



Acte II pour les cartes débit-crédit

[11/01/10 - 03H00]

Après le Crédit Agricole en 2008, les Banques Populaires vont lancer une carte permettant de choisir entre le paiement comptant ou à crédit. Les Caisses d'Epargne et la Société Générale ont des offres similaires dans les cartons.

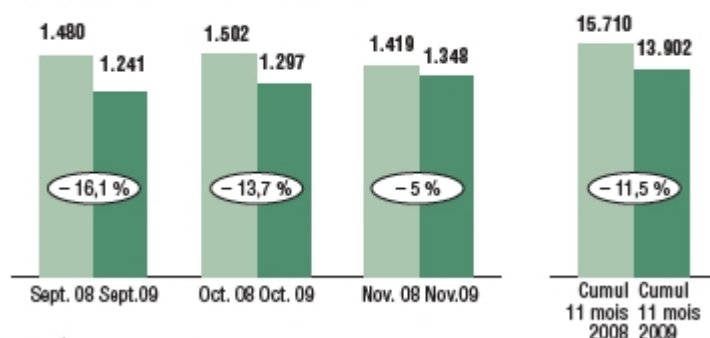
Les banques reprennent l'offensive dans le crédit à la consommation. Celle-ci avait débuté en juin 2008, avec le lancement par le **Crédit Agricole** de sa carte Double Action. Cette carte, dite de "débit-crédit", a été diffusée à 769.000 exemplaires (à fin septembre). Elle permet au client, au moment de son achat, de choisir entre payer au comptant ou obtenir un crédit renouvelable. Selon nos informations, les concurrents du Crédit Agricole s'apprêtent à lancer le même type de carte. Le premier de ces projets est tout prêt d'aboutir. Les Banques Populaires (groupe BPCE) doivent ainsi lancer cette semaine leur propre carte débit-crédit, baptisée Facelia. Si le Crédit Agricole travaille avec Mastercard, les Banques Populaires ont choisi Visa comme partenaire. Après un lancement au sein de la Banque Populaire Val de France, le produit devrait être diffusé dans le reste du territoire pour la fin juin. La Caisse d'Epargne (groupe BPCE) prépare également une offre du même type, mais qui doit voir le jour plus tard dans l'année. De son côté, la Société Générale s'est également lancée dans une réflexion similaire. La banque pourrait notamment compter sur l'expérience de Franfinance, sa filiale spécialisée dans le crédit à la consommation. Celle-ci a déjà lancé, sur certaines cartes cobrandées (par exemple, sur la carte Nouvelles Frontières), une fonctionnalité débit-crédit.

" Rendre la chaîne plus fluide "

Ces moyens de paiement devraient permettre aux banques d'accentuer leur présence sur les lieux de vente, au détriment des cartes privatives de distributeurs, par définition limitées à un réseau d'enseignes partenaires. Le débit-crédit permet également aux banques d'ajuster au plus près leur politique commerciale. " *Elles pourront, grâce à ce type de produit, gérer l'ensemble du budget d'un même client et ainsi mieux le connaître* ", ajoute Pierre Blanc, associé au cabinet Athling Management. Autre avantage, fournir du crédit à un client déjà connu permet de limiter le coût du risque.

Le crédit renouvelable en France

Production en millions d'euros et variation en %



« Les Echos » / Source : ASF

Les atouts ne manquent pas pour ce type d'offres. Sur le plan technique, les terminaux de paiement acceptant cette double fonctionnalité sont généralisés. " *Le fonctionnement de la carte est très simple pour son utilisateur. Activer la fonctionnalité crédit est indolore en termes de procédure et d'image pour la banque* ", explique Eric Delannoy, vice-président du cabinet Weave. Une facilité d'utilisation essentielle sur le plan commercial : " *Les banques ont toujours eu du mal à prendre pied dans le crédit revolving. Le client qui souhaite réaliser un achat doit d'abord solliciter un transfert de sa réserve vers son compte bancaire. Une carte débit-crédit rend la chaîne plus fluide* ", estime Georges Zéline, associé au cabinet Eurogroup.

Par ailleurs, les réseaux bancaires tirent profit des mutations à l'oeuvre dans le crédit revolving. " *Les cartes de crédit renouvelable pures sont en perte de vitesse* ", souligne Eric Delannoy. Avec le recul du crédit à la consommation en 2009 (- 11,5 % sur onze mois) et la réforme à venir du crédit à la consommation, le crédit renouvelable devient une activité moins rentable et va davantage s'orienter vers de simples facilités de trésorerie. Une évolution qui désavantage les " pure players " par rapport aux banques, plus diversifiées et jouissant d'une plus grande surface financière. Paradoxalement, ces établissements spécialisés sont souvent contrôlés par les grands réseaux bancaires. Les banques ne risquent-elles pas, de fait, d'ajouter aux difficultés de leurs propres filiales ? " *Les cartes débit-crédit ne ciblent pas les mêmes clientèles que des cartes Sofinco ou Cetelem*, estime Georges Zéline. *Les banques devraient en réalité élargir la base clientèle du crédit renouvelable.* "

ÉDOUARD LEDERER

[Réagir à cet article](#)

Tous droits réservés - Les Echos 2010