

L'Observatoire des Produits Bancaires

N°142
Juin 2010
13^{ème} année

PUBLI-NEWS

Sommaire

CRÉDIT HYPOTHÉCAIRE

■ Avec l'Eco-crédit, Dexia Belgique vend un levier fort de modernisation de l'habitation... 4

CRÉDIT

■ Viixel Nautisme enrichit son offre avec un prêt pour bateau d'occasion 6

ENTREPRISES

■ Cellfish Media lance la solution Cellpass de micro-paiement dédiée à l'iPhone... 11

Ce numéro contient un encart Publi-News

PROFESSIONNELS

Le Crédit Agricole lance le Pack E-Commerce

La croissance du e-commerce ne se dément pas.

Avec près de 65.000 sites marchands en 2010, un chiffre d'affaires en forte progression et 43% d'acheteurs en ligne en plus depuis 2007, l'avenir de nombreux commerçants ou artisans s'inscrit aujourd'hui aussi sur la toile. Le pack e-commerce du Crédit Agricole arrive donc à point nommé.

« L'ambition du Crédit Agricole était d'être davantage présent sur le marché des e-commerçants dont le nombre a augmenté de 35% en 2009 et de consolider nos parts de marché en monétique puisque sur Internet, le moyen de paiement privilégié est la carte bancaire », explique Pascal Pflieger, responsable de la banque du quotidien chez Crédit Agricole S.A.

Suite page 9

BANQUE AU QUOTIDIEN

BNP Paribas offre à ses clients une application « Mes Comptes » dédiée sur iPad

« Nous voulons être le numéro un de la banque en ligne », déclare Virginie Fauvel, directrice des activités banque en ligne de BNP Paribas. Avec cet objectif d'être leader de la banque sur Internet d'ici 2012 dans le cadre de son programme accélérateur sur Internet et mobile lancé en 2009, BNP Paribas multiplie les accès à son site Internet sur les différents supports qui apparaissent au fil des innovations technologiques et des usages.

La banque est ainsi au rendez-vous du lancement français de l'iPad d'Apple, commercialisé dans l'Hexagone depuis le vendredi 28 mai. « Notre site Internet passe très bien sur iPad, et nous avons également lancé une application sur iPad un peu plus complète que la version pour iPhone, dédiée au transactionnel », précise Virginie Fauvel. La tablette respecte les critères de modernité et d'usage de l'écran tactile de la tablette nouvelle génération, indique la banque.

Suite page 3

CRÉDIT À LA CONSOMMATION

Le Service 3Tiers de la Banque Populaire propose le fractionnement des achats

« Le service 3Tiers constitue une solution de dépannage beaucoup plus économique qu'un découvert non autorisé dont le taux se monte à environ 18% par an et auquel s'ajoutent les frais de lettres de rappel, explique en résumé Cédric Martin, directeur du marché des particuliers à la Banque Populaire du Nord. Ce service représente aussi une alternative au classique crédit revolving dont le remboursement relativement long, souvent de 18 mois ou 24 mois, peut dissuader le souscripteur et aussi empêcher de réaliser effectivement ce remboursement ».

Lié à un achat réalisé par carte, le service 3Tiers, proposé depuis fin 2009 par quelques régions des Banques Populaires, est en réalité un crédit optionnel fractionnable entre trois et cinq traites identiques. Le client définit lui-même son seuil de déclenchement à partir de 150 euros, seuil qu'il peut modifier à tout moment auprès de son agence. En fonction de ce seuil et des plafonds autorisés, ce crédit est accordé par défaut pour chaque achat éligible.

Suite page 5

ASSURANCES

La Caisse d'Épargne se lance dans l'assurance obsèques avec Ecureuil Solutions Obsèques

La gamme prévoyance des Caisses d'Épargne compte désormais un produit supplémentaire, l'assurance obsèques, proposée en partenariat avec CNP Assurances ainsi que Filassistance (filiale de CNP Assurances) pour le volet assistance.

Ce contrat prévoit un capital garanti de 3.000 à 8.000 euros pour financer les obsèques, sachant que le coût moyen des obsèques s'élève à 3.900 euros en France. Autres éléments constitutifs de la nouvelle offre, le recueil des « volontés essentielles » ainsi qu'une assistance par téléphone pour l'assuré ainsi que ses proches.

Suite page 7

Le Crédit Agricole lance le Pack E-Commerce

Le Pack E-Commerce imaginé par le Crédit Agricole Pyrénées-Gascogne est une solution clé en main destinée aux professionnels et aux TPE qui désirent ouvrir et gérer leur boutique en ligne et prolonger une activité commerciale sur Internet. Depuis début 2010, la solution est déployée au fur et à mesure dans toutes les caisses régionales de Crédit Agricole.

Suite de la page 1

Cette solution clé en main est conçue pour fournir une offre globale à des professionnels et petites entreprises qui ont besoin d'être visible sur Internet et de renforcer leur relation de proximité avec leur zone de

chalandise. L'offre donne ainsi accès à un logiciel en ligne, par le biais duquel ces professionnels vont pouvoir créer eux-mêmes leur boutique en ligne avec le soutien d'une assistance téléphonique.

« C'est un outil complet dont les maîtres mots sont la simplicité car il s'adresse à des personnes qui ont des connaissances Internet limitées et un prix compétitif de 55 euros par mois - transactions comprises - car ces clients sont des petits commerçants ou des professionnels en création d'entreprise », souligne Solange Bengoechea, responsable e-commerce chez Square Achat, une filiale du Crédit Agricole Pyrénées-Gascogne.

Une offre en évolution constante

Cette solution répond ainsi à l'ensemble des besoins liés à la création d'une boutique personnalisée en ligne : hébergement sur Internet, création d'un catalogue de produits, mise en ligne d'un module de paiement sécurisé, animation d'un blog... Aujourd'hui, 101 sites ont déjà été créés et le Crédit Agricole vise la création d'un millier de sites cette année pour atteindre une vitesse de création de 1.000 à 1.500

sites par an pour les années suivantes. Pascal Pflieger ajoute : « Par le biais d'une offre packagée, notre objectif était de poursuivre l'équipement des profession-

nels et de développer la part de marché monéti-

que du Crédit Agricole, via l'encaissement des cartes bancaires par Internet dont le volume augmente de plus de 30 % par an ». La banque, peinait, en effet, à vendre seule la brique de paiement par Internet du Crédit Agricole

E-transactions. Elle l'a donc intégrée dans un package qui englobe toute la logistique de la boutique en ligne de la création à la gestion. Une solution qui devrait porter ses fruits en raison de l'assistance intégrée : en effet une grande partie de ces sites commerçants meurent en raison de la difficulté intrinsèque à en assurer la maintenance. De plus, la banque ne se contente pas de commercialiser l'offre mais l'anime et la prolonge. Ainsi, le Crédit Agricole Pyrénées-Gascogne est en train d'organiser une vente privée afin d'animer son réseau de e-commerçants.

« Nous allons présenter les e-boutiques de nos clients et certains de leurs produits sur nos sites régionaux bancaires afin qu'ils profitent du million de connexions par mois. C'est aussi notre rôle de mettre particuliers et commerçants en relation », conclut Jean Laradet, directeur de Square Achat. ■

Véronique PIERRON

Descriptif

- **Date de sortie** : mars 2010 ;
- **Nature et principe du produit** : package destiné à la création et à la gestion d'une boutique en ligne ;

• **Cible** : Professionnels et petites entreprises (commerçants, agriculteurs, viticulteurs, producteurs, artisans), non professionnels d'Internet ;

• **Distribution** :
Le Pack E-Commerce est souscrit dans une agence du Crédit Agricole ;

• **Composition du package** :

- Accès au logiciel Pack E-commerce pour la création de la boutique personnalisée en ligne ;
- Formation de 2 heures par téléphone pour permettre de gérer au mieux la boutique ;
- Hébergement, dépôt de nom de domaine et réservation d'adresses e-mails dédiées ;
- Mise en place de la brique de paiement en ligne sécurisé E-transactions ;
- Accompagnement du Crédit Agricole dès la création de la boutique jusqu'aux conseils de professionnels du e-commerce pour multiplier les ventes sur Internet ;
- Site dédiée : www.monpackecommerce.com ;

• **Tarif** : forfait compris entre 250 et 300 euros pour la mise en service de la boutique, puis abonnement mensuel de 55 euros qui couvre le service de maintenance, l'hébergement, le dépôt du nom de domaine et les nouvelles fonctionnalités qui feront évoluer la boutique en ligne.

Objectif : développer la part de marché monétique sur Internet