

L'avancée des travaux

« Le marché du crédit à la consommation en France et en Europe »

Laurence Oms-Lion

Premier Point : L'offre et la demande sur le marché français du crédit à la consommation

Après avoir analysé l'offre et la demande sur le marché français du crédit à la consommation, nous ferons une proposition d'équilibre.

L'offre sur le marché.

- Nous avons effectué des recherches pour identifier les principaux offreurs et les liens existants entre eux. On note une concentration très forte sur ce marché.
- Avec plus de 50 % des ménages détenant un crédit et un taux record d'endettement des français, le marché du crédit à la consommation est apparemment mûr. Néanmoins, grâce à une plus grande utilisation du crédit à la consommation par les seniors, aux prêts « verts » et à l'arrivée en 2009 de l'offre de crédit à la consommation de La Banque Postale, le marché va demeurer dynamique.
- La levée de l'interdiction du cobranding accroît la concurrence sur le marché.
- La distribution est multicanal cependant les acteurs cherchent à attirer les cybermarchands dans le but de profiter du boom du commerce en ligne.
- L'analyse des rapports d'activité des principaux protagonistes sur ce marché a montré que tous se tournaient vers l'international avec des formes différentes : alliances, partenariats...

En conclusion, le marché français du crédit à la consommation recèle des opportunités de croissance.

Cette « cartographie » nous a amené à des constats sévères sur ce marché :

- Peu d'intervenants mais une offre différenciée (on retrouve les grandes banques françaises derrière tous les acteurs spécialisés du domaine),
- Pas de référence au fichier FICP et aucun désir d'une centrale de crédit avec partage d'information,
- Une interrogation : sur quels critères les établissements de crédit français accordent-ils des prêts à la consommation ?

La demande sur le marché

Le crédit à la consommation en France

- En 2008, 14 millions de ménages français soit 52,6% d'entre eux ont un ou plusieurs crédits. C'est un des taux les plus élevés depuis 20 ans.

Fin 2008, près de 24% des ménages endettés détenaient à la fois des crédits immobiliers et des crédits à la consommation.

Le taux de détention des crédits à la consommation s'élève lentement à 33,8%.

- Les profils d'endettés

On note une généralisation du crédit à la consommation chez les seniors qui n'hésitent plus à recourir à ce type de financement pour faire face à des dépenses de la vie courante ; 20,7% des ménages de plus de 65 ans sont aujourd'hui endettés (type consommation) contre 15,9% en 1989. Les jeunes de moins de trente ans ont diminué progressivement leurs recours aux crédits à la consommation pour renforcer leur engagement dans des crédits immobiliers. 39,8% des jeunes (moins de trente ans) ont recours au crédit à la consommation.

Globalement sur 2008, la crise mondiale et la montée de l'incertitude amène un léger recul des recours à de nouveaux crédits (baisse de 4,1% du nombre de crédits octroyés). Dans cette donnée, on note que les crédits à la consommation restent épargnés avec une baisse de 1,75% de prêts accordés alors que les crédits immobiliers accusent un recul de 12,7%.

Le phénomène de surendettement

De 2000 à 2007, le taux de croissance des dossiers déposés auprès des commissions de surendettement est de 23 %.

On note une augmentation de 2000 à 2004 (188 176 dossiers déposés) puis un fléchissement pour s'établir à 162 855 dossiers en 2007. ;

Les dossiers recevables représentent en moyenne 85% des dossiers déposés.

En moyenne plus de 60% des dossiers recevables sont conclus par un plan conventionnel.

Depuis 2004 (entrée en vigueur de la loi dite « de la deuxième chance »), le pourcentage de décisions d'orientation vers la procédure de rétablissement personnel acceptées par les débiteurs ne fait que croître (10% en 2004 ; 12% en 2005 ; 15% en 2006 ; 18% en 2007).

Sur la même période, le nombre de dossiers recevables n'a cru que de 1,1%.

Il semble donc qu'un nombre croissant d'emprunteurs se retrouve dans des situations très délicates qui nécessitent des procédures d'urgence dites de « rétablissement personnel ».

Analyse du nouveau projet de loi sur le crédit à la consommation (24 avril 2009).

Tout l'enjeu de cette réforme est de réduire l'usage systématique du crédit renouvelable, facturé autour de 20 % et mis en cause dans 85 % des dossiers de surendettement, pour favoriser celui du crédit personnel dont le taux avoisine les 9 %, voire 4 % pour les offres d'appel.

« Avant même d'être saisis du texte, début juin, les parlementaires sont déjà revenus avec diverses propositions de loi sur deux des trois mesures phares écartées par le gouvernement : la déliaison des cartes de fidélité et du crédit, et la création d'un fichier positif ».

Le projet de loi du 24 avril 2009 qui fait suite au rapport Athling (janvier 2009) commandé par la ministre Mme Lagarde met en exergue le souci politique de faire évoluer la législation sur les crédits à la consommation et d'amener à une harmonisation européenne en matière de crédit à la consommation. Le problème de l'existence d'un fichier positif d'informations relatives aux emprunteurs a été repris sans aucune décision précise.

Enquête UFC QUE Choisir

Une enquête de l'UFC Que Choisir de février 2009 montre que le crédit renouvelable amène un mal endettement qui risque de conduire les ménages au surendettement.

D'après les informations du rapport de « UFC-Que Choisir », voici leur protocole d'enquête :

73 associations locales de l'UFC-Que Choisir ont participé à cette enquête en respectant toutes le même protocole.

Un consommateur souhaite acquérir un ensemble électroménager (pour une valeur entre 1 200 € et 2 500 €). Ce consommateur dispose d'un revenu de 3 000 € avec un crédit immobilier en cours (ou un loyer) et un crédit automobile pour une mensualité de l'ordre de 800 €.

Les enquêteurs ont, à cette occasion, testé la qualité de l'information fournie sur le crédit (taux, mensualité...) par le distributeur ainsi que la vérification de la situation du consommateur emprunteur (demande de justificatifs des revenus et des charges).

Notre protocole d'enquête (notre méthodologie).

Nous avons élaboré des simulations avec différents profils de clientèle.

- Nos profils d'enquête

Nous décidons de tester plusieurs types de profil de consommateurs emprunteurs :

- un couple de retraités sans crédit,
- une personne seule travaillant et possédant plusieurs crédits immobiliers liés à des investissements locatifs (son taux d'endettement est plus élevé que la norme),
- un couple travaillant tous les deux avec enfants et un crédit immobilier,
- une jeune mère célibataire travaillant sans crédit immobilier,
- un chômeur,
- un étudiant.

- Nos objectifs dans cette enquête

Ces profils hétérogènes nous permettront d'analyser le marché de l'offre de crédit à différents niveaux :

- le type de crédit offert selon le profil (y-a-t-il un profil type selon les établissements ?),
- la nature des informations nécessaires pour l'octroi de crédit (y-a-t-il des vérifications faites auprès de fichier, les informations demandées sont-elles les mêmes et sont-elles traitées de la même manière) ;
- la nature de l'offre : est-il plus intéressant (toujours selon les profils types) de demander un crédit plus important à un seul établissement ou plusieurs crédits moins conséquents à différents établissements),
- les techniques de communication commerciale utilisées et la fréquence de leur utilisation (la nature du message délivré nous intéresse aussi : le message est-il clair ; n'est-il pas de nature à tromper ou à l'induire en erreur le client ; la fréquence de la relance et sa nature nous semble intéressant à retenir).

Conclusion de notre enquête :

L'analyse empirique menée atteste d'un marché mature où les offres sont différenciées pour empêcher tout type de comparaison.

Les critères retenus pour accorder un crédit sont très différents d'un organisme à l'autre alors que les informations communiquées sont strictement identiques (certains offreurs évoquent des justificatifs d'utilisation qui se limitent à des devis !!). On en déduit que les critères retenus sont différents (traitements des données différents) pour un même type de profil.

Nous pouvons conclure que :

- Ce marché est imparfait,
- Il existe un ciblage client qui amène à un équilibre particulier sur le marché.

L'équilibre sur le marché

Nous légitimons l'existence d'intermédiaires sur le marché du crédit à la consommation.

Les systèmes type peer-to-peer (type Prosper et Zovan)

Le système peer-to-peer ou pair à pair communément noté P2P a été emprunté au réseau informatique avec le concept client-serveur.

Le « prêt pair à pair » est un moyen pour les emprunteurs et les prêteurs d'effectuer des transactions sans avoir recours aux intermédiaires traditionnels que sont les banques et établissements financiers. Par contre, ces agents passent par des intermédiaires qui rassemblent et revendent les demandes et les offres. Ces intermédiaires se trouvent exclusivement en Amérique du Nord et au Royaume –Uni où nous trouvons des sites spécialisés dans le « crédit entre pair » avec des particularités pour certains des acteurs cités (Prosper ; Zopa ; CircleLending ; Vancity ; Life*Spin). Les prêts sont opérés par des individus ou un groupe d'individus (tout dépend de la demande de fonds).

Ce système n'existe que grâce aux nouvelles technologies et à Internet qui permet de mettre en relation (de connecter) prêteurs et emprunteurs. Le mécanisme repose sur un processus d'enchère où le prêteur qui propose le taux d'intérêt le plus bas « remporte » le prêt consenti à l'emprunteur.

Ce concept de peer-to-peer ou « pair à pair » appliqué au marché de la finance s'appuie sur du « social lending ».

Ce système de prêt social ouvre de nouvelles voies à l'utilisation et à l'interaction entre offreurs et demandeurs de services financiers.

La relation Client – Banquier est complètement modifiée (la théorie de l'agence est remise en cause).

L'émergence de ce système dans la sphère financière est une réponse aux tendances sociales et à une demande accrue pour de nouvelles formes de relations. Le développement des nouvelles technologies et de leur utilisation où l'on réinvente la notion de communauté (à travers des sites comme Myspace ; Facebook...) touche le marché financier.

On invente une communauté d'intérêt financier basée sur l'interaction des individus au sein d'une communauté avec un système de choix d'engagement ou non (system of opting-in ou opting-out).

On se trouve dans une organisation de type horizontale et non pas hiérarchique. On légitime et on établit la connexion entre les membres formant une communauté et qui induit des interactions sociales.

Sur ce type de marché, on n'applique pas les règles marketing traditionnelles notamment en communication commerciale mais on se rapproche de l'esprit de communauté et donc du buzz marketing.

Y-a-t-il une concurrence avec les établissements financiers offreurs traditionnels de ce type de services ?

Apparemment non ; la gamme des produits et services offerts par les établissements traditionnels est beaucoup plus étendue et ne revêt pas le caractère altruiste de cette démarche.

Ce futur marché de « prêt social » peut être considéré comme une « niche de masse ».

Les systèmes Peer-to-Peer ne sont qu'à leur balbutiement, de plus on peut s'interroger sur leur efficacité à couvrir tous les besoins en matière de financement personnel. Ce système au demeurant très intéressant reste marginal actuellement.

L'asymétrie d'information et l'équilibre

L'asymétrie d'information précontractuelle donne naissance à des problèmes d'anti-sélection ; si l'asymétrie est post-contractuelle, on trouve des problèmes de risque moral.

Le premier à avoir parlé de l'asymétrie est Akerlof (1970) avec ces « lemons » (voitures d'occasion où il est difficile de détecter une bonne occasion d'une mauvaise). Ce problème naît de l'asymétrie d'information entre le vendeur et l'acheteur : un prix moyen s'établit sur le marché pour des produits de qualités différentes. Les détenteurs d'un véhicule de bonne qualité refusent de vendre leur bien au prix moyen ; par contre les détenteurs d'un bien de mauvaise qualité sont désireux de vendre à un prix inespéré.

Quel est l'origine du problème d'information ?

Une transaction ne se résume pas à un prix d'équilibre. Les informations relatives à la qualité du bien, à son usage antérieur... sont des vecteurs de communication qui permettent :

- au vendeur de chercher à signaler la qualité de son produit,
- à l'acheteur de « séparer » les offres qui lui sont faites.

Les équilibres qui s'établissent sont différents selon le type d'asymétrie d'information. On peut envisager deux cas :

Premier cas : on se trouve dans l'incapacité de lever l'asymétrie (l'information n'est pas disponible sur le marché, l'information est trop chère à acquérir...) ; dans ce cas, un même prix est attribué à tous les biens dont les qualités diffèrent ; on mélange les offres. C'est un équilibre mélangeant. Le modèle d'équilibre avec rationnement de Stiglitz et Weiss (1981) est un équilibre mélangeant qui aboutit à une éviction de certains demandeurs de crédit. Le modèle de Stiglitz et Weiss (1981) montre que le marché du crédit est rationné à cause d'une information imparfaite.

Il existe un taux d'intérêt optimal (r^*) pour lequel le rendement prévu de la banque est maximal. Si r se place à droite de r^* (donc le taux d'intérêt augmente) le rendement prévu de la banque chute. Pour le taux r^* , rien ne garantit que l'offre soit égale à la demande.

Certains investisseurs sont prêts à payer r_1 ($r_1 > r^*$) pour obtenir des fonds mais la banque refuse d'accorder le crédit puisqu'elle se situe à son optimum de profit espéré.

L'offre de crédit est rationnée car la banque ne dispose pas d'information suffisante sur les emprunteurs.

L'équilibre mélangeant incite les offreurs de crédit à rigidifier leurs conditions débitrices ; cette viscosité des taux directeurs bancaires limite les ajustements spontanés de l'offre de crédit à la demande et crée les conditions d'un déséquilibre connu sous le terme de rationnement du crédit.

Deuxième cas : un transfert d'information est possible. Là encore, deux cas distincts sont à envisager :

- le vendeur peut signaler la qualité de son produit (équilibre de signaling)
- on propose des contrats qui, par leur nature, révèle des informations ; ces derniers permettront de séparer les individus (équilibre séparant).

Le problème de risque moral

En tenant compte des apports de la théorie de l'agence, le risque moral lié à un contrat de crédit est susceptible d'altérer les relations entre un principal (le prêteur) et l'agent (un emprunteur). Ce dernier peut être tenté de faire des annonces fallacieuses de manière à échapper à ses obligations contractuelles de remboursement.

Selon la théorie de l'agence (Jensen et Meckling 1976 ; Ross 1973 et 1974), l'existence d'un problème d'agence est associée à l'incertitude, à l'imparfaite observabilité des efforts de l'agent et aux coûts d'établissement et d'exécution des contrats. Cette divergence d'intérêt et l'asymétrie informationnelle post-contractuelle va induire des coûts de surveillance (monitoring costs) pour le principal.

De la même manière, l'agent peut supporter des coûts pour mettre en confiance le principal (bonding costs).

Dans ces deux cas, l'asymétrie implique des coûts financiers.

La réaction des établissements financiers face au problème d'asymétrie d'information

Pour l'asymétrie d'information de nature pré-contractuelle, la théorie du signal est un outil intéressant. L'emprunteur doit révéler une partie de son identité au travers d'informations à fournir ou de pièces justificatives (le signal d'un ménage peut être son niveau d'endettement ; âge ; CSP ; ses revenus ; son fichage au FICP...).

Néanmoins, il faut s'interroger sur la crédibilité des établissements dans leur fonction de producteurs d'informations (capacité à collecter des informations et à les traiter).

Au niveau du risque moral, la mise en place d'une relation de confiance entre le prêteur et l'emprunteur basée sur les comportements passés amène un effet de réputation.

L'établissement connaît son client à l'aide de données négatives mais surtout positives, un historique est établi qui fait naître des effets de réputation.

Les différentes propositions de contrats des établissements (prêts personnels, prêts renouvelables, prêts affectés) peuvent-ils être considérées comme des contrats séparant ?

L'équilibre séparant se définit comme l'équilibre qui prévaut lorsque la banque propose simultanément plusieurs contrats (contrats qui sont multicritères) construits de telle manière que le seul choix d'un contrat particulier dans cet ensemble soit à même de révéler l'information détenue par celui qui effectue ce choix.

Dans le modèle de Bester (1985), deux individus souhaitent entreprendre des projets d'investissement ; chacun a une richesse initiale supérieure au montant de la sûreté requise : la banque ne peut distinguer des deux individus lequel présente le moins de risque pour elle.

Elle fondera sa stratégie sur la différenciation des contrats qu'elle offre de manière à ce qu'elle puisse identifier les individus à partir du choix que ceux-ci feront.

Dans ce cas, les banques se montrent actives en matière de recherche d'informations. La fixation des taux débiteurs est individualisée et indissociable du niveau de garantie demandé par la banque. Un arbitrage judicieux entre niveau des taux d'intérêt et montant de la garantie permet à la banque de capter l'information spécifique à chaque firme, conduisant naturellement le marché du crédit à une situation d'équilibre.

Sur notre marché, le choix de contrat fait par le ménage peut être révélateur d'informations et permettre à l'établissement de capter l'information spécifique à chaque emprunteur.

Aux vues de ce que nous venons d'exposer sur les contrats séparant, on peut considérer le rationnement du crédit comme une réponse des banques et non comme une conséquence du fonctionnement imparfait du marché (Stiglitz et Weiss 1981). Le rationnement est un élément du contrat séparant qui permet aux établissements financiers de lever l'asymétrie de l'information et d'identifier le risque d'un emprunteur. Ceci sous-entend qu'on attribue aux établissements financiers des prérogatives qui sont la capacité à transformer des risques et la capacité de traiter correctement l'information recueillie.

Le problème de l'asymétrie d'information est au cœur de la relation prêteur emprunteur.

Le prêteur est-il capable de se signaler ? Comment ce signal est-il utilisé en matière d'offre de crédit (les informations demandées par les établissements lors des opérations de crédit devraient y suffire) ; simplement peut-on considérer que ces établissements financiers possèdent les compétences et les envies de traiter ces informations qui peuvent amener à des équilibres de type signaling.

Nos simulations montrent des résultats contrastés. A priori, les établissements ne possèdent pas tous les mêmes méthodes de traitement de l'information, ni les mêmes besoins en terme de justificatifs d'informations personnelles.

Le prêteur peut-il proposer des contrats qui permettent d'identifier et de séparer les bons emprunteurs des mauvais emprunteurs ? Si c'est le cas, on trouve des équilibres de type séparant ; chaque emprunteur choisira le contrat de prêt qui correspond à son profil de risque. Nous avons mis en évidence que même le rationnement sur le marché du crédit (type Stiglitz et Weiss 1981) peut être considéré comme un équilibre séparant.

Les différentes propositions de contrats des établissements financiers et bancaires en matière de crédit à la consommation (prêts personnels, prêts renouvelables, prêts affectés) peuvent-ils être considérées comme des contrats séparant ?

Second Point : Le marché européen du crédit à la consommation et les fichiers positifs

Selon une étude faite par Sofinco (« le marché du crédit à la consommation en Europe », étude réalisée par Sofinco juillet 2007), l'encours de crédit à la consommation pour 13 pays de la zone euro (incluant le Royaume-Uni) s'élève à 914 milliards d'euros.

Derrière cette donnée macroéconomique, une grande disparité entre pays est identifiable. On pourrait former trois groupes de pays :

* Les « gros emprunteurs »

- 233 milliards d'€ d'encours pour le Royaume-Uni,
- 228,4 milliards d'€ d'encours pour l'Allemagne,

* Les « emprunteurs moyens » :

- 131,3 milliards d'€ d'encours pour la France,
- 92 milliards d'€ d'encours pour l'Espagne,
- 85,6 milliards d'€ d'encours pour l'Italie,

* Les « petits emprunteurs » :

- Grèce, Pays-Bas, Autriche avec respectivement 25,6 ; 25,4 et 25,2 milliards d'€ d'encours,
- Irlande : 22,3 milliards d'€ d'encours,
- Belgique, Portugal, Finlande avec respectivement 15,9 ; 15,4 et 10,4 milliards d'€ d'encours,
- Slovénie : 2,3 milliards d'€ d'encours,
- Luxembourg : 1,1 milliard d'€ d'encours.

Une analyse par tête, plus pertinente, fait apparaître le même type de tendance. L'encours de crédit à la consommation par habitant, fin 2006, est de 2 272 €.

En termes d'évolution, le marché européen du crédit à la consommation évolue de 7,7% par an depuis cinq ans (chiffre de 2006). Là encore, on note une très forte disparité entre les états de 0,5% de croissance annuelle pour l'Allemagne (sur la période 2001-2006) à plus de 27,3% pour la Grèce (sur la période 2003-2006).

Le marché européen du crédit à la consommation est très hétérogène. Les législations nationales sont toutes différentes et il existe pour tous les pays des centrales de crédit (publiques ou privées) mais qui ne recueillent pas toutes les mêmes types d'informations : certaines fichent les informations « noires » (négatives ; c'est le cas de la France avec le fichier FICP) et d'autres les informations « noires » et « blanches » dites positives.

Dans un premier point, nous présenterons le souci politique d'harmoniser les règles européennes concernant l'octroi de crédit à la consommation. Dans un second point, nous effectuerons un état des lieux européens relatifs aux centrales de crédit.

La législation européenne et son évolution

La législation européenne relative aux crédits à la consommation est en pleine évolution. Nous étudierons les avancées nées avec la directive du 18 janvier 2008 et les incidences induites sur les législations nationales.

Le marché européen apparaît peu fluide, les instances politiques européennes désirent mettre en place un véritable marché intérieur du crédit à la consommation.

L'existence d'une centrale des crédits avec production d'un fichier positif.

L'absence de « centrale de crédit » (publique ou privée) peut constituer un obstacle à une diffusion plus large du crédit à la consommation en France.

Les deux avantages principaux sont :

- le caractère objectif des informations que rassemblent de telles centrales (par opposition aux informations déclarées par le demandeur de crédit),
- le fait que ces informations peuvent être portées à la connaissance de tout organisme ayant fait l'objet d'une demande de crédit de la part d'un particulier.

De ce dernier point de vue, une centrale de crédits, suffisamment couvrante, permettrait en particulier, à condition d'être très réactive, d'éviter certains cas extrêmes de surendettement

On peut travailler sur l'impact de l'existence d'un fichier positif sur la courbe des taux pratiqués par les établissements spécialisés.

On peut penser que la consultation de cette centrale devrait permettre d'accorder un crédit à une clientèle supplémentaire, ce qui aurait donc globalement comme conséquence d'accroître la pénétration du crédit à la consommation dans notre pays et dans les Etats de l'Union.

Une contrainte forte est liée à la mise en place en France d'un fichier positif : l'existence de la CNIL.

Le modèle de Stiglitz et Weiss (1981) montre que le marché du crédit est rationné à cause d'une information imparfaite. L'accroissement de l'information disponible pour les établissements de crédit peut-il modifier leur comportement et parvenir à un marché du crédit plus fluide ?

Les enseignements théoriques montrent que le partage d'information entre les prêteurs est un moyen de réduire la sélection adverse et le hasard moral qui mène à une non fluidité de ce marché.

La pérennité d'un établissement financier est liée à sa capacité à collecter et à traiter l'information pertinente sur les emprunteurs notamment sur le risque du projet.

Une fois le crédit accordé, le prêteur doit s'assurer que l'emprunteur mettra en place tous les efforts nécessaires pour éviter le défaut de paiement.

L'information détenue par un seul établissement ne permet pas de bien connaître les caractéristiques des emprunteurs et d'avoir une bonne prévision de leur risque de défaut.

Le partage d'information entre prêteurs permet de réduire ces problèmes d'asymétrie d'information.

Pagano et Japelli (1993) montrent, dans un modèle avec sélection adverse, comment le partage d'information peut réduire le problème et augmenter l'octroi de crédits bancaires.

Ce partage d'information se fait par l'intermédiaire de structures d'échanges d'information.

Pagano et Japelli (2000) proposent une analyse des effets du partage de l'information relative aux caractéristiques des emprunteurs sur l'activité du marché du crédit.

Pagano et Japelli (2000) s'intéressent à l'expérience européenne en matière de partage d'informations à partir de registres publics ou de bureaux privés de crédit. Ils mettent en évidence le caractère « naturellement monopolistique » de cette industrie.

Amparo San José Riestra (2002) s'intéresse au débat sur les bureaux de crédit en Europe. Il met en évidence les disparités qui existent entre les pays européens au niveau de la nature des informations utilisées (blanches dite aussi positives ou noires dite aussi négatives), des

organismes qui collectent et diffusent ces informations (les registres publics ou les bureaux de crédit privés) et l'éventualité d'une coexistence de ces deux organismes.

M.J Miller (2000) s'intéresse à la coexistence de registre public et de bureau de crédit au niveau mondial. Elle conclut, dans la majorité des cas étudiés, à une complémentarité de ces structures.

Baron et Staten (2003), à l'aide de simulations faites sur des modèles de score, comparent l'effet des « Credit reports » sur les performances des économies américaines et australiennes. Aux Etats-Unis, l'information détenue par ces bureaux est blanche et noire. A contrario, en Australie cette information est exclusivement noire (défaillance, arriéré, faillite).

La prise en compte d'informations positives peut accroître l'efficacité des modèles de score et augmenter le crédit disponible aux consommateurs.

La problématique envisagée

L'Union européenne est consciente de l'enjeu financier et économique que représente le crédit à la consommation.

La récente directive européenne (janvier 2008) montre que les instances communautaires élaborent un cadre juridique et légal pour ce type de crédit.

Le travail de Amparo San José Riestra (2002) montre que sur le terrain les disparités européennes en terme d'informations partagées, d'organismes sont très importantes.

La France est l'exemple typique d'un pays qui ne collecte et publie que des informations négatives par le biais d'un organisme public, dirigé par la Banque de France.

En France, une loi du 6 janvier 1978 protège les informations détenues par tout organisme sur l'individu. Cette loi a d'ailleurs été transposée dans une directive européenne (directive 95/46/CE).

La France peut-elle continuer avec ce type de mécanisme de partage de l'information exclusivement de nature négative délivrée par un organisme public ?

Quels sont les enjeux et les conséquences pour une économie nationale, partie intégrante d'une communauté, si elle met en place un système de partage de l'information plus complet ?

Bibliographie

Barron, J. and Staten M., March 2003, in *Credit Reporting Systems and the International Economy*, edited by M. Miller, The MIT Press.

Chétochine G., 2007, “To buzz or not to buzz; comment lancer une campagne de buzz marketing”, Editions d’Organisation, Eyrolles, 2007.

David, P., 1998, “Communications, creativity and research network dynamics : an elementary economic model of scientific communities”, in *Creation and Transfer of knowledge*, Dasgupta, 1998.

Fabre, B. et François-Heude A., 2008, « Etablissements de crédit à la consommation : la Prime justifie-t-elle le risque ? », *Banques et Marché*.A Paraître.

Gross, D. and Souleles N.S, 2002, « Do Liquidity Constraints and Interest Rates Matter for Consumer Behavior ? Evidence from Credit Card Data », *Quarterly Journal of Economics*, 117, pp. 149-185.

Jensen, M., 1986, “Agency costs of free cash flow, corporate finance and takeovers”, *American Economic Review*, Vol.76, pp. 323-330.

Le Cacheux, J. et Magnier, A., 1993, “Intégration financière et stabilité des systèmes bancaires et financiers en Europe”, *Economie et statistiques*.

Lobez, F et Vilanova L, 2006, « Microéconomie bancaire », PUF Finance.

Miller, M., 2000, « Credit Reporting Systems around the Globe : the state of the art in public and private Credit Registries », *World Bank Working Paper*.

Myers, S.C and Majluf N.S, June 1984, « Corporate financing and Investment Decisions When Firms Have Information Do Not Have », *Journal of Financial Economics* 13 , pp. 187-221.

Pagano, M. and Japelli T., décembre 1993, « Information sharing in Credit Markets », *The Journal of Finance*, 73, pp. 1693-1718.

Pagano, M. and Japelli T., 1999, « Information sharing, lending defaults: Cross-coutry evidence », *Working paper*, 22, CSEF, University of Salerno.

Pagano, M. and Japelli T., 2000, « Information sharing in credit markets : the European experience », *Working paper*, 35, CSEF, University of Salerno.

Pagano, M. and Japelli T., 2000, « Information sharing in credit markets : the European experience », *Working paper*, 35, CSEF, University of Salerno.

Riestra A S J., september 2002, “Credit Bureaus in Today’s Credit Markets, ECRI research Report, n°4.

Stiglitz, Joseph E. and Weiss, A., June 1981, « Credit Rationing in Markets with Imperfect Information », *American Economic Review*, 71, pp. 393-410.

Calendrier prévisionnel

Eté 2009: modèle avec équilibre séparant sur le marché du crédit à la consommation en France. Simulations terminées.

Rentrée 2009 : Un modèle de sélection adverse où un partage de l'information (existence d'une centrale avec informations positives) entre les prêteurs améliorent l'information sur les caractéristiques des emprunteurs.

Fin 2009 : Working Papers sur ces travaux.

Début 2010 : Second thème : existence de collusion qui limite l'offre (Jensen, 1986).

Mi 2010 : Working Paper.

Courant 2010-... : Troisième thème : L'influence de facteurs marketing (comme la communication commerciale) sur le comportement des demandeurs de crédit.

Les agents emprunteurs sont-ils irrationnels ou sont-ils influencés (manipulés) par des variables marketing qui leur font perdre leurs repères ?