

Communiqué de presse

Boulogne-Billancourt, le 5 avril 2022

Le financement automobile ? Un enjeu soudain devenu *politique* !

Synthèse de l'étude réalisée en mars 2022 par Athling

Notre 6^{ème} étude annuelle sur le financement automobile des particuliers prend en compte les données de production 2021 publiées par la Banque de France (BdF) et par l'Association française des sociétés financières (ASF). Les modèles de projection d'activité sont développés et actualisés par Athling à partir d'hypothèses de structuration du marché automobile.

#1 Un retour à un niveau d'activité d'avant crise sanitaire qui masque des déséquilibres

La production 2021 de crédit à la consommation a rattrapé les montants de fin 2019 : **74 G€** sur le périmètre de la BdF et **45,3 G€** sur celui de l'ASF. Selon nos estimations, la part du financement automobile serait de **54%**, et celle des banques dans ce marché d'un peu moins de **63%**.

A noter que la crise sanitaire impacte en profondeur le financement automobile. La pénurie de véhicules neufs (VN) et les difficultés de pouvoir d'achat ont orienté les consommateurs vers le véhicule d'occasion (VO) : les particuliers ont immatriculé **1 VN pour 8 VO**, soit **plus de 6 M** de VO, **un record**.

#2 Un succès tactique des banques en 2021 sur le financement automobile

Le marché du financement automobile se découple progressivement entre des solutions locatives à haute valeur ajoutée pour le VN et le VO récent, mais relativement peu accessibles, et un marché *mainstream* du VO ancien, beaucoup plus large, et financé via le prêt personnel.

- Sur le VN, la **location avec option d'achat (LOA)** reste le produit phare. Elle concerne **1 transaction sur 2**. La location longue durée (LLD) retrouve son niveau de 2019, de l'ordre de 50 000 véhicules mis à la route. Le **crédit affecté sort du jeu**, même par rapport à 2020, avec un recul de 17%.
- Sur le VO, le prêt personnel représente **près d'1 véhicule sur 2**, 47%¹ selon nos estimations. Les banques engrangeraient un succès tactique avec une hausse de la production de +5 G€, notamment lié aux transactions entre particuliers (+10,5%)².
- En valeur, les solutions locatives sont **2 fois plus rémunératrices** que les prêts personnels. Les banques peinent à trouver des réponses pour adresser ce marché. D'ici 2025, l'enjeu serait de l'ordre de **1,4 G€ supplémentaires de revenus** qui échapperaient aux banques.

¹ Source : calculs issus du modèle propriétaire Athling

² Source : AAA Date cité par le Journal de l'auto, voir [ici](#)

#3 Financer la transition énergétique du parc automobile devient un sujet brûlant

Des candidats à l'élection présidentielle se sont emparés du sujet du financement automobile, un **enjeu soudain devenu politique**. Il s'agit notamment de la maire de Paris avec une proposition de leasing social, reprise et adaptée par le Président de la République.

Il existe un **véritable effet ciseau** entre le calendrier de renouvellement imposé par la voie législative par le déploiement de zones à faibles émissions mobilité ou ZFE-m à horizon 2024-2025 (1,7 M de véhicules en Ile-de-France, 2,5 M sur le reste du territoire³) et les capacités du marché, tant du côté de l'offre (production de véhicules *propres*), que de la demande (prix et accessibilité de ces véhicules *propres* pour les particuliers, infrastructure de recharge).

Ainsi, le futur marché du financement automobile, au-delà des ajustements circonstanciels éventuellement apportés par les pouvoirs publics comme le leasing social, devrait se structurer autour de **deux pôles** avec :

- Une **concurrence high tech** exacerbée pour les **véhicules récents** (0-3 ans), avec des innovations de produit (ex. abonnement) et des innovations de procédés (e-commerce VO, ventes directes constructeur, nouveaux entrants, etc.).
- Une **concurrence low tech** basée sur l'**incitation** et le **conseil** pour l'essentiel du marché : en adoptant des politiques commerciales différenciées en fonction du Crit'Air et de la zone géographique, les financeurs, et en priorité les banques, pourraient orienter de manière plus fine la demande de leurs clients, et ainsi leur apporter un conseil et une réponse à forte valeur ajoutée.

Pendant ce temps, au lieu de se moderniser pour affronter des choix politiques structurants (électrification, restrictions de circulation liées aux ZFE-m, etc.), le parc français **vieillit** (10,6 ans en moyenne, soit +1,6 an depuis 2017⁴). Un paradoxe qu'il faudra bien résoudre dans un contexte de nouvelles incertitudes géopolitiques qui vont peser sur tous les acteurs du marché automobile. Pour l'heure, la **prime** est au **e-commerce de VO**⁵.

Enfin, la reconfiguration récente des coentreprises européennes de financement de Stellantis ou des prises de participations capitalistiques (ex. Crédit Agricole Consumer Finance dans BYmyCar) vont pousser les banques et les spécialisés à trouver des réponses opérationnelles pour adresser ce **vaste** marché de renouvellement.

Madame Laïla Mamou, Directrice Générale déléguée de Sofinco, commente : « Tous nos clients sont concernés par cette transition énergétique à marche forcée. Nous proposerons un dispositif innovant car c'est notre devoir et notre responsabilité de favoriser l'inclusion. »

L'étude 2022 se base sur un modèle de projection d'activité révisé depuis 2016, ainsi que sur des échanges avec des banques d'une part et des financeurs spécialisés d'autre part. Il a été complété d'une évaluation des revenus par produit de financement, constituée sur la base de l'expérience Athling.

■ Si vous souhaitez en savoir plus, contactez-nous via mobility@athling.com

³ Source : ministère de la transition écologique, voir [ici](#)

⁴ Source : AAA Data, cité par Auto-Moto, voir [ici](#)

⁵ cf. notre étude intitulée Le grand jeu du e-commerce de véhicules d'occasion (VO) publiée le 18 février 2022, voir [ici](#)
Communiqué de presse du 5 avril 2022

>> Le financement automobile ? Un enjeu soudain devenu politique !

A propos d'Athling

Cabinet de conseil en stratégie et organisation, Athling intervient auprès de banques, de bancassureurs et d'établissements de crédit spécialisés sur des projets de développement ou de transformation⁶. Nos consultants réalisent des missions de conseil de direction générale ou opérationnelles en immersion complète au sein des équipes pour lesquelles nous travaillons.

- Pour suivre Athling sur LinkedIn, c'est [ici](#).

A propos d'Athling et de la mobilité

Athling intervient depuis plus de 20 ans sur des missions autour de la mobilité : plan stratégique, étude de marché, développement des revenus et de l'offre (produits, services), recherche et mise en œuvre de partenariats, optimisation de la chaîne de valeur, etc.

Ce sont nos clients qui parlent le mieux de ce que nous savons faire. Monsieur Vincent Salimon, CEO BMW Group France, témoigne en vidéo de sa relation avec Athling [ici](#). Enfin, un des numéros de notre newsletter est intitulé *Révolution(s) automobile(s)*. Il est accessible [ici](#).

- Vous souhaitez une session d'échanges ? Bloquons 20 minutes. La première session est gratuite. Contactez **Benoit Jullien**, responsable de l'offre Mobility via mobility@athling.com

Contacts Presse

Pierre Blanc
Président
P : 06 14 68 75 79
pblanc@athling.com

⁶ Nous intégrons une dimension technologique (robotisation, intelligence artificielle) dans nos missions.
Communiqué de presse du 5 avril 2022

>> **Le financement automobile ? Un enjeu soudain devenu politique !**