre développement

Dans le prolongement de l'accord de refinancement conclu en 2013, Crédit Agricole Consumer Finance et Banco Popolare ont signé un nouvel accord, d'une durée de trois ans. Il va nous permettre de diversifier nos sources de financement sur les marchés financiers, d'accroître notre capacité d'autofinancement, d'optimiser nos coûts de refinancement et donc d'offrir des conditions de crédit plus attractives à nos clients et nos partenaires. Un accord commercial d'une durée de cinq ans a été signé en parallèle. Il nous donne une exclusivité sur la distribution de crédits à la consommation auprès des clients de Banco Popolare, le quatrième groupe bancaire italien. Ce double accord constitue un véritable levier pour le développement d'Agos Ducato.

Cariparma et Agos Ducato, une stratégie groupe gagnante

Avec le groupe Cariparma, nous avons développé de nouvelles formes de collaboration au service des clients. Nous avons ainsi déployé une plateforme permettant à tout le groupe Cariparma – Cariparma, FriulAdria, Carispezia – de distribuer les prêts à la consommation d'Agos Ducato. Tandis que les conseillers des banques enregistrent les données des clients pour constituer les dossiers, nous nous chargeons de l'instruction du crédit, du paiement et de la gestion de l'après-vente (remboursement des crédits...). Nous avons également lancé une nouvelle offre de crédit à la consommation, en associant une troisième entité du groupe, Crédit Agricole Creditor Insurance, spécialiste de l'assurance emprunteur.



Faits marquants

ACCOMPAGNER BFORBANK DANS LA TRANSFORMATION DE SON MODÈLE

Banque 100 % en ligne et dédiée à l'épargne à son lancement en 2009 par les Caisses régionales de Crédit Agricole, BforBank change pour devenir une banque de détail à part entière, 100 % digitale. Dans cette évolution stratégique majeure, BforBank s'appuie sur la puissance, l'expertise et le savoir-faire de CA Consumer Finance. Un accord de partenariat, conclu en novembre 2015, a permis dans un premier temps à BforBank de disposer d'une gamme de produits et de services de banque de détail, d'offres de prêts amortissables pour financer la réalisation de travaux, l'acquisition d'une automobile ou des dépenses d'aménagement de la maison. À terme, cet accord sera complété par une offre de crédit renouvelable sans carte, ainsi qu'une offre permettant le regroupement de crédits.

L'accord avec BforBank s'ajoute aux partenariats mis en place avec les Caisses régionales et LCL dans le cadre de Conso 2.0 et du plan de relance du crédit à la consommation du groupe Crédit Agricole. Il contribue en outre aux synergies intragroupe et renforce l'ancrage de Crédit Agricole Consumer Finance au groupe Crédit Agricole.

WAFASALAF ET CRÉDIT DU MAROC, UN PARTENARIAT DE PLUS DE DIX ANS

Wafasalaf a été précurseur dans les domaines de la gestion pour compte et du *servicing* (*scoring*, recouvrement des créances impayées). C'est pourquoi Crédit du Maroc a naturellement fait appel aux expertises de Wafasalaf dès 2005. Ainsi, riche d'un partenariat de plus de dix ans, Crédit du Maroc bénéficie aujourd'hui d'une plateforme de traitement entièrement automatisée, intégrant l'ensemble des composantes décisionnelles ainsi que celles relevant des domaines du *scoring* et du traitement du risque. Les équipes de Wafasalaf accompagnent également les conseillers du réseau du Crédit du Maroc avec des actions de formation et d'animation sur le terrain.



+ 16,9%

CRÉDIT DU MAROC A DÉCIDÉ DE CONFIER LA TOTALITÉ DE SON ACTIVITÉ DE CRÉDIT À LA CONSOMMATION À WAFASALAF EN JUIN 2014. RÉSULTAT : UNE HAUSSE DE 16,9 % DE SA PRODUCTION.



85%

DES CLIENTS DE WAFASALAF DOIVENT ÊTRE SERVIS EN MOINS D'UNE HEURE

FCA BANK ET CARIPARMA : UNE COLLABORATION QUI MET LE TURBO

FCA Bank et Cariparma ont lancé en partenariat un nouveau produit d'épargne, adossé à un compte en ligne « Crescideposito FCA Bank ». Les clients finançant l'achat d'une voiture d'une marque du groupe Fiat Chrysler (FCA) grâce à un crédit ou un leasing de FCA Bank se voient proposer la possibilité d'épargner à un taux avantageux. Praticité et flexibilité sont les atouts de ce compte de dépôt qui offre des taux d'intérêt progressifs sur la durée. Les épargnants obtiennent ainsi un meilleur rendement sans coûts supplémentaires. Ce type d'offre contribue au renforcement de l'activité de collecte des partenaires.

