



Approche méthodologie

Questionnaire

Le questionnaire a été élaboré par l'APSF et validé par les sociétés de crédit à la consommation membres de l'APSF.

Les questions sont pour l'essentiel fermées et présentent aux personnes interrogées la possibilité de choisir parmi les réponses proposées celles qui leur semblent les plus compatibles avec leurs savoir, attitude, comportement ou attente.

Le questionnaire a été conçu autour de 7 grandes rubriques :

1. **Connaissance des sociétés de crédit à la consommation** : cette rubrique vérifie les niveaux de connaissance des personnes interrogées sur :
 - le nombre de sociétés de crédit et de banques,
 - le niveau du taux d'intérêt maximum en vigueur,
 - les différents types de crédits à la consommation,
 - la réglementation des sociétés de crédit à la consommation, leur représentation professionnelle et leur administration de tutelle.
2. **Maîtrise du budget** : cette rubrique vérifie le degré de maîtrise par les personnes interrogées de leur budget en les interrogeant sur :
 - le nombre de crédits à la consommation dont elles sont titulaires, et éventuellement un crédit immobilier,
 - les raisons et les types de crédit souscrits,
 - les organismes de crédit sollicités,
 - des éléments du crédit (montant emprunté et montant restant du),
 - le pourcentage du revenu mensuel net après le remboursement des crédits,



- les difficultés à rembourser un crédit,
 - la façon dont elles qualifient le taux d'intérêt de leur dernier crédit.
3. **Taux et durée d'endettement** : cette rubrique présente deux tableaux aux personnes interrogées afin d'établir une évaluation du pourcentage du revenu mensuel net qu'elles seraient prêtes à affecter au crédit à la consommation et des durées qu'elles estimeraient raisonnables pour le remboursement d'un montant donné.
4. **Attitude à l'égard de la consommation et comportement d'achat** : cette rubrique présente trois tableaux afin de délimiter les situations et comportements relatives à la consommation dont les personnes interrogées se sentent les plus proches.
5. **Attitude vis-à-vis de la publicité** : sous cette rubrique ont été mesurés :
- la sensibilité des personnes interrogées à la publicité des sociétés de crédit à la consommation,
 - l'impact des différents supports et arguments utilisés par les sociétés de crédit à la consommation lors de leurs campagnes.
6. **Opinion à l'égard du crédit à la consommation** : dans cette rubrique sont abordés les concepts déterminant la conduite des personnes interrogées eu égard au crédit à la consommation et notamment :
- le niveau de priorité accordé à certains types d'achat pour juger de la nécessité de demander un crédit à la consommation,
 - le sentiment d'être plus ou moins proche d'un certain nombre de situations relatives au crédit à la consommation,
 - les conduites prioritaires en cas de non obtention d'un crédit,
 - le positionnement par rapport à des assertions relatives aux attributs des sociétés de crédits à la consommation, de leur



clientèle, de leur relation et de leur action sur l'environnement socioéconomique,

- le degré d'importance accordé à différentes attentes de la clientèle vis-à-vis d'une société de crédit à la consommation,
- les recours prioritaires pour faire face à une dépense impérative imprévue,
- la conduite prioritaire en cas d'augmentation importante des revenus,
- à qui incombe le surendettement ?
- la préférence (banque ou société de crédit) pour demander un crédit à la consommation,
- l'opinion par rapport aux raisons invoquées par une société de crédit à la consommation lorsqu'elle refuse d'octroyer un crédit.

7. Caractéristiques de la personne interrogée : cette rubrique est consacrée à l'identification des personnes interrogées par genre, âge, situation familiale, catégorie socioprofessionnelle, revenu mensuel, niveau d'études, logement.

Enfin une dernière question concerne le sentiment dominant que les personnes interviewées ont face à l'avenir en général.



Population et Déroulement de l'enquête

Population

L'échantillon retenu dans le cadre de cette enquête est constitué de 500 clients de sociétés de crédits à la consommation membres de l'APSF. Cet échantillon a été recruté à Casablanca auprès de 10 sociétés de crédit.

La répartition du nombre de personnes interrogées par société de crédit variait de 10 à 100 personnes et a été calculée proportionnellement au nombre annuel de dossiers traités par chacune des sociétés retenues.

L'échantillon a reconstitué a posteriori. L'enquête s'étant déroulée sans discrimination.

Déroulement de l'enquête

L'enquête s'est déroulée aux mois de juin et juillet 2007 sous forme d'entretiens en face à face menés au sein des sociétés de crédit à la consommation retenues.

L'administration du questionnaire se faisait indifféremment en langue française ou arabe et durait en moyenne 20 minutes.

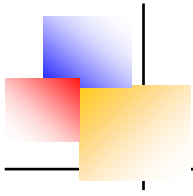
Nous tenons ici à réitérer nos remerciements à toutes les sociétés de crédit qui nous ont réservé le meilleur accueil et mis à notre disposition toutes les commodités nécessaires au bon déroulement de l'enquête.



14. Caractéristiques de l'échantillon

L'échantillon retenu dans le cadre de cette enquête est constitué de 500 clients de sociétés de crédits à la consommation membres de l'APSF. Cet échantillon a été recruté à Casablanca auprès de 10 sociétés de crédit. La répartition du nombre de personnes interrogées par société de crédit variait de 10 à 100 personnes et a été calculée proportionnellement au nombre annuel de dossiers traités par chacune des sociétés retenues. L'échantillon tel qu'il ressort du dépouillement du questionnaire présente les caractéristiques suivantes :

- Nombre de personnes interrogées : 500
- 59% d'hommes
- 41% de femmes
- Age : se répartit de façon égale dans les tranches d'âges comprises entre 30 et 50 ans.
- La médiane décrit cet échantillon comme étant typiquement constitué de personnes mariées et parents de 2 enfants.
- Les personnes interrogées sont salariées ou fonctionnaires et disposent en moyenne de salaires mensuels variant de 3000 à 7500 Dh.
- Le niveau d'études se situe entre Bac et Bac plus 2 et dans la tranche inférieure pour le conjoint.
- Locataires : 30%
- Propriétaires : 19%
- Ont un crédit immobilier : 39%
- Occupent un logement de fonction ou vivent chez leurs parents : 12%



Résumé des résultats de l'enquête



1. Connaissance des sociétés de crédit à la consommation

- Près de la moitié (46%) connaît le nombre de sociétés de crédit à la consommation et situe ce nombre entre 11 et 15, nombre jugé ni excessif ni insuffisant.
- plus de la moitié (57%) dit connaître le taux d'intérêt maximum en vigueur et le situe entre 11 et 15% ; 44% de ces personnes jugent ce taux normal.
- les produits commercialisés connus sont en général le prêt personnel et le prêt affecté alors que le crédit revolving et la LOA le sont moins ;
- Près de 2 personnes sur trois (64%) pensent que les sociétés de crédit à la consommation sont réglementées, que leur administration de tutelle est le ministère des finances (50%) et qu'elles sont organisées professionnellement (64%);
- Plus de la moitié (56%) dit que les sociétés de crédit à la consommation ne peuvent exercer sans être agréées par leur administration de tutelle et qu'elles sont regroupées au sein d'un organisme institué par la loi qu'ils nomment soit APSF, soit groupement des sociétés de crédit.



2. De l'usage des crédits souscrits actuellement

Plus de trois personnes sur quatre (78%), sont titulaires de 1 ou 2 crédits à la consommation ; une personne sur cinq (22%) est titulaire de plus de 2 crédits à la consommation.

*Il y a lieu de noter que plus le nombre de crédits souscrit par une personne est important, plus cette personne cherche à souscrire de nouveaux crédits qu'elles qu'en soient les conditions. Ces mêmes personnes estiment le nombre actuel de sociétés de cc insuffisant, considèrent que leur taux d'intérêt ne sont pas excessifs, ... **Le nombre de crédits à la consommation est de notre point de vue un élément typologique important pour la compréhension de la conduite des personnes interrogées.***

Les raisons pour lesquelles ils ont souscrit ces crédits sont :

- l'achat d'une automobile pour la souscription du premier crédit ;
- l'équipement domestique pour le second crédit ;
- les études des enfants et le remboursement d'un crédit respectivement pour les troisième et quatrième crédits.
- dans l'ordre, la fête familiale, l'habillement, l'acquisition d'une motocyclette et la fête religieuse sont les raisons les moins citées.
- 41% qui recourent à un troisième et / ou à un quatrième crédit le font pour le remboursement d'un crédit.

Quelle que soit l'affectation déclarée, le type de crédit souscrit en premier lieu est le prêt personnel.



3. Fidélité aux établissement de crédit

- Les personnes interrogées, lorsqu'elles veulent demander un crédit à la consommation, disent ne pas avoir de préférence entre une banque et une société de crédit à la consommation.
- Les personnes interrogées restent fidèles à leur première société de crédit à la consommation (seules 2 personnes sur 100 sont prêtes à s'orienter vers une autre société).

4. Maîtrise du budget

- Les clients se rappellent grosso modo des montants empruntés (59%) et des montants restant dus (41%).
- Si 4 personnes sur 5 disent ne pas avoir eu de mal à rembourser leur premier crédit, 2 personnes sur 3 ayant un quatrième crédit disent avoir du mal à le rembourser. La raison principale invoquée à ces difficultés est le surendettement.
- Dans l'ensemble près de la moitié déclare que par rapport à l'année dernière, elle n'arrive ni plus ni moins facilement à rembourser ses crédits.
- Près d'une personne interrogée sur 2 est en train de rembourser un crédit immobilier. *Il y a lieu de souligner que les personnes ayant souscrit un crédit immobilier (46%) déclarent être propriétaires de leur logement.*



5. Taux d'endettement et durées de remboursement

Près de 2 personnes sur 3 (60%) disent être disposées à affecter entre 10 et 30% de leur revenu mensuel net à des remboursements de crédit à la consommation.

Les durées qui leur paraissent raisonnables pour rembourser un crédit à la consommation sont :

- 12 mois pour un crédit de moins de 10000 DH;
- 24 mois pour un crédit allant de 10 à 20000 DH;
- 36 mois pour un crédit allant de 20 à 40000 DH ;
- 48 mois pour un crédit allant de 40 à 60000 DH ;
- 72 mois pour un crédit allant de 60 à 100000 DH ;
- plus de 72 mois pour les crédits dépassant 100000 DH.

Il y a lieu de noter que plus d'une personne sur deux déclare lui rester actuellement après le remboursement de ses crédits au moins 30% et / ou 2000 DH de son revenu mensuel net.



6. Attitude à l'égard de la consommation et comportement d'achat

Une personne sur deux dit :

- avoir envie de dépenser et ne pas en avoir les moyens ;
- n'acheter que si son budget le permet et réfléchir avant d'acheter ;
- ne pas dépenser dès qu'elle a de l'argent ;
- ne pas acheter dès qu'elle trouve quelque chose qui lui plait.
- Consommer c'est :
 - s'assurer le confort dont on a besoin ;
 - satisfaire ses aspirations personnelles ;
 - ni un engrenage, ni une manière de montrer son statut social.



7. Attitude vis-à-vis de la publicité des sociétés de crédit à la consommation

- Plus de 2 personnes interrogées sur 3 disent ne pas être sensibles à la publicité des sociétés de crédit à la consommation.
- 1 personne sur 2 dit que les sociétés de crédit à la consommation font trop de publicité. *(NB. Généralement le pourcentage des personnes adverses à la publicité se situe autour de 80%).*
- L'impact des supports publicitaires est classé dans l'ordre : la télévision, l'affichage, la radio, la presse...
- Les arguments utilisés par les sociétés de crédit à la consommation lors de leurs campagnes publicitaires qui ont le plus d'attrait sont : le crédit gratuit et le niveau du taux d'intérêt. Par contre les cadeaux, la tombola et la réduction ou la suppression des frais de dossier ont un impact faible.



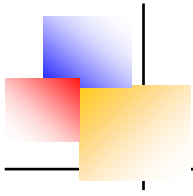
8. Du recours au crédit à la consommation

- Le niveau de priorité pour juger de la nécessité de demander un crédit à la consommation est :
 - fort lorsqu'il s'agit de la maladie d'un parent ou de l'achat d'une automobile.
 - moyen lorsqu'il s'agit de travaux dans la maison, d'équipement domestique
 - faible lorsqu'il s'agit de fêtes religieuse ou familiale

- Dans l'ensemble, les personnes disent recourir à l'utilisation du crédit à la consommation :
 - lorsqu'elles ne peuvent faire autrement
 - lorsqu'elles doivent faire face à des imprévus
 - lorsqu'elles doivent faire un achat important

- Par contre, elles ne recourent pas systématiquement au crédit lorsque la publicité est alléchante ou parce qu'elles ne peuvent vivre sans crédit

- En cas de non obtention d'un crédit, les personnes disent dans l'ordre que :
 - elles puiseraient dans leur épargne ;
 - elles emprunteraient ailleurs ;
 - elles annuleraient la dépense.



9. De l'utilité du crédit à la consommation

La majorité dit être d'accord avec les assertions suivantes et ce, dans l'ordre :

- Le crédit à la consommation est bon pour la croissance de l'économie
- Le crédit à la consommation est indispensable pour certaines dépenses
- Le crédit à la consommation est utile si on sait se discipliner
- Le crédit à la consommation permet de réaliser ses projets plus rapidement
- Le crédit à la consommation permet aux utilisateurs d'accéder à un meilleur confort

10. Attitude vis-à-vis du crédit à la consommation

10.1. La majorité dit être d'accord avec les assertions suivantes et ce, dans l'ordre :

- Aujourd'hui, les gens hésitent de moins en moins à avoir recours au crédit à la consommation
- Le crédit à la consommation revient cher à ceux qui l'utilisent
- Le crédit à la consommation constitue un risque pour ceux qui l'utilisent
- Emprunter, c'est s'engager personnellement
- Pour emprunter, il faut être adulte, faire preuve de maturité
- L'emprunt, c'est d'abord la confiance entre le prêteur et l'emprunteur



- Par rapport à la génération précédente lorsqu'on est un utilisateur de crédit, on en parle plus facilement autour de soi.

10.2. Les opinions sont partagées quant aux assertions suivantes et ce, dans l'ordre :

- Le crédit à la consommation pousse à la consommation "coup de cœur"
- Aujourd'hui, les consommateurs sont mieux protégés en matière de crédit à la consommation
- Le crédit à la consommation rend l'endettement indolore
- Je suis bien informé de mes droits quand je prends un crédit à la consommation
- C'est un crédit facile à obtenir
- Le crédit à la consommation incite au surendettement



11. Attentes vis-à-vis des sociétés de crédit à la consommation

Les personnes attendent dans l'ordre (de 1 à 22) d'une société de crédit à la consommation :

1. La rapidité de la réponse
2. Des solutions personnalisées par rapport à leurs besoins
3. Le niveau des taux d'intérêts
4. Des informations claires et précises
5. Une réponse rapide aux réclamations
6. La simplicité des formalités de souscription
7. Un climat de confiance
8. Le coût total du crédit pour l'emprunteur
9. De la compréhension en cas de problème de remboursement
10. La compétence du personnel
11. La conscience de ses responsabilités sur le plan social
12. Le fait qu'elle rende le crédit à la consommation accessible au plus grand nombre
13. La disponibilité de son personnel
14. L'accueil
15. Le montant total des mensualités
16. Les possibilités de renégociation des crédits
17. Le fait qu'elle propose une large gamme de produits de crédits à la consommation
18. Le fait qu'elle innove beaucoup en matière de crédit à la consommation
19. Les possibilités de rachat des crédits offerts
20. Les services complémentaires proposés
21. Le différé de la 1^{ère} échéance
22. Les cadeaux offerts.



12. Comportement face à l'imprévu heureux ou malheureux

12.1 Face à une dépense impérative imprévue, les personnes déclarent qu'elles feraient recours en priorité à :

1. leur épargne
2. un emprunt auprès de proches
3. un crédit à la consommation.

12.2 La priorité en cas d'augmentation importante des revenus serait de :

1. rembourser leurs crédits
2. mettre de l'argent de côté
3. dépenser plus.

13. Crédit à la consommation et responsabilité

Les personnes disent que le surendettement incombe d'abord aux gens qui vivent au dessus de leur moyens (21%), ensuite aux sociétés de crédit qui incitent leurs clientèles à prendre des crédits de façon inconsidérée (12%) et d'une façon générale aux deux à la fois (58%).

Près d'une personne sur trois (28%) dit avoir essuyé un refus pour sa demande de crédit. Les raisons invoquées par la société de crédit sont le niveau d'endettement d'abord, l'insuffisance des revenus ensuite. Raisons qui se trouvent être admises par les personnes interrogées à ce propos.

14. Perception de l'avenir

Deux personnes sur trois (68%) se disent enthousiastes ou optimistes.