



Prêt conso : comment YounitedCredit veut rendre plus facile le crédit en ligne



Quelques semaines après le lancement de son partenariat avec Free, la plateforme spécialisée dans le crédit à la consommation revendique déjà 20 000 financements octroyés. Pour 2019, YounitedCredit compte multiplier ces partenariats d'ampleur, avec l'objectif qu'ils représentent 20% de son chiffre d'affaires. Entretien avec Geoffroy Guigou, co-fondateur et CEO de YounitedCredit.

Votre partenariat avec Free est un peu différent de vos autres accords commerciaux. Vous ne répliquez pas votre offre de crédit conso classique mais vous proposez une facilité de paiement gratuite. Etait-ce un mode de financement imposé par l'opérateur ?

Geoffroy Guigou : « Non, c'est un choix dans le cadre de ce partenariat-là. A notre sens, les habituelles solutions de paiement en 3 ou 4 fois sans frais répondent rarement aux besoins des consommateurs dès qu'il s'agit de financer des achats supérieurs à 500 euros. Financer en 4 fois un smartphone à 1 000 euros signifie concrètement déboursier 250 euros pendant 4 mois consécutifs, une somme qu'il n'est pas toujours facile, ni possible de sortir. Quant au crédit renouvelable, cette alternative revient très cher aux clients compte tenu du taux d'intérêt très élevé. Dans le cadre de notre partenariat avec Free, nous innovons en proposant un prêt de petit montant (480 euros) à 0% sur une durée de remboursement assez longue (48 mensualités de 10 euros). De très nombreux e-commerçants dont les paniers moyens sont supérieurs à 500 nous demandent de lancer une telle offre. »

Lire aussi : Younited à la rescousse de la nouvelle Freebox Delta

Ce partenariat lancé début décembre vous a déjà permis d'octroyer 20 000 crédits. Vous attendiez-vous à ce résultat ?

G.G. : « Nous ne commentons pas davantage ce chiffre. Ce que je peux dire c'est que Free dispose d'une base clientèle énorme : 20 millions de clients dont 13 à 14 millions sur le mobile et 6 à 7 millions sur l'internet. Le partenariat avec Free est donc important pour YounitedCredit. Il n'est toutefois pas le seul. En France, nous avons contractualisé avec N26 [fintech d'origine allemande qui propose un compte de paiement dans l'Hexagone, ndlr]. De plus, nous allons prochainement sortir une offre de prêt aux entreprises avec BPI France. En Italie, nous avons lancé début 2018 une marque commune avec la filiale locale de l'assureur britannique Admiral. Baptisée ConTe Prestiti by YounitedCredit, elle permet à l'assureur automobile de proposer du crédit à la consommation. »

Souhaitez-vous lancer un partenariat de ce type en France ?

« En 2019, nous allons multiplier les accords commerciaux avec des assureurs, y compris en France »

G.G. : « Pour 2019, notre vision est claire. Nous allons multiplier les accords commerciaux avec des assureurs, y compris en France. Nos services répondent à un enjeu crucial pour les compagnies d'assurance : augmenter la durée de relation avec leurs clients dans un contexte de concurrence accrue avec les banques. Pour se défendre, les assureurs doivent à leur tour empiéter sur les services bancaires. Mais, développer en interne une offre de prêt nécessite d'investir des dizaines de millions d'euros, et prend des années. Notre offre clés en main permet aux compagnies d'assurance de s'extraire de cette contrainte. Elles s'ouvrent ainsi au crédit conso en s'appuyant uniquement sur nos technologies, notre expertise en matière d'analyse crédit, notre licence bancaire et nos équipes opérationnelles (analyse crédit, service client, recouvrement). »

Le point commun entre Admiral, Free et BPI France, c'est la large base clients qu'ils vous ouvrent. Est-ce désormais votre critère de choix principal pour sélectionner vos partenaires ? Les fintechs qui veulent proposer du prêt à la consommation ne vous intéressent plus ?

G.G. : « Il y a en effet un enjeu de volume dont nous devons tenir compte. Je ne dis pas que nous ne voulons plus contractualiser avec des plus petits acteurs, mais nous nous concentrons de façon assez logique sur les demandes émanant de sites marchands, d'assureurs et de banques. »

Quel chiffre d'affaires représente aujourd'hui ces accords commerciaux ?

« Les partenariats représenteront 20% de notre activité totale en 2019 »

G.G. : « En Italie, un an après son lancement, le partenariat avec Admiral représente déjà 10% à 15% de notre activité. Au niveau du groupe, l'ensemble de nos accords BtoB ont représenté en 2018 un peu moins de 5% de notre chiffre d'affaires. Ils devraient représenter près de 20% de notre activité totale en Europe cette année, dans un contexte où la production de prêts sur notre plateforme historique BtoC croît toujours de 70% par an. »

En novembre, vous avez lancé un outil d'agrégation de comptes permettant aux particuliers qui le souhaitent de vous donner directement accès à leurs comptes bancaires pour étudier leur demande de prêt. Comment se diffuse ce service ?

G.G. : « Nous sommes très surpris par son adoption massive. Selon les pays, entre 50% et 80% des personnes nous confient leurs identifiants bancaires. Nous pensons que le taux d'adoption dépassera même les 80% dès lors que nous donnerons un avantage tangible aux clients utilisant l'agrégation, plutôt que l'envoi du dernier relevé de compte. Cela peut être un avantage sur le taux du prêt ou sur le délai pour obtenir la décision de financement. Nous promettons une décision en 24h, mais pour les clients nous donnant leurs identifiants bancaires, dans les faits nous arrivons à leur donner un accord de prêts en quelques minutes. »

Vous concernant, quels intérêts retirez-vous de l'agrégation de comptes ?

« L'agrégation nous permet d'avoir des taux proches des banques de détail »

G.G. : « L'agrégation nous permet de réduire considérablement le temps d'analyse crédit, ce qui génère des gains de productivité supérieurs à 30%. Nous affinons aussi l'évaluation du risque, car plutôt que d'avoir une vision basée sur un seul relevé de compte, nous analysons 6 à 12 mois d'historique. Concrètement, cela nous permet d'avoir un niveau d'information proche du niveau de connaissance qu'à une agence bancaire de son client. C'est aussi un avantage pour l'emprunteur. L'utilisation des données d'historique de compte bancaire dans notre modèle de décision de crédit nous permettant de pratiquer de plus en plus des taux d'intérêt proches de ceux des banques de détail. »

Depuis l'été 2018, vous mettez en avant des taux d'appel très offensifs, mais sur des emprunts élevés amortis en très peu de mensualités. En ce moment, le taux minimum est de 0,50% pour plus de 10 000 euros empruntés et remboursés en 6 mois, ce qui représente une mensualité supérieure à 1 000 euros. Dans ces conditions, ces offres ne sont-elles pas un pur effet marketing ? Combien d'internautes en profitent réellement ?

G.G. : « Nous ne communiquons pas sur le nombre d'emprunteurs qui bénéficient des offres promotionnelles. Mais leur nombre n'est pas négligeable sinon nous ne les proposerions pas. »

A quoi ressemble un emprunteur-type sur YounitedCredit ?

G.G. : « En France, nos clients empruntent autour de 7 000 euros en moyenne, qu'ils remboursent en 48 mois. Dans les autres pays où nous sommes présents [Italie, Espagne et Portugal, ndlr], le montant moyen du crédit varie entre 8 000 et 10 000 euros. »

En savoir plus sur l'offre de prêt conso de YounitedCredit