



**TRIBUNE
HARWELL**

Les services financiers spécialisés

**Un marché porteur et relais de croissance
pour les grands groupes bancaires**

Juin 2020

HARWELL
MANAGEMENT

Dans un contexte de stagnation, les acteurs de l'industrie financière cherchent de nouveaux relais de croissance. Moins sensibles aux taux bas, les métiers spécialisés (affacturation, crédit-bail, location avec ou sans option d'achat, gestion de flotte et prêt professionnels), perçus auparavant comme soutiens ponctuels au produit net bancaire, s'imposent de plus en plus comme des relais de croissance durables pour les banques.

Un secteur en forte croissance

Bien que contrastée, la croissance des différentes activités de financement spécialisé s'est révélée plutôt robuste sur l'année 2019.

Selon l'ASF (Association Française des Sociétés Financières), le financement de l'équipement des entreprises en France a enregistré une croissance supérieure à 6% sur le dernier trimestre de 2019. Cette dynamique place la France en 3^{ème} position en termes de production / nouveaux financements.

Le secteur automobile (flottes, véhicules industriels...) représente encore la grande majorité des investissements (70% au niveau européen en 2019¹) bien que les acteurs cherchent à se diversifier en proposant de nouvelles offres (équipements médicaux, biens high-tech, etc.).

Les services de location de véhicules (LLD) et de gestion de flotte à destination des entreprises connaissent également une croissance importante. Dans un marché automobile en croissance (+2,1% de véhicules neufs immatriculés en 2019), le parc de véhicules en LLD français progresse de 6% en 2019 pour atteindre près de 1,5 millions de véhicules. Le « fleet management » enregistre par ailleurs une croissance de +5,7% en 2019 pour un parc atteignant désormais plus de 460 000 véhicules².

Enfin, l'affacturation française, premier en Europe (avec 18% du marché³) et deuxième dans le monde (après la Chine), enregistre une croissance des créances financées de 9,1 % pour atteindre près de 350 milliards d'euros d'encours à fin 2019, nouveau record historique.

Proximité avec les autres activités bancaires

En opérant de manière rapprochée avec les activités bancaire « classiques », les services financiers spécialisés peuvent générer des synergies et représenter un véritable relais de croissance pour les grands groupes bancaires. Deux facteurs expliquent le résultat positif de cette synergie : une clientèle déjà acquise et l'expérience des conseillers.

En effet, étant donné leurs activités, les clientèles des professionnels et des entreprises sont naturellement intéressées par des offres de services financiers spécialisés. En outre, ces clientèles utilisent régulièrement des services de banque au quotidien (compte courant, carte bleue, etc.), à l'image des autres particuliers. Ainsi, les conseillers clientèle accompagnant ces acteurs dans le temps (ayant donc la connaissance de leurs réalités, leurs besoins et usages) peuvent proposer le produit packagé et adapté au bon moment.

D'autre part, les grands groupes bancaires mettent en place eux-mêmes des plateformes de service directement à destination des entreprises. C'est le cas, par exemple, du lancement de la plateforme de marché B2B KINTESSIA (plateforme de location et de vente de matériels professionnels) par BNP Paribas en 2018.

Enfin, les banques traditionnelles élargissent leur marché potentiel en misant sur des partenariats stratégiques avec les géants du numérique. Le dernier exemple en date est le partenariat de ALD (Société de Leasing et Gestion automobile du Groupe Société Générale) avec la plateforme Amazon pour la proposition d'offres leasing simplifiées par internet.

Développement du marché des professionnels / petites entreprises

Face à cette opportunité, les groupes bancaires cherchent depuis plusieurs années à développer le marché des professionnels et TPE : ouverture d' « Espaces pro » par la Société Générale, lancement du programme « Ambition Pro » par BNP Paribas... les banques n'hésitent pas à communiquer fortement sur leur volonté de répondre aux besoins des professionnels et petites entreprises.

La raison de cette stratégie ? Les entreprises de moins de 10 salariés représentent 96% de l'ensemble des entreprises actives en France à fin 2017 selon L'INSEE et donc un potentiel de croissance exceptionnel.

Si la concurrence est rude, les grands groupes bancaires ont néanmoins de véritables atouts pour la conquête des professionnels et petites entreprises.

En effet, le principal point d'amélioration, cité par les dirigeants de TPE/PME concernant la relation avec leur banque, est la clarification et la lisibilité dans les financements proposés⁴. Ces clients, souvent monobancarisés, cherchent ainsi un accompagnement unique et homogène sur l'ensemble de leur parcours entrepreneurial.

Cette tendance, aiguillée par l'apparition de fintechs, est bien prise en compte par les banques : simplification et digitalisation de l'offre d'affacturage (Cash in Time par Crédit Agricole Leasing et Factoring, Avenir Plus par Société Générale...), mise en place d'une offre transparente spécifique leasing « véhicules professionnels tout inclus » à destination des professionnels et TPE (ALD First, Offre Pro par Arval), etc.

Internationalisation des activités

Le potentiel croissant du marché européen, ainsi que le développement à l'échelle mondiale des TPE/PME (les PME ont réalisé 17% des exportations

françaises en 2015 d'après l'INSEE) offrent des perspectives pour les grands groupes bancaires à l'international.

Les grands groupes bancaires peuvent notamment s'appuyer sur un important réseau déjà développé à l'international afin de proposer à leurs clients des produits et services financiers spécialisés partout dans le monde.

Cependant, cette présence à l'international doit s'accompagner d'une offre homogène. Les grandes entreprises, tout comme les TPE/PME cherchent un fournisseur de services pouvant proposer une même offre, aux mêmes conditions pour les différents pays dans lesquelles elles exercent leurs activités. Il est donc essentiel pour les grands groupes bancaires de se poser la question de la gouvernance (quel modèle de gouvernance mettre en place pour mes activités à l'international ?) et du support des offres internationales proposées (passeport paneuropéen ? mise en place de partenariat ?).

Avec des taux de croissance robustes en France sur la dernière décennie (+159% pour l'affacturage, +68% pour le financement locatif), les services financiers spécialisés représentent dorénavant 10% du PNB des banques et de solides relais pour la conquête de nouveaux marchés. Le principal enjeu sera la capacité de conjuguer offre pertinente à destination des TPE/PME et gouvernance adaptée pour le développement international. Enfin, l'ensemble du secteur va vraisemblablement souffrir du choc COVID-19, avec une ampleur encore inconnue (durée de la crise, soutien du gouvernement, rebond potentiel de l'économie...) et dans des proportions différentes selon les activités. Le crédit consommation a ainsi reculé de plus de 5%, alors que l'affacturage est en hausse de +3.8% sur le premier trimestre 2020.

¹ LEASEUROPE Biannual Survey 2019

² Les faits et chiffres – le marché de la longue durée (SESAM LLD) et Ministère en charge des transports

³ The EU Federation for the factoring and commercial finance industry et Association Française des Sociétés Financières

⁴ Conjoncture entreprise (Tableau de bord Mars 2019) – BPCE L'observatoire

NOS EXPERTS

Sébastien DUPORTAL

Partner et Responsable de la Practice
Assurance, Retail & Digital
Sebastien.duportal@harwell-management.com

Ithier DE LA SALLE

Manager Assurance, Retail & Digital
Ithier.delasalle@harwell-management.com