



iFi-Latineco 

www.latineco.com

✉ 25, rue d'Astorg - 75008 Paris - France

☎ 33(0)1 47 42 23 05 - 📠 33(0)1 40 06 90 79

💻 ifi-info@latineco.com

Le crédit en Amérique Latine

1^{er} semestre 2000



ARGENTINE

BRÉSIL

CHILI

MEXIQUE

Table des Matières

1. Environnement conjoncturel

2. Consommation des ménages

**3. Crédit à la consommation :
dispositions générales**

4. Cartes de crédit

**5. L'automobile
et ses financements**

**6. Logement
et crédit immobilier**

Table des matières

1. ENVIRONNEMENT CONJONCTUREL 10

ARGENTINE 12

<i>Superficie</i>	12
<i>Population</i>	12
<i>Inflation/déflation</i>	12
<i>Force de travail et population active</i>	13
• <i>Instabilité de l'emploi</i>	13
• <i>Grand Buenos Aires : la recherche d'emploi</i>	13
<i>Travail « au noir »</i>	13
<i>Taux de chômage</i>	13
• <i>Au niveau national</i>	13
• <i>Taux de sous-emploi</i>	14
• <i>Au niveau local</i>	14
<i>Pertes d'emplois et licenciements</i>	14
<i>Création d'emplois</i>	14
<i>Pauvreté</i>	15
• <i>Au niveau national</i>	15
• <i>À Buenos Aires</i>	15
• <i>Palmarès provincial</i>	16
<i>Faillites et créations d'entreprises</i>	16
<i>Poids des régions</i>	16
• <i>Géographie industrielle</i>	16

BRESIL 17

<i>Superficie</i>	17
<i>Population</i>	17
• <i>En 1998</i>	17
• <i>En 2005</i>	18
<i>Inflation</i>	18
• <i>IPCA général</i>	18
• <i>IPCA 1999 pour certains produits</i>	18
• <i>Panier de la ménagère</i>	19
• <i>Prix de détail de São Paulo</i>	19
<i>Taux d'intérêt directeurs</i>	19
<i>Force de travail et population active</i>	19
<i>Travail « au noir »</i>	19
<i>Taux de chômage</i>	19
• <i>Taux national</i>	19
• <i>Au niveau local</i>	20
<i>Pertes d'emplois et licenciements</i>	20
• <i>Au niveau national</i>	20
• <i>Au niveau des États</i>	20
<i>Création d'emplois</i>	20
<i>Pauvreté à Rio de Janeiro</i>	21
<i>Poids des régions</i>	21
• <i>São Paulo reste le moteur du pays</i>	21

CHILI	22
<i>Superficie</i>	22
<i>Population.....</i>	22
<i>Inflation.....</i>	22
<i>PIB, Imacec et IEA.....</i>	22
• Le PIB de la décennie 1990-1999	22
• Imacec négatif en 1999	23
• IEA négatif en 1999	23
<i>Taux d'intérêt directeur</i>	23
<i>Force de travail et population active.....</i>	23
<i>Taux de chômage</i>	23
• Taux national	23
• Taux dans Santiago et son agglomération	23
• Nombre de chômeurs	24
<i>Création d'emplois.....</i>	24
<i>Faillites et créations d'entreprises</i>	24
MEXIQUE	25
<i>Superficie</i>	25
<i>Population.....</i>	25
<i>Inflation.....</i>	25
• Inflation nationale	25
• Panier de la ménagère	25
<i>Le PIB de 1980 à 1999.....</i>	26
<i>Taux d'intérêt directeur</i>	26
<i>Force de travail et population active.....</i>	26
• Les secteurs d'activité des actifs.....	27
<i>Travail au « noir » et travail « à l'œil »</i>	27
<i>Taux de chômage</i>	27
• Taux de chômage « ouvert »	27
• Le taux de sous-emploi	27
• Le taux de « Pression Générale »	28
<i>Création d'emplois.....</i>	28
<i>Pauvreté.....</i>	28
• Les dépenses sociales.....	28
• Le nombre d'assurés sociaux progresse.....	28
<i>Poids des régions</i>	29

2. CONSOMMATION DES MENAGES 30

ARGENTINE.....	32
<i>Évolution et tendances de la consommation.....</i>	32
• Les fluctuations de la consommation.....	32
• Les ventes du commerce : une timide embellie	33
• L'actualité des tendances	35
<i>Revenus des ménages.....</i>	37
• Évolution des revenus suivant les provinces	37
• Les salaires.....	37
• Les revenus des retraités	37
• La hausse de l'impôt sur le revenu	38
<i>Dépenses des ménages.....</i>	39
• Les dépenses des ménages.....	39
• Dépenses en éducation.....	39

BRESIL	40
<i>Évolution et tendances de la consommation</i>	40
• Potentiel de consommation par classe sociale à São Paulo	40
• Les ventes de détail	40
• La grande distribution	41
• Équipements des ménages	43
• L'actualité des tendances	43
• Publicité et médias	45
<i>Revenus des ménages</i>	45
• Les salaires	45
<i>Dépenses des ménages</i>	47
• Les postes de dépenses	47
 CHILI	 48
<i>Évolution et tendances de la consommation</i>	48
• Consommation et demande	48
• Commerce	48
• La grande distribution	48
• Publicité et médias	49
<i>Revenu des ménages</i>	49
• L'évolution des revenus depuis 1990	49
• Salaires	49
 MEXIQUE	 50
<i>Évolution et tendances de la consommation</i>	50
• Consommation et demande	50
• Commerce de détail	50
• La grande distribution	51
• Publicité et médias	51
• L'actualité des tendances	52
<i>Revenus des ménages</i>	53
• Baisse du pouvoir d'achat	53
• Salaires	53
• Transferts de revenus en hausse	55
<i>Dépenses des ménages</i>	56
• Dépenses des jeunes	56

3. CREDIT A LA CONSOMMATION : DISPOSITIONS GENERALES.....57

ARGENTINE	59
<i>Crédit : dispositions générales</i>	59
• Impayés	59
<i>Le crédit aux particuliers</i>	60
• Les emprunts	60
• Les crédits non bancaires	60
<i>Crédit à la consommation</i>	61
• Au niveau national	61
• La grande distribution	61
<i>Risque-crédit</i>	61
• La centrale Seven	61
<i>Système financier</i>	61
• Fermetures de comptes bancaires	61
• Épargne	62

BRESIL	63
<i>Crédit : dispositions générales</i>	63
• Le crédit en pourcentage du PIB.....	63
• Législation.....	63
• Impayés.....	63
<i>Crédit aux particuliers</i>	64
• Le montant des crédits.....	64
• La rentabilité des crédits.....	64
• Les taux d'intérêt à la baisse.....	64
• Assurance chômage pour crédits personnels.....	65
• Internet et les crédits personnels.....	66
• Crédits personnels : le marché des moins riches.....	66
<i>Crédit à la consommation</i>	71
• Au niveau national.....	71
• À São Paulo.....	71
• Crédits de la grande distribution.....	71
• Le crédit par chèque.....	71
• Les consultations de <i>Telecheque</i> et du SPC.....	73
<i>Risque-crédit</i>	73
• La Serasa.....	73
• Le SII.....	73
<i>Système financier</i>	73
• Épargne des ménages.....	73
• Dépôts bancaires.....	74
• Comptes bancaires.....	74
• Le coût d'une transaction bancaire sur le Net.....	74
CHILI	75
<i>Crédit : dispositions générales</i>	75
• Impayés.....	75
<i>Crédit à la consommation</i>	75
• Encours.....	75
• Taux d'intérêt.....	76
• Classement bancaire.....	76
• Les banques et les crédits à la consommation.....	76
<i>Système financier</i>	76
• Nombre d'entités financières.....	76
• Dépôts bancaires.....	77
• Comptes bancaires.....	77
MEXIQUE	78
<i>Crédit : dispositions générales</i>	78
• L'embellie en 2000.....	78
• Poids et concentration des crédits.....	78
• Législation.....	78
• Crédit aux entreprises.....	78
• Taux d'intérêt.....	78
• Le Programme <i>Punto Final</i>	79
<i>Crédit à la consommation</i>	79
• Les acteurs au niveau national.....	79
• La distribution spécialisée.....	79
<i>Risque-crédit</i>	80
• Buró de Crédito.....	80
• Equifax de México.....	80
<i>Système financier</i>	81
• La banque étrangère.....	81

4. CARTES DE CREDIT	82
AMERIQUE LATINE.....	84
<i>Les cartes privatives</i>	<i>84</i>
• Ezzo Card	84
• AAdvantage	84
<i>Commerce électronique</i>	<i>85</i>
ARGENTINE.....	86
<i>Les cartes en chiffres</i>	<i>86</i>
• Émission et circulation.....	86
• Transactions	86
• Législation.....	87
• Taux d'intérêt.....	88
• Impayés	88
<i>L'actualité des cartes</i>	<i>89</i>
• Les cartes internationales.....	89
• Les cartes régionales	89
• Les cartes privatives.....	91
<i>Les banques et les cartes.....</i>	<i>92</i>
• Le Banco de Galicia.....	92
• Le Banco Sudameris	92
<i>Commerce Électronique.....</i>	<i>92</i>
BRESIL	93
<i>Les cartes en chiffres</i>	<i>93</i>
• Transactions et cartes en circulation.....	93
• Transactions et cartes de crédits en 2000.....	94
• Part des transactions par carte dans la consommation privée	94
• Les porteurs.....	95
• Les transactions par carte de débit.....	96
• Impôts	96
<i>L'actualité des cartes</i>	<i>97</i>
• Les cartes internationales.....	97
• Gestion et administration des cartes	101
• Les cartes privatives.....	101
<i>Les banques et les cartes.....</i>	<i>102</i>
<i>Commerce électronique</i>	<i>102</i>
CHILI	103
<i>Les cartes en chiffres</i>	<i>103</i>
• Transactions et nombre de cartes en circulation.....	103
<i>L'actualité des cartes</i>	<i>104</i>
• Les cartes internationales.....	104
• Gestion et administration des cartes	104
<i>Commerce électronique</i>	<i>105</i>
MEXIQUE	106
<i>Les cartes en chiffres</i>	<i>106</i>
• Les crédits octroyés.....	106
• Transactions	106
• Falsification et fraudes	106
<i>L'actualité des cartes</i>	<i>107</i>
• Les cartes internationales.....	107
• Les cartes privatives.....	107
• Les cartes de remises	107
<i>Les banques et les cartes.....</i>	<i>108</i>
• Grupo Financiero Bital	108
• Le porte-monnaie électronique Mondex.....	108

Commerce électronique	108
• Commerce électronique	Erreur ! Signet non défini.

5. L'AUTOMOBILE ET SES FINANCEMENTS 109

ARGENTINE..... 111

<i>L'état des lieux du secteur</i>	111
• L'équipement des Argentins en automobiles.....	111
• Les ventes de la décennie 1990- 1999	111
• Les ventes de véhicules en 1999.....	112
• Les ventes de véhicules en 2000.....	112
• Arrêt du plan de prime à la casse.....	113
• Le prix de l'essence	113
• Nouvel impôt national et situation à Córdoba	113
<i>Le crédit</i>	114
• Le financement des constructeurs.....	114
• Crédit Direct au Consommateur	114

BRESIL 115

<i>L'état des lieux du secteur</i>	115
• Les ventes de véhicules en 1999.....	115
• Les ventes de véhicules en l'an 2000.....	116
• Tendances des ventes automobile.....	116
• Prix des voitures neuves.....	117
• Les ventes de voitures sur Internet.....	119
<i>Le crédit</i>	119
• Les sociétés de financement des constructeurs.....	120
• Le Crédit Direct au Consommateur en 2000	121
• Leasing.....	122

CHILI 123

<i>L'état des lieux du secteur</i>	123
• Les ventes de véhicules.....	123
• Le taux de motorisation	124
• La concentration de la distribution automobile	124
<i>Le crédit</i>	125
• Les taux d'intérêt du Crédit Direct au Consommateur	125

MEXIQUE 126

<i>L'état des lieux du secteur</i>	126
• Les ventes de véhicules en 1999.....	126
• Les ventes de véhicules en 2000.....	126
• Le prix des voitures neuves.....	127
• La contrebande.....	127
<i>Le crédit</i>	127
• L'actualité des prêteurs.....	127

6. LOGEMENT ET CREDIT IMMOBILIER..... 129

ARGENTINE.....	131
<i>L'état des lieux du secteur du logement.....</i>	<i>131</i>
• Le déficit de logements.....	131
• Les ventes de logements.....	131
• Le Logement social.....	132
<i>Le crédit.....</i>	<i>132</i>
• Le recours au crédit.....	132
• La baisse des taux d'intérêt.....	133
• Les crédits sur Internet : comparer pour mieux choisir.....	133
• L'actualité des prêteurs.....	133
BRESIL.....	135
<i>L'état des lieux du secteur du logement.....</i>	<i>135</i>
• L'État s'attaque au déficit de logements.....	135
• Les ventes de logements à São Paulo.....	135
• Le Net et l'immobilier.....	136
<i>Le crédit.....</i>	<i>137</i>
• Les prêts d'épargne logement.....	137
• Baisse du taux d'assurance.....	137
• L'actualité des prêteurs.....	137
CHILI.....	139
<i>L'état des lieux du secteur du logement.....</i>	<i>139</i>
• Le déficit en logements.....	139
• Le boom des ventes à Santiago.....	139
• La construction de logements repart.....	140
• Le logement tire la croissance du BTP.....	140
<i>Le crédit.....</i>	<i>141</i>
• L'encours de crédits immobiliers en 1999.....	141
• Les taux d'intérêt en 1999.....	141
• L'actualité des prêteurs.....	141
MEXIQUE.....	142
<i>L'état des lieux du secteur des logements.....</i>	<i>142</i>
• Un secteur en pleine expansion.....	142
<i>L'enjeu capital du logement social.....</i>	<i>144</i>
• Un déficit en logements sociaux.....	144
• Les acteurs du logement social.....	144
<i>Le crédit.....</i>	<i>145</i>
• L'accession à la propriété.....	145
• Le tassement des crédits immobiliers.....	146
• Le logement social.....	146

1. Environnement Conjoncturel

Cette synthèse de la conjoncture contient des données et des indicateurs liés directement ou indirectement à la consommation des ménages.

Pour l'Argentine, le Brésil et le Mexique, l'étude donne la population des principales villes, des provinces/États et des régions en spécifiant leur poids dans les économies nationales. Cela permet ainsi de définir les zones moteurs concentrant le plus de consommateurs.

L'indice des prix à la consommation, ainsi que le prix du panier de la ménagère sont étudiés de façon dynamique, afin de refléter avec exactitude les évolutions du coût de la vie pour les ménages.

Une place importante a aussi été donnée au thème de l'emploi (création de postes, chômage, sous-emploi, travail informel, pauvreté), facteur révélateur de la santé des entreprises.

Argentine

Superficie

2,8 millions de km² sans compter les territoires antarctiques.

Population

Population	totale (1998)	36,12 millions
	totale (2000)	37,03 millions
	urbaine	88%
	taux de croissance annuel	+1,2%
	pourcentage des moins de 15 ans	28,4%
	espérance de vie	73 ans
Principales provinces	Buenos Aires (2000)	14,21 millions d'habitants (38,4% de la population du pays)
	Santa Fe (2000)	3,09 millions
	Córdoba	3,09 millions
	Mendoza	1,6 million
Principales villes*	Buenos Aires et son agglomération (Grand Buenos Aires) (2000)	12 millions
	Córdoba (1998)	1,2 million
	Rosario (1998)	1,1 million
	Mendoza (1998)	0,7 million

Source : Indec

Le pays compte 7 agglomérations dépassant **500 000** habitants : Buenos Aires, Córdoba, Rosario, Mendoza, La Plata, Tucumán et Mar del Plata.

Inflation/déflation

En 1999, le pays n'a pas enregistré d'inflation mais une **déflation** de **1,8%**, la plus forte depuis 1932. En janvier-avril 2000, l'indice des prix à la consommation a augmenté de 0,2% par rapport à janvier-avril 1999.

Force de travail et population active

Force de travail : **13,5 millions** de personnes.

• Instabilité de l'emploi

- ↳ Seulement **40%** de la population économiquement active au travail a un emploi stable :
- ↳ **30%** de la population économiquement active au travail travaille au-delà du temps de travail légal et seulement la moitié de ces salariés reçoivent une rémunération pour leurs heures supplémentaires.
- ↳ En décembre 1999, il y avait, en Argentine, 12% de travailleurs occasionnels et 12% de travailleurs autonomes ne bénéficiant pas de la sécurité sociale.

• Grand Buenos Aires : la recherche d'emploi

Début 2000, **29,2%** (1,4 million de personnes) des actifs occupés du Grand Buenos Aires recherchaient un emploi. 74% d'entre eux le faisaient à cause d'un salaire trop bas et 12% à cause de la crainte d'être licenciés.

Travail « au noir »

Selon une étude de *Equis* basée sur des chiffres officiels de l'*Instituto de Estadística y Censo (Indec)*, entre 1990 et 1999, l'emploi au noir a augmenté de **46%**.

Il est passé de **25,3%** au début de la décennie à **37,1%** en octobre dernier.

Les femmes sont les plus touchées par des conditions de travail précaires. Ainsi, 40,8% d'entre elles travaillent de façon informelle contre seulement 36,4% d'hommes.

Taux de chômage

• Au niveau national

En décembre 1999, le taux de chômage s'élevait à **14%** de la population économiquement active (13,5 millions de personnes) contre **14,5%** en août 1999 et **7,1%** en octobre 1989.

Entre juin 1989 (début du premier mandat du Président Menem) et décembre 1999 (entrée au pouvoir de De la Rúa), selon l'Indec, le taux de chômage est passé de **8,1%** à **13,8%** en grim pant de 746 000 à 1,83 million de chômeurs - soit un bond de **146%** - malgré une croissance du PIB de **50%** sur la période.

• Taux de sous-emploi

En août 1999, d'après l'Indec, le taux de sous-emploi (travail de moins de 35 heures par semaine) s'élevait à **14,9%** de la population économiquement active au travail.

• Au niveau local

Taux de chômage du Grand Buenos Aires

Taux de chômage du Grand Buenos Aires en août 1999 : **15,3%**. Le taux de chômage dans le Grand Buenos Aires est passé de **10,2%** en 1990 à **17,5%** en 1998.

D'après Equis, dans le Grand Buenos Aires, 2 chômeurs sur 10 ont des revenus ne dépassant pas **2,4 dollars** par jour, ce qui les prive des moyens nécessaires pour financer la recherche d'un emploi.

Taux de chômage de la province de Córdoba

De 1994 à 1998, le taux de chômage moyen de la deuxième province la plus riche du pays s'est élevé à **14,3%**.

Pertes d'emplois et licenciements

- ↪ De 1997 à 1999, d'après l'IAE, **200 000** emplois ont été supprimés, soit **15%** des postes créés sur la même période.
- ↪ **L'année 1999 a été la plus mauvaise de la décennie pour le marché du travail** : **360 000** travailleurs ont cessé de travailler; **48 900** d'entre eux ont été licenciés tandis que 310 000 autres ont été mis au chômage technique.
- ↪ L'assurance chômage ne couvre que **5%** des personnes qui perdent leur emploi.

Création d'emplois

- ↪ De 1996 à 1998, **1,4 million** d'emplois ont été créés. Entre août 1998 et août 1999, **55 000** postes ont été créés pour 275 000 entrées sur le marché du travail.
- ↪ D'après le Ministère du Travail, la nouvelle Loi du Travail du 11 mai 2000 devrait permettre d'améliorer la qualité du travail et de générer **130 000** nouveaux emplois d'ici un an.

Pauvreté

• Au niveau national

- ↪ Fin 1999, pour l'Indec et la Banque Mondiale, **27%** des Argentins étaient pauvres, soit **9,75 millions** de personnes, tandis que pour la Cepal ce nombre serait de **10,5 millions** et pour Equis de **13 millions**.
- ↪ Il est à noter que c'est du côté des **« pauvres extrêmes »** (ne pouvant acquérir le **panier alimentaire** de base de **210 dollars** par mois) que l'évolution est la plus inquiétante. En effet, d'après Equis, **20%** de la population argentine, soit environ **7,5 millions** de personnes, vit avec un revenu journalier de **2,2 dollars** alors que le **panier de biens basique** (aliments et produits de base) coûte **8,5 dollars** par jour.
- ↪ Entre 1993 et fin 1999, malgré une croissance économique cumulée de **20%** sur la période, on a enregistré une augmentation de **1,3 million** du nombre de pauvres dans le pays. **Cela équivaut à une hausse de 75% en cinq ans et demi.**

• À Buenos Aires

Buenos Aires

- ↪ Dans la ville de Buenos Aires, en octobre 1999, le nombre de ménages touchés par la pauvreté s'élevait donc à **673 000** (sur 3,5 millions) ce qui représente près de **3,2 millions d'individus** sur 11,9 millions, soit **25,9%** de la population *porteña*.
- ↪ **93%** des bidonvilles de Buenos Aires sont situés dans la zone sud de la ville.

Le Grand Buenos Aires

En octobre 1999, selon le Ministère de l'Économie, dans le Grand Buenos Aires, une personne sur trois était considérée comme pauvre (**32,5%** de la population). Si on élargit la région au « second cercle » de Buenos Aires (comprenant les districts de Merlo, Moreno, Berazategui, San Fernando et El Tigre) le taux de pauvreté s'élevait à **40,2%** de la population.

Les chiffres donnés par la Province de Buenos Aires sont moins élevés que ceux du Ministère de l'Économie. En effet, selon la Province, en mai 1999, sur les **9,6 millions** d'habitants du Grand Buenos Aires, 2,2 millions étaient pauvres (**23,7%** de la population) dont plus de 500 000 vivaient sous le seuil de pauvreté. En mai 1990, sur les 8,5 millions d'habitants, 42,7% étaient pauvres dont 1,3 million d'indigents.

• Palmarès provincial

Classement social provincial de *Fundación Capital* pour la période 1994-1998 (paramètres : revenus, éducation, emploi, distribution du revenu, pauvreté - nécessités de base insatisfaites -, sécurité/délinquance et santé). Les Provinces sont notées sur 100 :

-  **la province la plus riche : Tierra del Fuego** (74,3/100) ;
 - Très bonne situation : provinces de Córdoba (68,6/100), Santa Cruz (68,2), La Pampa (51,9), Mendoza (48,7), Santa Fe (47).
 - Bonne situation : Buenos Aires, Entre Ríos, Río Negro, Chubut et San Luis.
 - Situation moyenne : San Juan, Corrientes.
 - Mauvaise situation : Neuquén, Misiones, Catamarca, Salta et Santiago del Estero.
 - Très mauvaise situation : Chaco et Formosa.
-  **la province la plus pauvre : Jujuy** (-120,6/100). **40%** des foyers y sont pauvres contre **18%** en moyenne pour tout le pays.

Faillites et créations d'entreprises

En 1999, le nombre de sociétés en cessation de paiement (faillites et mises en redressement judiciaire) a été de 1 782 cas, soit 1% de plus qu'en 1998 et 20% de plus qu'en 1997.

Poids des régions

• Géographie industrielle

La province de Buenos Aires concentre **61%** de la production industrielle du pays. Santa Fe, la 3^{ème} province la plus riche du pays, n'assure qu'à peine **8%** de la production industrielle nationale.

ARGENTINE	1998	1999	2000 Prévisions
PIB en Mds US dollars	298	279	
PIB Δ %	+4,2	-3,8	+4
PIB/habitant en US dollars	8 927		
Production industrielle Δ %	+1,8	-6,9	
Inflation %	+0,7	-1,8	
Chômage %	12,4	14	

Source : i.F.i., instituts de statistiques locaux

Brésil

Superficie

8,54 millions de km², plus de 15 fois la France.

Population

- **En 1998**

<i>Population totale</i>	164 millions
urbaine*	79%
taux de croissance annuel	+1,2%
pourcentage des moins de 15 ans	32%
espérance de vie	67 ans

<i>Principales villes</i>	São Paulo	9,8 millions d'habitants
* 33% de la population vit dans les villes de plus de 1M d'habitants		
	Rio de Janeiro	5,5 millions
	Salvador	2,2 millions
	Belo Horizonte	2,1 millions
	Fortaleza	2 millions
	Brasilia	1,8 million

<i>Principaux États**</i>	São Paulo	34,1 millions d'habitants
<i>chiffres de 1997</i>	Minas Gerais	16,6 millions
	Rio de Janeiro	13,4 millions
	Bahia	12,5 millions

** La Région du Sud-Est représentait **42,6%** de la population du pays en 1997

• En 2005

En 2005, la population devrait atteindre **175 millions** de personnes dont **90 millions** d'actifs (soit +25% en 10 ans).

La population active devrait se diviser en deux classes sociales :

- ↪ La classe sociale moyenne « élargie » incluant **30 millions** d'actifs, vivant à 90% en zone urbaine et avec un revenu mensuel se situant entre 8 et 10 salaires minimums, soit **entre 688 et 860 dollars**
- ↪ et la classe sociale moyenne basse, incluant **60 millions** de personnes, urbaine à 80% et avec un revenu mensuel d'environ 5 salaires minimums, soit **430 dollars**.

Inflation

• IPCA général

<p>IPCA Índice de Preços ao Consumidor Amplo (IBGE), officiel, 1999</p> <p>Mesure le coût de la vie pour les familles dont les revenus vont de 1 à 40 salaires minimums (86 à 3 440 dollars).</p>	<p>+8,94%.</p> <p><i>C'est le plus haut depuis 1996</i></p> <p><i>Entre juillet 1994 (début du Plan Real) et décembre 1999, l'IPCA a augmenté de 85,3%.</i></p>
---	---

- ↪ En 1999, la région avec le taux d'inflation le plus important a été Porto Alegre avec **11,42%**.
- ↪ La projection pour 2000 oscille **entre 6% et 8%**.

• IPCA 1999 pour certains produits

IPCA non alimentaire : +9,22%

IPCA alimentaire : +8,12%

Variations les plus importantes :

- Essence : +52,23%
- Gaz : +44,18%
- Alcool : +37,25%
- Viande : +25,46%
- Sucre : +32,7%
- Café : +23,06%
- Lait : +13,47%
- Riz : -13,97%.

• Panier de la ménagère

Le 19 octobre 1999, le montant du panier de base de São Paulo était de 130 reais, **65 dollars**, alors que le salaire minimum était de 136 reais, **68 dollars**. Fin avril 2000, le panier de base coûtait 131,5 reais, **73,5 dollars**, pour un salaire minimum de 151 reais, **84,4 dollars**. NB : le salaire minimum a été augmenté le 3 avril.

• Prix de détail de São Paulo

Du 1^{er} janvier au 20 mars 2000, les prix de détail dans l'État de São Paulo ont enregistré une baisse de 0,36%. Cette baisse s'explique par la chute du prix de la viande et des produits d'entretien et d'hygiène, principalement. Dans les hypermarchés, ce sont le riz, les laitages et la viande qui ont le plus baissé.

En 1999, les prix de détail des supermarchés de São Paulo avaient augmenté de **6,92%** par rapport à 1998.

Taux d'intérêt directeurs

Taux SELIC (*Sistema Especial de Liquidação e Custódia*) : **19%** depuis septembre 1999.

Force de travail et population active

↳ En 1999, le niveau d'emploi national est tombé de **6,03%** et le nombre d'heures travaillées a diminué de **8,9%**. Dans les deux cas, cela constitue la plus grande réduction enregistrée depuis 1996.

↳ En 1999, les femmes représentaient **52%** de la population active au travail contre **50,8%** en 1998.

Travail « au noir »

↳ Selon la *Fondation Seade* et le *Département de Statistiques Dieese*, **24,1%** des fonctionnaires publics et **22,2%** des salariés du privé ont un travail informel.

Taux de chômage

• Taux national

En 1999, d'après l'IBGE, le taux moyen de chômage (mesuré dans six régions métropolitaines du pays) est resté pratiquement inchangé par rapport à 1998. Il s'est élevé à **7,6%**, contre **7,59%** en 1998.

En avril 2000, le taux de chômage était de **7,8%**, contre 8,1% en mars, soit une baisse de 5,4% par rapport à avril 1999.

• Au niveau local

Chômage dans le Grand São Paulo

Selon le Dieese, en septembre 1999, le taux de chômage du Grand São Paulo était de 19,7% contre 20,1% en juillet 1999.

Chômage à São Paulo ABC

	Taux de chômage %	Nombre de chômeurs	Commentaire
Janvier 1999	20,4		
Août	23,1		Taux maximum pour 1999
Septembre	22,1	260 000	1 ^{er} recul depuis décembre 1998
Janvier 2000	20,4	235 000	

Source : Dieese/Seade

Chômage à Porto Alegre

Dans la Région Métropolitaine de Porto Alegre (État de Rio Grande do Sul) en septembre 1999 : 19,6% (346 000 chômeurs) de la population économiquement active était au chômage.

Pertes d'emplois et licenciements

• Au niveau national

De 1990 à 1998, selon le CNI, l'emploi industriel a reculé de **40%**.

• Au niveau des États

État de São Paulo

↳ Le niveau d'emploi dans le secteur industriel a chuté de **3,64%** en 1999. Ce chiffre représente **plus de 59 000** postes de travail. Depuis la mise en place du « Plan Real » en janvier 1995, l'industrie *Paulista* a perdu **près de 600 000** emplois.

↳ Selon Sinduscon-SP, l'indicateur du niveau d'emploi dans le secteur de la construction civile a clôturé 1999 avec une légère augmentation de **0,29%**. Fin 1999, ce secteur totalisait **près de 424 000** employés.

Création d'emplois

En 1999, d'après le Ministère des Finances, l'emploi a augmenté de **2,5%**, enregistrant ainsi sa plus grande croissance des cinq dernières années. Le nombre de postes de travail créés cette année-là s'élève à **418 000**.

Pauvreté à Rio de Janeiro

8,1% de la population de la ville de Rio de Janeiro est pauvre (revenus inférieurs à **40,8 dollars** par mois), soit **498 000** personnes.

Poids des régions

• São Paulo reste le moteur du pays

- ↪ De 1985 à 1997, le poids de l'État de São Paulo (**2,91%** de la superficie du pays) dans le PIB national est passé de 36,12% à **35,48%**. Cette légère baisse n'écorne pas la prépondérance économique de cet État qui a su continuer à attirer les investissements.
- ↪ En 1999, pour la 2^{ème} année consécutive, l'État de São Paulo a enregistré une baisse de 4,2% de sa production industrielle accumulant ainsi une contraction de 6,6% pour 1998-1999.

BRÉSIL	1998	1999	2000 Prévisions
PIB en Mds US dollars	776	555	
PIB Δ %	-0,12	+1,01	+4
PIB/habitant en US dollars	4 400		
Production industrielle Δ %	-2,3	-0,7	
Inflation Δ %	1,65 IPCA	8,94 IPCA	+6 IPCA
Chômage %	7,59	7,6	7,6

Source : i.F.i., instituts de statistiques locaux

Chili

Superficie

756 629km².

Population

<i>Population totale (1998)</i>	<i>14,6 millions</i>
urbaine*	84%
taux de croissance annuel	+1,1%
pourcentage des moins de 15 ans	30%
espérance de vie	75 ans

* 34% de la population vit dans des villes de plus de 1 million d'habitants.

Inflation

En 1999, le taux d'inflation a été de **+2,3%**. C'est le taux le plus bas depuis 1938.

En 1999, les groupes de produits qui ont enregistré la plus forte hausse de prix sont les transports (+9,8%), la santé (+4,9%), l'éducation et les loisirs (+4,3%). En revanche, le prix des vêtements a chuté de 4% et celui de l'équipement de la maison de 1,1%.

PIB, Imacec et IEA

• Le PIB de la décennie 1990-1999

De 1990 à 1999, le PIB a crû, en moyenne, de **6,4%** par an. En 1992 et 1995, la croissance a été de 2 chiffres et pendant 3 années elle s'est située en dessous de 5%. Pendant cette décennie c'est le **transport** et les **communications** qui ont le plus progressé avec une avancée de **9,7%** par an suivis par le secteur de la **pêche** avec un taux de **9,4%**.

• Imacec négatif en 1999

En 1999, l'Imacec (*Indice Mensual de Actividad Económica*) a été de **-1,1%**.

Au cours des deux premiers mois de l'année 2000, l'indice a progressé de **5,3%** par rapport à la même période de 1999.

• IEA négatif en 1999

En 1999, l'IEA (*Indice Estrategia de Actividad*, pour le secteur privé) a été de **-3,8%**.

Taux d'intérêt directeur

Depuis le 16 mars 2000 : **5,5%**.

Force de travail et population active

↪ En novembre 1999, la population active comptait **environ 5,9 millions** de personnes.

↪ En 2025, selon une étude réalisée par *Mideplan* et la *Universidad de Chile*, le commerce devrait occuper **18,2%** des actifs, l'industrie **17,1%** et l'agriculture **8,6%**.

Taux de chômage

• Taux national

Trimestre de référence	Taux de chômage %	Commentaire
Juillet-septembre 1999	11,5	<i>Le plus haut depuis fin 1994</i>
Septembre-novembre	10	<i>7,1% sur la même période 1998</i>
Octobre-décembre	8,9	
Novembre 1999-janvier 2000	8,4	<i>1^{er} recul depuis décembre 1998</i>
Décembre 1999-février	8,1	
février-avril	8,5	<i>8,7% en février-avril 1999</i>

Source : INE

• Taux dans Santiago et son agglomération

Mois	Taux de chômage %
Juin 1999	15,2
Septembre	14,4
Décembre	12,4
Mars 2000	13,1

- **Nombre de chômeurs**

Au niveau national

En novembre 1999, le nombre de chômeurs s'élevait à **600 000** personnes dont environ **80 000** qui cherchaient du travail pour le première fois.

Dans le Grand Santiago

En décembre 1999, le nombre de chômeurs était de **329 000** personnes.

Création d'emplois

Environ 200 000 nouveaux postes de travail devraient être créés en 2000.

Faillites et créations d'entreprises

En 1999, 129 faillites (liquidations judiciaires) ont été publiées dans le journal officiel. Elles se sont traduites par 2 073 licenciements, la même quantité qu'en 1998 (2 186 licenciements).

CHILI	1998	1999	2000 Prévisions	2001 Prévisions
PIB en Mds US dollars	72,94	78		
PIB Δ %	3,4	-1,1	+5,9	+6,2
PIB/habitant en US dollars	4 922	4 430		
Production industrielle Δ %				
Inflation %	+4,7	+2,3	+3,5	
Chômage %	7,1		7,5	

Source : i.F.i., instituts de statistiques locaux

Mexique

Superficie

1,95 million de km².

Population

<i>Population</i>	<i>totale (1999)</i>	<i>98,3 millions</i>
	urbaine*	74%
	taux de croissance annuel	+1,5%
	pourcentage des moins de 15 ans	36%
	espérance de vie	72 ans

* 27% de la population vit dans les villes de plus de 1 million d'habitants

<i>Principales régions</i>	<i>métropolitaine</i>	<i>10,7 millions d'habitants</i>
<i>source : GFB</i>	nord+Monterrey	20,89 millions
	occidentale+Guadalajara	22,7 millions
	sud	43,34 millions

Inflation

- **Inflation nationale**

En janvier-avril 2000, l'inflation a été de +3,3% par rapport à janvier-avril 1999.

- **Panier de la ménagère**

De janvier à fin octobre 1999, le panier de la ménagère (87 produits) a augmenté de 20,1%.

Canasta Básica de Alimentos (Panier de Base Alimentaire)

Le prix de la *Canasta Básica de Alimentos*, de 47 produits alimentaires, a connu une augmentation de **27,37%** par rapport à 1998.

Le 31 décembre 1998, le coût de ce panier de la ménagère pour une famille de 5 personnes était de 3 852 pesos (**387,5 dollars**) tandis qu'au 31 décembre 1999 il était de 4 906 pesos (**513 dollars**). Pour acquérir ce panier, un salarié doit, actuellement, gagner plus de 4 salaires minimums, du District Fédéral, soit **plus de 480 dollars** par mois.

Canasta Básica Constitucional

Il s'agit d'un panier non officiel comprenant 312 produits (nourriture + vêtements + logement + éducation + loisirs) pour une famille de 5 personnes. Début 2000, il était de 348 pesos par jour, soit **36,3 dollars** (**1089 dollars** par mois). Pour pouvoir y prétendre, il faudrait que les salariés touchant le SMIC, 35,2 pesos par jour, augmentent de presque 1 000% leur salaire.

Le PIB de 1980 à 1999

↪ De 1980 à 1999,

- le PIB a crû de **58,2%**, soit en moyenne de **2,44%** par an,
- le PIB par habitant a augmenté de **6,8%** pendant ces 19 années, soit une moyenne de **0,35%** par an.

↪ De 1994 à 1999,

- le PIB a crû de **11,1%**, soit en moyenne de **2,22%** par an ;
- le PIB par habitant a progressé de **2,9%**, soit une moyenne de **0,58%** par an.

Taux d'intérêt directeur

En 1999, le CETES à 28 jours s'est élevé à **21,41%** en moyenne nominale et à **9,64%** en moyenne réelle.

Force de travail et population active

D'après la Banque Mondiale, la force de travail s'élève à **38 millions** de personnes.

• Les secteurs d'activité des actifs

En février 2000, la Population Économiquement Active au travail représentait **96,75%** de la Population Économiquement Active.

Répartition de la PEA - Février 2000

- **35,5%** dans les services,
- **22,4%** dans l'industrie de la transformation
- **20,9%** dans le commerce.
- **6,8%** pour l'État,
- **6,1%** dans les communications et transports
- **5,6%** dans la construction

Travail au « noir » et travail « à l'œil »

↳ D'après la Banque Mondiale, l'économie souterraine fait vivre **21 millions** de Mexicains sur une population active de **38 millions** de personnes.

↳ Ces 5 dernières années, le pourcentage de la population active occupée mais non rémunérée (entreprise familiale/rémunération en nature/logée nourrie) est passé de 13,86%, fin 1995, à **15,1%** fin 1999, soit **5,5 millions** de Mexicains.

Taux de chômage

• Taux de chômage « ouvert »

↳ Ce taux (*Tasa de Desempleo Abierto, TDA*) a été, en 1999, de **2,51%** de la Population Économiquement Active. Il a été de **2,38%** et **2,73%** respectivement pour la population masculine et féminine. En avril 2000, le taux était de 2,45% de la PEA, soit une baisse de 2,7% par rapport à avril 1999.

• Le taux de sous-emploi

Ce taux inclut les salariés sans prestations sociales et/ou ceux qui travaillent moins de 35 heures par semaine. Pour le dernier trimestre 1999, il s'est élevé à **23,4%** de la PEA et en février 2000, il était de **22,3%** (**22,2%** en janvier-février 2000).

• Le taux de « Pression Générale »

Ce taux (*Tasa de Presión General*) regroupe les chômeurs ainsi que les personnes qui cherchent soit à changer de travail, soit un emploi additionnel. Il est passé de 5,4% de la PEA en 1998 à **4,0%** en 1999. En mars 2000, il était de 3,8% de la PEA.

Création d'emplois

↪ Entre 1994 et août 1998, **4,5 millions** d'emplois ont été créés dont 60% d'emplois précaires.

↪ En 1999, **706 000** emplois ont été créés dont plus de la moitié de temporaires. C'est le secteur de la maquila qui absorbe **40%** de ces créations.

Au 1^{er} semestre 1999, les États qui ont créé le plus d'emplois ont été Quintana Roo (+21%), Chiapas (+13%), Campeche (+12%), Baja California Sur (+11%) et Tamaulipas (+10%).

↪ Selon Ciemex-Wefa, le marché formel de l'emploi devrait créer **785 000** nouveaux postes en 2000 et **626 000** en 2001.

Pauvreté

• Les dépenses sociales

Elles représentent **60%** du budget 2000 contre **40%** de celles du budget de 1990. Ces 5 dernières années, les dépenses sociales ont progressé de **27%** tandis que les dépenses de l'État ont augmenté de **15%**.

• Le nombre d'assurés sociaux progresse

En juin 1999, le nombre d'assurés permanents de la Sécurité Sociale était de **12,58 millions** de personnes, soit **43,2 millions** d'ayants. En juin 1995, seulement **49,4%** de la population nationale était couverte par l'*Instituto Mexicano del Seguro Social* (IMSS).

Poids des régions

- ↪ La région sud assure **31,7%** du PIB national,
- ↪ la région métropolitaine (District Fédéral + Hidalgo) **25,8%**,
- ↪ la région nord avec Monterrey **23,7%**
- ↪ et la région occidentale avec Guadalajara environ **18,8%** (source : GFB).

MEXIQUE	1998	1999	2000 Prévisions
PIB en Mds US dollars	397,4	417	521
PIB Δ %	+4,83	+3,7	+4,5
PIB/habitant en US dollars	4 362	4 929,4	
Production industrielle Δ %	+6,6	+3,8	+5,5
Inflation %	+18,6	+12,32	≤ +10
Chômage %	3,2	2,51	

2.

Consommation des ménages

L'évolution du crédit à la consommation est indissociable de celle de la consommation en général. De façon globale, l'an dernier, la consommation des ménages dans les principaux pays latino-américains a ralenti. Pour le 1^{er} semestre 2000, des signes annonciateurs d'une reprise, jumelés à une croissance positive du PIB de la Région, laissent espérer une progression des dépenses des ménages et de leur consommation.

Mais, consommer davantage signifie-t-il pour autant avoir davantage recours au crédit à la consommation ? Telle est la question de fond.

Cette analyse de la consommation des ménages est divisée en trois parties.

Tout d'abord, est traitée *l'évolution et les tendances de la consommation des ménages* en prenant en compte divers indices :

- l'évolution des ventes des commerces détaillants et des Grandes et Moyennes Surfaces ;
- les types prédominants de consommateurs et leur comportement qui se dessine ;
- des éléments sur le secteur de la publicité ainsi que sur l'équipement des ménages en radios et en téléviseurs afin *d'évaluer l'impact potentiel des messages publicitaires sur les consommateurs.*

La seconde partie de l'étude analyse les **revenus** des ménages. La pression fiscale est ainsi évoquée afin de mieux saisir les opportunités de consommation des familles latino-américaines.

Enfin, la 3^{ème} et dernière partie s'attache à explorer les **dépenses** des ménages.

Argentine

Évolution et tendances de la consommation

La contraction de la consommation enregistrée en 1999 trouve son origine, bien sûr, dans la crise « brésilienne ». À vrai dire, en 1998, la croissance de la consommation avait déjà faibli avec une hausse de 3,5% contre 6% en 1997.

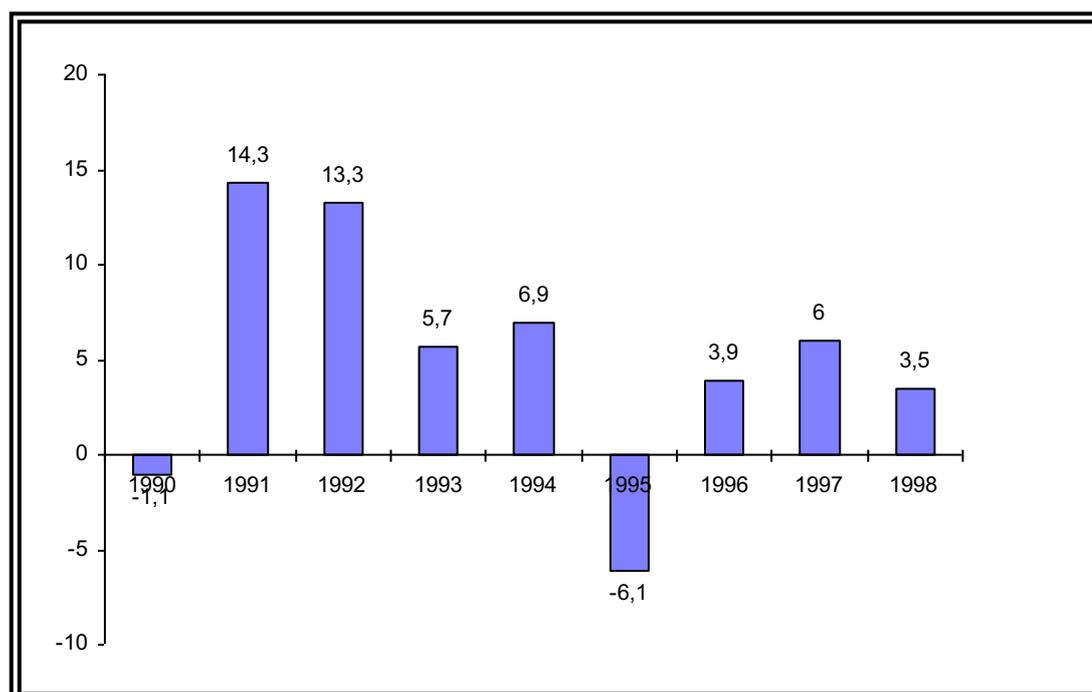
Depuis le début de l'an 2000, la confiance des consommateurs n'est cependant pas encore au rendez-vous. En effet, la reprise des ventes n'a commencé, timidement, qu'en avril. **Il faudra attendre, semble-t-il, le second semestre 2000 pour voir apparaître une nette amélioration.**

• Les fluctuations de la consommation

Variation de la consommation entre 1990 et 1998

Le début de la dernière décennie est marquée par des années fastes, avec des hausses de la consommation privée de l'ordre de 13 à 14%. L'année 1998 a connu une variation plus faible, avec une croissance de la consommation de 3,5%.

Variation de la consommation (%)



La chute en 1999 et le rebond en l'an 2000

- En 2000, selon le CEMA et la Fundación Capital, la consommation privée devrait progresser de 2% à 2,2%.
- Ceci marque l'arrêt de la période « noire », avec la chute de 4,5% enregistrée en 1999 (-9,31 milliards de dollars).
- L'an dernier, la consommation privée a représenté **70,6%** du PIB : 197 milliards sur 279 milliards de dollars.

Malgré ces chiffres avancés par les organismes officiels, les Argentins, eux, restent sceptiques.

La confiance des consommateurs n'est pas encore rétablie.

En effet, établi mensuellement par le *Centro de Investigación en Finanzas (CIF)*, l'indice de confiance du consommateur (*ICC*), qui indique leur propension à consommer, a subi une baisse de **6,3%** pour le mois de janvier 2000 par rapport à décembre 1999.

Cette baisse est essentiellement due à la chute des intentions d'achat en biens durables et immobiliers.

En mars 2000, la confiance des consommateurs a baissé de **8,3%** par rapport à février. Ce fléchissement s'explique par l'effet négatif de l'entrée en vigueur de la nouvelle grille de l'impôt sur le revenu.

L'indice de la consommation de services publics

La consommation des services publics est également un bon thermomètre pour analyser l'évolution du comportement des consommateurs.

Entre les périodes de janvier-août 1998 et janvier-août 1999, **la consommation de biens et de services publics** comme le gaz, l'énergie, l'eau potable, la téléphonie cellulaire et fixe, les péages autoroutiers, le transport aérien de fret et de passagers, le transport de passagers et de marchandises par train, bus, métro a augmenté de **6,7%**.

• Les ventes du commerce : une timide embellie

Les ventes du commerce de détail

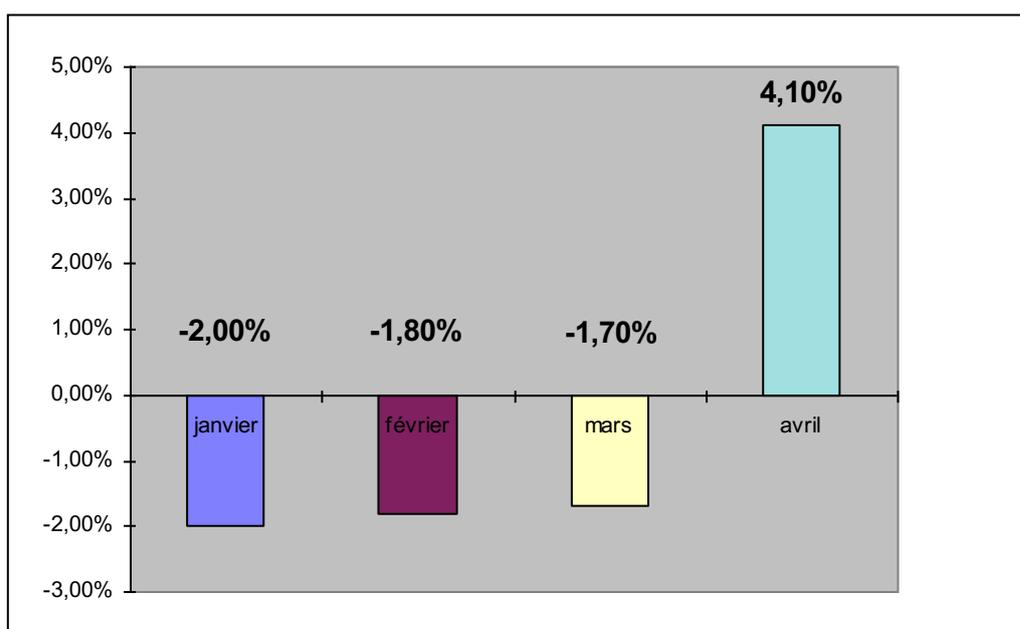
En janvier-février 2000, les ventes des commerces détaillants ont reculé de **3%** par rapport à la même période de 1999.

Les ventes des GMS

En 1999, les ventes dans les Grandes et Moyennes Surfaces ont chuté de 2%, générant un CA de 14,2 milliards de dollars contre 14,5 milliards de dollars en 1998.

Ces GMS ont concentré 40% des ventes des produits de grande consommation.

Chiffre d'affaires des GMS en 2000



La concentration dans le secteur des GMS

- ↪ En 1999, le chiffre d'affaires du secteur, 14,2 milliards de dollars, a été réalisé par 76 chaînes dont les 13 premières totalisent 84% de ce montant.
- ↪ Selon une étude de CCR d'octobre 1997, la concentration dans le secteur de la grande distribution, poursuit une courbe ascendante. **Buenos Aires et sa banlieue concentrent 50% des ventes** du secteur, l'autre moitié étant répartie dans le reste du pays.

La dépense moyenne par client

En novembre 1999, le nombre de tickets de caisse émis a atteint les 58,6 millions, pour une vente moyenne de **21,1 dollars** par ticket.

Montant de la dépense moyenne selon le lieu géographique

Buenos Aires	29 dollars
<i>Moyenne nationale</i>	<i>21 dollars</i>
Province de Jujuy	12 dollars

Le leadership des hypermarchés

Les grandes surfaces de plus de 4 000m², qui ne représentent que **10,6%** des grandes surfaces réparties dans le pays, rassemblent **43,9% des ventes totales** ainsi que 49,4% de la superficie totale des ventes (source : i.F.i. - INDEC).

• L'actualité des tendances

Typologie du consommateur

Type de consommateur	en % de la population	Caractéristiques
Traditionnel	30 %	Femme de 40 ans à faibles revenus, cherche la sécurité dans l'achat ; comportement d'achat stable ; peu enclin à l'innovation
Conservateur	25%	Classe sociale faible et moyenne ; pas de carte de crédit ni d'automobile ; sensible aux marques et produits
Sceptique	20%	A le sentiment de consommer plus que le nécessaire ; se sent victime de la consommation
Boulimique	15%	Jeune et célibataire ; achète sans compter y compris « à crédit » ; sensible à l'innovation et à la technologie
Innovateur rationnel	10%	Homme chef de famille ; classe moyenne et supérieure ; les achats sont réfléchis et jamais inutiles.

Source : agence de publicité « Ayer Vásquez »

La percée du *hard-discount*

Aujourd'hui, le phénomène du *hard-discount* est de plus en plus présent en Argentine.

En décembre 1999, l'enseigne **Dia**, propriété du groupe français **Promodès**, ainsi qu'**Eki Discount**, appartenant à un fonds d'investissement, comptaient près de 150 points de vente dans Buenos Aires.

En l'an 2005, on estime que ce nombre pourrait atteindre les 700.

L'impact commercial de la Fête des Mères

La Fête des Mères donne une impulsion bénéfique au commerce avec des ventes en hausse, en moyenne, de **5%**

Variation des ventes avec la fête des mères - 1999

<i>Parfums</i>	+12%
<i>Électroménager</i>	+10%
<i>Articles de décoration</i>	+10%
<i>Vêtements</i>	+5%
<i>Fleurs</i>	-10%
<i>Bijoux</i>	-2%

Source : i.F.i. – FECOBA

La lutte contre la contrefaçon

La vente de vêtements de contrebande représente en Argentine un marché de 100 millions de vêtements pour une facturation de **1,2 milliard de dollars** par an, soit une perte imposable proche de 500 millions de dollars tous les ans.

Cette perte est concentrée sur quatre circuits :

- la production clandestine de vêtements,
- la contrebande,
- la falsification
- la vente sur un marché marginal («économie parallèle»).

Revenus des ménages

De 1990 à 1998, le revenu moyen par habitant de la province de Buenos Aires a progressé de 39,3% tandis que les revenus des habitants de la ville de Buenos Aires et de son agglomération diminuaient.

Par ailleurs, la refonte de l'impôt sur le revenu dont l'assiette a été élargie pourrait freiner la récupération des revenus espérée cette année.

• Évolution des revenus suivant les provinces

Dans la province de Buenos Aires, le revenu moyen par habitant est passé de **654 dollars** en mai 1990 à **911 dollars** en 1998.

Entre 1994 et 1998, le revenu par tête de la province de Córdoba a chuté de **18%** et celui de la province de Mendoza a chuté de **9%**.

Courant 1999, les habitants de la capitale et du Grand Buenos Aires ont vu diminuer leurs revenus, en moyenne, de **6,4%**. Si on considère uniquement les personnes en activité (4,7 millions), la perte est **supérieure à 7,4%**.

• Les salaires

Salaire moyen

Le salaire moyen des Argentins est de **730 dollars** par mois. Les travailleurs au noir gagnent, en moyenne, **320 dollars** par mois.

Les salaires dans les PME

Actuellement, il y a **plus de 330 000** entreprises de **moins de 40** employés. Cela représente un total de **1,6 million** d'employés qui gagnent en moyenne **450 dollars** par mois. Les entreprises de moins de 10 employés sont au nombre de 270 000. Elles emploient quelque 750 000 personnes qui obtiennent un salaire moyen mensuel de **400 dollars**.

Les salaires dans les supermarchés

En 1999, le salaire moyen des employés et des caissiers des supermarchés était de **600 dollars** par mois.

• Les revenus des retraités

Selon le rapport de la Administración Nacional de la Seguridad Social (Anses) de début 2000, le montant mensuel moyen des retraites est de **321 dollars**, soit **44%** du salaire moyen national. Le nombre de bénéficiaires s'élève à **3 127 000** personnes dont **environ 1,2 million** (près de 38%) perçoivent le montant minimum s'élevant à **150 dollars**.*

• La hausse de l'impôt sur le revenu

Début 2000, selon une enquête de CIF, **55% des acteurs économiques** sont convaincus que les nouvelles réformes fiscales vont diminuer leur pouvoir d'achat.

Suite à l'ajustement fiscal argentin (augmentation de l'imposition des ménages) entrée en vigueur en mars 2000, le pouvoir d'achat pourrait baisser de

- ↪ **1% pour les bas salaires**
- ↪ **4% pour les salaires entre 3 000 et 4 000 dollars**
- ↪ **14% pour les salaires d'au moins 12 000 dollars**

La nouvelle grille de l'impôt sur le revenu

En vigueur depuis mars 2000, le nouvel IR présente les dispositions suivantes :

Pour les salariés

- ↪ C'est la tranche des contribuables gagnant **plus de 3 500 dollars** par mois qui va supporter la plus grande partie de cette augmentation d'impôt. **500 000** salariés qui ne payaient pas d'impôt sur le revenu sont maintenant tenus de le faire. La base imposable est de **plus de 1 500 dollars** par mois pour les **célibataires** et de **2 000 dollars** par mois pour les **couples mariés avec enfants**.

*Exemple d'un salaire de **2 500 dollars** nets par mois*

*pour un célibataire, **133,1 dollars** d'IR par mois soit une baisse de **4,91%** de ses revenus par an.*

*pour un couple marié avec 2 enfants **85,5 dollars** d'IR par mois, soit une baisse des revenus de **3,16%** par an.*

Pour les travailleurs indépendants

La pression fiscale est plus forte que pour les salariés : les célibataires qui gagnent **plus de 710 dollars** par mois devront dorénavant acquitter un impôt sur leurs revenus ainsi que les couples avec 2 enfants dont les revenus dépassent **1 050 dollars** par mois. Les plafonds étaient auparavant de 900 dollars et de 1 300 dollars.

Exemple :

*Un travailleur indépendant célibataire gagnant **3 000 dollars** par mois devra payer **3 721 dollars** d'impôt par an (1 mois plus une semaine de travail), soit **60%** de plus qu'en 1999 (2 328 dollars).*

*Un travailleur indépendant, marié avec 2 enfants, gagnant **3 000 dollars** par mois devra payer **2 946 dollars** d'impôt par an (presque un mois de travail), soit **78%** de plus qu'en 1999 (1 656 dollars).*

Dépenses des ménages

- **Les dépenses des ménages**

**Dépenses des ménages de revenus moyens
dans la province de Buenos Aires en 1998**

Postes de dépenses	US\$	%
Alimentation	463	45,3
Logement	210	20,5
Habillement	90	8,8
Transports/Communication	86	8,4
Loisirs/Culture/Enseignement	77	7,5
Equipement ménager/entretien	58	5,7
Autres	26	2,5
Santé	13	1,3
Total	1 023	100

Source : FIDE

- **Dépenses en éducation**

En 2000, selon *Ambito Financiero*, les parents devront payer environ **246 dollars** pour chaque enfant dans le **cursus primaire** et **280 dollars** pour ceux inscrits dans le **cursus secondaire**.

Brésil

Évolution et tendances de la consommation

La consommation repart doucement mais n'a pas encore récupéré son rythme de croisière. Les ventes des GMS devraient pour le cumul des 5 ou 6 premiers mois de l'année renouer avec la croissance.

Parmi les tendances fortes de la consommation, on aborde le rôle de plus en plus prépondérant des Brésiliennes dans l'économie nationale et par conséquent dans les décisions d'achats.

• **Potentiel de consommation par classe sociale à São Paulo**

Classe sociale	Population millions de personnes	En % du total de la population	Potentiel de consommation milliards de US\$/an	En % du total de consommation
Riches	0,3	0,8%	63,9	12,3%
Classe moyenne	6,3	16,1%	222,7	42,8%
Emergents	21,1	53,8%	206,9	39,8%
Pauvres	8,5	21,7%	24,1	4,6%
Misérables	3	7,7%	2,3	0,4%
Total	39,2	100%	519,9	100%

Source : Institut InterScience – Veja du 30/09/98

• **Les ventes de détail**

Au niveau national

*En 1999, les ventes de détail ont diminué de **3,2%**, par rapport à 1998 et ce malgré une augmentation de 38,3% entre novembre et décembre 1999.*

À São Paulo

Selon les données de la FSESP, en 1999, pour le commerce de São Paulo, une baisse de **2,66%** de la **facturation** totale par rapport à 1998 est à noter.

Une des explications provient de la baisse de 41% des ventes automobiles, résultat sans lequel la facturation totale aurait augmenté de 4%.

Quant à l'indice des prix au détail, il a augmenté de 25,7% sur l'année. En ce qui concerne les **ventes à terme** du commerce détaillant le recul a été de **1,4%** par rapport à 1998.

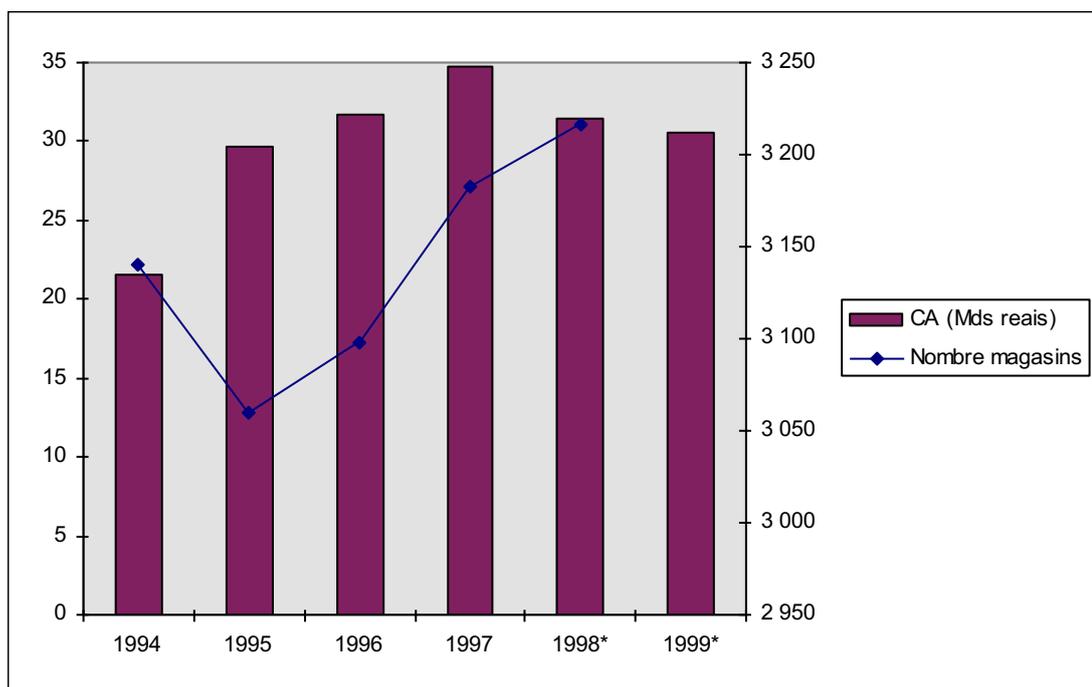
En février 2000, le commerce détaillant de São Paulo a généré un CA en hausse de 16% par rapport à février 1999. Pour janvier-février, la hausse de la facturation est de 9,62% par rapport aux mêmes mois de 1999.

À Rio de Janeiro

En janvier 2000, la facturation du commerce détaillant de la région métropolitaine de Rio de Janeiro a enregistré un recul de 2,7% comparée à janvier 1999.

• La grande distribution

Une situation de crise en 1999



* : en milliards de dollars US

Attention, compte tenu de la dévaluation, le CA des deux dernières années est difficile à comparer.

1998	1999
38,08Mds reais (environ 31,5MdsUS\$)	60,12 Mds reais (environ 30,6MdsUS\$)

L'année 1999 a été la pire pour les supermarchés depuis le début du Plan Real.

Une amélioration prévue pour l'an 2000

Les prévisions tablent sur **4%** de croissance pour l'an 2000.

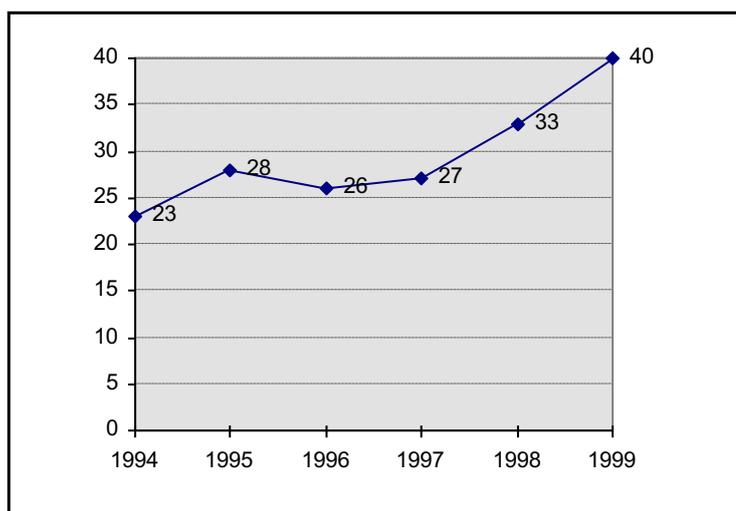
Au 1^{er} trimestre, les ventes des supermarchés brésiliens ont été inférieures de **3,06%** à celles enregistrées au cours de la même période de 1999. Les ventes accumulées de janvier-avril 2000 ont été inférieures de **0,57%** à celles de janvier-avril 1999. L'écart se réduit donc de plus en plus par rapport à l'an dernier. En effet, d'un mois sur l'autre, la progression est forte.

Ainsi, les fêtes de Pâques ont permis aux supermarchés d'augmenter leurs ventes de **6,22%** par rapport à celles d'avril 1999 (hors inflation).

Les **ventes à crédit** dans les commerces de São Paulo ont, quant à elles, progressé de 12,3% pendant ce même laps de temps.

Un secteur de plus en plus concentré

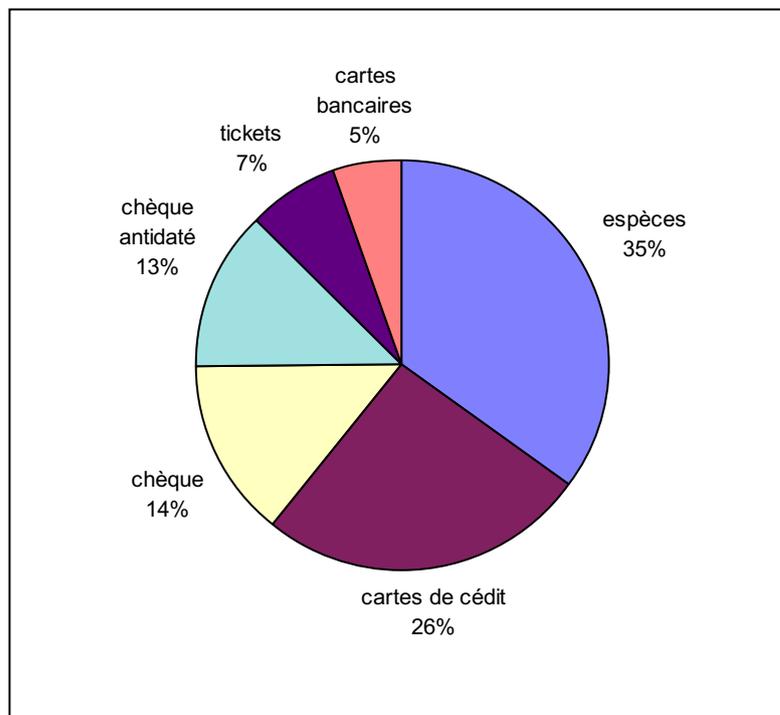
Concentration de la facturation des 5 plus grands réseaux du pays (en %)



L'ouverture des supermarchés le dimanche

- ↪ Après 3 ans de bataille juridique, en octobre 1999, le TSJ (Tribunal Supérieur de Justice) s'est prononcé en faveur de Casa Sendas, qui avait porté plainte contre des restrictions d'ouverture le dimanche. Pour les supermarchés, la règle est donc la liberté d'ouvrir les jours fériés et les dimanches, moyennant seulement une déclaration à la Préfecture et à la Délégation du Travail.
- ↪ Selon l'*Associação Brasileira de Shopping Centers* (Abrasca), **72%** des **159** centres commerciaux du pays sont ouverts le dimanche.
- ↪ Les supermarchés qui ouvrent le dimanche peuvent voir leurs ventes augmenter de **20%** sur un mois, et **31,7%** des consommateurs ont déclaré qu'ils n'y feraient pas leurs courses si les supermarchés fermaient ce jour-là.

Mode de paiement dans les supermarchés en 1999



• Équipements des ménages

En 1996, **96,6%** des ménages brésiliens possédaient une cuisinière, **80%** une radio, **85%** un téléviseur, **78%** un réfrigérateur, **30%** une machine à laver le linge, **25%** un téléphone et **18%** un congélateur.

• L'actualité des tendances

Les rêves des consommateurs

En 1997, selon une enquête de *Research International*, les membres âgés entre 26 et 35 ans des familles avec plus de 2 900 reais mensuels (**2 589 dollars**), soit environ 5% de la population brésilienne, ont trois rêves de consommation :

- être propriétaire de leur résidence principale
- acheter une voiture importée
- voyager à l'étranger

Le succès des centres commerciaux

Selon une enquête de 1998 des cabinets de consultants *Gouvêa de Souza* et *MD Desenvolvimento Empresarial*, **les Brésiliens sont de plus en plus attirés par les points de vente multi-produits situés dans les centres commerciaux.**

56,2% de la population (quelle que soit la catégorie sociale) privilégie les achats dans un centre commercial.

Le comportement des consommateurs

Selon une étude de *Research International*, **le Brésilien dépense en moyenne 12% de plus que son budget initial sur le point de vente.** Il passe en moyenne **77 minutes** dans un supermarché, contre 54 aux Etats-Unis, 53 en France et 48 en Grande-Bretagne.

D'après des études récentes, **85%** des achats sont décidés sur le point de vente d'où l'importance, pour les chaînes, de développer un marketing efficace qui réponde aux comportements des consommateurs.

Le bilan des 5 dernières années est plutôt positif pour les supermarchés. Ainsi, les habitudes des consommateurs ont évolué dans le bon sens puisque la fréquence des achats réalisés en supermarché dans le mois est passée de **1,4** en 1994 à **3,9** en 1998.

Les femmes consommatrices

Le Brésil compte actuellement **plus de 80 millions** de femmes.
Elles représentent **40%** de la population économique active

Selon une récente enquête réalisée par l'agence DPZ, ce sont les Brésiliennes qui effectuent **70%** de toutes les acquisitions concernant la maison et les vêtements pour la famille.

- ↪ Les cartes de crédit sont détenues à **51%** par des femmes.
- ↪ **40%** des ventes de voitures sont réalisées auprès des femmes.
- ↪ En 1997, **40%** des actes notariés pour des acquisitions de biens immobiliers étaient signés par des femmes contre 24% en 1993.
- ↪ **40%** des comptes bancaires appartiennent à des femmes, soit un boom de **30%** en 10 ans.
- ↪ En revanche, la natalité a baissé : le nombre d'enfants par femme est passé de 4,4 dans les années 70 à **2,5** dans les années 90.
- ↪ Les femmes brésiliennes représentent déjà **45%** des internautes du pays et achètent **40%** des téléphones.

Les enfants consommateurs

Les enfants sont des consommateurs très « intéressants » pour la distribution, comme le prouve l'enquête d'*InterScience* (octobre 1999) :

- ↳ **23%** des dépenses des parents dans les supermarchés correspondent aux demandes et réclamations exprimées par les enfants devant les rayons
- ↳ **71%** des 802 mères interrogées reconnaissent que leurs enfants influencent leurs achats. **57%** d'entre elles emmènent toujours leur progéniture pour faire leurs courses dans les supermarchés.

• Publicité et médias

Pub et Médias

En 1999, les facturations publicitaires ont augmenté de **7,1%** par rapport à l'année précédente.

Entre janvier et novembre 1999, selon *Grupo de Profissionais de Rádio*, les recettes publicitaires de l'ensemble des radios brésiliennes ont augmenté de 17,7%. Cette hausse est expliquée par une plus grande « spécialisation » des stations et un meilleur ciblage des auditeurs.

Les supermarchés et la publicité

Les grandes chaînes de supermarchés ont lancé un nouveau type de communication publicitaire qui s'appuie sur le réseau des taxis. Les véhicules, équipés du logo de la chaîne et de nombreuses enseignes lumineuses sont chargés de gagner la confiance du consommateur. Celui-ci trouve à l'intérieur du taxi un catalogue du supermarché et peut même choisir certains produits pendant le trajet qui lui seront ensuite livrés.

Revenus des ménages

En 1999, à cause de la crise, les salaires ont dans l'ensemble enregistré une baisse.

• Les salaires

Le salaire moyen

<i>Région</i>	<i>Salaire moyen mensuel en dollars - février 2000</i>
<i>São Paulo</i>	472
<i>Rio de Janeiro</i>	366
<i>Porto Alegre</i>	361
<i>Belo Horizonte</i>	316
<i>Salvador</i>	232
<i>Recife</i>	227
<i>Brésil (moyenne générale)</i>	389

Actuellement, **2%** de la population gagne **plus de 2 000 dollars** par mois et **15% moins de 100 dollars**.

En décembre 1999, d'après *Dieese-Seade*, le revenu moyen des employés de la zone ABC de São Paulo a chuté de **3,7%** pour passer à 755 reais, **406 dollars**. En décembre 1998, la valeur correspondante était de 852 reais, **704 dollars**.

En janvier 2000, les salariés du **Grand São Paulo** ont gagné, en moyenne, 850 reais, **478 dollars**, 7% de moins qu'en janvier 1999.

Le nouveau SMIC

Depuis le 3 avril, le salaire minimum est de **151 reais** par mois, **86 dollars**, contre **136 reais** auparavant, **78 dollars**, soit une augmentation de **11,03%**.

Cela ne représente qu'un gain de **5,08%** si l'on prend en compte l'inflation de **5,66%** enregistrée depuis mai 1999. Pour l'État, cette augmentation va entraîner des dépenses de 1,43 milliard de reais dans les 12 prochains mois car la hausse budgétée prévoyait un SMIC de 143,7 reais.

Salaire maximum des fonctionnaires

En avril 2000, le salaire maximum pour les hauts fonctionnaires (sénateurs, ministres, gouverneurs d'État) a été fixé à **11 500 reais** par mois, soit **6 571 dollars**.

Salaires dans l'industrie

En 1999, selon la *Confederação Nacional de Indústria (CNI)*, le salaire moyen par travailleur aurait chuté de **3,6%** : c'est la 1^{ère} baisse depuis 1992, date de lancement de cette enquête annuelle. C'est à São Paulo que la perte a été la plus accentuée (-3,3%).

Dépenses des ménages

- **Les postes de dépenses**

L'évolution des postes de dépenses 1987-1997

<i>Postes de dépenses en %</i>	<i>1997</i>	<i>1987</i>
Logement	20,8	15,7
Alimentation	16,4	18,7
Impôts	9,8	10,6
Transports/Communication	9,7	11
Santé	6,5	5,3
Habillement	4,7	9,5
Enseignement	3,5	2,7
Loisirs et culture	2,5	3,2

Selon l'IBGE (1987 - 1996)

Chili

Évolution et tendances de la consommation

- **Consommation et demande**

En 1999, la **demande intérieure** a enregistré une contraction de **9,9%**, comparée à 1998, et la **consommation privée** a reculé de **3%**.

- **Commerce**

En 1999, le commerce a enregistré une baisse de **2%**.

En 2000, la croissance devrait être de **6%**.

De 1990 à 1999, le secteur a crû en moyenne de **7,9%** par an au-dessus des 6,5% par an du PIB.

- **La grande distribution**

La concentration de la grande distribution en 1999

14 chaînes ✕	70% du CA total
5 chaînes ✕	53% du CA total
3 chaînes ✕	33% du CA total
6 chaînes ✕	ont une couverture nationale ou dans plus de 4 Régions du pays

- **Publicité et médias**

L'investissement publicitaire a connu une croissance ininterrompue entre 1990 et 1997, date à laquelle il a atteint un pic de 660 millions de dollars. En 1998, ce montant est tombé à 584 millions de dollars et à **530 millions de dollars** en 1999. Selon le directeur général de *BBDO Publicidad S.A.*, l'investissement dans ce secteur devrait croître de **10%** en l'an 2000.

Revenu des ménages

- **L'évolution des revenus depuis 1990**

Entre 1990 et 1999, les revenus des ménages ont augmenté en moyenne de **59%**.

- **Salaires**

En décembre 1999, le salaire moyen s'est élevé à 239 051 pesos, **445 dollars**.

Mexique

Évolution et tendances de la consommation

Cette année, comme en 1999, la consommation privée va poursuivre sa croissance. Il en est de même pour les ventes du commerce détaillant.

• Consommation et demande

Demande de biens et de services

En 1999, la demande de biens et de services a crû de **5,8%**.

La consommation privée en 1999

De janvier à septembre 1999, la consommation privée a augmenté de 3% tandis que la consommation gouvernementale a reculé de 0,8%.

Selon Santander Investment, en 2000, la consommation privée devrait poursuivre son développement avec une progression de **3,7%**, alors les dépenses gouvernementales devraient enregistrer une hausse de 2,7%.

Le boom de la consommation en 2000

En janvier 2000, la consommation des ménages a augmenté de **11,2%** en termes réels comparée au même mois de 1999. Ceci dépasse, de loin, les prévisions des analystes (7,14%).

Cette montée en flèche s'explique par la création d'emplois, une inflation maîtrisée et une diminution des taux d'intérêt.

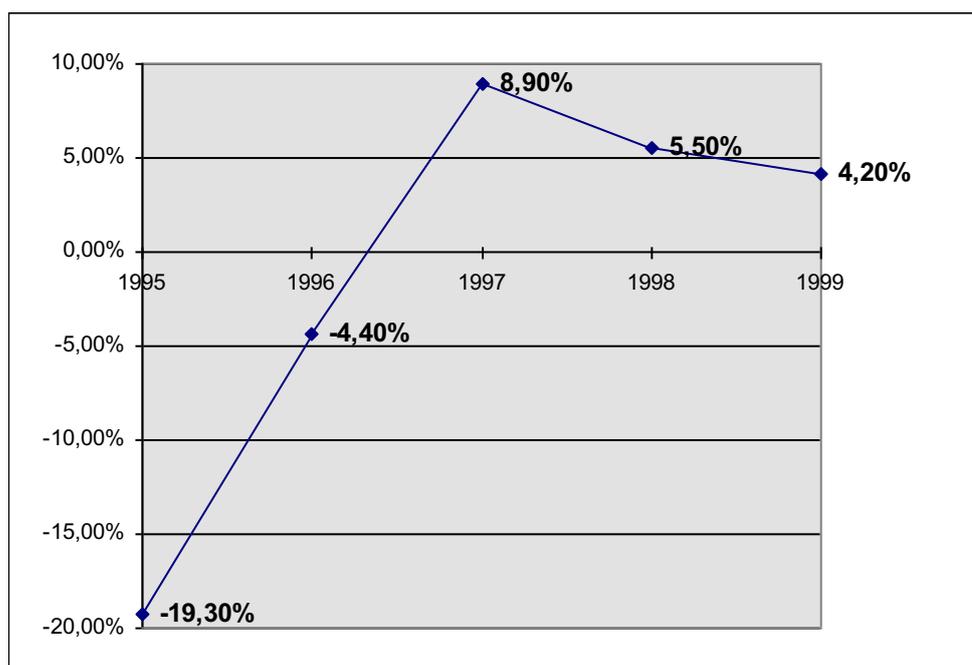
Les activités commerciales ayant le plus bénéficié de cette conjoncture favorable sont : les supermarchés, les concessionnaires de voitures, les pharmacies et les librairies.

• Commerce de détail

*Cette année, les ventes de détail devraient augmenter de **5,9%** par rapport à 1999.*

↳ Au cours du 1^{er} trimestre de l'année, les ventes dans les commerces de détail ont connu une évolution favorable, avec une hausse de **5,8%** comparée au 1^{er} trimestre 1999. Certains articles ont connu une envolée sensible : les articles de sport (+38,3%), les meubles (+29,2%), les articles et services photographiques (+27,3%) et les jouets (+26%).

Variations annuelles des ventes des commerces détaillants :



- ↳ Au 1^{er} semestre 1999, les ventes de détail de 23 des 33 plus grandes villes mexicaines ont progressé tout en restant inférieures de **12%** à celles de 1994.
- ↳ Ce sont les villes d'Oaxaca, de Cancún, de Culiacán et de Tijuana qui ont obtenu les meilleurs résultats.

• La grande distribution

- En 1999, les adhérents à l'*Association Nationale de Magasins de Libre Service et Départementaux (ANTAD)* ont enregistré une croissance des ventes de **7,3%** en termes réels par rapport à 1998.
- Par segments, ce sont les supermarchés et les magasins spécialisés qui ont le plus augmenté leurs ventes.
- Pour les vêtements, la hausse a été de **10,7%**, résultat le plus important de toute l'année.

• Publicité et médias

Televisa

- ↳ En 1999, les ventes publicitaires de **la première chaîne mexicaine, et première chaîne hispanophone mondiale**, ont progressé de **6,6%**. Ce résultat est essentiellement dû à de meilleures recettes de publicité dans les stations locales.
- ↳ En 2000, les revenus publicitaires de Televisa devraient enregistrer une augmentation réelle de **16%**, par rapport à 1999, à **1 milliard de dollars**.

TV Azteca

Cette année, *TV Azteca* se focalise sur l'audience commerciale mexicaine. La chaîne offre le même nombre de minutes publicitaires qu'en 1999. Mais étant donné la forte demande, les prix des tarifs publicitaires ont crû d'environ 27% en termes réels depuis janvier.

Le cinéma

- ↳ En 1999, **50 millions** de personnes se sont rendues dans les salles obscures. Elles y sont retournées, en moyenne, **1,32** fois dans l'année, contre 0,64 en 1994.
- ↳ Selon une enquête réalisée par *Cinemex* les téléspectateurs doivent regarder **4 fois** une pub avant de s'en souvenir tandis qu'**1 ou 2 fois** suffisent si elle est diffusée au cinéma.

• L'actualité des tendances

Faire ses courses aux États-Unis

Les consommateurs mexicains sont de plus en plus nombreux à partir faire leurs achats au Texas.

Ainsi, en 1999, ils ont représenté **22%** des **4 millions** de visiteurs annuels du centre commercial *Prime Outlets* de San Marcos.

Et, même s'ils ne font le voyage qu'une ou deux fois par an, leurs dépenses sont plus importantes.

L'attrait principal est d'avoir accès à un choix très important d'articles et à un prix très intéressant. Tout le long de la frontière, les Mexicains peuvent ainsi économiser de 30 à 80% chez les détaillants.

Le visiteur moyen reste une semaine. Houston, Dallas, San Marcos et San Antonio étant les principales destinations.

Le Mexique et l'outlet

Étant donné que depuis plus de 5 ans, le pouvoir d'achat des Mexicains ne s'est quasiment pas amélioré, le concept de l'*outlet* (vente à prix d'usine), qui associe qualité et bas prix, a acquis une grande importance au Mexique, devenant l'un des objectifs du marché pour les fabricants et pour les distributeurs. De plus, cette dynamique favorise la structure financière des fabricants, leur permettant de récupérer rapidement des liquidités.

D'où le concept d'Expo-Outlet selon lequel, pendant 5 jours, les fabricants et les distributeurs mettent en vente directe au public tous les excédents de production des marques comme Versace, Max Mara, Nike etc.

En février 2000, Grupo Baccore, l'organisateur d'Expo-Outlet, a accueilli plus 100 000 personnes et les fabricants exposants ont généré un chiffre d'affaires de 12 millions de dollars, chiffre à comparer avec les 9 millions atteint lors de la précédente édition.

Si selon diverses sources, le pouvoir d'achat des Mexicains recule depuis une vingtaine d'années à cause de la hausse des prix et de la stagnation des salaires, le renversement de tendance pourrait bien avoir commencé en 1999 puisque l'augmentation des salaires a nettement dépassé l'inflation.

• Baisse du pouvoir d'achat

Selon la Banque Mondiale, depuis 1977, le pouvoir d'achat des Mexicains aurait baissé de **75%**,

Évolution du pouvoir d'achat

	Salaire minimum journalier	Pouvoir d'achat		
1987	6,47 pesos	28,8 litres de lait	32,4kg de tortillas	129 tickets de métro
Août 1999	34,45 pesos <u>3,65 dollars</u>	11,5 litres	9,8kg	22,9 tickets

• Salaires

Les salaires de la majorité de la population

↳ **75%** de la population active a des revenus moyens situés **entre 1 et 3 salaires minimums** par jour (entre 38 pesos et 114 pesos, soit **entre 4 dollars et 12 dollars**), et **66%** gagne l'équivalent de **2 salaires minimums** : 76 pesos par jour, soit **8 dollars**. Cela rend difficile l'achat de viandes et de produits laitiers.

↳ Selon la Comisión Nacional Bancaria y de Valores (CNBV) :

% de la population totale	37,4	23,2	13,3	3	1,9	3,9
Nombre de salaires minimums mensuels	entre 1 et 1,9	entre 2 et 2,9	entre 4 et 4,9	entre 7 et 8,9	entre 8,9 et 9	plus de 9
Montant mensuel estimé (30 jours) en US dollars	entre 114 et 217	entre 228 et 331	entre 456 et 559	entre 798 et 1 015	environ 1 015	plus de 1 026

Les salaires de 1995 à 1999

Ces 5 dernières années, les salaires ont baissé de **30,2%** en moyenne tandis que les bénéfices obtenus par les entreprises ont progressé de **20%**.

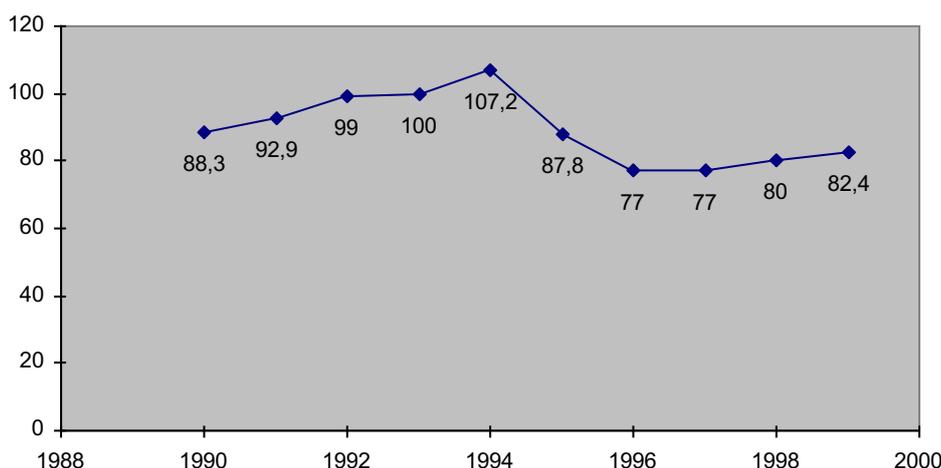
Selon le *Frente Auténtico del Trabajo (FAT)*, sur la même période, dans le secteur manufacturier la productivité a augmenté de **35,9%** et le salaire moyen ouvrier a perdu **17,1%**.

1999

À la suite de négociations salariales, en 1999, les salaires ont augmenté, en moyenne, de **16%**. Si on rapporte ce chiffre à l'inflation annuelle, on en conclut que le pouvoir d'achat moyen des salariés s'est accru de **3,68%**.

Les salaires du secteur privé entre 1990 et 1999

Variation des salaires - 1990/1999



Selon la Confédération Patronale de la République Mexicaine (Coparmex), il faudrait une croissance annuelle de **5,5%** pendant 20 ans pour doubler les salaires nationaux, soit deux fois plus que le rythme de développement de l'économie des 15 dernières années.

Les salaires des postes créés entre 1994 et 1998

Selon des données de l'INEGI, sur les 4,5 millions de postes créés entre 1994 et août 1998, **88%** correspondent à des salaires situés **entre 1 et 1,5 salaire minimum**, soit **entre 120 et 180 dollars** par mois.

Le salaire minimum

- ↪ D'après l'INEGI, de 1994 à 1999, les salariés gagnant le salaire minimum ont augmenté de **77,8%** et la population qui gagne moins d'un salaire minimum est passée de 4,4 à **5,7 millions** de personnes.
- ↪ En 1999, avec la déflation enregistrée en 1999 par rapport à 1998, selon le Secrétariat du Travail, les salaires minimums ont vu leur pouvoir d'achat progresser de **1,64%**.
- ↪ En janvier 2000, le patronat et le gouvernement ont signé un accord qui augmente les salaires minimums de **10%**.

Nouvelle grille pour le salaire minimum

<i>ZONE A</i>	<i>ZONE B</i>	<i>ZONE C</i>
District Fédéral + zone métropolitaine	Guadalajara, Monterrey, Tampico, Hermosillo, El Mante, Poza Rica	Aguascalientes, Chiapas, Campeche, Coahuila, Colima, Durango, Guanajuato, Hidalgo, Michoacán, Morelos, Nayarit, Oaxaca, Puebla, Querétaro, Quintana Roo, San Luis Potosí, ...
<u>37,9 pesos</u>	<u>35,1 pesos</u>	<u>32,7 pesos</u>

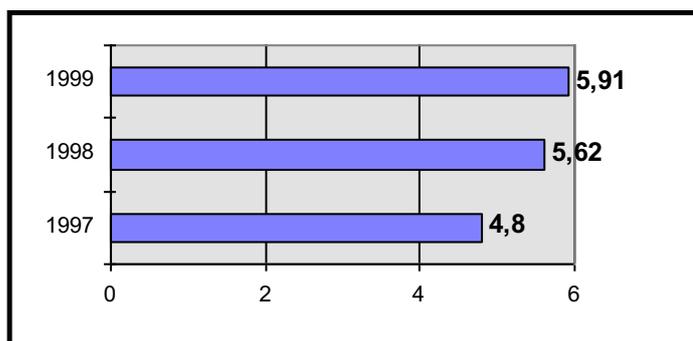
Les salaires dans les entreprises exportatrices

Les rémunérations des salariés des entreprises exportatrices sont, en moyenne, **23%** supérieurs à celles des employés des entreprises non exportatrices.

• Transferts de revenus en hausse

Transferts des Mexicains des États-Unis vers le Mexique

Variation des transferts des Mexicains des États-Unis vers leur pays d'origine (en milliards de dollars)



(Source : Banco de México)

De 1990 à 2000, ces envois d'argent (appelés **remesas**) se sont élevés à **33 milliards de dollars**. Sur les **5,91 milliards de dollars** transférés dans l'année, **5,5 milliards de dollars** ont servi à des dépenses alimentaires, à des vêtements, au frais de santé et dans une moindre mesure, à l'éducation.

Dépenses des ménages

En 1999, les dépenses des ménages ont augmenté de **4,3%** comparées à 1998.

Selon **Banacci**, les dépenses hebdomadaires en aliments sont actuellement en moyenne de **45 dollars** contre 87 dollars aux États-Unis.

• Dépenses des jeunes

↳ Selon une étude de marché de septembre 1999 de l'institut *Antenna*, **les jeunes de 13 à 18 ans** ont en moyenne 150 pesos, **16 dollars**, hebdomadaires à dépenser, c'est à dire environ 650 pesos par mois, **70 dollars**, et 7 800 pesos, **835 dollars**, par année.

Les dépenses les plus importantes sont destinées aux **jeans, baskets et habits de sport** qu'ils acquièrent avec une fréquence allant de 2 à 6 mois.

Mensuellement, les dépenses se distribuent de la manière suivante :

Les jeunes Mexicains déboursent plus de 180 pesos, **19 dollars**, pour aller à des concerts, dans des bars et dans les discothèques.

Ils dépensent entre 100 et 150 pesos, **entre 11 et 16 dollars**, dans les transports, pour acquérir des livres, des articles de soins personnels.

Finalement, ils consacrent 50 à 100 pesos, **5,4 à 11 dollars**, aux jeux vidéo, aux boissons, et à la location de cassettes vidéo.

↳ Au Mexique, il y aurait **22 millions** de jeunes entre 14 et 24 ans.

61% d'entre eux aiment acheter (selon une étude de *Gallup México* effectuée dans les principales ville du pays) des produits qui « viennent de sortir ».

46% sont attentifs à la qualité de ceux-ci

et **43%** d'entre eux regardent leur prix en premier lieu.

Seuls **36%** ne se préoccupent pas de la marque des produits qu'ils acquièrent.

3. Crédit à la consommation : dispositions générales

Le **crédit à la consommation** en Amérique Latine est devenu un élément clé du développement de l'économie du *continent*. Aujourd'hui, le potentiel de la consommation latino-américaine suit les mêmes tendances de ses voisins du grand nord habitués à la surconsommation.

Ses côtés positifs : les crédits servent à relancer la consommation, l'immobilier, l'industrie automobile, les systèmes bancaires, les sociétés privées de crédit...

Ses avatars : les taux d'impayés bancaires, de créances non recouvrées, de chèques sans provision ainsi que la folle spirale du sur-endettement... dans des pays où la dévaluation et l'inflation sont également des facteurs à surveiller.

Cette partie de l'étude est consacrée, tout d'abord, à une analyse du *cadre général du crédit*, du montant des crédits octroyés, à la législation en vigueur et aux impayés.

Puis est abordé le *crédit aux particuliers* ainsi que le *crédit à la consommation* proprement dit.

Enfin, le *système financier* traite de l'épargne des ménages, des dépôts bancaires et de l'évolution des comptes bancaires.

Argentine

Crédit : dispositions générales

En Argentine, le volume des crédits octroyés par le système financier représente **23,7%** du PIB.

• Impayés

Au niveau national

Les petites créances

D'après l'*Organización Veraz*, sur **10** petites créances (inférieures ou égales à 10 000 dollars) impayées, **7** ne seront jamais recouvrées. La majeure partie des dettes de la tranche **0-499 dollars** correspondent à des détenteurs de cartes de crédit.

Les chèques sans provision

- ◆ De janvier à novembre 1999, les banques ont rejeté en moyenne **322 403** chèques non provisionnés par mois pour un montant quotidien moyen d'**environ 20 millions de dollars**.
- ◆ En 1999, ce sont donc près de **3,6 millions** de chèques sans fonds qui ont été refusés par les banques pour un montant total de **plus de 6,8 milliards de dollars**.
- ◆ Les titulaires de comptes courants qui libellent des chèques sans provision auront bientôt un délai de 15 jours pour régulariser leur situation avant que leur banque ne reporte leur insolvabilité à la Banque Centrale. Cette mesure surtout destinée aux PME vise à freiner la fermeture de comptes courants qui s'est accentuée en 1999.
- ◆ La réglementation actuelle prend immédiatement en compte le rejet et au bout de 5 chèques sans fonds au cours de la même année, le détenteur est interdit de chéquier et perd son compte pour 5 ans. Pour chaque chèque émis sans provision, le signataire doit en outre payer une amende de 4% de la valeur du chèque. Cette amende devrait être réduite dans le projet sur le point d'être adopté.

Au niveau provincial : Córdoba

Entre décembre 1998 et juin 1999, le taux d'impayés bancaires de la province de Córdoba est passé de 14,66% à 15,56%, soit une augmentation de 6,19%, tandis que la moyenne pour le pays était en juin de 12,9%.

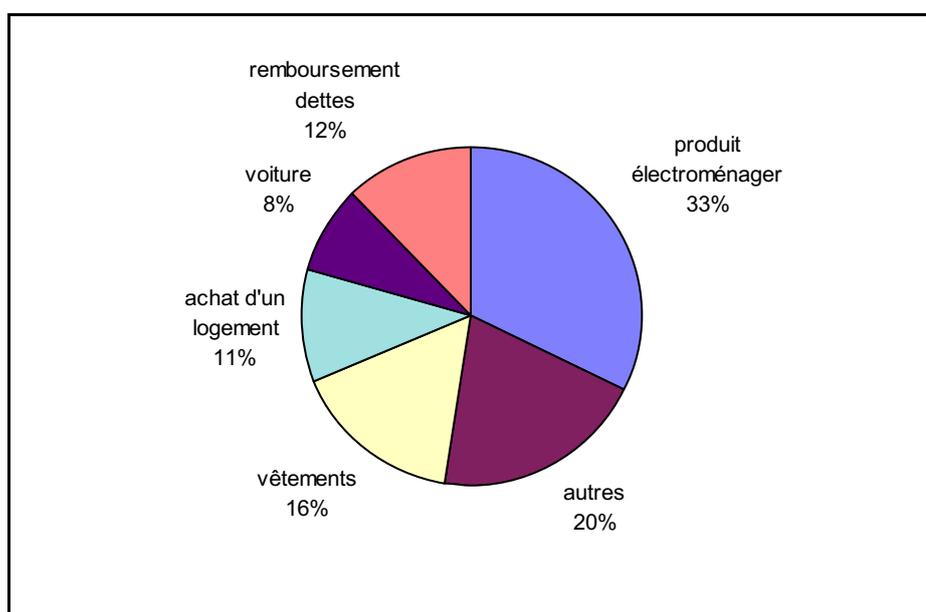
Le crédit aux particuliers

• **Les emprunts**

Selon une enquête menée par ACNielsen, en 1999, **22,8%** des Argentins auraient contracté un emprunt.

De juin 1998 à juin 1999, le montant moyen des prêts bancaires est passé de **5 000** à **3 800 dollars**. Les crédits en cours seraient pour **43,6%** des crédits par carte, pour **27,6%** des crédits bancaires classiques et pour **26,9%** des crédits octroyés par les commerces détaillants.

Destination des crédits en cours - 1999



• **Les crédits non bancaires**

De janvier à octobre 1999, à Córdoba, les demandes de crédits aux institutions financières locales ont augmenté de **50%** comparées à la même période 1998. Des sociétés privées (**Kadicard...**) accordent des crédits à des conditions plus souples que les banques et donc attirent de plus en plus de clients. Les taux se situent autour de 5%-6% par mois. Le montant moyen des crédits est compris dans la fourchette 350 et 500 dollars.

Crédit à la consommation

• Au niveau national

- ◆ Début 2000, selon Ernst & Young Corporate Finance, l'encours des crédits à la consommation était estimé à **8 milliards de dollars** qui sont produits à **60%** par les compagnies financières, à **25%** par les entités non bancaires et à **15%** par les commerces détaillants.
- ◆ Les compagnies financières proposent des taux d'intérêt qui vont de **40% à 60%** et s'adressent aux segments de la population qui ne peuvent pas accéder aux crédits bancaires.

• La grande distribution

En octobre 1999, **Carrefour** accordait des crédits de plus de 2% par mois pour l'achat d'appareils d'électroménager.

La chaîne **Frévega** proposait un intérêt mensuel de 3,5%.

Risque-crédit

• La centrale Seven

Le système Seven est une centrale d'informations qui enregistre les débiteurs de la province de Córdoba. En octobre 1999, elle comptabilisait plus de 442 000 cas d'impayés la plupart sur des prêts personnels.

Système financier

• Fermetures de comptes bancaires

En 1999, **93 147** comptes bancaires ont été fermés, contre 73 461 en 1998, soit une augmentation de **27%**. **85 021** appartenaient à des personnes physiques (+26,1% par rapport à 1998) et 8 126 à des entreprises (+33,9% par rapport à 1998).

D'après *BCRA/Veraz*, en janvier 2000, 3 143 comptes courants ont été fermés, 64% de moins qu'en décembre 1999 et 56% de moins qu'en janvier 1999. C'est le niveau le plus bas depuis novembre 1997.

• Épargne

Début 1999 d'après une enquête d'ACNielsen, seulement **15,8%** des ménages réalisaient une épargne.

77,4% des foyers interrogés déclaraient ne pas pouvoir le faire. **59,6%** des épargnants épargnaient **moins de 10%** de leurs revenus et **21,7% entre 11% et 20%**. Les objectifs de l'épargne étaient :

- la restauration de la maison (26%),
- un voyage (21,7%),
- l'achat d'une maison (19%),
- arrondir les fins de mois (18,4%)
- acquérir une voiture (10,3%).

Brésil

Crédit : dispositions générales

• Le crédit en pourcentage du PIB

- ◆ Au Brésil, le volume des crédits octroyés par le système financier représente **28,5%** du PIB contre 122,6% en Allemagne et 121,3% au Royaume Uni.
- ◆ En 2000, la Banque Centrale table sur une progression de **10%** des crédits accordés par le système financier national.

• Législation

- ◆ Depuis septembre 1999, la Banque Centrale a pris toute une série de mesures pour relancer le crédit.
- ◆ Elle a, entre autres, réduit les provisions sur les dépôts à terme de **20% à 0%** et baissé, en septembre 1999, les provisions sur les dépôts à vue de **75% à 65%** puis à **55%** en mars 2000

• Impayés

En juillet 1999, le taux d'impayés des crédits accordés (plus de 60 jours de retard) par le système financier privé national était de 5,4% contre 5,3% en juin et 5,4% en mai.

Chèques bancaires

Au niveau national

- ◆ En 1999, les chèques refusés ont représenté **3,07%** des **2,6 milliards** de chèques émis contre **4,3%** en 1998. Le pourcentage de chèques sans provision s'est élevé à **0,98%** contre **1,16%** en 1998. En 1999 comme en 1998, **0,15%** des chèques étaient des chèques volés.
- ◆ En janvier 2000, d'après Serasa, les chèques refusés ont été de 9,4 pour 1000 contre 9,5 pour 1000 en janvier 1999.

À Rio de Janeiro

- ◆ En décembre 1999, pour le commerce de Rio de Janeiro, le taux des impayés sur les chèques bancaires a été de 1,13% contre 1,32% en décembre 1998, soit une baisse de 14,4%.
- ◆ En janvier 2000, d'après Telecheque, le taux de chèques impayés a été de 2,99% contre 4,48% en janvier 1998.

• Le montant des crédits

En 2000, les nouveaux crédits aux particuliers devraient s'élever à **9,9 milliards de reais (5,5 milliards de dollars)**, contre **7,2 milliards de reais** en 1999, sur un nouvel encours total, incluant les crédits aux particuliers et les crédits aux entreprises, estimé à **50 milliards de reais (28 milliards de dollars)**.

• La rentabilité des crédits

- ♦ Au 15 septembre 1999, les taux d'intérêt moyens des **crédits personnels** permettaient aux banques d'obtenir une rentabilité nette de jusqu'à 2% par mois ou 26,8% par an.
- ♦ Un **crédit renouvelable (Cheque Especial)** de 100 reais (55,5 dollars) par mois, à 10% par mois, rapporte aux banques 10 reais par mois dont la moitié est provisionnée contre les impayés ; 1,5 real couvre le coût de la collecte et 1,5 real couvre les coûts administratifs et les impôts. Il reste donc 2 reais de bénéfice.

• Les taux d'intérêt à la baisse

Les taux Cheque Especial :

Il s'agit d'un crédit renouvelable adossé à un compte courant.

En mars 2000, la Banque Centrale a décidé de réduire les provisions sur les dépôts des comptes courants de 65% à 55%.

Cet encouragement au crédit a incité les banques à réduire leurs taux d'intérêt :

- ♦ **Bradesco** a réduit de 9,8% à 8,8% par mois son taux **crédit renouvelable Cheque Especial** ; pour les **prêts personnels** le taux oscille entre 3% et 4,5% par mois, 1 point de moins qu'auparavant.
- ♦ **Itaú** : les taux *Cheque Especial* sont passés de la fourchette 7,9%/9,9% à la fourchette 6,9%/8,9%.
- ♦ **Banco do Brasil** : le taux minimum sur les *Cheque Especial* est tombé de 3,85% à 2,95%, le taux maximum se maintenant à 8,5%.
- ♦ **HSBC** : le taux minimum *Cheque Especial* est passé de 6,8% à 6,6% et le taux maximum est passé de 9,4% à 8,9%.

Cette baisse devrait faire progresser les demandes de crédits de 30%.

En février 2000

Les banques **Citibank** et **Santander** proposaient les taux de *Cheque Especial* les plus élevés avec réciproquement 11,76% et 11,51% par mois. C'est **Banco do Brasil** qui avait le taux le plus bas avec 5,41% par mois suivie par **BankBoston** avec 6,75% par mois.

En octobre 1999

Les récentes réductions font suite aux réductions de taux d'octobre 1999 et aux premières mesures adoptées par la Banque Centrale.

Le 1^{er} octobre 1999, la **Caixa Econômica Federal** avait baissé ses taux d'intérêt sur les crédits renouvelables *Cheque Especial* de 7,5% à 6,7% par mois. Cette baisse avait bénéficié aux salariés des 1 500 entreprises avec les quelles la CEF a passé des accords. Pour les autres clients, le taux maximum continuait d'être de 8,5% par mois. Pour les crédits personnels, les taux préférentiels étaient passés de 3/4,1% à 3/3,8% par mois et concernaient près de 1,2 million d'employés.

Juste avant le train de mesures, en septembre 1999,

- ◆ **Itaú** avait abaissé ses taux sur les crédits renouvelables *Cheque Especial* de la fourchette 4,5/10,9% à 3,9/9,9%. Pour les crédits personnels à 12 mois, les taux étaient passés de la fourchette 4,25/5,9% à la fourchette 3,75/5,5%.
- ◆ **Banespa** avait baissé ses taux *Cheques Especial* de 9,5% à 8,3%. Pour les crédits personnels, les taux étaient passés de 6,8% à 4,2%. Le taux sur les cartes de crédit était passé de 9,48% à 8,58%.

Les taux d'intérêt des crédits personnels

La baisse, en octobre 1999, de l'*I/OF* (Impôt sur les Opérations Financières) de 6 à **1,5%** a eu une répercussion sur les crédits personnels : pour un prêt de 1 000 reais à 12 mois et à 5% par mois, la mensualité est passée de 120 reais à 114 reais (de 67 à 63 dollars). L'*I/OF* pèse plus sur les crédits dont les taux d'intérêt sont faibles comme les crédits automobiles par exemple.

• Assurance chômage pour crédits personnels

En février 2000, la société de financement **Losango** (groupe Lloyds TSB) et **Cigna** (assurances) ont mis sur le marché une assurance chômage pour les crédits personnels.

Selon une enquête commandée par Losango, **32%** des interrogés qui refusent de contracter un emprunt le font à cause de la crainte de se retrouver au chômage.

L'assurance qui s'appelle *Seguro Empréstimo Pessoal*, dont le paiement peut être étalé sur 5 mensualités, prévoit un délai de stage de 30 jours en cas de chômage. Pour les travailleurs indépendants, elle prévoit la prise en charge en cas d'incapacité physique temporaire.

Ce produit n'est pas nouveau sur le marché puisque **Fininvest**, en collaboration avec **AIG Unibanco** et **Icatu Hartford**, a lancé une assurance chômage pour les crédits personnels en septembre 1999.

• Internet et les crédits personnels

Le crédit de Bradesco

En février 2000, la banque **Bradesco** a lancé un crédit personnel instantané sur Internet. Les crédits peuvent être immédiatement accordés s'ils ont été auparavant approuvés par la banque et si le contrat a été signé par le demandeur. Pour cette phase préliminaire un formulaire en ligne est à remplir. Les taux d'intérêt sont de 4,5% par mois pour des prêts qui vont jusqu'à 1 an.

Le site Easycred

- ◆ En février 2000, le site **Easycred** la première centrale virtuelle de crédits sur le Net a commencé ses opérations (investissement initial de 2 millions de reais). Le site permet aux PME de contracter des crédits et aux particuliers d'obtenir des crédits personnels, immobiliers, automobile, éducatif et de cartes bancaires. Il permet des simulations avec les offres du marché.
- ◆ L'*Associação Nacional das Instituições de Crédito, Financiamento e Investimento* (Acrefi) va aussi offrir sur son site des lignes de financements.

• Crédits personnels : le marché des moins riches

Les banques et les compagnies financières se disputent, pour les crédits personnels, la clientèle des classes C,D et E de la population qui ne sont pas traditionnellement « bancarisées ».

Pour ces tranches de population les taux d'impayés sont généralement **supérieurs à 10%**. Les taux d'intérêt mensuels sont en moyenne de **10%** et peuvent grimper **jusqu'à 15%** tandis que les taux habituels pour ce type de crédits sont inférieurs à 6%.

Ces taux restent cependant plus accessibles que les taux du *cheque especial* et ceux des cartes de crédit. Les utilisateurs qui font appel à ce type de crédit s'en servent parfois pour éponger leurs dettes.

Tableau 1 : Volume des crédits aux particuliers selon le type des prêts en milliards de reais au 31 décembre 1999

<i>Encours Crédit Renouvelable</i>	<i>Encours Crédit Personnel*</i>	<i>Encours Crédit à la Consommation</i>	<i>Total encours**</i>
5,16	9,2	5,17	19,53

(Source : Banco Central do Brasil/i.F.i.)

* En avril 2000, l'encours des crédits personnels se montait à **11,8 milliards de reais**.

** L'encours des crédits aux particuliers s'élevait, en février 2000, à **21,8 milliards de reais** et en mars à **23,5 milliards de reais**.

Tableau 2 : Taux d'intérêt des crédits aux particuliers selon ANEFAC

1999	Tx du commerce détaillant		Tx de cartes de crédit		Tx « <i>Cheque especiall</i> » Crédit renouvelable		Tx CDC Crédit Direct au Consommateur		Tx des Prêts Personnels bancaires		Tx des Prêts Personnels autres institutions financières		Total : Tx moyen des crédits aux particuliers	
	Tx mois	Tx an	Tx mois	Tx an	Tx mois	Tx an	Tx mois	Tx an	Tx mois	Tx an	Tx mois	Tx an	Tx mois	Tx an
Mars	9,04	182,51	13,45	354,63	13,3	347,46	8,26	159,19	7,9	149,03	13,85	374,24	10,87	248,71
Juil	8,38	162,66	11,74	278,88	11,73	278,48	6,87	121,96	6,03	101,9	12,84	326,14	9,6	200,42
Août	8,24	158,61	10,88	245,33	10,89	245,71	5,88	98,5	5,7	94,49	12,81	324,79	9,07	183,44

Tableau 3 : Taux d'intérêt des crédits, taux de rémunération de l'épargne et *spread* des banques

	①Tx d'intérêt crédits Personnes Physiques*	②Tx de rémunération de l'épargne CDB	<i>Spread</i> (différence①-②)	Tx d'intérêt crédits Personnes Physiques*	Tx de rémunération de l'épargne CDB	<i>Spread</i> (différence①-②)
1999	Taux mensuel			Taux annuel		
Jan	6,96	2,2	4,76	124,26	29,84	94,42
Fév	7,48	2,5	4,98	137,75	34,53	103,22
Mars	7,14	2,4	4,74	128,81	32,89	95,93
Avril	7,16	1,98	5,18	129,24	26,57	102,68
Mai	6,66	1,66	5	116,67	21,8	94,88
Juin	6,39	1,5	4,89	110,17	19,55	90,62
Juil	6,28	1,49	4,8	107,77	19,36	87,41
Août	6,17	1,41	4,76	105,22	18,32	86,9
Sept	6,18	1,41	4,77	105,34	18,31	87,02
Oct	6,08	1,38	4,69	102,97	17,93	85,03
Nov	5,84	1,39	4,45	97,71	18,07	79,64
Déc	5,47	1,4	4,07	89,39	18,13	71,27

	①Tx d'intérêt crédits Personnes Physiques*	②Tx de rémunération de l'épargne CDB	<i>Spread</i> (différence①-②)	Tx d'intérêt crédits Personnes Physiques*	Tx de rémunération de l'épargne CDB	<i>Spread</i> (différence①-②)
2000	Taux mensuel			Taux annuel		
Jan	5,18	1,39	3,79	83,29	18,01	65,28
Fév	5,28	1,38	3,89	85,34	17,94	67,4
Mars	4,94	1,39	3,55	78,28	18,01	60,27

(Source : Banco Central do Brasil/i.F.i.)* inclut le Crédit Renouvelable, le Crédit Personnel et le Crédit à la Consommation

- ◆ Le gouvernement brésilien a pris toute une série de mesures pour favoriser la baisse des taux de crédit. L'effort devrait se poursuivre tout au long de l'année 2000.
- ◆ La baisse des taux pour les crédits aux particuliers s'explique en partie à cause de la réduction, en octobre 1999, de 6% à **1,5%** de l'IOF (*Imposto sobre Operações Financeiras*, Impôt sur les Opérations Financières).
- ◆ D'autre part, depuis le 31 mars 2000, les institutions financières doivent fournir des informations de plus en plus détaillées sur leurs opérations de crédits : taux moyens, taux plancher et taux plafond... Pour le crédit renouvelable, l'obligation est effective depuis octobre 1999 : les banques doivent rendre publics les taux au jour le jour avec les maximums et minimums.
- ◆ Les prêteurs doivent depuis octobre 1999 informer les centrales de risque-crédit à partir de prêts de 20 000 reais (11 111 dollars) au lieu de 50 000 reais (27 778 dollars) antérieurement.

Tableau 4 : Taux d'intérêt des crédits selon leur type

1999	Taux d'intérêt crédits personnes physiques selon le type des crédits					
	Taux mensuel			Taux annuel		
	Crédit Renouvelable	Crédit Personnel	Crédit à la Consommation	Crédit Renouvelable	Crédit Personnel	Crédit à la Consommation
Jan	8,52	6,45	4,87	180,1	119,9	82
Fév	8,27	6,04	4,81	204,3	127,2	92,9
Mars	9,62	7,73	5,94	173,4	126	88,2
Avril	8,46	6,1	4,49	193,6	119,4	79,1
Mai	8,74	6,37	4,52	173,2	109,7	69,9
Juin	8,56	6,02	4,29	167,8	101,7	65,4
Juil	8,79	6,33	4,3	162,6	102	61,9
Août	8,59	6,26	4,25	157	100,5	61
Sept	8,34	5,85	4,06	161,6	97,9	61,2
Oct	7,95	5,4	3,72	162,2	94	58,3
Nov	7,68	5,24	3,54	153,9	90,3	55
Déc	8,27	5,86	4,01	138,8	86,5	53,7

2000	Taux d'intérêt crédits personnes physiques selon le type des crédits					
	Taux mensuel			Taux annuel		
	Crédit Renouvelable	Crédit Personnel	Crédit à la Consommation	Crédit Renouvelable	Crédit Personnel	Crédit à la Consommation
Jan	7,75	4,8	3,35	144,9	75,56	48,57
Fév	8,03	4,85	3,38	152,72	76,49	49,05
Mars	7,75	4,47	3,05	144,84	68,94	43,48

(Source : Banco Central do Brasil/i.F.i.)

Tableau 5 : Crédits personnels : taux d'intérêt bancaires fin 1999

	Prêt moyen	Prêt maximum	Prêt minimum
Prêts personnels au 11 nov 99	4,93%	5,5%	4,2%
Prêts personnels au 11 oct 99	5,09%		

(Source : Fundação Procon)

Tableau 6 : Crédits personnels : taux moyens les plus bas et les plus élevés...

... au 6 janvier 2000

	<i>Prefixado</i> (taux fixe)		<i>Pós-fixado</i> (taux variable)	
	Institution/Banque	Taux % mois	Institution/Banque	Taux % mois
Taux les plus bas	DaimlerChrysler	1,96	BB-Financiera	0,66
	Lloyds TSB Bank PLC	2,14	Bandeirantes	1,09
	Schahin	2,23	Mercantil do Brasil	1,25

Taux les plus élevés	Lloyds TSB SA	13,18	Caixa Econômica Federal	4,83
	FMX S/A SCFI	14,13	Banque Banesp (São Paulo)	4,84
	Crefisa CFI	15,39	Araucaria SA	5,35

(Source : Banco Central do Brasil)

... au 10 avril 2000

	<i>Prefixado</i> (taux fixe)		<i>Pós-fixado</i> (taux variable)	
	Institution	Taux % mensuel	Institution	Taux % mensuel
Taux les plus bas	BVA	0,8	ING Bank NV	0,48
	Lloyds TSB Bank PLC	1,38	Bandeirantes	0,84
	BBA-Creditanstalt	1,78	BB-Financeira	1,19

Taux les plus élevés	Ficsa	11,82	Caixa Econômica Federal	4,42
	Masterplan	12,34	Baneb	4,54
	Crefisa	14,26	Banque Banespa (Paraná)	5,21

(Source : Banco Central do Brasil)

Tableau 7 : Cheque Especial : taux moyens les plus bas et les plus élevés...

Il s'agit d'un crédit renouvelable adossé à un compte courant.

... au 6 janvier 2000

Taux les plus bas	<i>Prefixado (taux fixe)</i>	
	Institution/Banque	Taux % mensuel
	Ribeirão Preto	2,39
	Potencial	2,61
	Cruzeiro do Sul	2,93

Taux les plus élevés	Boavista InterAtlântico	11,95
	Mercantil-Finasa	11,98
	Citibank	14,54

(Source : Banco Central do Brasil)

... au 10 avril 2000

Taux les plus bas	<i>Prefixado (taux fixe)</i>	
	Institution/Banque	Taux % mensuel
	Cruzeiro do Sul	1,53
	Fleming Graphus	2,48
	Potencial	2,49

Taux les plus élevés	Boavista InterAtlântico	11,42
	Mercantil-Finasa	12,1
	Citibank	13,73

(Source : Banco Central do Brasil)

Tableau 8 : Cheque Especial Prefixado : taux moyens les plus bas et les plus élevés

Enquête réalisée au début de chaque mois auprès des 14 plus grandes banques de détail du pays.

2000	Taux mensuels les plus bas		Taux mensuels les plus élevés	
	Taux	Institution/Banques	Taux	Institution/Banques
Jan	8,2	Caixa Nosso Banco/CEF	10,7	Real/Bandeirantes
Fév	8,2	Caixa Nosso Banco	10,7	Real/Bandeirantes

(Source : Fundação Procon de São Paulo)

• Au niveau national

Début 2000, les taux d'intérêts des Crédits Directs au Consommateur accordés par les banques étaient en moyenne de 5%. Plus généralement, les taux mensuels du système financier national et des commerces détaillants sont en moyenne de 8,76%. Tous ces taux ont diminué jusqu'à 30% à la suite de la décision du Comité de Politique Monétaire de baisser les provisions sur les dépôts à terme de 20% à 0%.

• À São Paulo

En septembre 1999, les taux des crédits à la consommation accordés par les commerces de São Paulo étaient en moyenne de 3% contre 7,7% auparavant.

• Crédits de la grande distribution

Les taux offerts en mars 2000...

- ◆ Les taux d'intérêt consentis dispensés par les enseignes de la distribution variaient de 3% à 9%.
- ◆ **Carrefour** prélevait un taux de 6,6% pour des paiements en 6, 9 et 12 fois mais il n'y avait pas d'intérêt pour les paiements en 3 fois.
- ◆ Toujours en mars 2000, **Casas Bahia**, la chaîne d'électroménager (204 magasins dans tout le pays), fournissait, depuis les fêtes de fin d'année, un crédit sur 8 mois à un taux de 3% par mois contre un crédit de 12 mois et un taux de 6,9% en 1998. En septembre 1999, Casas Bahia proposait déjà des taux de 3% au lieu de 6,6% sur les produits de la ligne blanche et sur les portables.

... et pour les fêtes de fin d'année

- ◆ Pour les fêtes de la fin de l'année 1999, les chaînes de magasins avaient augmenté la durée des crédits accordés et ont réduit les taux d'intérêt. Depuis novembre 1999, **C&A** avait allongé à 7 mois les délais de paiement de ses clients sans taux d'intérêt.
- ◆ **Tele Rio** proposait un crédit sur 5 mois sans intérêt pour l'électroménager (produits blancs) contre 4 mois en 1998. Les financements sur 12 mois avaient des taux de 4,9% contre 6,14% en 1998. Les ventes à terme représentent 30% des ventes de la chaîne.

• Le crédit par chèque

En janvier 2000, selon *Telecheque*, les facilités de paiements accordés grâce aux chèques postdatés représentaient 62,2% des chèques émis contre 64,5% en novembre 1999 et 63,8% en décembre 1999 alors que les paiements par chèque pouvaient se faire en 3 fois. Les consommateurs brésiliens ont donc manifesté de la méfiance à l'égard des paiements étalés (certains commerçants ont proposé des paiements jusqu'en 7 fois) qui leur ont été proposés pour la fin de l'année.

Tableau 9 : Taux moyens les plus bas et les plus élevés...
...au 6 janvier 2000

	<i>Prefixado</i> (taux fixe)		<i>Pósfixado</i> (taux variable)	
	<u>Institution</u>	<u>Taux % mensuel</u>	<u>Institution</u>	<u>Taux % mensuel</u>
<u>Taux les plus bas</u>	<u>Boavista InterAtlântico</u>	<u>1,26</u>	<u>Nossa Caixa-Nosso</u>	<u>1,41</u>
	<u>BB-Financeira</u>	<u>1,39</u>		
	<u>Sofisa</u>	<u>1,48</u>		

<u>Taux les plus élevés</u>	<u>Prosper</u>	<u>8,43</u>		
	<u>Banestes</u>	<u>8,68</u>		
	<u>Intermedium-CFI</u>	<u>12,02</u>	<u>Bco do Est. De Goiás</u>	<u>3</u>

(Source : Banco Central do Brasil)

... au 10 avril 2000

	<i>Prefixado</i> (taux fixe)		<i>Pósfixado</i> (taux variable)	
	<u>Institution</u>	<u>Taux % mensuel</u>	<u>Institution</u>	<u>Taux % mensuel</u>
<u>Taux les plus bas</u>	<u>John Deere</u>	<u>0,9</u>	<u>HSBC Bank Brasil</u>	<u>2,46</u>
	<u>Boavista Interatlântico</u>	<u>1,11</u>		
	<u>Sofisa</u>	<u>1,15</u>		

<u>Taux les plus élevés</u>	<u>ASB</u>	<u>9,17</u>		
	<u>Intermedium</u>	<u>10,48</u>		
	<u>BBM</u>	<u>11,33</u>	<u>Caixa Econômica Federal</u>	<u>3,43</u>

(Source : Banco Central do Brasil)

• Les consultations de *Telecheque* et du SPC

- ◆ En 1999, le service *Telecheque* (ville de São Paulo), qui est le thermomètre des ventes au comptant et des ventes avec des chèques postdatées, a reçu **17,87 millions** de consultations, soit **9,1%** de moins qu'en 1998 (19,6 millions de consultations).

D'après l'*Associação Comercial de São Paulo*, le *Service Central de Protection du Crédit*, qui est le thermomètre des ventes à terme, a enregistré **16,15 millions** de consultations, soit **1,4%** de moins qu'en 1998 (16,3 millions de consultations).

Risque-crédit

• La Serasa

Fin 1999, Serasa, société de renseignement qui appartient à un groupe de banques a lancé un projet qui permet de savoir moyennant l'octroi d'une note depuis combien de temps les demandeurs de prêts occupent leur poste de travail, s'ils ont honoré les échéances de leurs précédents crédits....

Serasa détient des informations sur plus de **110 millions** de Brésiliens.

• Le SII

En août 1999, la *Federação das Associações Comerciais de São Paulo* (*Facesp*) a lancé le système *Sistema de Informações Integradas* (*SII*) qui unifie les données de tous les *Services Centraux de Protection du Crédit* (*SCPC*) de l'État.

Cette facilité de consultation a permis un gain de temps pour les commerçants qui étaient avant obligés de consulter chaque service local du lieu de résidence de ses clients sollicitant un crédit.

Cette simplification a permis une légère réduction des taux des crédits à la consommation commerciaux. Depuis fin 1999, le SII est connecté aux SCPC des États de Rio de Janeiro, Minas Gerais et Mato Grosso do Sul.

Système financier

• Épargne des ménages

Au 31 décembre 1999, le solde des carnets d'épargne détenus par les Brésiliens s'est élevé à **111,14 milliards reais** tandis qu'en janvier 1999 il était de **108,27 milliards de reais**.

- **Dépôts bancaires**

Taux annuels de rémunération des dépôts bancaires

	à 30 jours	à 60 jours	à 91 jours
3 janvier 2000 tx min/tx max (rémunération mensuelle)	13,61 / 20 (1,07 / 2,01)	14,91 / 20,35 (1,16 / 1,56)	13,78 / 19,3 (1,09 / 1,48)
30 décembre 1999 tx min/tx max (rémunération mensuelle)	13,22 / 18,8	14,91 / 20,35	13,79 / 19,2

.

- **Comptes bancaires**

En octobre 1999, les agios pour les découverts bancaires des comptes courants étaient en moyenne de **173%** par an.

- **Le coût d'une transaction bancaire sur le Net**

Selon **Bradesco**, le coût moyen d'une transaction bancaire effectuée dans une agence est de **1,07 dollar**. Si la même transaction se fait par Internet, le coût tombe à **0,1 dollar**. Le coût d'une transaction sur le Net revient donc **entre 10% et 15%** moins cher.

Chili

Crédit : dispositions générales

• Impayés

Au 3^{ème} trimestre 1999, les impayés bancaires représentaient **1,71%** de l'encours des crédits du système contre 1,8% au second trimestre et 1,45% au 4^{ème} trimestre 1998.

C'est la filiale de la banque **Nación Argentina** qui a enregistré le plus fort taux d'impayés avec 8,27% contre 11,8% en juin. **Sud Americano** a suivi avec 3,41% de son encours.

Crédit à la consommation

• Encours

- ◆ D'avril 1990 à avril 1999, les crédits à la consommation accordés dans le pays ont augmenté de **517%** en passant de 354 milliards de pesos à 2 185 milliards de pesos (**4,56 milliards de dollars**).
- ◆ En septembre 1999, l'encours des crédits à la consommation depuis janvier s'est élevé à 2 119 milliards de pesos (**environ 4 milliards de dollars**). C'est un record à la baisse depuis les 2 071 milliards de pesos d'octobre 1997. En effet, depuis juillet 1998, la contraction a été continue. C'est seulement après septembre 1999 que la production de crédits s'est améliorée :
 - ↳ en octobre 1999, pour la 1^{ère} fois en un an et demi, l'encours des crédits à la consommation, depuis janvier 1999, a enregistré une progression positive de 0,08% par rapport à septembre, à 2,13 milliards de pesos (environ 4 milliards de dollars), mais une chute de 9% par rapport à octobre 1998.
 - ↳ en novembre 1999 l'encours depuis janvier était de 2 150 milliards de pesos (environ 3,96 milliards de dollars) quantité comparable aux 2 125 milliards de pesos de novembre 1997 et aux 2 175 milliards de pesos de décembre 1997.
- ◆ De juillet 1998 à novembre 1999, l'encours des crédits à la consommation a diminué de presque 5%.
- ◆ De décembre 1997 à novembre 1999, le poids des crédits à la consommation dans l'encours des crédits est passé de **10,4% à 8,4%**.

• Taux d'intérêt

Au mois d'août 1999, les taux d'intérêt des crédits à la consommation à 6-24 mois oscillaient entre 1,65% et 2% par mois en pesos. Les taux à 25-48 mois oscillaient entre 1,58% et 2%.

• Classement bancaire

- ◆ Au 1^{er} semestre 1999, **Conosur** (famille del Río) occupait toujours la 1^{ère} place en termes de crédits à la consommation avec une PDM de **15,5%** et un encours de 332 milliards de pesos chiliens, **665 millions de dollars**, soit +1,1% par rapport au 1^{er} semestre 1998.
- ◆ Le N°2 **Banco Santander** gérait un encours de 302 milliards de pesos, **605 millions de dollars**, soit un recul de 13,7% comparé au 1^{er} semestre 1998. Sa PDM est ainsi passée de 14,31% à **14,13%**.
- ◆ Toujours au 1^{er} semestre 1999, la banque ayant enregistré la plus forte hausse de ses placements a été **Citibank** : +118% (297 milliards de pesos prêtés). Ce bond s'explique par l'incorporation d'**Atlas**, en mars 1999, qui a fait passer la PDM de la banque de 5,5% à **presque 14%**.

• Les banques et les crédits à la consommation

De janvier à novembre 1999,

- ◆ **28,3%** des crédits distribués par **Citibank** étaient des crédits à la consommation, contre 16% en 1998. Cette hausse s'explique par l'absorption de **Financiera Atlas**.
- ◆ **Corp Banca** destinait **17,2%** de ses crédits à la consommation. Comparée à 1998, il y a une augmentation due à l'absorption de **Financiera Condell**.
- ◆ Pour **BankBoston**, la part des crédits à la consommation dans la production totale de crédits était de **12%**, un pourcentage proche de ceux pratiqués ces 3 dernières années.
- ◆ **9,8%** des crédits produits par la **Banque Santander** étaient des crédits à la consommation contre 12% en 1997.
- ◆ La banque **Sud Americano** est passée d'un encours de 11,2% en 1997 à un encours de **4,6%** essentiellement à cause de la vente à Corp Banca de **Corfinsa**.

Systeme financier

• Nombre d'entités financières

En décembre 1998, le système bancaire chilien était constitué de **32** institutions dont **11** banques privées nationales, **17** banques étrangères, **3** sociétés financières (pas de comptes courants et pas d'opérations de commerce extérieur possibles) et **1** banque publique.

- **Dépôts bancaires**

D'avril 1990 à avril 1999, les **dépôts à vue** dans le pays ont augmenté de **104%** en passant de 1 631 milliards de pesos chiliens à 3 334 milliards de pesos chiliens, **6,9 milliards de dollars**.

Les **dépôts à terme** ont progressé de **160%** en passant de 5 851 milliards de pesos à 15 261 milliards de pesos (**32 milliards de dollars**).

- **Comptes bancaires**

De novembre 1990 à février 1999, le nombre de comptes courants est passé de **645 834** à **1,2 million**.

Mexique

Crédit : dispositions générales

• L'embellie en 2000

Entre décembre 1994 et décembre 1999, les crédits bancaires ont reculé de **39%**. Et, rien qu'entre juin 1998 et juin 1999, les prêts bancaires ont chuté de 31%.

En revanche, en 2000, les prêts bancaires devraient croître d'environ **5%**.

• Poids et concentration des crédits

- ◆ Au Mexique, le volume des crédits octroyés par le système financier représente **17,7%** du PIB
- ◆ Seulement **27%** des ressources totales de la banque commerciale correspondent à des actifs de crédit.
- ◆ Les 6 principales banques qui octroient des crédits **Banamex, Banorte, Santander, Bancomer, Bital** et **BBV** représentent **68%** de l'encours total.

• Législation

En avril 2000, une nouvelle législation sur le crédit est entrée en vigueur visant à encourager l'endettement à long terme.

• Crédit aux entreprises

Selon l'enquête trimestrielle (septembre-décembre 1999) du *Banco de México (Banxico)*, seulement **38,2%** des entreprises mexicaines ont accès aux crédits à cause de taux d'intérêt trop élevés.

• Taux d'intérêt

En août 1999, les taux de crédit étaient en moyenne de 36,48%.

• Le Programme *Punto Final*

Le 30 septembre 1999, a pris fin le programme *Punto Final* (Point Final), adopté en mars 1999, de restructuration des dettes des entreprises et des particuliers (pour les prêts immobiliers) qui le souhaitaient.

Les remises ont été de 45% sur un montant maximal de 10 millions de pesos, 1 million de dollars.

Mais, pour les prêts immobiliers, les remises de dettes pouvaient aller jusqu'à 50% de l'arriéré.

1,14 million de débiteurs ont adhéré à ce programme qui a permis aux 6 principales banques du pays de voir leurs impayés baisser de 27% de janvier à septembre (100 milliards de pesos).

Crédit à la consommation

• Les acteurs au niveau national

- ◆ Au 31 décembre 1999, l'encours des crédits à la consommation était de 34 milliards de pesos, 3,5 milliards de dollars, soit une augmentation de 11,5% par rapport à 1998 et de 15,3% comparé à 1997. En 1998, l'évolution avait été de 3,4% par rapport à 1997. L'encours progresse donc de plus en plus.
- ◆ **Banamex** et **Bancomer** détiennent 80% du marché de ce segment.

• La distribution spécialisée

Elektra

Elektra est la chaîne commerciale leader pour les ventes en électronique, ligne blanche et meubles pour la maison avec 847 magasins au Mexique et 99 dans 5 pays d'Amérique du Sud.

Sa stratégie se base sur l'offre de crédit aux classes sociales qui ne peuvent accéder aux crédits bancaires afin de leur permettre d'acquérir des produits de première nécessité.

La chaîne de magasins d'électroménager a reçu l'aval de Standard & Poor's (B+) pour son bon de 250 millions de dollars émis jusqu'en 2008. Cette qualification reflète, selon la firme d'études, un « profil commercial solide et la perspective positive de l'industrie du commerce au Mexique ainsi que la forte rentabilité affichée par Elektra résultant de ses opérations de crédit ». Il est vrai que l'enseigne a réalisé de belles performances grâce à ses crédits d'achat de produits électroménagers, adaptés aux classes socio-économiques de faibles ressources.

Le groupe détient 18,6% du capital de TV Azteca pour laquelle il a investi 107 millions de dollars. Enfin, Elektra possède un contrat d'exclusivité pour les opérations de transfert d'argent à travers une alliance stratégique avec Western Union Financial Services.

• Buró de Crédito

Présentation

Buró de Crédito est un organisme de renseignement sur la solvabilité des clients (particuliers et entreprises) demandeurs de crédits.

Cet organisme a été créé en 1996, à la suite d'un appel d'offres lancé par L'**Asociación de Banqueros de México** et remporté par la compagnie d'information de crédit nord-américaine **Trans Union**.

37 banques et **163** entreprises non bancaires sont aussi actionnaires du Buró de Crédito. Les établissements financiers fondateurs s'engagent à partager leurs fichiers de débiteurs.

En juillet 1999, le Buró de Crédito possédait les historiques, sur 2 ans, de **25 millions** de crédits à des particuliers (contre 14 millions en 1996) et de **1,2 million** de crédits à des entreprises.

Prestations

Sur chaque emprunteur le **Buró de Crédito** fournit les renseignements suivants : nombre de crédits contractés, nom de l'organisme prêteur, date d'octroi, montant, dernier paiement effectué, montant déjà remboursé, type de crédits, montants et nombre des retards de paiement.

Parmi ses prestations figurent : alertes sur d'éventuels fraudes, informations sur la concurrence...

Depuis l'été 1999, le Buró offre à ses clients de l'information sur la concurrence.

Le Buró a un portefeuille de **310** clients dont 120 pour les entreprises et 190 pour les particuliers. En 2000, ces nombres devraient passer respectivement à **300** et **250**.

Consultations

En 1999, la banque de données du **Buró** a répondu à **320 000** consultations mensuelles, soit **200%** de plus qu'en 1998. Cette augmentation ne traduit pas forcément une hausse de l'octroi de crédits. En 1996, le service recevait, en moyenne, 200 000 consultations par mois et avant la crise de 1997, 300 000 consultations. En 1998, la moyenne a été de 150 000 consultations par mois.

En 2000, Buró devrait recevoir environ, en moyenne, **400 000** consultations par mois.

• Equifax de México

Une autre entreprise de renseignement commercial nord-américaine **Equifax** s'est aussi attaquée, toute seule, à ce marché et détenait, en septembre 1999, des informations sur **8 millions** de crédits.

- **La banque étrangère**

En juillet 1999, d'après la CNBV, la **banque étrangère** détenait **18,32%** des actifs du système bancaire national contre 1,6% en 1994. Le capital étranger représentait 22,38% de l'encours de crédit.

En 2000, les opérations de rapprochement entre entités bancaires nationales et étrangères ont continué.

4. Cartes de crédit

À l'heure du développement technologique et même du commerce virtuel, une simple opération comme le paiement en espèces se fait désormais de plus rare au profit des paiements électroniques.

Mais le paiement électronique par carte suscite, automatiquement, la mise en route d'un crédit octroyé jusqu'au moment effectif du débit sur le compte bancaire de son détenteur.

Une grande partie des systèmes de crédit est ainsi fondée sur les **cartes de crédit** au sens large du terme.

Celles-ci prennent, d'année en année, une importance croissante dans les économies des principaux pays d'Amérique Latine. En **Argentine**, par exemple, dans la ville de Córdoba, le 2^{ème} centre économique du pays derrière la capitale, 33% des achats s'effectuent désormais par carte de crédit. Et au **Brésil**, dans 5 ans, les paiements électroniques de produits et services avec des cartes de débit et de crédit représenteront **50%** des transactions du commerce détaillant brésilien.

Dans cette partie de l'étude sont, précisément, analysées les **cartes de paiement bancaires** et **privatives**, ainsi que les **cartes de fidélité**.

Enfin, cette partie serait incomplète sans le **commerce électronique**, élément indissociable de la monétique.

Amérique Latine

Les cartes privées

• Esso Card

Le groupe pétrolier a lancé une carte de crédit internationale en Amérique Latine.

Elle fonctionne depuis mai 1999 au Chili, a été lancée au Brésil et en Argentine en septembre 1999 et en Uruguay et au Paraguay au 1er trimestre 2000. Le lancement dans ces 5 pays a nécessité un investissement de 60 millions de dollars. Viendront ensuite la Colombie, l'Équateur, le Pérou et le Venezuela.

La carte est réservée aux entreprises ayant un parc d'au moins 10 véhicules. La carte permet, sans annuité, de payer tous les produits et prestations des stations service Esso (essence, réparations...). Elle sert aussi à payer les autoroutes comme c'est déjà le cas au Chili.

La commission versée par les pompistes au pétrolier sera de 3%.

• AAdvantage

La carte de crédit AAdvantage (programme de voyageur fréquent et qui permet de gagner un mile par dollar, ou son équivalent en monnaie locale, dépensé) d'American Airlines est co-marquée de plusieurs façons dans la Région :

AAdvantage-Citibank : Argentine, Bolivie, Brésil, Chili, Colombie, Costa Rica, Guatemala, Mexique, Panama, Paraguay, Pérou, République Dominicaine, Trinidad, Uruguay, Venezuela.

AAdvantage-Citibank-Diners Club : Argentine.

AAdvantage-Diners Club : Équateur.

AAdvantage-Credicard : Brésil.

AAdvantage-Credicard-Diners Club : Brésil.

Commerce électronique

En 2003, selon IDC et Star Media, dans la Région, le commerce électronique pourrait générer un chiffre d'affaires **d'environ 8 milliards de dollars** contre **300 millions de dollars** en 1998, soit un bond de **375%** et la plus forte croissance au monde. Le développement d'Internet en Amérique Latine est incontestable, cependant, les bureaux d'études avancent des chiffres pouvant varier du simple au double.

De 1999 à 2002, le CA de la publicité sur le Net devrait passer de **20 millions de dollars** à **400 millions de dollars** (2 à 3% du CA total du secteur).

En règle générale, le commerce B2B se développe plus rapidement que le commerce B2C à cause, entre autres, du faible taux de « bancarisation » des pays latino-américains.

En 2003, selon The Boston Group, les ventes de détail B2C on-line de la Région pourraient atteindre 3,8 milliards de dollars.

En 1999, les achats on-line des Latino-américains se sont élevés à 167 millions de dollars dont 77 millions de dollars correspondent aux achats effectués sur les sites de la Région - 68 millions de dollars en provenance du Brésil, 4,6 millions de dollars du Mexique, 1,5 million de dollars d'Argentine - et 90 millions de dollars aux achats sur des sites nord-américains.

En termes de nombre de transactions, selon IDC, 75% des achats des internautes latino-américains sont effectués en dehors de la Région tandis que 90% des internautes des États-Unis font leurs achats électroniques dans leur pays.

16% des internautes latino-américains font des achats on-line. 77% de leurs achats concernent les livres, les ordinateurs, les produits électroniques et les aliments.

En 2002, dans la Région, il devrait y avoir **entre 25 millions** (Delect-IDC) **et 34 millions** (Saatchi Saatchi) d'utilisateurs d'Internet contre les 8,5 millions d'internautes actuels, soit une progression oscillant **entre 194% et 300%**.

Utilisateurs d'Internet en Amérique Latine en 2000 (Source : IDC)	
Brésil	2,66 millions
Mexique	1,54 million
Argentine	0,72 million
Colombie	0,66 million
Venezuela	0,37 million
Chili	0,21 million
Autres pays	2,32 million
TOTAL	8,48 millions

Argentine

Les cartes en chiffres

• Émission et circulation

Données clés

- Début 2000, il y avait, en Argentine, 11,5 millions de cartes de crédit actives :
8 millions de cartes bancaires appartenant à 3 millions de personnes
et 3,5 millions de cartes non bancaires.
- 158 types et marques de cartes de crédit non bancaires actives existent dans le pays.
- Sur les 200 000 commerces affiliés à au moins un réseau de cartes, seulement 120 000 sont actifs.
- Le pays représente un potentiel de 7 millions de cartes supplémentaires.

Sur la période octobre 1999-janvier 2000, l'émission de cartes de crédits a diminué de 50%. Ce sont les consommateurs dont les revenus ne dépassent pas **1 000 dollars** par mois qui ont le plus de mal à accéder à ce moyen de paiement. De plus, la loi 25 065, promulguée en octobre 1999, impose des timbres fiscaux oscillant entre 10 dollars et 50 dollars pour l'ouverture d'un nouveau contrat ce qui dissuade les petits revenus de recourir à l'usage d'une carte de crédit. Il faut savoir que pour les banques un détenteur de carte n'est rentable qu'à partir de **200 dollars** de dépenses mensuelles.

• Transactions

- Les achats de détail se font par carte à hauteur de **25%**, en espèces à hauteur de 74% et par chèque à hauteur de 1%.
- En 1999, le montant des opérations a stagné par rapport à 1998 (+18%). Pour cette année, les estimations tablent sur une reprise générant une progression de **15%**.

• Législation

- Depuis octobre 1999, la nouvelle loi sur les cartes de crédit (N° 25 065) régit les commissions prélevées sur les ventes des commerçants pour les paiements par cartes de crédit et limite les taux imposés aux utilisateurs fixant un plafond de 32%. Cette dernière mesure signifie que le taux ne peut pas dépasser de 25% le taux adopté pour les prêts personnels. Cette loi réglemente aussi les intérêts que les banques comptent à leurs clients pour les soldes impayés.
- La loi stipule que les commissions prélevées, aux **120 000** commerçants agréés, sur chaque paiement par carte ne pourront dépasser les **5%** (contre 7,9% auparavant) ni être inférieures à **2%**. Il ne doit pas y avoir plus de 3 points de différence entre les commerces d'une même branche. Le délai pour créditer les comptes des commerces affiliés est passé 48h à 14 jours.
- La loi impose que toutes les opérations se fassent sur autorisation. Depuis avril 2000, les commerces affiliés sont équipés d'un lecteur POS qui interroge automatiquement la centrale d'autorisations. Le coût d'utilisation d'un tel équipement est de 78 dollars HT par mois.
- Les établissements émetteurs de cartes ont créé des centres de réclamations pour recevoir les plaintes des consommateurs à qui on appliquerait des prix différents suivant un paiement par carte ou en espèces. Malgré cela, les paiements par carte continuent parfois d'être surfacturés de 5% à 10% par rapport aux paiements en espèces.
- Avec cette nouvelle loi, la baisse des commissions devrait provoquer une perte de **140 millions de dollars** par an pour le secteur et les banques pourraient retirer de la circulation environ 3 millions de cartes détenues par les porteurs qui dépensent **moins de 200 dollars** par mois. Parallèlement, **80 000** commerçants pourraient se voir privés de ce système de paiement. En effet, les banques laisseraient tomber ceux qui facturent environ moins de 6 000 dollars/mois, seuil de rentabilité pour les nouvelles commissions. Ainsi, 80% des commerces de détail - ces 80% génèrent **20%** des ventes avec carte dans le pays - pourraient se trouver en difficultés pour continuer à adhérer à ces réseaux de cartes.
- Les quelque 150 émetteurs non bancaires (en 1998, CA de 1,5 milliard de dollars) qui sont en majorité des coopératives de consommateurs et des établissements financiers devraient subir un recul de l'ordre de 60% de leur chiffre d'affaires. Ces établissements s'adressent en priorité aux segments C3 et D1 de la population dont les revenus vont de 400 à 800 dollars par mois et qui sont traditionnellement délaissés par les banques.
- Ainsi, la plupart des supermarchés, qui payaient auparavant près de 1% de commission (jusqu'à 10% pour les commerces détaillants), ont été obligés de négocier avec Visa et Mastercard pour trouver un nouvel accord.
- Visa, la 1ère, a donc redéfini les nouvelles règles du jeu en établissant, à compter de novembre 1999, une commission de 4,3% pour les supers et hypermarchés, avec des délais de paiement par les organismes de crédit rallongés de 2 à 10 jours.

- En avril 2000, **Mastercard** (la licence appartient à The Exxel Group) a baissé de **50%** le taux des commissions demandées aux commerçants et a réduit de 14 jours à **48 heures** le temps nécessaire pour créditer les comptes de ses affiliés. La commission maximale est maintenant de **2,5%** et le taux moyen est de **1,5%**. Les chaînes de distribution vont acquitter des commissions un peu inférieures à **1%**. Les principales banques du pays s'opposent à cette mesure populaire et menacent de boycotter la marque. La décision a été prise pour relancer les transactions avec cette carte qui en janvier-février 2000 ont chuté de 6% par rapport à janvier-février 1999.
- Un nouveau projet de Loi est en préparation par le gouvernement qui permettrait aux banques d'exiger, sans recourir à la Justice, le paiement des impayés (au-delà de 3 mois) uniquement si le débiteur reconnaît ses dettes et si leur montant dépasse 1 000 dollars. Le titulaire de la carte disposerait de 60 jours pour contester ses achats. Cette concession accordée par le gouvernement permettrait de baisser les taux d'intérêts d'entre 5 à 8 points. Les banques mettent en avant actuellement un taux d'impayés de 15% pour soutenir cette initiative gouvernementale.

• Taux d'intérêt

En janvier 2000, les taux annuels étaient en moyenne de 39% en pesos et de 29% en dollars (la parité étant toujours de 1 peso argentin = 1 US dollar).

En juillet 1999, la *Secretaría de Industria* avait dénoncé 14 banques (Citibank, Banco Río, HSBC-Banco Roberts, Francés, Bansud, Caja de Ahorro, Corp Banca, Provincia, Provincia de Santa Cruz, del Sol, Galicia - pour ses cartes Visa -, Mercantil et Compañía Financiera Argentina) qui avaient modifié le calcul de l'intérêt payé par les utilisateurs de cartes de crédit sans les prévenir.

Ces institutions prenaient comme référence la date d'achat au lieu du jour de liquidation du commerçant. Le temps moyen entre le jour d'achat et le jour de liquidation étant de 10 jours, les intérêts, pour les détenteurs de cartes, couraient donc sur 10 jours supplémentaires.

• Impayés

Sont déclarées impayées les créances non recouvrées dans les 30 jours suivant la date du résumé envoyé par le commerçant. En avril 2000, le taux d'intérêt appliqué sur les impayés était, en moyenne, de 39% par an. American Express proposait un taux de 27% avec son nouveau produit Balance Transfer qui accepte les dettes contractées avec d'autres marques de cartes.

Le taux d'impayés qui était de 6% en 1998 approchait les 10% fin juillet 1999. De janvier au 10 juin 1999, le taux d'impayés a progressé de 30%.

Les catégories socio-économiques les plus concernées par les impayés sont celles qui perçoivent des revenus mensuels de 400 à 600 dollars.

- **Les cartes internationales**

Visa

La marque, qui a émis dans le pays **6,5 millions** de cartes, a lancé, fin avril 1999, un programme de fidélisation pour récompenser ses plus fidèles clients avec des cadeaux.

Mastercard

Fin 1999, Mastercard devait introduire dans le pays le porte-monnaie électronique Mondex pour des transactions de faibles montants.

Diners

La 4^{ème} carte du pays en chiffre d'affaires, émise par Citibank, offre le programme Diners Gifts qui permet de gagner des agendas électroniques, des ordinateurs, des livres et des CD pour tout paiement effectué avec la carte.

- **Les cartes régionales**

Les cartes Mira et Tarjetas del Mar

L'entreprise Tarjetas del Mar, appartenant au Banco de Galicia, via la filiale Tarjetas Regionales, et au Banco Provincia, dirigée par Alberto Maleplate, est propriétaire et opératrice de la carte Mira (ville de Mar del Plata). Les quelque 50 000 utilisateurs de la carte ont des revenus oscillant entre 300 et 700 dollars mensuels. La facturation avoisine les 4 millions de dollars par mois.

En août 1999, les banques Provincia et Galicia ont conclu un accord pour se partager la propriété et la gestion de Tarjetas del Mar. Le holding Grupo Bapro (Banco Provincia) a créé Bapro Medios de Pago pour être présent sur le marché des cartes non bancaires régionales. El Bapro a déboursé 5 millions de dollars pour acheter à la banque Galicia une partie de sa participation dans Mira la Tienda Los Gallegos.

Credired

C'est la carte non bancaire qui compte le plus grand nombre d'utilisateurs dans l'aire métropolitaine de Buenos Aires avec **plus de 220 000** cartes.

Credencial

La carte Credencial est utilisable dans 130 000 points d'acceptation en Argentine, en Uruguay, au Paraguay et au Chili et permet des retraits dans 4 500 DAB.

La société a investi 5 millions de dollars pour atteindre 400 000 cartes en circulation au début de cette année.

Fin 2000, elle devrait compter 800 000 clients.

Des accords ont été passés avec Banco Macro (Provinces de Jujuy et Salta) et Banco Comafi (Province de Tucumán) qui assurent le paiement des salaires dans ces provinces. Credencial propose sa carte aux 120 000 clients de Macro en leur offrant des remises de 10% sur les achats dans les supermarchés, des bons de réductions dans les commerces, le tirage au sort d'une voiture et l'accès à des crédits personnels à des taux avantageux.

L'entreprise souhaite aussi administrer les cartes d'autres entreprises :

- ↪ Ainsi, elle gère les cartes des 40 000 clients de Montecar à Mendoza.
- ↪ Elle a passé un accord avec Financiera Columbia pour fournir des cartes à ses membres.
- ↪ Des accords ont aussi été passés avec des enseignes de la grande distribution : Disco et Aragone (Columbia)..
- ↪ Avec l'Association des Concessionnaires de Volkswagen une carte à puce va être émise pour conserver l'historique de chaque voiture de la marque avec l'enregistrement des opérations d'entretien permettant le cumul de points de fidélité qui faciliteront l'achat d'un nouveau véhicule. La carte servira aussi pour payer les assurances, l'hôtel...
- ↪ En janvier 2000, Credencial et l'Israélien OTI ont signé un accord de coopération pour développer une carte intelligente qui permettra l'utilisation de 4 marques différentes de cartes de crédit.

CSU CardSystem qui est le plus gros administrateur de moyens de paiements électroniques d'Amérique Latine, avec 5 millions de cartes, a commencé ses opérations dans le pays en février 2000. La société a passé un accord stratégique avec la carte Credencial. Le but de CardSystem est de détrôner le leader du secteur Banelco en proposant ses services aux cartes internationales présentes dans le pays.

Credencial Argentina et Solidaridad (l'œuvre sociale de l'Association Bancaire de Buenos Aires, OSBA) ont signé un accord fin décembre 1999 pour lancer la carte **Credencial Solidaridad Salud**. Cette carte destinée aux 350 000 affiliés de Solidaridad leur permet de financer leurs dépenses de santé ainsi que leurs dépenses de consommation courante. La carte permet aussi le paiement des impôts.

Provencred

La carte, anciennement propriété du Banco de Mayo, appartient maintenant à la Banque Citibank. Son parc est de 750 000 cartes émises dans tout le pays dont 400 000 actives.

En juin 1999, la carte de crédit a émis une nouvelle version : un cobranding avec Honda. Provencred avait déjà un cobranding avec la Universidad Empresarial Siglo 21.

Consumor

Cette carte de crédit non bancaire, propriété de la famille Huberman, est active depuis une dizaine d'années dans la zone ouest du Grand Buenos Aires. **Plus de 300 000** cartes sont en circulation et des agences en propre existent à San Miguel, Merlo, Morón, San Justo, Moreno, Laferrère, Luján (villes de la Province de Buenos Aires)...

• Les cartes privatives

Giesso

La chaîne de vêtements Giesso a passé un accord avec Visa et Banco Privado pour émettre une carte de crédit. Le programme de fidélisation Giesso Style & Services prévoit pour l'utilisation de la carte le cumul de points qui pourront s'échanger contre des billets d'avion ou par des avoirs. Les autres produits fidélisants sont : entretien des costumes, vente téléphonique, accès privilégié aux soldes...

Travelpass

Fin 1999, 1 million d'exemplaires de la carte multi-commerces Travelpass (étaient en circulation contre 600 000 en juin de la même année. Propriété de Multibrand et émise en septembre 1998 par Shell, Banco Galicia, Telecom et Supermercados Norte, Travelpass enregistre, en moyenne, 20 000 nouveaux porteurs par mois.

La carte qui offre un programme de fidélisation (points acquis lors des achats chez les membres du réseau et dont le cumul donne droit à des prix, à des billets d'avion, à des voyages) couvre aussi, depuis août 1999, la province de Córdoba et compte dans peu de temps être utilisable dans tout le pays. En juin 1999, le programme de fidélisation fonctionnait dans le Grand Buenos Aires, à Rosario, et dans les villes de Pergamino, de Tandil, de Gualeguaychú et de Concordia.

Travelpass demande aux enseignes clientes (dont les ventes peuvent croître de 5 à 7% grâce au programme) un droit d'entrée dans le réseau de 1 million de dollars.

En plus des 4 initiateurs, en juin 1999, les sociétés adhérentes au programme étaient : Personal, Arnet, Ventura, Musimundo, Grimoldi, Hush Puppies, Bridgestone, Firestone, Open Sports, El Mundo del Juguete, Yenny, El Ateneo et Perfumerías MS.

Les banques et les cartes

- **Le Banco de Galicia**

Début 2000, le nombre de cartes en circulation de la banque était de **700 000**.

- **Le Banco Sudameris**

En août 1999, la filiale argentine de la Banque brésilienne Banco Sudameris (Grupo Banca Commerciale Italiana, 30 agences dans le pays) a noué une alliance stratégique avec le Grupo Brasil (plus de 200 entreprises argentines et brésiliennes) en lançant la carte de crédit **Grupo Brasil-Sudameris Visa** qui offre, entre autres, l'accès à des programmes de voyageurs fréquents.

Commerce Électronique

Fin 1999, il y avait, selon les sources, entre 700 000 et 920 000 internautes dans le pays. En 1999, les ventes de détail on-line ont été d'environ 1,5 million de dollars. 28% des internautes argentins ont déjà acheté sur le net selon une étude rendue publique fin 1999 par BCG.

En janvier 2000, selon la Cámara de Comercio Electrónico (CACE), il y avait, dans le pays, plus de 400 sites de e-commerce permettant d'effectuer des transactions commerciales en ligne.

Siscard System a lancé dans le pays une carte de crédit virtuelle.

Brésil

Les cartes en chiffres

• Transactions et cartes en circulation

Selon Abecs

Année	Transactions (Mds\$)	Δ %/année précédente	Nombre de transactions (millions)	Δ %/année précédente	Nombre de cartes en circulation (millions)	Δ %/année précédente
1991	5,23		105,7		7,9	
1994	10,32	+62,32	210,3	+5,18	11,24	+33,37
1995	21,34	+106,78	319	+51,69	14,36	+27,79
1997	27,88	+9,23	516,7	+18,22	19,38	+12,42
1998	32,03	+14,86	641,2	+24,1	22	+13,5
1999	41,97Mds reais	+31,25	770,3	+20,14	23,6	+7,27
2000 P		+35				

Entre 1991 et 1998, les transactions en dollars ont fait un bond de **512,4%**, et leur nombre a augmenté de **628,8%**.

Entre 1991 et 1999, le nombre de cartes en circulation a progressé de **198,7%**.

Selon Credicard

Année	Transactions en Mds reais	Δ %/année précédente	Nbre de transactions en millions	Δ %/année précédente	Nbre de cartes en circulation en millions	Δ %/année précédente
1999	37,9	+17,2	579	+19,1	23,5	+34,3
2000 P	49	+30				

En 1999, les transactions par cartes de crédit des Brésiliens à l'étranger ont chuté de **39%** comparées à 1998 à **2,2 milliards de reais**. Ces transactions ont représenté à peine **5,7%** des transactions totales contre 10,9% en 1998.

En 1999, les transactions effectuées par les touristes étrangers au Brésil ont augmenté de **51%** par rapport à 1998 à **1,3 milliard de reais**. Cette forte poussée s'explique par la dévaluation du real en janvier 1999.

• Transactions et cartes de crédits en 2000

Selon Abecs

Année 2000	Transactions (Mds reais)	Δ %/mois précédent	Nombre de transactions (millions)	Δ %/mois précédent	Nombre de cartes en circulation (millions)	Δ %/mois précédent
Janv.	3,6	+2,6/ janv '99	72,8	+10,61/jan '99	23 ,74	+0,62 +7,29/jan '99
Février	3,4	-5,56 +6,25/fév '99	68,4	-6,04 +21,5/fév '99	23,8	+0,42
Mars	3,6	+5,88	73,5	+7,46	24,01	+0,88

Selon Credicard

Année 2000	Transactions (Mds reais)	Δ %/mois précédent	Nombre de transactions (millions)	Δ %/mois précédent	Nombre de cartes en circulation (millions)	Δ %/mois précédent
Janv.	3,6	-20 +27,2/jan '99	55	+33/jan '99	23,2	
Février	3,5	-4	54	+38/fév '99	23,3	

• Part des transactions par carte dans la consommation privée

Les paiements électroniques représentent actuellement **15%** des règlements effectués dans les commerces du pays.

Selon l'entreprise Tecnologia Bancária (TecBan), dans 5 ans, les paiements électroniques de produits et services avec des cartes de débit et de crédit représenteront **50%** des transactions du commerce détaillant brésilien.

- La participation des cartes de crédit dans la consommation privée est passée de 2,5% en 1994 à **6%** en 1999. L'essor remonte à 1997 quand les supermarchés ont commencé à accepter ce moyen de paiement. En 1999, les aliments ont représenté **9,9%** des achats effectués par carte et les dépenses automobile **3,8%**.
- En 1998, **5,3%** des dépenses familiales étaient payées par carte bancaire contre 2,6% en 1994.

En 1998, les **cartes professionnelles** ont représenté **4,3%** des transactions du secteur, soit 1,4 milliard de reais (= 756,75 millions de dollars) et étaient, en décembre 1999, au nombre de **450 000**. D'ici 5 ans, ce segment pourrait représenter **entre 7% et 10%** du marché. Seulement **2%** des billets d'avion sont achetés avec des cartes professionnelles.

Fraudes et falsifications

Les fraudes provoquent environ **2 milliards de dollars** de pertes par an, soit **0,2%** des transactions.

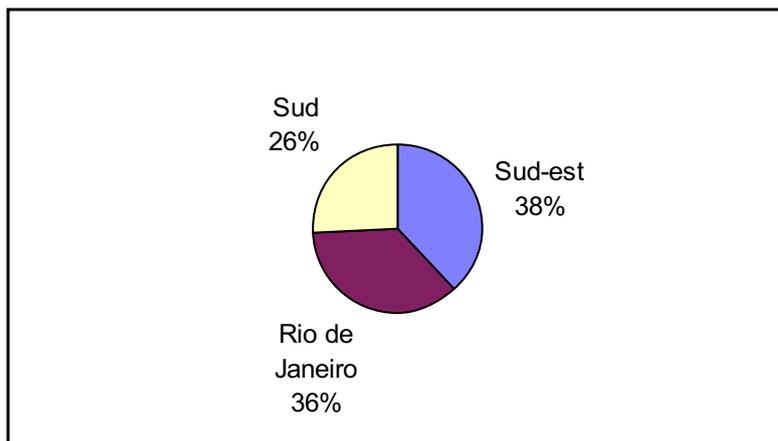
• Les porteurs

Le profil du porteur type de carte de crédit est un homme âgé de 25 à 45 ans, vivant dans le Sudeste et dont les revenus oscillent entre 500 reais et 2 000 reais (**entre 279 et 1 111 dollars**).

Les femmes représentent **46%** des porteurs de cartes de crédit contre 40% au moment du Plan Real.

Pourcentage de brésiliens détenteurs d'une carte de crédit

dans les principales régions :



• Les transactions par carte de débit

En 1998, d'après Credicard, la part de la carte de débit dans les moyens de paiement était de 2% contre 0,7% en 1996, ce qui représente une hausse de 185%. Inversement le nombre de chèques émis est passé de 4,4 milliards en 1994 à 2,7 milliards en 1998. Le coût de traitement d'un chèque est de 1 dollar contre 0,2 dollar pour une transaction par carte de débit.

Données clés

- En 1999, le montant des transactions par cartes de débit a été de 5,7 milliards de reais, 56% de plus qu'en 1998.
- Le nombre de cartes de débit émises, par 41 institutions financières, a atteint les 39 millions d'unités.
- Les dépenses moyennes par carte on se sont élevées à 64 reais.
- Les principales cartes de débit sont **Redeshop, Cheque Eletrônico, Maestro et Electron.**
- 80% des transactions sont localisées dans la région Sud-est du pays.
- En 2000, le montant des opérations par carte de débit devrait croître de 20% à 25%.

• Impôts

En août 1999, l'Impôt sur les Opérations Financières (IOF) sur les achats effectués avec les cartes de crédit internationales était passé de 2% à 2,5% puis est retombé à 2% depuis février 2000 comme l'a demandé le FMI.

L'actualité des cartes

• Les cartes internationales

Credicard

Présente sur le marché brésilien depuis 1971, Credicard détient presque 50% du marché des cartes de crédit. C'est le plus gros émetteur de cartes du pays. Ses actionnaires sont les banques Citibank, Itaú et Unibanco.

Son parc de cartes propres, co-brandées, d'entreprise, privées est de 8 millions de cartes de crédit (cartes de crédit locales, internationales, gold, corporate, avec accès aux guichets automatiques des banques adhérentes et du réseau international Cirrus) et de 15 millions de cartes de débit (liées au réseau RedeShop Maestro au Brésil et dans le monde).

En 1997, Credicard a créé la marque RedeShop (la 1ère à avoir opéré de manière totalement électronique) pour des cartes de crédit dirigées à des consommateurs qui ne pouvaient auparavant accéder à des cartes de crédit classiques. RedeShop est aussi le plus important réseau de débit du pays avec 30 000 établissements affiliés, 15 millions de cartes actives et plus de 6 millions de transactions annuelles traitées.

Les cartes Credicard sont utilisables dans 300 000 points d'acceptation (grâce au réseau Redecard créé en 1996) dans le pays dont 50 000 reliés au centre de traitement de données du groupe.

Pour être plus efficace, le groupe s'est scindé en 3 divisions : une unité chargée de l'émission des cartes ; une chargée du traitement et Redecard, responsable des relations avec les commerces adhérents.

Créée 1994, Fiat Credicard est la carte de crédit co-brandée la plus importante, avec 425 000 unités. En septembre 1999, a été lancée une nouvelle carte : Fiat Credicard Visa (3 versions locale, internationale et gold). Les achats réalisés avec cette carte donnent droit à des points pour l'achat d'un véhicule Fiat neuf. En 1998, la marque a vendu 11 000 véhicules par ce biais (3% de ses ventes dans le pays).

En août 1999, l'assurance Tranquilidade Total a été lancée (vie, assurance décès et invalidité...). Elle est destinée aux détenteurs de la carte aux revenus supérieurs à 300 reais par mois (167 dollars). Les groupes bancaires associés à ce lancement sont Itaú, Unibanco et Chubb do Brasil. Les cotisations mensuelles sont de 3,99 reais (2,2 dollars) pour les cartes RedeShop et de 5,9 reais (3,3 dollars) pour les cartes Credicard. Jusqu'à maintenant, le groupe compte 480 000 assurés au Brésil.

En décembre 1999, Credicard a commencé la commercialisation de sa carte Platinum et table sur un parc de 3 000 cartes fin 2000. www.credicard.com.br, le site de la société permet maintenant aux porteurs de consulter leur compte.

Mastercard

En 1999, la compagnie a investi 10 millions de reais en publicité (**5,5 millions de dollars**). Elle cherche aussi à augmenter le nombre d'institutions émettrices qui sont 70 actuellement. Entre fin 1998 et août 1999, 14 nouvelles banques ont choisi d'émettre la carte.

*D'avril à juin 2000, les porteurs des cartes Mastercard et Mastercard Eletronic pourront gagner 25 000 reais (**13 889 dollars**). Le but de ces campagnes de promotion est de parvenir à une augmentation moyenne des transactions mensuelles par porteur de **30%**. **Actuellement la moyenne est de 2,7 achats par mois et par carte.***

*Cette année, l'objectif est de faire passer le nombre de commerces affiliés de 420 000 à **520 000**.*

En août ou en septembre de cette année, la marque devrait lancer sur le marché national sa carte à puce (2k).

La marque possède dans le pays environ 1 000 DAB.

Visa

La présence de Visa au Brésil est importante et son développement se poursuit, grâce à divers angles d'attaque :

Visanet

En août 1999, l'entreprise responsable de gérer les transactions des **480 000** commerçants affiliés, possédait **plus de 110 000** terminaux dont **70%** étaient déjà dotés de lecteur de chips. Les terminaux POS (Point Of Sale équipé d'un lecteur de carte) de Bull sont remplacés depuis fin octobre 1999 par les VeriFone, Hypercom et ICS-Dassault.

En 2000, Visanet va investir 100 millions de reais (**55,5 millions de dollars**) dans le commerce électronique, dans la conversion d'équipement pour la lecture de cartes à puce, dans le développement du réseau d'établissements affiliés. En 1999, la filiale du groupe a facturé 500 millions de reais (**278 millions de dollars**) et table sur un chiffre d'affaires de 2 milliards de reais (**1,1 milliard de dollars**) en 2000. L'an dernier, le réseau a crû de **40%** à São Paulo et de **41%** dans les États du Sud du pays.

Cartes intelligentes (*smart cards*)

En août 1999, Visa a commencé le remplacement, à Campinas (cette ville a été choisie car elle a accueilli le projet pilote de porte-monnaie électronique Visa Cash), de ses **21,5 millions** de cartes (crédit et débit) à bandes magnétique en circulation par des cartes à puce (**70 millions de dollars** d'investissement). Cette 1^{ère} phase s'est achevée en janvier 2000 (150 000 cartes remplacées). L'opération devrait durer 3 ans. La nouvelle carte pourra inclure, au moins, 5 produits : crédit, débit, porte-monnaie électronique, fidélisation et Crédit Direct au Consommateur. Un pool de fournisseurs a été constitué (Gemplus Bank Note, Daruma-Orga, Schlumberger, G&D et CSM Cartões de Segurança) qui produit 3 millions de cartes par mois.

Visa mall

VisaMall (visamall.com.br) est le 1^{er} magasin virtuel créé au Brésil, dès mai 1998. Ce site utilise le modèle SET (*Secure Electronic Transaction*).

Depuis fin 1999, plus de 500 établissements sont affiliés au système et 500 000 cartes sont en circulation. Le site a été financé par les sociétés Visa do Brasil, Banco do Brasil, Bradesco et Banco Real qui y ont investi 500 000 dollars chacune.

Cartes de péage

En juin 1999, le concessionnaire routier Triângulo do Sul (groupe Leão & Leão) a lancé en association avec Visa do Brasil le premier système de paiement par carte bancaire du pays sur l'autoroute Washington Luiz (SP-310) qui relie São Carlos à São José do Rio Preto.

Pour Visa, l'objectif est d'être présent dans 70% des péages privatisés du Brésil en 2000.

Cartes de motivation

En mai 1999, en association avec Banca Nazionale del Lavoro (BNL) et Top Mind-Publicidade e Marketing (PMI), Visa a lancé une carte de crédit permettant de récompenser avec des prix les meilleurs salariés des entreprises.

La 1^{ère} carte, **Motivation Card Visa**, était destinée à l'équipe de force de vente d'Esso.

Les cartes Electrón et Platinum

En décembre 1999, dans le pays, il y avait **14 millions** de cartes **Visa Electrón** en circulation et Visa détenait un parc d'**environ 12 000** cartes de crédit **Platinum** (dont 10 000 émises par Bradesco). Ces dernières donnent accès à des lignes de crédit supérieures à 20 000 reais par mois (**10 810 dollars**). Le montant des opérations par carte de crédit Platinum est en moyenne de 3 000 reais par mois (**1 622 dollars**) contre 600 reais (**324 dollars**) pour la carte **Gold** et 150 reais (**81 dollars**) pour la carte **Classic**.

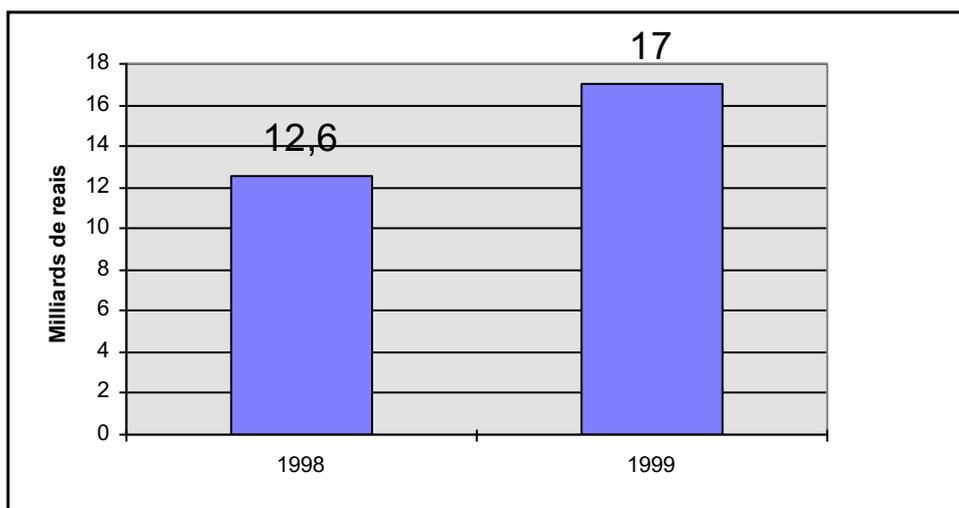
Les chiffres d'affaires de 1999 et de 2000

En janvier 2000, Visa do Brasil a affiché le second plus important chiffre d'affaires mensuel de son histoire dans le pays avec 1,75 milliard de reais derrière son record, en décembre dernier, de 2,3 milliards de reais.

En 1999, l'entreprise a généré un chiffre d'affaires de **17 milliards de reais**, soit une augmentation de **35%** par rapport à 1998.

En 2000, le groupe table sur une augmentation de 47% du montant des transactions réalisées avec ses cartes contre 35% en 1999.

Le CA de Visa do Brasil (en milliards de reais)



Diners Club International

Avec **540 000** cartes en circulation, le Brésil est le 3^{ème} pays sur les 65 pays franchisés que compte la carte dans le monde et le 1^{er} pour l'Amérique Latine. En juin 1999, l'entreprise a même ouvert un bureau à São Paulo.

La carte a investi 2,5 millions de reais pour refondre son programme de fidélisation *Rewards*, lancé en 1993, en s'associant, notamment, au Programme de voyageur fréquent *Smiles* de Varig (en plus de sa participation à 21 autres programmes aériens de ce type), le plus important programme aérien du pays.

American Express

Amex a 70% des 500 plus grandes entreprises brésiliennes comme clientes pour les voyages d'affaires. 25% des dépenses payées avec Amex sont des corporates.

American Express vend le plan de prévoyance privée d'AGF Brasil Seguros par carte. Grâce à cela les AGF espèrent gérer des fonds d'1 milliard de dollars dans les 5 ans à venir. Les porteurs de cartes Personal, Gold et Premium, avec des revenus minimums de 2 000 reais par mois (**1 111 dollars**), peuvent bénéficier de ce plan moyennant une mensualité de 80 reais (**44 dollars**).

- **Gestion et administration des cartes**

CSU CardSystem

En 1999, l'entreprise a investi 18 millions de reais en technologie surtout pour prévenir le *bug* de 2000.

EDS

La société détient 5% du marché du traitement des cartes.

- **Les cartes privatives**

Carte Confiança

La chaîne de supermarchés D'Avó (5 points de vente dans la zone est de São Paulo) a lancé il y a 2 ans la carte **Confiança**, **la première carte intelligente utilisée dans le commerce alimentaire**. La carte à puce est une carte de crédit renouvelable, avec un plafond de 1 100 reais (**611 dollars**) et un plancher de 110 reais (**61 dollars**), qui enregistre les habitudes d'achat des consommateurs et leurs 10 derniers passages aux *check-outs* des supermarchés.

Hipercard

João Carlos Paes Mendonça, actionnaire de la chaîne de supermarchés Bompreço (Ahold), est propriétaire de Hipercard Administradora de Cartão de Crédito qui administre la carte **Hipercard**. Acceptée dans **plus de 30 000** commerces de 7 États du Nord-est, la carte est détenue par **753 000** titulaires (**1,29 million** de cartes émises) qui ont généré en 1998 un chiffre d'affaires de 102 millions de reais (85 millions de dollars) et un bénéfice de 16,6 millions de reais (14 millions de dollars).

Boticário

En mai 1999, la chaîne de magasins de produits de beauté et de cosmétiques a lancé sa carte privative et co-marquée pour permettre à ses clients d'accumuler des points convertibles en cadeaux chez Saraiva, McDonald's, TAM, Editora Abril, CNA-Inglês, Turma da Mônica et Prime Tour Agência de Turismo.

Smart Club

En mai 1999 a été lancée sur le marché la 1^{ère} carte privative avec un programme de « multifidélisation » dont la campagne publicitaire a coûté 7 millions de reais. En décembre 1999, **1,1 million** de cartes Smart Club étaient en circulation. En 1999, **8 millions** de transactions ont été enregistrées représentant un montant de 800 millions de reais (444 millions de dollars). Parmi les associés du programme de fidélisation, se traduisant par le cumul de points-cadeaux, figurent Bradesco, Globopar, Shell, Lojas Americanas, TAM et Rede Brasil Sul.

Les banques et les cartes

Bradesco

En 1999, le segment des cartes de crédit de la banque a généré un chiffre d'affaires de 4,5 milliards de reais (**2,5 milliards de dollars**).

Bradesco détient un portefeuille de **15 millions** de cartes en circulation.

D'août à octobre 1999, la banque a commercialisé ses cartes **Visa** et **Mastercard (Gold et International)** par la TV, grâce à un accord avec Shoptime (1,7 million d'abonnés dans le pays). Les rabais sur les cotisations étaient de 50%.

Santander

En juin 1999, la filiale brésilienne de la banque espagnole a lancé la carte de crédit **SuperCartão**. Plus le crédit revolving (rotativo) est utilisé plus le taux de crédit baisse (entre 80% et 50% du taux normal qui est de 11%).

Unibanco

La banque développe avec la revue *Caras* une carte co-marquée Visa (cet été suivra une carte co-marquée Mastercard) qui devrait attirer avant la fin de l'année **35%** des **240 000** abonnés de la revue. Unibanco émet déjà des cartes co-marquées avec les revues *Quatro Rodas* et *Veja*. Sur son portefeuille de **3 millions** de cartes bancaires **900 000** appartiennent à ce segment.

En septembre 1999, Unibanco a lancé la 1^{re} carte de crédit virtuelle du monde la e-card. L'objectif est d'arriver après un an de mise sur le marché à un chiffre d'affaires mensuel de 10 millions de reais (5,5 millions de dollars) et à **1 million** de clients. De septembre 1999 à janvier 2000, **330 000** cartes avait été émises dont 12 000 ont été utilisées en janvier. La transaction moyenne par carte est de 107 reais (**59 dollars**). Le taux d'activation de la carte devrait passer d'ici septembre de cette année de 4% à 10%.

Commerce électronique

En août 1999, 60% des 500 plus grosses entreprises du pays avaient un site et 29% d'entre elles faisaient du commerce *on-line*.

En 1999, le Brésil a absorbé **88%** des ventes de détail *on-line* de la Région, soit **68 millions de dollars**. **32%** des internautes brésiliens (dont aujourd'hui 37% sont des femmes) ont déjà effectué un achat par transaction électronique et **54%** d'entre eux ont renouvelé l'opération.

Début 2000, suivant les sources, le nombre d'internautes variait **de 2,6 millions à 4 millions**.

Selon Merrill Lynch, en 1998, 6 millions de Brésiliens ont payé leurs impôts via Internet.

Chili

Les cartes en chiffres

• Transactions et nombre de cartes en circulation

Données clés

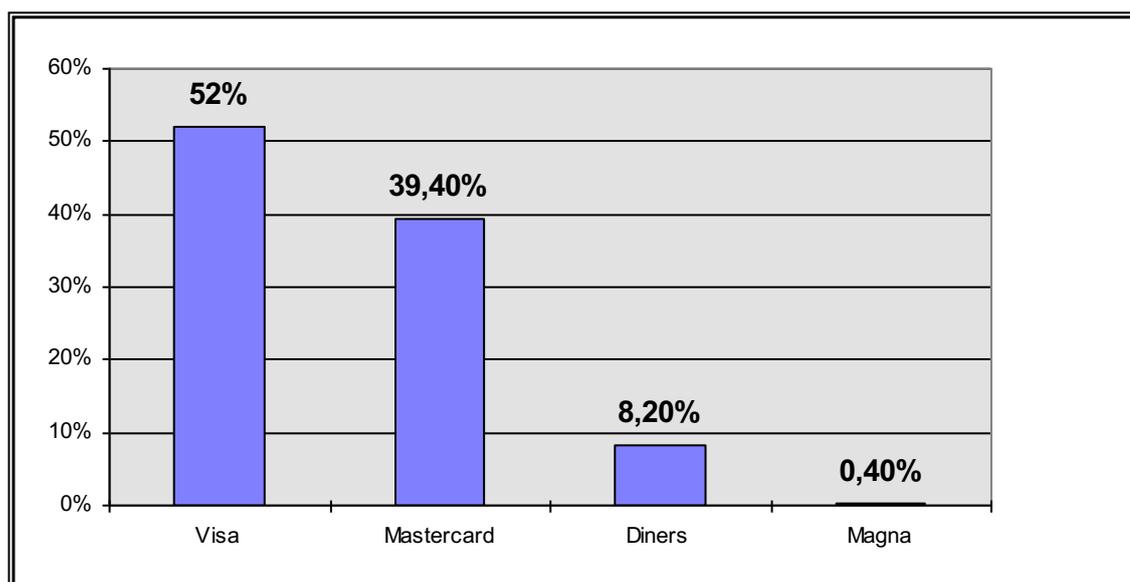
- En 1999, les transactions réalisées avec des cartes de crédit se sont montées à **1,49 milliard de dollars**, soit une hausse de **3,4%** par rapport à 1998.
- Les opérations effectuées par des Chiliens sur le marché national ont atteint **1,31 milliard de dollars** et les transactions réalisées par des étrangers dans le pays se sont montées à **175 millions de dollars**.
- Le montant des transactions des cartes de crédit privatives a chuté de **16,2%** tandis que celui des opérations des cartes émises par les banques a progressé de **5,9%**.
- Cette année, les transactions devraient croître de **15%** à **1,71 milliard de dollars**.
- En 1999, le nombre de cartes de crédit en circulation a reculé de **5,2%** à **2,15 millions** d'unités.
- Il y a **2 410** DAB dans le pays.

L'actualité des cartes

• Les cartes internationales

Classement 1999

Les parts de marché des cartes de crédit - 1999



American Express

En août 1999, American Express et **CorpBanca** ont annoncé un accord qui permettra à cette banque de délivrer des cartes American Express au Chili, qui utiliseront le peso. En février 2000, **Transbank** et **Banco Santiago** ont aussi obtenu la franchise pour émettre des cartes Amex.

• Gestion et administration des cartes

Procard

- ↳ La multinationale Equifax (propriétaire au Chili de Dicom) a acheté à BST Consulting Group la société Procard, spécialiste de la gestion de cartes de crédit.
- ↳ Procard, créée en 1995, administre les cartes de crédit Visa, Mastercard, Diners et Magna. Elle gère les cartes de Citibank, Atlas, Banco Santiago, Security, ABN Amro, Banefe, Banco Internacional, CorpBanca, Diners, Supermercados Jumbo, Líder, Unimarc, Farmacias Ahumada (Fasacard), Farmacias Brand et Easy Homecenter

- ↪ Selon Intel, en 2003, le commerce électronique (B2B et B2C) généré dans le pays devrait dépasser les 400 millions de dollars sur un total de 8 milliards de dollars pour la Région.
- ↪ Le manque de mécanismes de sécurité pour les transactions électroniques, par cartes de crédit, sur le réseau internet, est l'une des principales causes de son faible développement dans le pays.
- ↪ En effet, selon une récente étude de la Faculté des Sciences Économiques de l'Université du Chili, 37,7% des entreprises avancent cet argument pour refuser de se lancer dans le commerce électronique tandis que 43,1% ne jugent pas utile d'acheter par internet. 26,3% des entreprises sondées ont cependant effectué au moins une fois un achat via internet.
- ↪ Selon les prévisions d'Intel, à la fin de l'an 2000, le nombre d'internautes devrait atteindre 1 million (soit une pénétration de 4 à 5%) contre plus de 200 000 actuellement.

Mexique

Les cartes en chiffres

• Les crédits octroyés

En 1998, le volume des crédits distribués par carte a avoisiné les **1,5 milliard de dollars** contre **8,2 milliards de dollars** en 1993.

• Transactions

- ↪ 18 millions de salaires sont perçus par carte bancaire (7,2 millions dans le secteur public et 10,8 millions dans le secteur privé).
- ↪ Le pays est le plus gros marché de la Région pour les cartes de débit. Actuellement, 90% des transactions de débit sont des retraits sur DAB.
- ↪ D'ici 5 ans, le marché des paiements électroniques sera à parts égales partagé entre le crédit et le débit.

• Falsification et fraudes

- ↪ En matière de fraude par carte bancaire, le Mexique occupe la 2ème place mondiale après la Russie.
- ↪ Au 1^{er} semestre 1999, la fraude avec cartes de crédit et porte-monnaie électroniques a augmenté de 120% par rapport au 1^{er} semestre 1998, ce qui représente des gains illégaux de 200 millions de dollars pour le crime organisé. Un certain nombre de fuites d'informations confidentielles sont le fait d'employés de banque.
- ↪ De janvier 1997 à juin 1998, 45 881 fraudes par cartes de crédit ont été répertoriées pour un montant de **35,5 millions de dollars** dont 24,5 millions de dollars correspondent aux cartes de 14 600 touristes (41% des États-Unis).
- ↪ Les hold-ups bancaires ont occasionné des pertes de 144,34 millions de pesos (16,4 millions de dollars) sur la même période.
- ↪ Distrito Federal a abrité 73% de ces fraudes suivi par l'État de Jalisco (8%) et celui de México (4%).
- ↪ 70 267 entreprises ont été touchées : 14 157 supermarchés, 13 852 restaurants, 7 738 centres de change, 6 717 grands magasins et 5 162 hôtels.

L'actualité des cartes

• Les cartes internationales

Visa México

- ↪ En 1999, Visa International México a facturé 5,05 milliards de dollars avec un parc de 24,5 millions de cartes dont 20 millions sont des cartes de débit Electrón (3,5 millions en 1994). En 1998, ce sont les cartes de débit qui ont permis à Visa de progresser de 17%.
- ↪ En 2004, Visa devrait retrouver son chiffre d'affaires antérieur à la crise de 1994 qui avoisinait 10 milliards de dollars.

• Les cartes privatives

Gasoplus

- ↪ En juin 1999, les **24 000** cartes GasoPLUS de prépaiement de combustibles dont le promoteur FleetOne de México est une filiale de Williams des ÉUA, étaient acceptées dans 600 stations service.
- ↪ Cette carte offre les produits fidélisants suivants : assistance légale, médicale et mécanique dans tout le pays ; affiliation au programme de voyageur fréquent Aadvantage d'American Airlines.
- ↪ Fin 1999, la carte était utilisable dans 2 000 stations, soit dans presque la moitié des stations du pays.
- ↪ En 1999, FleetOne a réalisé des investissements de 15 millions de dollars. Chaque terminal qu'elle met en place coûte 8 000 dollars à sa charge. Une alliance avec la banque Inverlat va permettre aux cartes de débit et de crédit de Visa et de Mastercard d'utiliser ces terminaux.

• Les cartes de remises

- ↪ Il en existe 5 marques dans le pays parmi lesquelles Tarjeta de Descuento para Universitarios, Max Valeu et Porte.
- ↪ Le nombre de titulaires de ce type de cartes est d'environ 150 000.
- ↪ Les entreprises qui veulent faire bénéficier leurs salariés des réductions auxquelles donnent accès ces cartes doivent payer des mensualités qui, dans le cas de la carte Porte, fluctuent de 8 à 24 pesos par mois par employé selon le nombre de travailleurs inscrits.
- ↪ Les salariés qui bénéficient de ces avantages arrivent à économiser par an entre 3 000 et 3 500 pesos (entre 309 dollars et 361 dollars). Porte (commercialisée par Tarjetas de Descuentos y Promociones) a été mise sur le marché en octobre 1999 et table sur 30 000 titulaires pour sa 1ère année de fonctionnement.

- **Grupo Financiero Bital**

Le groupe bancaire détient **25%** du marché des cartes de crédit du pays (**1 400** agences et **1 400** DAB). C'est l'allié stratégique d'American Express au Mexique.

Avec **Bancomer**, Bital détient **50%** du marché de la carte de débit **Visa** dans le pays.

- **Le porte-monnaie électronique Mondex**

Ce standard international a été choisi par **Grupo Financiero Banamex-Accival**, **Bancomer** et **Bital** qui le lanceront en 2001 dans le pays.

Commerce électronique

En 1998, d'après la Secretaría de Comercio, 13% des utilisateurs d'Internet ont acheté en ligne pour un montant total de 220 millions de pesos (22,3 millions de dollars) dont 77% de transactions B2B et 23% B2C.

En 2003, le commerce électronique au Mexique devrait représenter des transactions de 2 milliards de dollars sur un total de 8 milliards de dollars pour la Région.

Le commerce électronique B2B devrait emporter le plus gros morceau, soit 1,4 milliard de dollars, et le B2C 600 millions de dollars.

Selon la société Visa, pour l'instant, moins de 1% des 30 000 sites web mexicains réalisent des opérations de commerce électronique. À peine 20 de ces 300 sites réalisent des transactions 100% internet (sans intervention orale).

Selon l'ITESM, 2 opérations de e-commerce sur 10 se font avec des sites des États-Unis.

Environ 16 000 entreprises font actuellement des transactions en ligne dont 4 000 achètent on-line.

En avril 1999, Prosa, l'entreprise de traitement de transactions électroniques, a mis sur le marché son système Procon de sécurisation des paiements qui permet aux banques Banorte, BBV, Citibank, Serfin, Bital et Inverlat de proposer une affiliation sûre aux commerces qui pratiquent le commerce électronique (30 à 40 entreprises pour le moment).

5. L'Automobile et ses financements

Cette étude du crédit automobile en Amérique Latine présente, tout d'abord, l'évolution des **ventes d'automobiles** dans la Région afin de donner un aperçu du marché automobile en général. Dans l'ensemble, durant 1999, hormis au Mexique, l'industrie automobile des principaux pays de la zone a connu une période difficile. Cependant, elle devrait brillamment inverser la tendance cette année.

Le taux de motorisation en Amérique Latine est encore loin des taux européens et du nord de l'Amérique et laisse donc prévoir, dans les 10 années à venir, ***une forte progression de l'équipement des ménages en automobiles.***

Les dernières tendances **d'achat de véhicules** par les consommateurs latino-américains sont également analysées. En effet, les conducteurs des principaux pays d'Amérique Latine achètent désormais des voitures de plus en plus petites. En 1999, en règle générale, il n'y a pas eu de flambée des prix et les voitures appelées « populaires » sont de plus en plus accessibles pour les salariés appartenant à la catégorie socio-économique moyenne.

Le **crédit automobile** a, certes, souffert des effets de la crise de l'an dernier mais, cette année, l'octroi des prêts devrait repartir sur des bases plus saines.

Globalement, ce sont **les sociétés de financement des constructeurs automobiles** qui, commercialement, s'avèrent les plus entreprenantes en enlevant, de plus en plus, des parts de marché aux banques et aux institutions de crédit traditionnelles.

Argentine

L'état des lieux du secteur

En 1999, les ventes de voitures neuves ont accusé un recul de 15% par rapport à 1998 et, cette année, la tendance devrait se poursuivre si l'Argentine ne connaît pas une véritable reprise de la consommation. Le PIB escompté en 2000 est de 3,5% et donc l'optimisme est de rigueur. Nul doute que, cette année, le secteur automobile devrait se relever en profitant du retour de la croissance.

L'arrêt du plan de prime à la casse, en mars, a mal été perçu par les constructeurs d'autant qu'ils doivent acquitter un nouvel impôt sur les véhicules fabriqués. Ils ont répercuté cette taxe sur le prix de vente final des véhicules. En outre, l'augmentation du prix de l'essence risque d'ajouter un autre motif pour décourager les conducteurs argentins d'acheter une nouvelle voiture.

• **L'équipement des Argentins en automobiles**

L'Argentine présente un fort potentiel pour le futur d'équipement en automobile.

En effet, d'après une enquête d'ACNielsen, en 1999, 59,2% des Argentins n'avaient pas d'automobile.

En 1998, dans la province de Córdoba, par exemple, il y avait 1 automobile pour 6 habitants contre une voiture particulière pour 2,18 habitants en France en 1999. D'ailleurs, les marques françaises se comportent très bien dans le pays : en 1999, Renault a conservé son leadership en unités vendues et Peugeot a réussi à faire progresser ses ventes malgré la crise.

• **Les ventes de la décennie 1990- 1999**

De 1990 à 1999, 2,73 millions d'automobiles ont été vendues dans le pays.

Palmarès des meilleures ventes - 1990/1999

Fiat Duna	<u>260 000</u> unités
VW Gol	<u>190 000</u> unités
Fiat 147	<u>162 000</u> unités
Renault 19	<u>150 000</u> unités

• Les ventes de véhicules en 1999

Les immatriculations - 1999

	1998	1999	Δ % '99/'98
Automobiles	318 590	269 078	-15
Utilitaires Légers	102 974	90 108	-12,5
Utilitaires Lourds	23 899	16 754	-29
Autres	30 149	19 688	-34,7
Total véhicules	475 612	395 628	-16,81

La baisse des ventes des marques leaders

Marques de véhicules	Immatriculations	Δ % '99/'98
Renault	72 365	-9,54
Ford	60 134	-21,53
Fiat	57 052	-26,4
Volkswagen*	54 909	-13,38
Peugeot	40 899	+6,53

* En 1999, le véhicule le plus vendu a été la voiture VW Gol avec **28 003** unités écoulées.

• Les ventes de véhicules en 2000

En février 2000, les immatriculations de **voitures** ont crû de 16,9% par rapport à février 1999. Mais, en janvier-février, elles ont reculé de 4,6% comparées à la même période de 1999 à 77 001 unités. Ford est en tête avec 12 022 unités.

À cause d'une baisse de la consommation et des exportations, les fabricants de véhicules pronostiquent, en 2000, des ventes en baisse de 5% à 10% avoisinant les **350 000** unités.

Immatriculations en 2000

	Total véhicules	Δ %/même mois 1999	Δ %/mois précédent	Automobiles	Δ %/même mois 1999	Δ %/mois précédent
Janvier	28 800	+3	-13,3	21 800	+112	-33
Mai				26 929		+4,4
Janvier-Mai	161 146			113 000	+16,9	

Source : Adefa

Immatriculations - janvier 2000

Fiat		Volkswagen		GM	Ford		Renault		Peugeot
Palio	Siena	Gol	Polo Classic	Corsa	Ka	Escort	Mégane	Clio	206
3 424	817	3 101	1 080	1 889	1 144	1 138	1 117	888	789

Source : Adefa

• Arrêt du plan de prime à la casse

Grâce à la 2^{ème} version du *Plan Canje*, appelée **Plan Canje Plus**, et en vigueur dans le pays de mai 1999 au 31 janvier 2000, **256 000** voitures ont été détruites et remplacées.

En 1999, les 11 fabricants du pays ont produit 304 913 véhicules (-33,4%/1998) et donc ont réussi à écouler, dans le cadre de ce plan de reprise, 82% de leur production.

Devant le succès de cette prolongation, le gouvernement avait prévu de reconduire ces mesures d'incitation avec une 3^{ème} phase baptisée, à nouveau, « Plan Canje ». Mais finalement, la 3^{ème} phase de ce programme de prime à la casse (remise de 20% sur l'achat d'une voiture de tourisme neuve limitée à 3 630 pesos/dollars pour les voitures de tourisme) commencée en mars 2000, a été annulée.

C'est l'accord automobile signé avec le Brésil, la reprise du crédit et l'application de la nouvelle Loi sur le Leasing qui ont poussé le gouvernement à ne pas le reconduire.

• Le prix de l'essence

D'octobre 1999 à février 2000, le prix de l'essence ordinaire a augmenté de **17%**, celui du super de **30%** et celui du diesel de **26,5%**.

Pour une voiture d'une valeur de 17 000 dollars parcourant 660km par mois, les dépenses mensuelles de combustible ont augmenté de 1,5% à 4,5% selon le carburant.

Si la hausse de l'essence continue, certains conducteurs pourraient bien envisager d'utiliser le GPL comme combustible alternatif.

Il est, en effet, de plus en plus utilisé : ces 5 dernières années, le nombre de véhicules fonctionnant au gaz a été multiplié par 9 en passant de 50 000 unités en 1994 à **489 000** unités en 1999.

• Nouvel impôt national et situation à Córdoba

Les conséquences du nouvel impôt fédéral

Parmi les nouvelles mesures fiscales adoptées par le gouvernement figure un impôt de 4% que les fabricants doivent payer sur les automobiles qu'ils produisent dont le prix HT se situe entre 15 000 et 22 000 dollars. Au-delà de 22 000 dollars, la taxe est de 8%. Ce nouveau régime fiscal a pris effet début janvier 2000 et a des répercussions sur les prix de vente qui ont augmenté de jusqu'à 5%.

Selon la Chambre du Commerce Automobile, à cause de l'augmentation des impôts, la vente de voitures neuves dont le prix oscille entre 15 000 dollars et 27 000 dollars pourrait chuter de 25% à 35%.

La province de Córdoba va baisser sa taxe locale

Notons qu'à l'opposé de cette mesure du gouvernement fédéral la province de Córdoba va baisser de **30%** l'impôt qui taxe les ventes de véhicules sur le territoire provincial.

En échange, les fabricants se chargeront de percevoir l'impôt acquitté normalement par les concessionnaires. Cette mesure vise à limiter l'évasion fiscale. Si les concessionnaires répercutent cette baisse sur les prix des véhicules, la diminution devrait être de **1,5%** à **2%**.

Le crédit

La hausse des taux d'intérêt ne serait que passagère et ce, d'autant plus que l'entrée des sociétés de financement des constructeurs sur le marché va amener une plus grande concurrence et une possible baisse des taux d'intérêts.

• **Le financement des constructeurs**

Ford Credit

En décembre 1999, le cumul des crédits octroyés par la société de financement de Ford s'élevait à 106 000 contrats.

Volkswagen Credit

En décembre 1999, le cumul des crédits octroyés par la société de financement de Ford s'élevait à 61 700 contrats

Des nouveaux venus

Début 2000, Daimler Chrysler a créé Davis, sa société de financement.

Fiat, General Motors et Renault devraient aussi, prochainement, créer des entités financières proposant des financements pour l'achat de leurs véhicules.

• **Crédit Direct au Consommateur**

Hausse des taux d'intérêt

Début 2000, les taux annuels se situent, le plus souvent, autour de 18% contre une moyenne 10,32% il y a environ un an.

Les taux d'intérêt pratiqués par Davis, la société de financement de **Daimler Chrysler**, oscillaient, début 2000, entre 15% et 18,5% pour des crédits de 12 à 60 mois.

Brésil

L'état des lieux du secteur

Le marché de l'automobile brésilien est très concentré : GM et Fiat, récemment alliées au niveau mondial, détiennent 50% de PDM malgré la présence, dans le pays, de 13 fabricants et 27 usines de montage. Cette concentration se ressent aussi sur le nombre de concessionnaires. En effet, en février 1999, le pays comptait 4 360 concessionnaires contre 5 000 fin 1998, soit une baisse de 13%.

En 1999, les ventes de voitures ont reculé. Les premiers résultats de 2000 laissent espérer une reprise. L'effort déployé par les fabricants et par les autorités devrait porter sur les voitures populaires qui ne cessent de grignoter des PDM et constituent maintenant 67,5% des ventes automobile. Parallèlement à cette tendance très prononcée, on remarque la place de plus en plus importante occupée par les ventes de véhicules d'occasion.

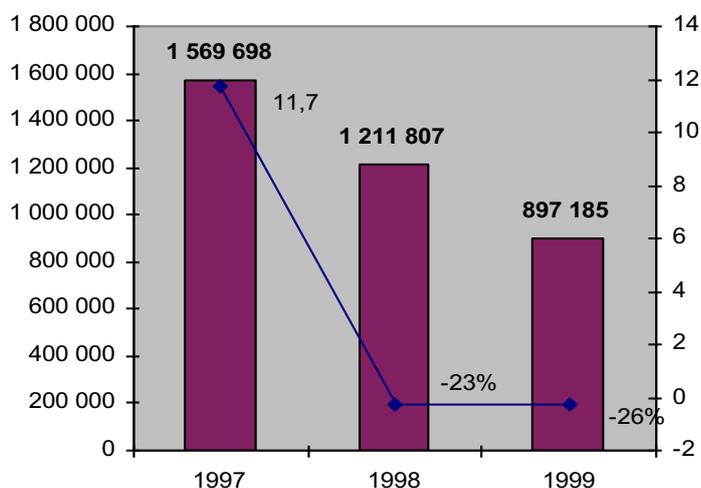
• Les ventes de véhicules en 1999

En 1999, les ventes de voitures ont enregistré une forte chute. Pour l'ensemble des véhicules, la tendance a été également à la baisse, toutefois dans une moindre mesure.

En réalité, le recul des ventes avait déjà commencé fortement en 1998. En 1998, en effet, les ventes avaient déjà chuté de 26% par rapport à 1997.

C'est donc du côté du pouvoir d'achat des Brésiliens et de la facilité d'accès au crédit automobile qu'il faut creuser pour comprendre cette récession.

Ventes de voitures (en unités et en variation par rapport à l'année précédente)



• Les ventes de véhicules en l'an 2000

En 2000, la contraction des ventes d'automobiles devrait être freinée par la reprise du secteur.

Les perspectives pour 2000 sont plutôt encourageantes : selon l'Anfavea, de janvier à mars, les ventes de véhicules sur le marché intérieur ont progressé de **13,55%** par rapport à la même période de 1999 à **316 659** unités.

Le plan de rénovation de la flotte nationale de véhicules devrait contribuer également à relancer les ventes cette année. Il prévoit, dans un premier temps, de remplacer les véhicules de plus de 15 ans qui représentent **environ 5 millions** de voitures et de VUL dont 90% ont été produits entre 1978 et 1985.

En 2000, **140 000** automobiles vont aller à la casse ce qui devrait permettre la vente d'environ **100 000** nouvelles unités, générant un chiffre d'affaires supplémentaire de 2 milliards de dollars.

• Tendances des ventes automobile

La prédominance des voitures populaires

En 1999, d'après Anfavea, la vente de voitures populaires (moteur de jusqu'à 1 000 cc) a chuté de **19%** en passant de 748 474 à **605 600** unités. Cependant, cette catégorie gagne du terrain avec **67,5%** des voitures commercialisées contre 61,8% en 1998. Les voitures populaires poursuivent leur conquête du marché avec une avancée fulgurante puisqu'en 1990 elles ne représentaient que **4,3%** des voitures neuves vendues.

L'avenir du moyen de gamme

D'ici 3 ans, 25% des ventes de voitures de tourisme devraient être des voitures moyen de gamme telles que l'Astra ou la Vectra de General Motors.

Un taux de satisfaction normal pour les acquéreurs

D'après un sondage de février 2000,

- ☞ **41%** des acheteurs d'une voiture populaire sont satisfaits de leur achat.
- ☞ **60%** des acheteurs d'une voiture de luxe sont satisfaits de leur achat.
- ☞ Le taux de satisfaction tombe à **54%** pour les acheteurs de véhicules moyen de gamme.

Ces résultats n'ont rien d'anormal par rapport aux pourcentages obtenus dans d'autres pays.

Les femmes au volant

Sur **10** automobiles vendues dans le pays **4** sont achetées par des femmes. Cela représente, pour 1999, un total de **481 600** voitures.

Le cas des pick-up

Cette catégorie de véhicule représente près de **9%** des ventes de véhicules :

109 000 sur les 1,2 million vendus en 1999. De 1994 à 1999, le marché automobile s'est contracté de 10,95%, mais la baisse n'a été que de **0,91%** pour les pick-up. 61% des acheteurs de pick-up Fiat sont des particuliers et 20% ont moins de 29 ans. La capacité de charge qui était importante pour 42% des acheteurs il y a 5 ans ne l'est plus, actuellement, que pour 20% d'entre eux.

Le boom des ventes de véhicules d'occasion

Dans l'État de São Paulo, près de 10 000 véhicules sont vendus aux enchères tous les mois. Ils proviennent essentiellement de compagnies d'assurances, de banques, de loueurs, d'entreprises financières et d'entreprises. Dans la ville, une soixantaine de ventes sont effectuées tous les mois. 50% des acheteurs sont des particuliers. Les prix ont une décote de 15% à 50%.

En 1999, **645 466** véhicules d'occasion (**+42,9%** par rapport à 1998) ont été commercialisés dans l'État de São Paulo. La Gol CL (VW) a été le modèle le plus vendu. Ce sont les véhicules entre 10 000 reais et 15 000 reais qui se sont le plus vendus. En janvier 2000, 63 915 véhicules d'occasion ont été vendus dans l'État, soit +53,6% par rapport à janvier 1999 et +1,9% comparé à décembre 1999.

Les sociétés de location de véhicules rénovent normalement leur flotte tous les 18 mois. Ces véhicules d'occasion sont vendus, en général, entre 5% et 20% moins chers que sur le marché traditionnel de l'occasion.

• Prix des voitures neuves

*Ces 5 dernières années, le prix des voitures populaires a augmenté de **106%** en termes nominaux. En janvier 2000, le prix moyen était de 15 100 reais (**8 436 dollars**) contre 7 300 reais en janvier 1995.*

*En janvier 2000, il fallait **112** salaires minimums, sur la base d'un SMIC de 136 reais, pour acheter une voiture populaire de 15 232 reais (8 462 dollars), contre **104** salaires minimums en janvier 1995 (SMIC de 70 reais). En 5 ans, pour les smicards, la perte du pouvoir d'achat d'une voiture de ce type a donc été de **7,69%**.*

D'après Fenabrave, de janvier 1995 à janvier 2000, le prix moyen des véhicules de 1,6l est passé de 12 100 reais à 23 700 reais (13 240 dollars), soit une hausse de 96%.

Les remises concédées sur les l'ensemble des modèles 2000 sont en moyenne de **12%**. Sur les modèles 1999, les réductions sont en moyenne de **16%** (source : Molicar).

Volkswagen

Modèle	Date du prix de vente	Prix de vente aux particuliers (R\$=reais ; \$=dollars)
Gol 1 Geração III avec air conditionné et direction hydraulique, modèle 1999-2000	août 1999	19 500R\$ (10 104\$)
Gol (modèle concurrent de la Palio EX 1 de Fiat)	février 2000	15 287R\$ (8 540\$)
Golf	août 1999	entre 23 000R\$ et 25 000R\$ (entre 11 917\$ et 12 953\$)

Fiat

Modèle	Date du prix de vente	Prix de vente aux particuliers (R\$=reais ; \$=dollars)
Brava	août 1999	à partir de 20 000R\$ (10 363\$)
Palio Weekend Sport	février 2000	28 673R\$ (16 018\$)
Palio EX 1	février 2000	15 170R\$ (8 475\$)
Mille EX 1	février 2000	12 740R\$ (7 117\$) C'est la voiture la moins chère du pays.

Ford

Modèle	Date du prix de vente	Prix de vente aux particuliers (R\$=reais ; \$=dollars)
Ka	février 2000	à partir de 14 960R\$ (8 357\$)
Escort	février 2000	à partir de 23 270R\$ (13 000\$)

Renault

Kangoo en février 2000 : à partir de 19 500R\$ (10 894\$).

GM

Astra en juillet 1999 : à partir de 19 000R\$ (10 615\$).

Peugeot

306 break en mars 2000 : entre 29 900R\$/33 700R\$ (17 384\$/19 593\$).

- **Les ventes de voitures sur Internet**

Clave 2000 : la clé des ventes de voitures sur internet

Clave 2000 est un site qui présente 2 800 modèles de véhicules commercialisés dans le pays depuis 1982.

Les clients souhaitant acquérir leur véhicule par Internet ont ainsi accès à son historique complet, avec ses caractéristiques, son kilométrage, les conditions d'assurance et de financement, etc.

Clave 2000 compte ainsi, à moyen terme, arriver à prendre 30% des parts du marché de la vente d'automobiles.

WebMotors

Le site (www.webmotors.com.br) a été inauguré en novembre 1999 et propose l'achat-vente de voitures d'occasion, des conseils en réparation, des plans de financements, des assurances, l'accès à des banques de données...

Le crédit

Au Brésil, la part des financements automobile, par rapport au reste de la Région, est importante et présente un potentiel conséquent qui attire les sociétés de financement automobile.

Ainsi, en octobre 1999, le CCF a investi 10 millions de reais dans l'ouverture d'une filiale de financement automobile, *CCF Brasil Consórcio Nacional*, qui espère produire 30 000 crédits jusqu'en octobre 2001.

Ce sont les sociétés de financement des constructeurs automobile qui dominent le marché du crédit avec plus de 65% de PDM. Cette tendance devrait encore s'accroître.

Données clés

- En mars 2000, grâce à la baisse des taux d'intérêt, les financements automobiles (crédit direct au consommateur et leasing) représentaient 45% des achats d'automobiles contre 39% en mars 1999
- **19** banques de fabricants et **46** banques de détail se disputent le marché du crédit automobile.

En octobre 1999, les sociétés de financement des **fabricants automobile** presque toutes regroupées au sein de l'ANEF (Associação Nacional das Empresas Financieras das Montadoras) détenaient en moyenne **65%** de PDM contre **50%** début 1999.

Fin 1999, les membres de l'ANEF (qui regroupe les banques Fiat, VW, GM, Ford, Scania, Yamaha, Honda, Agroinvest, DaimlerChrysler et Toyota) détenaient un encours de crédits en baisse de **14%** à **7,4 milliards de reais** représentant un portefeuille de **983 700** clients, soit un recul de **4,4%** par rapport à 1998.

En 1999, les crédits consentis (en CDC ou en leasing) se sont montés à **3,8 milliards de reais** contre les 4,5 milliards de reais de 1998, soit une contraction de **15,9%**.

347 079 véhicules légers ont été financés contre **500 000** en 1998, soit une chute de **30,6%**.

Pour 2000, l'ANEF table sur une croissance de **6%** des crédits octroyés.

En 1999, les **taux d'impayés** des crédits directs et du leasing ont reculé de **13,2%** en passant de 5,37% des clients en 1998 à **4,66%**.

Banco Ford

La banque finance aussi les concessionnaires Hyundai.

Le réseau Cacoa, qui est depuis peu le revendeur de la marque Hyundai (ainsi que de Ford et de Subaru), va créer un réseau de 80 concessionnaires pour commercialiser cette marque. En 1999, le réseau a vendu 10 600 voitures Ford, soit près de 9,6% des ventes de la marque dans le pays.

Banco Toyota

Depuis septembre 1999, la filiale de Toyota Financial Services offre dans le pays des CDC et du leasing pour l'achat des véhicules de la marque.

PSA Finance

En décembre 1999, le groupe PSA a inauguré, au Brésil, ses 2 premiers établissements de crédit auto hors d'Europe : *Banco PSA Finance Brasil* et pour le leasing *PSA Arrendamento Mercantil*. Le capital injecté est de 27,6 millions de reais et les institutions sont adossées à la banque ABN Amro qui finançait déjà 30% des ventes de véhicules Peugeot dans le pays.

• Le Crédit Direct au Consommateur en 2000

*En 2000, l'ANEF estime que le CDC devrait représenter **35%** des financements automobiles du pays contre **27%** en 1999 et 39% en 1998.*

La baisse de l'impôt sur les Opérations Financières

*La baisse de 6% à **1,5%** de l'IOF l'Imposto sobre Operações Financeiras décrétée en octobre 1999 n'a eu de l'influence que sur le Crédit Direct au Consommateur. Sur une mensualité de 500 reais un CDC était de 30 reais plus cher qu'une opération de leasing. Avec la baisse de l'IOF, le CDC ne coûte plus que 5 reais plus cher que le leasing. Le leasing n'étant pas assujéti à l'IOF, il a cédé le terrain qu'il avait gagné avant octobre sur le CDC.*

La baisse des taux

En octobre 1999, les taux moyens proposés par les sociétés de financements et les banques de détail étaient d'environ **2,5%** par mois.

Banco Ford

En septembre 1999, 80% des financements alloués par la banque étaient de 24 à 36 mois.

Fin janvier 2000,

- ☞ Pour un apport initial de 10% de la valeur du véhicule, le taux à 6 mois est passé de 2,49% à 2,39%, le taux à 24 mois est passé de 2,49% à 2,35% et le taux à 36 mois est passé de 2,69% à 2,55%.
- ☞ Pour un apport initial de 50% de la valeur du véhicule, les loyers mensuels avaient un taux de 2,29% jusqu'à 24 mois contre 2,39% auparavant. Le taux à 36 mois est passé de 2,59% à 2,49%.

Banco GM

Depuis début février 2000, pour un financement à 36 mois, le taux mensuel est passé de 2,51% à 2,39% (avec un apport de 20%) et pour un financement à 24 mois, le taux est passé de 2,38% par mois à 2,33%. Une promotion avec un taux mensuel de 1,99% a été lancée février pour les crédits à 36 mois.

Banco Fiat

En octobre 1999, le taux à 24 mois est passé de 2,58% à 2,4% et celui à 36 mois est passé de 2,7% à 2,5%.

Banco do Brasil

En octobre 1999, les taux des Crédits Directs au Consommateur sont passés de 3% à 2,7% par mois.

• Leasing

L'actualité des sociétés de leasing

Volkswagen Leasing Arrendamento Mercantil

Depuis janvier 2000, la société peut augmenter la participation étrangère dans son capital jusqu'à 100%.

En août 1999, le Banco Volkswagen pratiquait un taux de 0,98% par mois sur presque tous les modèles.

Fiat Leasing et Ford Leasing

Au 1^{er} semestre 1999, Fiat Leasing a affiché un bénéfice de 12,1 millions de reais contre des pertes de 8,2 millions de reais pour le même semestre 1998.

Au 1^{er} semestre 1999, Ford Leasing a dégagé des bénéfices de 21,8 millions de reais contre 8,4 millions de reais pour le même semestre 1998.

GM Leasing

Au 1^{er} semestre 1999, la société a enregistré des pertes de 25,4 millions de reais contre des bénéfices de 912 000 reais pour le 1^{er} semestre 1998. En août 1999, Banco GM proposait un taux de 0,99% par mois pour un financement sur 24 mois et pour un apport personnel de 30% de la valeur du véhicule.

BMW Leasing do Brasil Arrendamento Mercantil

En juin 1999, BMW do Brasil a lancé sa filiale *BMW Leasing do Brasil Arrendamento Mercantil* d'un capital de 5,9 millions de reais.

Toyota Leasing do Brasil Arrendamento Mercantil

En juin 1999, Toyota a lancé *Toyota Leasing do Brasil Arrendamento Mercantil* d'un capital initial de 4,1 millions de reais.

Baisse des intérêts sur les retards de paiement

En octobre 1999, les intérêts qui courent sur les retards de paiement des mensualités de leasing sont passés de 10% à 2% comme s'était déjà le cas pour le crédit à la consommation.

Chili

L'état des lieux du secteur

En 1999, la baisse des ventes de véhicules s'est accélérée par rapport à 1998.

En 1998, le recul était de 19,7% comparé à 1997 tandis que, en 1999, il a grimpé à 26%.

2000 devrait rompre avec ces courbes descendantes, car, tous les indicateurs sont de nouveau au vert et le gouvernement table, cette année, sur un PIB en progression de 6%. Avec cet horizon dégagé, le secteur de l'automobile qui emploie environ 250 000 salariés directs et indirects ne devrait pas procéder à des licenciements dans les mois à venir.

• Les ventes de véhicules

La situation en 1999 et les prévisions pour l'an 2000

En 1999, **104 421** véhicules neufs ont été commercialisés dans le pays contre 140 874 en 1998, soit une chute de **26%**.

Cette baisse ramène le niveau des ventes à 1994 où 108 327 véhicules ont été écoulés.

Sur le total de 104 421 véhicules, le nombre de **voitures** s'élève à **68 132** unités, soit **24%** de moins qu'en 1998.

En 1999, toutes les marques de voitures ont enregistré un recul de leurs ventes sauf Peugeot (**+20,3%**), Citroën (**+2,3%**) et Samsung (**+16,4%**).

En 1999, les voitures les plus vendues ont été la Chevrolet Corsa, la Hyundai Accent et la Toyota Tercel.

Au 1^{er} trimestre 2000, comparées à la même période 1999, les ventes de véhicules ont augmenté de **10%** à **27 273** unités dont **17 348 automobiles (+12,2%)**.

En 2000, selon la Cámara de Comercio Automotriz, les perspectives de vente de véhicules sont excellentes avec une progression de plus de 15% attendue à près de **124 000** unités dont **72 000 automobiles**.

Le poids du marché de l'occasion

En 1999, selon la *Cámara de Comercio Automotriz*, **396 635** véhicules d'occasion ont été commercialisés soit une proportion de **3,8** véhicules d'occasion pour un véhicule neuf.

En 1999, toutes les marques de voitures ont enregistré un recul de leurs ventes sauf Peugeot (**+20,3%**), Citroën (**+2,3%**) et Samsung (**+16,4%**).

En 1999, les voitures les plus vendues ont été la Chevrolet Corsa, la Hyundai Accent et la Toyota Tercel.

Les ventes par marques en jan-fév 2000

	Nombre d'unités	PDM en %
Chevrolet	2 921	16,6
Hyundai	2 021	11,5
Kia	1 705	9,7

Pour ces 2 premiers mois, la voiture la plus vendue a été la **Chevrolet Corsa** suivie par la Toyota Yaris et la Hyundai Accent.

• Le taux de motorisation

Le taux d'équipement des ménages a encore beaucoup de marge dans le pays car il existe actuellement une voiture pour **7,5 habitants** (une pour 2,18 habitants en France) contre une voiture pour 22 personnes à la fin des années 70. En 2005, le taux devrait passer à **5 habitants** par véhicule. Le parc compte plus de **2 millions** de véhicules, soit **4 fois** plus qu'en 1978. Il faut préciser que, de 1990 à 1999, l'offre en automobiles a augmenté de 200%.

• La concentration de la distribution automobile

Sur les 104 421 véhicules neufs vendus dans le pays, en 1999, **46,5%** ont été commercialisés par 8 groupes multimarques qui représentent 25 des **36** marques présentes dans le pays : *Sigdo Koppers Automotriz* (14,1% de PDM), *Inverraz*, *Diasa/Indumotora* (10,8% de PDM), *Dersa*, *Maco*, *Ditec*, *Senerman* et *William Balfour Motors*.

Le crédit

En 1999, le pays n'a pas connu d'augmentation sensible des taux d'intérêt pour les crédits automobile. Cette année, cette tendance ne devrait pas changer.

• Les taux d'intérêt du Crédit Direct au Consommateur

	Tx mois moyen	Tx mois à 1 an (fourchette)	Tx mois à 4 ans (fourchette)
1999			
Nov	1,69		
Déc	1,66		
2000			
Janv 12	1,68		
18	1,68	1,52↔1,95	1,5↔1,9
25	1,69		
Février 8	1,68	1,64↔1,9	1,5↔1,9
15	1,71		
22	1,72	1,55↔2,25	1,40↔1,95

Mexique

L'état des lieux du secteur

En 1999, la crise « brésilienne » a épargné les ventes de véhicules et de voitures sur le marché mexicain et les pronostics, pour cette année, s'annoncent encore meilleurs.

• Les ventes de véhicules en 1999

Les chiffres des ventes

D'après l'AMDA, les ventes de véhicules se sont élevées au record de **687 435** unités, soit une progression de **3,9%** par rapport à 1998.

Les automobiles et les VUL ont enregistré une hausse de **3,5%** de leurs ventes atteignant **662 986** unités. Selon l'AMIA, les ventes de véhicules se sont élevées à **708 316** unités, soit une croissance de **5,6%** par rapport à 1998.

Principales marques d'autos vendues en 1999

Marque	Nbre de véhicules vendus au Mexique	PDM %
VW	118 000	26,1
GM	112 459	24,8
Nissan	99 585	22

• Les ventes de véhicules en 2000

Les chiffres des ventes

L'AMDA table sur une progression des ventes de véhicules de **5,8%** à **726 974** unités et l'AMIA calcule que la demande interne devrait progresser **de 5% à 7%**.

Au 1^{er} trimestre, les ventes de véhicules se sont élevées à **202 093** unités, soit une croissance de **44,9%** sur la même période de 1999. En janvier-février, les ventes de **voitures** neuves sur le marché domestique ont augmenté de **44,2%** à **131 137** unités.

Principales marques de véhicules vendues en 2000

	Sources	GM	Nissan	VW	Ford	Chrysler...	...Total pour le Mexique	Δ %/même période '99
1 ^{er} trim.	AMDA	49 657	41 115	40 426	31 907	24 056	202 093	+44,9%

• Le prix des voitures neuves

En 1999, les prix des véhicules ont augmenté en moyenne de **10%** et l'inflation a été de 12,32%.

Cette année, l'augmentation devrait être de **11,3%** pour un indice des prix à la consommation qui devrait être inférieur ou égal à 10%.

• La contrebande

Sur un parc automobile de **13 millions** d'unités, soit un taux de motorisation de une voiture pour **7,69** habitants, il y aurait dans le pays environ **1,2 million/2 millions** de véhicules *chocolate*, c'est-à-dire illégaux, car entrés dans le pays en contrebande.

Depuis décembre 1999, tous les véhicules en provenance des États-Unis qui entrent au Mexique doivent déposer une caution de 400 à 800 dollars dans le cadre du programme « *Paisano* ».

Le crédit

- **55%** des véhicules neufs sont achetés comptant.
- **25%** des ventes sont financées par les « banques » des fabricants, **10%** par des sociétés de financement spécialisées, **5%** par les sociétés de leasing et seulement **5%** par les banques.

• L'actualité des prêteurs

Bancomer

En 1992, la banque finançait près de 30% des ventes de voitures dans le pays avec l'allocation de 3 500 crédits par mois. En 1999, elle n'a octroyé que près de 100 crédits par mois.

General Motors Acceptance (GMAC)

Depuis 1996, la division de financement de General Motors a, en pesos, presque multiplié par 4 son portefeuille de crédits. Au 1^{er} semestre, GMAC a assuré 59,4% des ventes de GM.

Debis Commercial Services

Au mois de septembre 1999, la division de financement de Daimler Chrysler possédait un encours de crédits de près de 750 millions de dollars.

Ford Credit México

Depuis juin 1999, Ford a élargi sa gamme de financements en proposant le plan *Multiopción* (principe du crédit ballon) : l'apport personnel initial est de 25% du prix d'achat et les loyers, sur 2 ans, sont réduits de 25%. À l'issue de la période, l'emprunteur doit rembourser une dernière mensualité importante ou rendre le véhicule et renouveler l'opération. Le kilométrage à respecter est de 20 000km par an.

6. Logement et crédit immobilier

L'étude aborde le **crédit immobilier** en Amérique Latine en faisant d'abord un constat sur le **secteur du logement**, indissociable de l'évolution de la production des prêts à l'habitat. Il s'agit de saisir les tendances du marché afin de mieux comprendre les opportunités de crédits qui existent ou qui peuvent se dessiner à court terme. En outre, afin de mieux cerner le secteur du logement, sont inclus des éléments sur le BTP.

En règle générale, le crédit immobilier semble promis à un avenir favorable. Les aspirations à l'accès à la propriété de logement, par une population en croissance constante, sont très fortes et ne demandent qu'à se matérialiser au plus vite.

Mais ces attentes ne sont parfois pas satisfaites à cause de taux de crédits jugés trop élevés.

Avec une législation adaptée aux différents contextes socio-économiques des pays latino-américains et une volonté politique claire, le secteur du logement pourrait être un des principaux moteurs pour assurer un développement stable et continu des économies de la Région.

Argentine

L'état des lieux du secteur du logement

En Argentine, le déficit en logements est important et laisse présager un avenir encourageant pour les constructeurs et les promoteurs immobiliers. En 1999, le fort tassement des ventes de maisons et d'appartements a ralenti par rapport à 1998 et n'est donc pas lié exclusivement à la crise « brésilienne » de l'an dernier. C'est la difficulté d'accès au crédit qui explique la morosité du marché.

• Le déficit de logements

Données clés

- Selon l'Indec, en août 1999, il existait **10 079 846** logements au niveau national dont **84,47%** étaient occupés et **21,57%** étaient vétustes ou assimilés à des bidonvilles (salle d'eau sans toilettes ou pas de branchement d'eau courante dans la maison ou sol non recouvert).
- Le déficit habitationnel touche plus de **3 millions** de familles dont la moitié dans l'aire métropolitaine de Buenos Aires. Dans la ville de Buenos Aires, le déficit affecte **15%** de la population. Ces personnes vivent dans des bidonvilles, dans des édifices squattés, dans des locations et dans des hôtels (source : Facultad de Arquitectura de la Universidad de Buenos Aires).
- Pour combler ce déficit, **le rythme des constructions est insuffisant**. Par exemple, d'après Incosite SRL, entre 1991 et 1998, à Buenos Aires, **74 379** logements ont été construits, soit une moyenne de seulement **9 297** par an.

• Les ventes de logements

- En 1999, les ventes de logements **neufs** ont respectivement chuté de **28%** pour les appartements et de **25%** pour les maisons par rapport à 1998. Cependant, en 1998, l'érosion des ventes des appartements neufs avait été encore supérieure : -38% par rapport à 1997.
- Quant aux ventes de logements **anciens**, elles ont respectivement reculé de 19% pour les appartements et de 21% pour les maisons.
- En mars 2000, le stock de logements non vendus était de 20 000 unités ce qui est considéré comme anormalement élevé.

• Le Logement social

En mars 2000, le gouvernement a lancé un plan pour vendre des logements sociaux de 30m² dont le prix ne dépasse pas 9 000 dollars (sans le coût du terrain).

Les mensualités sont de 25 dollars pour un prêt sur 30 à 35 ans.

Les gouverneurs des provinces peuvent puiser dans les fonds du FONAVI (Fonds National pour le Logement).

Ces 10 dernières années, le FONAVI a consacré au logement social **9 milliards de dollars**.

Le crédit

Ces dernières années, l'augmentation de la demande de prêts à l'habitat a été très importante et pourrait continuer sur sa lancée en 2000 si les taux d'intérêt continuent de baisser pour la 9^{ème} année consécutive. Cependant, les demandes de crédit par rapport aux transactions réalisées demeurent faibles. Dans ce contexte, le potentiel du marché du crédit immobilier est donc considérable.

• Le recours au crédit

- Selon une enquête de février de Fuenzalida Propiedades, seulement **20%** des acquisitions de logements sont financées avec des crédits immobiliers.
- De 1995 à 1998, **le nombre de crédits immobiliers** octroyés a augmenté en moyenne de **30%** par an. **L'encours des prêts à l'habitat** est passé de **8 milliards de dollars** en 1994 à **16 milliards de dollars** fin 1999. Sur ce total, les crédits en pesos (1 peso = 1 dollar) ont stagné à 4 milliards de pesos.
- Toutefois, en 1999, la croissance du marché, en nombre de prêts accordés, a été nulle. La récession s'est ressentie aussi sur le **taux d'impayés** qui de novembre 1998 à novembre 1999, est passé de 4% à **6%**.
- Cette stagnation semble passagère, car, depuis septembre 1999, la demande de crédits immobiliers progresse.
- Chaque année environ 75 000 Argentins déposent une demande de prêt pour un montant total de 2,5 milliards de dollars.

• La baisse des taux d'intérêt

De 1995 à 1999, le taux d'intérêt moyen des prêts a été de **12%**. En fait, les taux baissent depuis 1992 et devraient se stabiliser cette année. En février 2000, ils oscillaient entre 11% et 15% par an.

En mars, la banque **Río** (groupe BSCH) a déclenché une nouvelle guerre des taux.

- ✓ La banque a lancé une ligne de crédits en dollars à 30 ans avec un taux fixe de 9,5%. En comptant l'assurance et les autres frais, la mensualité de remboursement est de 100 dollars pour 10 000 dollars empruntés. En quelques jours, le Banco Río a reçu plus de 70 000 demandes de renseignements.
- ✓ Suite à l'offre du Banco Río, le **Banco Galicia** a proposé en mars des crédits à 30 ans avec des remboursements mensuels de 98,36 dollars pour 10 000 dollars empruntés.
- ✓ Toujours pour des prêts en dollars à 30 ans, le **Banco Francés** (groupe BBVA) a emboîté le pas au Banco Galicia avec une mensualité de 96 dollars pour 10 000 dollars empruntés.

Les conditions proposées par ces 3 banques sont identiques à celles pratiquées aux États-Unis. Le **Banco Hipotecario** devrait bientôt s'aligner.

• Les crédits sur Internet : comparer pour mieux choisir

TheCreditCompany.com

En novembre 1999 a été créée *TheCreditCompany.com*, le 1^{er} site argentin consacré aux crédits immobiliers. Le visiteur peut s'y informer de l'offre nationale en crédits et opter pour le contrat de son choix *on-line*. TheCreditCompany propose d'informer aussi ses clients de manière plus traditionnelle : par téléphone ou en se déplaçant. La banque que choisit l'internaute verse à la société un commission d'apport d'affaire.

Patagon.com

En mars 2000, le 1^{er} site financier d'Amérique latine a lancé une gamme de crédits immobiliers en s'associant au groupe de conseil Taylor y Asociados. Ce nouveau produit permet à l'internaute d'analyser les offres du marché et de choisir les plus compétitives selon ses besoins. Les opérations se traitent en direct avec l'entité choisie par l'internaute.

• L'actualité des prêteurs

Banco Ciudad

Cette banque accorde environ 250 prêts d'environ 40 000 dollars par mois ce qui correspond à des logements pour des catégories sociales moyennes et moyennes-basses.

Banco Hipotecario

En mars 2000, la banque a annoncé la possibilité de contracter des emprunts par Internet.

Ses crédits en dollars sur 3 ans ont un taux variable de 10%.

Elle relance aussi la ligne *Acceso Inmediato* qui offre les possibilités suivantes :

- ✓ en dollars, taux variable de 10% pour un crédit de 3 à 10 ans et de 10,5% pour un crédit de 11 à 20 ans ;
- ✓ en dollars, taux fixe de 11,5% (15,5% en pesos) pour un crédit de 3 à 10 ans et de 12,5% (16,5% en pesos) pour un crédit de 11 à 20 ans.

Brésil

L'état des lieux du secteur du logement

En 1999, dans tout le pays, la construction civile a accusé une baisse de **3,5%**. En revanche, les indicateurs du logement de São Paulo (l'État de São Paulo représente 35,48% du PIB national) ont ignoré cette contraction générale du BTP et montrent une progression des ventes à 2 chiffres qui devrait se poursuivre cette année. La volonté du gouvernement brésilien de résorber le déficit en logements du pays s'affirme de plus en plus. Le programme 2000-2003 de construction de logements sociaux prévoit la construction de 2 millions d'unités et est 2 fois plus ambitieux que le programme 1999-2002.

• L'État s'attaque au déficit de logements

*Fin 1999, le déficit en logement était estimé à **5,5 millions** d'unités.*

*De 2000 à 2003, le gouvernement fédéral devrait déboursier **10 milliards de reais** (=5,37 milliards de dollars début janvier 2000) et passer des accords avec les États et les municipalités pour construire **2 millions** de maisons pour des familles dont les revenus ne dépassent pas 3 salaires minimums. Les logements coûteront entre 6 000 reais et 10 000 reais. Pour 2000, l'objectif est de construire **320 000** maisons. Ce programme de construction de 2 millions de logements devrait générer près de 600 000 emplois directs et indirects.*

En octobre 1999, le gouvernement a lancé 2 lignes de crédit *Construigiro* d'un total de 800 millions de reais octroyés par la *Caixa Econômica Federal* aux constructeurs de logements. Avec des taux d'intérêt de 12% à 15%, le programme vise à relancer l'emploi en créant près de **120 000** postes dans le secteur.

• Les ventes de logements à São Paulo

En 1999, selon Embraesp, le nombre de maisons et d'appartements lancés sur le marché de la **région métropolitaine de São Paulo** a progressé de **12,93%** par rapport à 1998 en passant de 28 600 à **32 200** unités.

Pour Secovi-SP, dans la **ville de São Paulo**, le nombre d'unités mises sur le marché a crû de **19,9%** comparé à 1998. Ces bons résultats s'inscrivent dans la tendance positive que connaît l'immobilier *paulista* depuis 10 ans. En effet, entre 1990 et 1998, le marché immobilier de la ville de São Paulo a crû de **23,11%**.

↳ En 1999,

Le marché du logement de São Paulo a crû de **25%** en nombre d'unités vendues. La majorité des opérations se sont concentrées au cours du second semestre. Cette année, le nombre d'unités vendues devrait croître de **30%** (source : Secovi-SP).*

Le taux de vitesse des ventes (volume commercialisé sur l'offre disponible) n'a été que de **7,5%** par mois en moyenne contre 7,4% en 1998.

↳ En janvier 2000,

Le taux de vitesse des ventes a été de **5,8%** (736 ventes sur une offre de 12 754 logements) contre 5,1% en décembre 1999 et 3,1% en janvier 1999. Ce sont les logements d'une pièce qui se sont le mieux vendus avec un taux de 8,8%. Les logements valant entre 125 000 reais et 250 000 reais (entre 70 225 dollars et 140 449 dollars) ont été les plus prisés avec un taux de 9,2%. Entre 1990 et 1999, le taux moyen pour janvier a été de 7% (source : Secovi-SP).

* Pour le Creci (Conselho Regional de Corretores de Imóveis de São Paulo) entre mars 1999 et février 2000, les ventes de logements résidentiels ont baissé de 41,14%. Ces statistiques ne prennent, certainement, en compte que les ventes réalisées par les professionnels et non les ventes entre particuliers.

Le potentiel immobilier de Campinas

Outre la ville de São Paulo et son agglomération, dans l'État de São Paulo il est important de connaître, entre autres, le potentiel de la ville de Campinas. 3^{ème} pôle industriel du pays, Campinas représente 33% du potentiel économique de la région métropolitaine de São Paulo et 9% du PIB national. Étant le **5^{ème} marché immobilier national** Campinas a incité les entreprises immobilières Brazil Realty et Cyrela à y implanter une partie de leurs activités.

• Le Net et l'immobilier

Areutil.com/Real Estate Web/E-Imóveis

En février 2000, 2 portails de ventes immobilières ont été lancés sur le Web : *Areutil.com* et *Real Estate Web*. Un 3^{ème} portail, *E-Imóveis* créé en août 1999 a été agrandi. *Areutil.com* devrait mettre en ligne 500 000 offres.

Le crédit

Malgré une année 1999 mouvementée, le crédit immobilier devrait emboîter le pas à la relance de l'économie brésilienne amorcée depuis août 1999. La tendance négative de 1999 devrait donc cette année, s'inverser.

• **Les prêts d'épargne logement**

*Selon l'Abecip, en 1999, les financements immobiliers obtenus grâce aux livrets d'épargne ont chuté de **21,3%** par rapport à 1998. Les prêts consentis sont passés de 2,09 milliards de reais, en 1998, à **1,64 milliards de reais**.*

*Ainsi seulement **35 039** logements ont été financés contre 39 369 en 1998, soit un recul de 11%.*

• **Baisse du taux d'assurance**

En avril 2000, le FCVS (*Conselho Curador do Fundo de Compensação de Variações Salariais*) a décidé de réduire de 25% l'assurance obligatoire sur la valeur du logement acheté à crédit. Cette mesure devrait bénéficier à près de **1,02 millions** d'Argentins ayant souscrit un contrat depuis janvier 1989 auprès du *Sistema Financeiro Habitacional* (SFH). L'assurance, qui coûte à l'emprunteur entre 12% et 20% de la valeur du logement acheté à crédit et qui permet l'annulation du contrat en cas de décès ou d'invalidité, pourra être réduite d'entre 3,2% et 6,73% par mois.

Les 2 autres millions de contrats SFH antérieurs à janvier 1989 n'auront pas le droit à cette baisse de la cotisation car ils ont déjà bénéficié d'aides.

• **L'actualité des prêteurs**

Citibank

Au 1^{er} semestre 1999, l'encours de crédits immobiliers destinés aux clients particuliers de la banque a reculé de 50% par rapport au 1^{er} semestre 1998 à 40 millions de reais (442 contrats).

Caixa Econômica Federal (CEF)

Cette année, les financements immobiliers de la Caisse vont s'élever à 7 milliards de reais contre 4 milliards de reais en 1999.

En janvier-février 2000, la CEF a dispensé 36 697 crédits immobiliers, c'est le record de la décennie, plus de 2 fois le nombre de logements financés pour la même période 1999.

Cooperativa Brasileira de Habitação (Cobrhab)

En septembre 1999, à Indaiatuba (99km de São Paulo), la société a lancé le Villagio di Itaici, le programme de lotissement Morar Feliz proposant des maisons de 63m² pour une mensualité de 225 reais. En janvier, une seconde phase du programme a démarré avec, entre autres, la possibilité de devenir propriétaire d'une maison de 42m² pour 151 reais par mois.

SBC

Depuis avril 1999, la banque HSBC propose sur son site web des simulations de financements immobiliers.

CONCLUSION

Sauf changement du contexte économique actuel, le secteur du logement devrait être porté par une conjoncture favorable et le crédit immobilier devrait bénéficier de cet environnement propice. Ajoutons qu'il faudrait :

1. suivre les efforts législatifs entrepris, depuis plusieurs mois, par le gouvernement brésilien, pour faire baisser les taux d'intérêt des crédits ainsi que pour sécuriser les emprunteurs vis à vis des organismes de crédits.
2. ne pas négliger la prospection, à court terme, du marché des logements dans d'autres États que São Paulo.

Chili

L'état des lieux du secteur du logement

En 1999, les ventes de logements ont progressé, au moins à Santiago, malgré une rétraction de l'offre qui dure depuis 1997. L'année 2000 devrait connaître une reprise de la construction de logements accompagnée de ventes en progression significative. C'est le secteur immobilier, et plus particulièrement le segment du logement, qui donne au BTP son dynamisme et cela devrait donc se poursuivre dans les années qui viennent, d'autant qu'il reste encore à combler un déficit national en logements non négligeable.

• Le déficit en logements

*Il faudrait construire **140 000** unités par an pendant **10** ans pour résorber le déficit en logement du pays.*

*Les projections pour cette année sont encore assez éloignées de ce seuil. En effet, 247 milliards de pesos (**467 millions de dollars**) vont être investis dans la construction de plus de **100 000 logements sociaux** dont 25 000 sur fonds publics. Plus largement, selon Gemines, le secteur du logement privé devrait enregistrer une croissance de **8,5%**.*

*Toutefois, les investissements s'annoncent encourageants car, cette année, d'après Gemines, **2,35 milliards de dollars** devraient être investis dans la construction et l'agrandissement de logements privés, soit une hausse de 22% par rapport à 1999. Rappelons qu'en 1999, ces investissements avaient chuté de 25,7%, par rapport à 1998, à 1,9 milliard de dollars.*

• Le boom des ventes à Santiago

*En 1999, les ventes de logements neufs à Santiago ont progressé de **43%** à **10 264** unités contre 7 173 en 1998. L'offre est passée de 13 071 unités en janvier 1999 à 9 680 unités en décembre 1999, soit un recul de 26%.*

• La construction de logements repart

En 1996, 143 823 logements neufs étaient construits ou étaient en chantier. Depuis lors, la baisse a été continue pour arriver, en 1999, à 104 735 unités.

La contraction de l'offre n'a pas, semble-t-il, affecté les ventes de logements comme nous le signalons pour Santiago. En surface construite ou en chantier, la baisse a aussi commencé en 1997. Les perspectives, pour cette année, semblent assez favorables et il n'est pas impossible qu'on revienne à des résultats s'approchant de ceux de l'année 1996.

L'exemple de Santiago reflète bien la situation que le pays a connu en 1999. En effet, l'an dernier, le nombre de permis de construire délivrés pour les logements par la ville de Santiago s'est élevé à **32 030** contre 32 327 en 1998. En superficie, la chute a été de **16%** avec **2,1 millions de m²** contre les 2,5 millions de m² autorisés en 1998.

Construction de logements approuvée et commencée depuis 1994

Année	TOTAL PAYS		RÉGION MÉTROPOLITAINE		TOTAL PAYS		RÉGION MÉTROPOLITAINE		TOTAL PAYS
	Nbre de nouvelles constructions	Δ %/ à l'année antér.	Nbre de nouvelles constructions	Δ %/ à l'année antér.	Nouvelles constructions en Mm ²	Δ %/ à l'année antér.	Nouvelles constructions en Mm ²	Δ %/ à l'année antér.	
1994	124 785	+2,2	51 706	-10,5	7,4	+1,7	3,46	-5,5	388 088
1996	143 823	+6,1	57 164	-6,1	9,35	+10	4,25	-1,3	446 583
1997	137 208	-4,6	62 151	+8,7	9,34	-0,1	4,87	14,6	430 712
1998	120 760	-12	42 489	-31,6	7,86	-15,8	3,39	-30,2	490 461
1999	104 735	-13,3	42 190	-0,7	6,14	-21,8	2,81	-17,2	303 432

2000					Nouvelles constructions en 000 m ²		Nouvelles constructions en 000 m ²		
Jan	7 860	+59,1	2 211	+12,3	471	+43,2	167	+4,4	22 938
Fév	7 192	+41,3	2 459	+47,1	426	+32,3	174	+57,6	

Source : INE

• Le logement tire la croissance du BTP

*C'est le sous-secteur de l'immobilier, et notamment le logement, qui représente **28%** de l'activité sectorielle qui devrait empêcher le BTP d'afficher un résultat négatif en 2000.*

*Cette année, le secteur de la construction devrait enregistrer une croissance de **0,3%** contre un recul de **10%** en 1999 et de 0,4% en 1998. Depuis 1978, l'évolution du secteur a été la suivante :*

	1978-1981	1982-1985	1986-1989	1990-1998
<i>Progression moyenne</i>	+99,8%	-14%	+52%	+5,7%

Cámara Chilena de la Construcción

*Mais pour Gemines, cette année, la croissance de la construction devrait être de **5,3%**. Ses prévisions pour l'après 2000 sont les suivantes :*

	2000-2005	2006-2010	2016-2020
<i>Progression moyenne</i>	6%	+5,9%	+4,6%

Les investissements

Le BTP compte plus de 2 000 entreprises (**388 640** employés en janvier 2000) dont Moller y Pérez Cotapos, Molina Morel y Besalco qui sont les principaux constructeurs du secteur immobilier. Le secteur est promis à un avenir positif si les investissements attendus se matérialisent. En effet, d'après l'*Instituto de la Construcción*, en 2010, les investissements devraient s'élever à **20 milliards de dollars** (dont 68% devraient être des investissements étrangers), soit **+135%** par rapport aux **8,5 milliards de dollars** de 1999.

Le crédit

Malgré la crise régionale en 1999, il semble que le crédit immobilier soit resté stationnaire par rapport à 1998, tant dans les volumes prêtés que dans les taux d'intérêt pratiqués. Tous les indicateurs conjoncturels du pays sont maintenant au vert et la production de prêts à l'habitat devrait donc enregistrer un développement substantiel cette année suite à une accélération qui a commencé en octobre 1999.

• L'encours de crédits immobiliers en 1999

De janvier à septembre 1999, les crédits immobiliers représentaient **5,94%** de l'encours des crédits du système financier, soit 1 504 milliards de pesos (**2,8 milliards de dollars**) sur un total de 25 334 milliards de pesos (**47,7 milliards de dollars**), 1% de plus qu'en décembre 1998 (source : Duff & Phelps Chile).

Depuis octobre 1999, les prêts à l'habitat ont progressé notamment à cause de la mesure fiscale du DFL 2.

Toujours de janvier à septembre 1999, **Bice** est la banque qui a le plus distribué de prêts à l'habitat qui représentent 14,38% de son encours de crédits. Suivent les banques **ABN Amro** avec un pourcentage de 13,96%, contre 9,45% en décembre 1998, et le **Banco de Santiago** avec 10,95%.

• Les taux d'intérêt en 1999

Au début de 1999, les taux des crédits immobiliers approchaient une UF (*Unidad de Fomento**) +9% pour descendre à leur niveau le plus bas en août avec une UF+6,5%. En novembre 1999, les taux calculés sur la base des obligations oscillaient entre 7,8% et 9%, en moyenne, et les taux *mutuos* (mutuelles) tournaient autour de 8,5%. Début décembre, les taux étaient, de nouveau, de 8% et 9% en moyenne.

* En 1999, une *Unidad de Fomento* valait plus de 14 000 pesos (environ 26-27 dollars).

• L'actualité des prêteurs

Hipotecaria de la Construcción/Fuenzalida Propiedades

Les 2 sociétés ont passé un accord pour offrir des crédits immobiliers à 30 ans, destinés aux investisseurs argentins, habitant les provinces limitrophes de Mendoza, San Juan et San Luis, qui souhaiteraient acquérir une résidence dans la V^{ème} Région chilienne.

Mexique

L'état des lieux du secteur des logements

Selon le Directeur de la *Sofol Hipotecaria Mexicana*, si le PIB croît de 5% en 2000, 2001 et 2002, la production de logements aura doublé en 2002. Cette perspective optimiste laisse supposer qu'il y a encore beaucoup de possibilités de développement pour la construction de logements dans le pays, surtout pour les logements sociaux. Le logement social est bien la priorité des priorités pour les autorités mexicaines. Le défi est de pouvoir combler le déficit qui se creuse d'année en année même si son évolution est lente. Chaque maison construite entraîne la création de **5 à 6** emplois directs. Les raisons d'être optimiste sont d'autant plus fortes que le poids du BTP dans le PIB reste faible et qu'il traverse une période favorable. Si la progression de la construction de logements se poursuit le niveau de production d'avant la crise pourrait être prochainement rattrapé.

• Un secteur en pleine expansion

Hausse de la demande

Les demandeurs de logements sont passés de 998 601, en 1995, à **1,12 million**, en 1999, soit une augmentation de **12,1%**. Cette année, les candidats devraient être **1,16 million (+4,3%)**.

Les Mexicains demandeurs de logements représentent **43,97%** de la population âgée de 20 à 49 ans. Mais seulement **16,1%** d'entre eux, soit **6,5 millions** de personnes, remplissent les conditions pour obtenir un crédit immobilier (source de septembre 1999 : Sedesol, Banxico, Infonavit).

Les besoins en logements

En 1999, d'après Sedesol, les besoins en logements neufs se sont montés à **364 291** unités qui se sont ajoutés à **356 049** améliorations d'habitat nécessaires. Pour 2000, les besoins se chiffrent à **361 806** logements et à **340 805** améliorations d'habitat. Cette légère baisse n'est cependant pas significative.

Le parc de logements

*En octobre 1999, le **parc de logements** était de **23,58 millions** de maisons et appartements, soit une hausse de **22%** depuis 1995. Fin 2000, le parc devrait compter **24,7 millions** de logements, soit une croissance de **4,74%** par rapport à 1999*

Un logement moyen de gamme peut coûter entre **50 000 et 150 000 dollars**.

Le poids de l'immobilier dans le PIB

Au Mexique, le portefeuille immobilier-logement représente **8%** du PIB contre **13%** en Colombie et **54%** aux États-Unis.

Le potentiel du secteur est donc important d'autant qu'il n'a pas encore rattrapé le retard qui l'affecte depuis la crise de 1995.

Les prévisions tablent sur une reprise en 2001.

En effet, d'après le cabinet de Conseil *Softec*, même si, en 2000, les investissements dans le secteur immobilier devraient chuter de **15%** en passant d'un marché de 56 milliards de pesos à un marché de 48 milliards de pesos (de 5,85 milliards de dollars à 5 milliards de dollars), la réactivation du marché ne devrait commencer qu'en 2001.

Avant la crise de 1995, la valeur du marché immobilier représentait 160 milliards de pesos.

Le secteur de la construction se porte bien

L'immobilier et particulièrement le logement s'intègrent dans un secteur du BTP en bonne santé puisqu'en 1999, la construction a enregistré une croissance de **4,5%** comparée à 1998.

Cette progression est toutefois parallèle à une concentration de la branche qui induit des pertes d'emplois : en août 1999, le secteur ne comptait que **9 500** entreprises contre 16 000 en 1994 ; de 1995 à août 1999, **170 000** emplois ont disparu, soit **40%** de l'effectif de la profession.

L'enjeu capital du logement social

• Un déficit en logements sociaux

Actuellement dans le pays le logement social présente un déficit accumulé de **6 millions** d'unités contre 6,57 millions en septembre 1999 et 4,6 millions en 1995 (**21,62 millions** de Mexicains n'étant pas propriétaires). Depuis 5 ans, le déficit a crû de **1,85%**.

Chaque année, le déficit augmente environ de 450 000 logements (**452 689** unités en 1999).

En 1999 a été financée la construction de **250 000** logements sociaux et en 2000, le nombre devrait progresser de **10% à 15%**.

Selon ProviVac, en 2000, les subventions et crédits du gouvernement fédéral devraient permettre l'achat de **près de 310 000** logements (neufs et anciens) par les couches de la population aux faibles revenus.

Mais, le rythme des constructions ne semble pas suffisant pour pallier au déficit en logements. C'est pourquoi, début mars 2000 a été approuvée par l'Assemblée Législative du District Fédéral la Loi du Logement du District Fédéral qui développe des mesures d'encouragement de la construction du logement social.

•

• Les acteurs du logement social

Corporación GEO

GEO est le plus grand constructeur de logements du pays (chiffre d'affaires de 3,87 milliards de pesos en 1999, soit 404,4 millions de dollars) et détient **25%** du marché du logement social.

En 2000, le groupe devrait commercialiser **23 020** maisons dans le pays contre 21 500 en 1999 et 20 428 en 1998.

Postes	En % du prix de vente d'une maison social Geo
Projet (architecte...)	0,5%
Terrain*	entre 8% et 10%
Dépenses commerciales afférentes à la vente*	4%
Demandes d'autorisation et démarches administratives*	5%
Intérêts et frais bancaires*	6%
Coût de l'infrastructure urbaine	entre 35% et 38%
Coût de la construction de la maison	entre 9% et 12%
Marge brute de Geo	30%

Desarrolladora Metropolitana (DeMet)

Le groupe figure parmi les 5 premières compagnies du secteur du logement social. Depuis 1995, DeMet est leader dans le District Federal. La réserve en terrains à bâtir est de 500 000m², dont le prix du m² est, en moyenne, de 1 500 pesos (150 dollars). L'offre du groupe est actuellement de 8 000 appartements. De 1995 à 1999, la compagnie a construit 12 500 logements dont 8 024 en 1999.

Homex

Le constructeur *Financiamiento Corporativo de Hogares Mexicanos* (Homex) est spécialiste de la construction de logements sociaux dans des villes moyennes du pays. En 1999, la société a vendu 6 650 maisons et devrait mettre sur le marché 10 000 unités en 2000. L'entreprise va donc continuer à être le 1^{er} destinataire des crédits du *Prosavi* (voir plus loin).

Consorcio Hogar

L'entreprise table sur la construction de 6 080 logements sociaux en 2000.

Le crédit

L'assainissement du système financier mexicain en cours devrait permettre la relance d'une politique dynamique de crédits immobiliers. L'environnement conjoncturel est très porteur pour que ces opérations se multiplient. La récession enregistrée dans le crédit immobilier est en fait l'héritage des séquelles de la crise de 1995 et devrait, peu à peu, s'estomper.

Les 2 axes de développement à privilégier sont **les crédits immobiliers pour les logements moyen de gamme** et pour le **logement social**.

Le crédit immobilier social bénéficie d'une organisation bien rodée qui a fait ses preuves et qui fait école dans la Région.

Reste, peut-être, à promouvoir une pareille efficacité pour les crédits immobiliers moyen de gamme en les rendant accessibles au plus grand nombre.

• **L'accession à la propriété**

D'après un sondage élaboré par la *Sofol Hipotecaria Su Casita*, en août 1999 :

47% des Mexicains désiraient devenir propriétaires d'une nouvelle maison ;

31% ne voulaient pas contracter d'emprunt bancaire ;

38% ne savaient pas qu'il existe des financements immobiliers disponibles ;

34% ne pensaient pas présenter le profil nécessaire pour accéder à un crédit

• Le tassement des crédits immobiliers

Depuis 1995, l'octroi de crédits, tant pour le logement résidentiel que pour le logement social, a reculé. Ainsi, de juin 1998 à juin 1999, les crédits immobiliers des banques ont reculé, en moyenne, de 18% tandis qu'entre janvier et juin 1999, le recul atteignait 30,9% en passant de 86 milliards de pesos à 59,4 milliards de pesos (6,27 milliards de dollars). **Banamex** et **Bancomer** détiennent 80% du marché de ce segment. C'est en général l'augmentation des **impayés bancaires** qui a freiné l'octroi de crédits. En effet, de janvier à juin 1999, le taux d'impayés a crû de 20,6% en passant de 4,65 milliards de pesos à 5,61 milliards de pesos.

Mais, si l'on prend en compte l'augmentation de 4,3% des dépenses des ménages en 1999 et le pronostic d'une consommation privée en progression de 3,7% cette année, la production de crédits devrait ralentir sa décline. Les effets du traité de Libre Échange avec les États-Unis et le Canada (Alena) sont, peut-être, en partie, à l'origine du développement du pays en permettant l'augmentation du pouvoir d'achat des classes moyennes qui obtiennent plus de 70% des crédits immobiliers consentis. Cette tendance devrait logiquement se poursuivre si, bien sûr, les conditions d'emprunt s'améliorent (baisse des taux...).

• Le logement social

En 1999, les 3 principaux organismes de logement social, l'**Infonavit**, le **Fovissste** et le **Fovi**, ont octroyé **247 311** crédits.

Le FOVI - Fondo de Operación y Financiamiento Bancario a la Vivienda

↳ Depuis 1963, date de sa création, le Fovi, actuellement placé sous la tutelle du Banco de México, a permis à **5 millions** de Mexicains de devenir propriétaires. **Plus d'1 million** de logements ont été financés dont **416 000** ces 10 dernières années. Le Fovi vise la population qui ne dispose de revenus suffisants pour bénéficier des crédits immobiliers de l'**Infonavit**.

↳ Le Fovi est une banque de 2^{ème} niveau qui opère via les Sofoles.

- Les **Sofoles** (Sociedades Financieras de Objeto Limitado) sont des institutions financières sur lesquelles repose le système du financement du logement d'intérêt social.

- En août 1999, les **17** Sofoles du pays administraient un encours de crédits supérieur à 13 milliards de pesos (**1,37 milliard de dollars**) avec un parc de **110 000** logements financés.

- Ces intermédiaires ont un taux d'impayés moyen inférieur à 2%.

- En 2000, les 14 Sofoles qui s'occupent du marché immobilier avec des ressources provenant du FOVI devraient octroyer 12 milliards de pesos (1,25 milliard de dollars) de crédits pour la construction de près de 70 000 logements, soit 10 000 de plus qu'en 1998. Les crédits individuels du FOVI gérés par les Sofoles sont généralement à 30 ans et pour des montants oscillant entre 80 000 et 280 000 pesos (entre 8 000 et 28 000 dollars).

- ↳ Les crédits Fovi restent en marge des réajustements sur l'inflation grâce à une assurance qui permet uniquement d'indexer l'augmentation des mensualités sur l'augmentation du salaire minimum (120 dollars par mois).
- ↳ Les 2 programmes de Fovi sont **Prosavi** et **Programa Normal**.

1. Prosavi (Programa de Subsidio y Ahorro para la Vivienda) :

- Sur les 58 000 crédits accordés en 1999, 17 000 appartenaient au Prosavi. En 2000, ils devraient passer à 28 000.
- Ce programme concerne les logements les moins chers et est destiné à des familles dont les revenus ne dépassent pas 3 salaires minimums par mois, soit 360 dollars. A noter que seulement 16,8% de la population économiquement active perçoit plus de 3 salaires minimums par mois. Une aide de 20% de la valeur du logement est donnée. La mensualité correspond à un barème de 7,5 pesos pour 1 000 pesos prêtés. Le crédit est de l'ordre de 30 000/40 000 Udis (Unidades de inversión), soit entre 75 000 et 100 000 pesos (7 500 et 10 000 dollars) et l'apport demandé est de 7,5% de la valeur du logement.
- Pour les familles dont les revenus totaux ne dépassent pas 2,5 salaires minimums (300 dollars par mois), l'aide gouvernementale est de 8 000 Udis, soit environ 20 000 pesos (2 096 dollars) en plus de l'apport de 7,5% demandé.
- Les États de Jalisco, Tabasco, Guanajuato, Hidalgo, Baja California, Coahuila et Chihuahua, n'ont pas encore accès au Prosavi car ils n'ont pas modifié leur législation comme le demande le Fovi.

2. Programa Normal :

Ce programme n'apporte pas d'aide. Le crédit est situé dans la fourchette 46 750/104 500 Udis (116 875/261 250 pesos) et l'apport personnel initial doit être de 10% à 15%. La mensualité va de 9 pesos/1000 prêtés jusqu'à un crédit de 55 000 Udis (137 500 pesos) à 11 pesos/1 000 prêtés. Ces crédits sont destinés à des familles dont les revenus mensuels vont de 4 à 15 salaires minimums (de 480 à 1 800 dollars).

L'INFONAVIT - Instituto del Fondo Nacional para la Vivienda

- ↳ Ces crédits sont accessibles aux travailleurs salariés dont les entreprises cotisent à l'Institut.
- ↳ De la date de sa création à la fin 2000, l'Infonavit aura financé **2 millions** de logements : **1 Mexicain sur 10** vit dans une de ces maisons. De 1989 à 1999, l'organisme a accordé **1,5 million** de crédits dont **176 000** octroyés en 1999 (7% de plus que l'objectif fixé) et pour la prochaine décennie table sur **2,5 millions** de financements distribués (+126,2%) soit 231 000 par an, en moyenne.
- ↳ Depuis avril 2000, l'Infonavit s'est lancé dans un nouveau plan de 18 mois (fin en octobre 2001) pour construire **250 000** logements dont **180 000** en 2000 (investissement total de 34 milliards de pesos, environ 3,56 milliards de dollars). Dans le précédent plan de 18 mois, ont été construits **200 000** logements, pour **1 million** de Mexicains, ayant nécessité un investissement de 26 milliards de pesos (2,72 milliards de dollars).
- ↳ Les impayés étaient en août 1999 de 24,6% et devraient tomber à 15% à la fin de la prochaine décennie.
- ↳ Pour la période 2000-2010, 55,9% des recettes de l'Institut proviendront des contributions patronales et 38,4% de la récupération de crédits.

L'actualité des prêteurs - les Sofoles

↳ **Hipotecaria Nacional**

C'est la 1^{ère} Sofol (*Sociedad Financiera de Objeto Limitado*) du pays. En 1999, *Hipotecaria Nacional* a octroyé **15 000** crédits immobiliers, soit **25%** du marché via Fovi. Depuis sa création elle a octroyé 30 000 crédits et, en 2000, l'intermédiaire va financer 30 000 logements. Au 1^{er} semestre 1999, les actifs de *Hipotecaria Nacional* ont atteint 4,17 milliards de pesos dont 91% font partie du portefeuille de crédits. Les impayés représentaient à peine 0,08% de l'encours de crédits.

↳ **Sofol Hipotecaria Su Casita** (voir plus haut)

La Sofol propose un système de financement appelé *Flexiplan* qui permet à des revenus équivalant à 2 salaires minimums et plus (240 dollars et plus) de bénéficier d'un plan de financement à l'habitat. Les mensualités peuvent varier.

↳ **Sofol Hipotecaria Mexicana**

En 1999, cette Sofol a accordé plus de 7 000 crédits et a ouvert 14 agences (soit un total de 62 succursales). Depuis sa création, elle a octroyé 23 000 crédits dans plus de 20 villes.

Autres prêteurs

↳ **Consorcio ARA**

Le groupe travaille avec la banque **Bital** pour proposer des formules de prêts avec un apport minimal de 20%. Directement le constructeur propose une formule avec un apport de 35%, 35% pendant la construction de la maison et 35% à un taux de 18% sur 24 mois.