

Le millésime 2015

Bonjour Pierre Yves, vous êtes responsable de la prescription bancaire chez Crédit Unique, nous avons échangé voilà quelques mois sur les enjeux de la création de [la nouvelle marque](#) Crédit Unique.

Au final que reprenez-vous de ce millésime 2015 particulier ?



Eh bien globalement l'année s'est plutôt bien passée ! Nous avons atteint les objectifs que nous nous étions fixés et avons réalisé une production de l'ordre de 40 millions d'Euros, en hausse de plus de 10%. Pour l'anecdote, le plus gros montant financé a frôlé les 400.000 Euros pour un rachat de 10 prêts.

Nous avons également opéré des choix stratégiques forts, la marque bien sûr pour accélérer notre développement hors nos régions historiques, mais surtout nous nous sommes mis d'accord avec Meilleurtaux pour arrêter le partenariat qui nous liait depuis 2011.

Choix d'indépendance bien sûr, mais aussi l'expression de notre confiance en l'avenir avec de nombreux investissements et la ferme intention de nous consacrer pleinement aux prescripteurs bancaires.

2016, c'est une présence terrain plus forte du coup ?

Oui, exactement, c'est notre objectif principal et en corollaire une réactivité maximale pour la bonne prise en charge des demandes et une offre produit en totale adéquation avec les projets de vie des clients.

Mais 2016, ce n'est pas que ça ?

Non bien sûr ! Le deuxième objectif est de développer notre présence sur le web au travers d'un réseau de sites internet propres à Crédit unique ou encore l'acquisition de contacts web...



Le troisième objectif consiste à développer l'intégration des mandataires d'intermédiaire via une structure entièrement dédiée au traitement des dossiers qui nous sont confiés par des courtiers ne disposant pas de toutes les solutions de rachat de crédits.

Nous avons pleinement conscience que 2015 a été une année de construction, 2016 permettra de consolider nos différents acquis.

La prescription bancaire, pivot de notre développement



Revenons sur la prescription, comment voyez-vous évoluer la relation que vous entretenez avec le réseau bancaire ?

Crédit Unique s'est développé depuis 1996 en privilégiant la proximité avec les [agences bancaires](#) via ses propres [implantations](#).

Aujourd'hui plus que jamais, nous sommes tous mobilisés pour aller à la rencontre des professionnels qui nous expriment leur confiance depuis plusieurs années. Nous avons à cœur en ce début d'année 2016 de leur proposer les nouvelles solutions que nous avons mises en place avec nos [partenaires financeurs](#).

Avez-vous un ressenti particulier sur le sujet ?

Pour avoir participé à différentes réunions de secteurs, réunions en agence, toutes enseignes confondues, il y a deux sujets de préoccupation qui reviennent systématiquement : la [gestion du risque](#) et la collecte d'épargne.

Nous sommes convaincus que nos solutions de regroupement de crédits peuvent répondre à ces problématiques. Pour faire court, elles permettent d'externaliser l'encours risqué, de conserver la domiciliation des comptes bancaires et de favoriser le retour à l'épargne. Nous avons ainsi tous les atouts pour répondre aux demandes des agences bancaires et à leurs problématiques du quotidien.

Le RAC en 2016



Et le rachat de crédits ?

Comme j'ai eu l'occasion de le rappeler lors d'une précédente Comm'Unique, en France, seuls [30% des crédits](#) sont distribués par des courtiers. Nous sommes donc loin du paradigme allemand avec 60% de diffusion via des courtiers, sans même parler des pays anglosaxons plus matures. Nous avons une marge de progression naturelle assez importante, cela nous donne confiance pour l'avenir !

Aujourd'hui un IOBSP doit être présent sur tous les canaux d'acquisition, web, co-courtage... des parts de marché sont à gagner sur tous ces canaux.

La clé de réussite va aussi passer par une adaptation de notre offre aux nouvelles problématiques des clients dont les dossiers nous sont confiés. Nous devons avoir une offre plus large pour financer des soultes, des donations, financer des trésoreries plus importantes...

Avant de se quitter, que pourrions-nous vous souhaiter pour cette année 2016 ?

Continuer notre développement tout en optimisant nos relations de proximité qui sont essentielles pour nous. Nous voulons asseoir notre position de leader ancré dans le Sud Ouest et gagner des parts de marché sur le web. Enfin, nous souhaitons continuer à prendre du plaisir en offrant toujours plus de solutions aux clients qui nous font confiance.