



PRIX DES SERVICES BANCAIRES, INCIDENTS DE PAIEMENT : BILAN DES ACTIONS EN COURS ET PROPOSITIONS. LE POINT DE VUE DES BANQUES

FRANÇOISE PALLE-GUILLABERT*

Le client d'une banque, en France, bénéficie globalement d'un bon rapport qualité/prix, que ce soit en matière de service ou de crédit bancaire.

Pourtant, les associations de consommateurs expriment de manière récurrente une relative forme d'insatisfaction en matière de relations banque-client.

Leur critique porte en particulier sur la tarification des incidents de paiement. À cet égard, les mesures prises par les pouvoirs publics et la profession bancaire devraient contribuer à améliorer la situation.

Au niveau macro économique, le *business* modèle de la banque de détail

est attaqué, tant par la Commission européenne que par les pouvoirs publics, tentés souvent pour des raisons politiques de réglementer le prix des services bancaires.

La question d'une juste rémunération des services bancaires est un sujet parfois tabou. Par rapport aux pays anglo-saxons, la France se caractérise par un rapport à l'argent complexe, et par l'héritage encore récent de grandes banques publiques. La tentation d'assimiler la banque à un service public est toujours présente, ainsi que la nostalgie voire la démagogie du service gratuit, ce qui contribue à brouiller le fondement économique des prix des services bancaires.

* Études et Activités Bancaires et Financières - Banque de détail et banque à distance - Directeur de Département. *Fédération Bancaire Française*.

LE PRIX DES SERVICES BANCAIRES

En matière de prix des services bancaires, la France se situe dans la moyenne européenne

Les banques françaises proposent une offre de services bancaires courants complets pour un prix modéré d'environ 130 € par an, inférieur à la moyenne européenne qui est autour de 145 €.

Pour environ 10 € par mois, le client bénéficie au quotidien de produits et services de banques de détail parmi les plus fiables et les plus performants avec :

- un maillage territorial dense d'agences bancaires, ainsi que de DAB-GAB¹ où peuvent être effectuées 24H sur 24 et 7 jours sur 7 les opérations les plus courantes, ainsi qu'un accès multicanal généralisé (banque en ligne, par téléphone etc.) ;
- des moyens de paiement modernes et sécurisés (carte, virement, prélèvement etc.) ;
- un accès à des produits d'épargne et de crédit très concurrentiels. Les crédits immobiliers se situent à des niveaux de taux encore attractifs malgré une récente légère remontée (4,48 % en France fin 2007 contre 4,88 % pour la zone euro et 5,93 % par exemple pour l'Italie), faiblement margés, correctement assurés et donc bien sécurisés pour le client emprunteur et ses ayants droit. Le niveau de taux des crédits à la consommation est également en dessous de la moyenne européenne, avec 6,81 % en France à fin 2007 contre 8,07 % pour la zone

euro, dans une fourchette qui va de 5,71 % pour la Finlande à 10,9 % pour l'Italie.

Malgré ce très bon rapport qualité/prix objectif, le prix des services bancaires fait l'objet d'une attention publique toute particulière. Les associations de consommateurs notamment, largement relayées par la presse, publient chaque année les résultats d'enquêtes comparatives d'un réseau à l'autre. On y trouve - outre le traditionnel florilège de facturations plus ou moins iconoclastes mais à dire vrai assez isolées -, les évolutions tarifaires ainsi que les services nouvellement facturés.

Pourtant, le prix des services bancaires en France s'inscrit dans la moyenne européenne. Les études comparatives le montrent lorsqu'elles prennent en compte les différences de structures de consommation des clients particuliers, avec une segmentation de la clientèle par recours à un panier type de services². Ainsi, les revenus bancaires tirés de la banque au quotidien pèsent en France pour 0,37 % du PIB, contre 0,42 % en Allemagne, et plus de 0,5 % en Espagne et Italie.

De surcroît, le prix des services bancaires représente un faible coût et un enjeu mineur pour les consommateurs français, tant en valeur absolue qu'en valeur relative, même s'il existe sans doute des différences significatives d'un ménage à l'autre. Le poids des services financiers ne représente en effet que 0,6 % du budget d'un ménage (soit un niveau inférieur à celui de l'horticulture qui est à 0,64 %), quand la téléphonie pèse dorénavant pour 2,7 %. La hausse du prix des services financiers (+ 0,2 % sur un an en décembre 2007) est nettement inférieure à celle



des services en général (+ 2,4 %) et plus faible que celle de l'indice global de l'INSEE sur les prix à la consommation (+ 2,6 %).

Pourtant, la perception du consommateur français est différente. Pour des raisons sans doute autres qu'économiques, il est incontestablement fortement sensible au prix des services bancaires. Plus que le prix et la valeur réelle, c'est la valeur perçue qui semble compter.

Les prix des services bancaires sont affichés et disponibles

Pour améliorer la transparence tarifaire, les banques ont pris, en novembre 2004, des engagements devant le Comité Consultatif du Secteur Financier (le CCSF est une instance qui réunit avec une périodicité pluri mensuelle les associations de consommateurs, les professionnels et les pouvoirs publics). Ces engagements ont tous été mis en œuvre au cours de l'année 2005. Ils visent notamment à améliorer la comparabilité des prix entre établissements. Ainsi, les tarifs sont désormais disponibles sur internet ainsi que dans les agences, sous la forme d'affiches et de dépliants. Un signe distinctif visuel (appelé « pictogramme ») signale les frais bancaires sur les relevés de compte, ce qui permet de les identifier par rapport aux opérations proprement dites. Les libellés figurant sur les relevés de compte et les plaquettes tarifaires adressées chaque année à tous les clients ont été harmonisés pour faciliter les comparaisons d'une banque à l'autre. Un glossaire expliquant les termes employés dans la banque est également

disponible sur les sites internet des banques, de la Fédération bancaire française, du CCSF afin de rendre la banque plus compréhensible et plus accessible.

En novembre 2006, à nouveau dans le cadre du CCSF, et pour répondre aux demandes des associations de consommateurs, la profession bancaire avait pris l'engagement de regrouper les frais bancaires (déjà identifiés par un pictogramme) sur une base mensuelle. Elle avait considéré en effet que le budget d'un ménage se construisait surtout sur une base mensuelle. Les associations de consommateurs étaient d'ailleurs, au début des travaux de réflexion communs avec la profession, assez partagées sur la périodicité d'un tel relevé de frais : certaines plaidaient pour un récapitulatif mensuel, d'autres trimestriel, d'autres enfin annuel.

Le dispositif prévu par les pouvoirs publics dans la loi sur le développement de la concurrence au service du consommateur du 3 janvier 2008 a privilégié un récapitulatif annuel des frais bancaires. Ce document, récapitulant les sommes perçues par la banque au cours des douze derniers mois au titre de la gestion de compte de dépôt, inclura les agios. Il sera porté à la connaissance des clients pour la première fois au plus tard le 31 janvier 2009.

D'une façon générale, toutes ces mesures d'amélioration de l'information et de la qualité du service doivent s'effectuer à un coût justement proportionné, sans illusion sur le caractère « gratuit » ou non du nouveau service ainsi rendu. Il convient en effet toujours de garder présent à l'esprit le





coût pour les professionnels, et in fine pour les clients, de la modification des règles applicables.

LA TARIFICATION DES INCIDENTS DE PAIEMENTS

La problématique des incidents de paiement est un poison lent dans les relations banque-client. Elle trouve notamment son origine dans le corpus législatif et réglementaire qui encadre les chèques pour en faire un moyen de paiement gratuit, mais aussi sécurisé pour les bénéficiaires de chèques que sont les particuliers, les commerçants et l'État. La mise à disposition des clients des vignettes de chèques s'effectue toujours, pour des raisons historiques et conformément au décret-loi de 1935 modifié, à titre gratuit. L'émission de chèque sans provision est sanctionnée par le législateur car elle porte atteinte à la confiance du public dans ce moyen de paiement ; le bénéficiaire d'un chèque sans provision n'est en effet pas payé, alors que l'achat ou la prestation de service ont déjà été effectués.

Plusieurs étapes ont été successivement mises à la charge du banquier : - avertissement du client distrait ou négligent avec l'envoi d'une lettre d'information préalable, - lettre d'injonction déclenchant un délai de régularisation au profit du client, et sanction en cas de non-régularisation avec inscription au fichier central des chèques (FCC) tenu par la Banque de France, - rejet du chèque dont le paiement avait été suspendu, - émis-

sion d'un certificat de non-paiement au profit du bénéficiaire, - interdiction d'émettre de nouveaux chèques et donc restitution des formules de chèques encore détenues, - et enfin contrôle du versement d'une amende proportionnée au montant du chèque au profit de l'État. Cet ensemble de prestations est effectué par la banque, pour chaque chèque insuffisamment provisionné, conformément à la loi.

Financièrement, dans l'hypothèse de l'émission d'un chèque sans provision, le client tire sur le bilan de la banque, sans y avoir préalablement été autorisé : il dépasse en effet le montant du découvert qui lui a été consenti après analyse de sa solvabilité, et à défaut d'autorisation de découvert, s'en crée une de façon unilatérale.

Ce comportement n'est pas isolé ou exceptionnel. Chaque matin, le chargé de clientèle de l'agence reçoit un listing informatique recensant les opérations (chèques, prélèvements, virements) susceptibles de créer des dépassements non autorisés de solde de compte. Il effectue un traitement manuel de ce listing, examinant les dépassements avec une relative bienveillance puisque globalement les banques choisissent de payer 80 % des chèques se présentant sans provision. Il y a là un comportement de la clientèle objectivement répréhensible car, juridiquement, la provision doit exister dès l'émission, c'est-à-dire à la signature du chèque.

Ce comportement est massif et donc très coûteux pour la banque : le FCC comporte en effet 1,8 million d'inscrits à fin décembre 2007. Ces inscrits n'ont pas régularisé leur chèque sans provision, pour un volume



global de chèques déclarés en incident de 4,7 millions sur l'année 2007.

Les incidents de paiement sur les chèques mais aussi sur les prélèvements et les virements sont donc facturés par les banques à leurs clients. Le niveau de cette facturation est d'autant plus controversé, qu'il est concentré. En définitive, un pourcentage faible de comptes est concerné par des rejets de paiement (de l'ordre de 2 à 3 %).

Ce dispositif est unique en Europe et les Français sont de très loin les plus gros consommateurs de chèques.

Les engagements des professionnels sur les incidents de paiement

Pour répondre aux attentes des associations de consommateurs, les banques ont pris des initiatives dans le cadre du CCSF, et amélioré leurs procédures.

En novembre 2004 a ainsi été institué un forfait par chèque non provisionné comprenant tous les frais d'incidents et de régularisation, pour améliorer la compréhension du client. De même, la lettre d'information préalable au rejet a été complétée d'une mention relative aux conséquences financières dudit rejet.

Puis, en novembre 2006, les banques se sont engagées, en cas d'accumulation de frais de rejets de chèques ou de prélèvements, à examiner de façon personnalisée et dans les meilleurs délais, la demande qui leur serait faite par un client qui subit des difficultés causées par un accident de la vie ou une diminution forte de ses ressources. Cet examen peut déboucher, dans certains

cas notamment de difficultés graves ne relevant pas de la responsabilité du client, sur une remise partielle ou totale de frais.

Ces engagements portent donc sur l'information, le niveau et l'accumulation de frais d'incident. Ils ont été estimés insuffisants par les associations de consommateurs qui ont demandé au Parlement de se saisir du sujet. Elles souhaitent notamment que soient plafonnés les frais liés aux incidents.

Les initiatives des pouvoirs publics

La limitation du montant des frais bancaires liés à un incident a été votée à l'unanimité par les députés dans un amendement au projet de loi relatif au droit au logement opposable en février 2007. Le texte fixe les principes et renvoie à un décret les modalités d'application.

Le décret du 16 novembre 2007 prévoit que le montant maximum des frais bancaires, dans le cas d'un rejet de chèque d'un montant inférieur ou égal à 50 euros, est plafonné à 30 euros et à 50 euros pour un chèque supérieur à 50 euros.

Pour les incidents de paiement autres que le chèque (prélèvement, TIP...), le montant maximum des frais ne peut excéder le montant de l'ordre de paiement rejeté, dans la limite d'un plafond de 20 euros. Pour laisser aux banques le temps d'adapter leurs chaînes de traitement informatiques, le texte entre en vigueur mi-mai 2008.

On peut espérer que la question très sensible de la tarification des incidents de paiement se trouve ainsi réglée. Il y



a lieu de laisser maintenant ces différentes procédures combinées entrer en vigueur et produire tous leurs effets. Pour autant, il n'est pas certain que la problématique du juste prix des services bancaires soit résolue.

LE *BUSINESS* MODÈLE DE LA BANQUE DE DÉTAIL

Le *business* modèle des banques de détail en Europe est remis en cause par différents travaux en cours de la Commission européenne. Soucieuse de présenter au consommateur européen les atouts perceptibles au quotidien d'une intégration européenne renforcée, la Commission a publié récemment de nombreux documents³ en faveur d'une concurrence renforcée entre banques européennes, dont elle attend notamment une baisse du prix des services pour le consommateur.

Les éléments de problématique sur la transparence des prix des services bancaires ne sont pas propres à la France, mais se retrouvent, sous des formes différentes mais voisines, dans d'autres pays européens : Royaume-Uni, Allemagne, Italie, Espagne, dans des marchés plutôt moins concurrentiels.

Le marché bancaire français est très concurrentiel

En termes de concentration, la France se place à un niveau intermédiaire entre ceux des pays identifiés par la Commission européenne comme très concentrés (Pays Bas, Belgique,

Suède), et ceux qui le sont moins (Italie, Allemagne, Grèce, Espagne). On notera toutefois que l'utilisation d'indices de concentration pour identifier d'éventuels problèmes de concurrence comporte des limites puisque le marché espagnol, peu concentré, est considéré comme l'un des plus profitables.

Les banques en France évoluent déjà dans un environnement très concurrentiel. Six grands groupes privés (Crédit Agricole - LCL, Crédit Mutuel - CIC, Société Générale, BNP Paribas, Caisses d'Épargne, Banques Populaires) répartis sur l'ensemble du territoire, et un réseau public (La Banque Postale), dont le maillage territorial est également très serré, offrent une palette complète de services bancaires. Ils sont en concurrence forte, et cette concurrence se traduit par des politiques commerciales agressives sur de nombreux marchés. D'autres acteurs privés, notamment étrangers, sont également très actifs sur le marché de la banque de détail, avec une présence généraliste (HSBC, l'ancien CCF), une offre bancaire émanant des assureurs (AXA Banque, Banque AGF, Groupama Banque, etc.) ou une offre très ciblée (cf. ING direct et son livret d'épargne orange).

Sur le marché des crédits immobiliers en France, s'est développée une vive concurrence. Celle-ci a exercé une forte pression à la baisse sur les marges d'intérêt, le crédit à l'habitat étant dès lors devenu un produit d'appel. Le Gouverneur de la Banque de France s'en est publiquement inquiété dès 2005, le niveau des taux pratiqué, considéré comme anormalement bas, ne suffisant pas à couvrir les différents



coûts supportés par les banques. Les commissions perçues pour le traitement des différentes opérations bancaires ont connu une évolution inverse, suscitant des critiques de la part des associations de consommateurs quant à la justification, au fondement économique, et à la transparence des frais ainsi facturés.

Le prix des services bancaires en France porte encore la marque des tarifications croisées

Les activités bancaires en France ont été très longtemps encadrées, y compris sur le plan tarifaire, et les grilles de prix portent encore la trace de cette évolution sous contrainte. La fameuse règle du « ni-ni », interdisant jusqu'en 2005 la rémunération des dépôts à vue et la tarification des chèques a ainsi fortement contribué à maintenir une certaine opacité des prix, ainsi que des subventions croisées entre les services faisant l'objet d'un prix et ceux qui ne le pouvaient pas⁴.

D'un point de vue théorique, le principe de subventions croisées, de péréquation tarifaire d'un produit ou d'un service à l'autre n'est pas condamnable en soit. Il participe à une certaine forme de mutualisation qui est bien acceptée, voire nécessaire, dans d'autres secteurs économiques (édition, assurance, etc.).

Mais, dans le secteur bancaire, et en dépit des améliorations apportées en matière de transparence et d'affichage, les clients veulent comprendre les prix qu'ils trouvent insuffisamment lisibles. L'exhaustivité des plaquettes tarifaires sur les services et produits bancaires explique qu'elles soient

encore considérées comme très complexes et insuffisamment accessibles au grand public. Il en est de même du fondement économique du prix des services. Les enquêtes comparatives annuelles des associations de consommateurs constatent encore des écarts de prix difficilement compréhensibles pour un même service. Certaines associations de consommateurs se focalisent par ailleurs sur les services nouvellement facturés, ou continuent à demander de nouveaux services gratuits. La responsabilité des pouvoirs publics dans cette situation de péréquation tarifaire, génératrice de bien des incompréhensions et des malentendus, est réelle, et il leur appartient de contribuer à améliorer progressivement les choses.

Pour la banque, le juste prix d'un produit ou service bancaire se situe sans doute à un carrefour entre, d'une part la valeur perçue par le client, le prix que le chargé de clientèle considérera comme légitime au regard notamment de la concurrence et qui lui permettra de vendre avec aisance le nouveau produit ou service, et celui qui assurera à la banque la couverture des frais engagés, ainsi qu'une juste rémunération.

Le secteur bancaire français doit pouvoir s'appuyer sur une base domestique solide pour pouvoir se développer à l'international et résister à la compétition européenne et mondiale. Pour ce faire, il doit satisfaire les attentes de la société dans des conditions de rentabilité pérennes.

Pour trouver un juste équilibre entre ces deux contraintes, le client et les

associations de consommateurs devront sans doute abandonner l'illusion du service gratuit qui est un poison lent des relations banque-client. La banque, de son côté, devra progressivement améliorer le fondement économique du prix de ses services, qui doit être sans doute davantage individualisé. Ce prix doit être perçu comme juste, car les relations entre une banque et son client sont avant tout fondées sur la confiance, qui est sans doute avec la qualité des services, le principal atout

de la fidélité. Le modèle de tarification est donc un enjeu d'avenir majeur, notamment dans la perspective du SEPA⁵.

Une fois cette maturité tarifaire atteinte, resteront d'autres enjeux de la relation banque-client, tels que la préservation de la qualité des contacts humains en agence à laquelle la clientèle est très attachée, le devoir de bon conseil et la coexistence de traitements de masse informatisés induits par l'industrialisation des *process*.

NOTES

1. Distributeurs automatiques de billets (DAB) et guichets automatiques de banques (GAB).
2. Études Mercer Oliver Wyman de 2005, CapGemini de 2005, 2006 et 2007.
3. Enquête comparative sur la banque de détail en Europe rendue publique en juin 2007, et Livre Vert sur les services financiers de détail publié en juin 2007.
4. Cf. Rapport de septembre 2006 pour le CCSF sur « Les défis de l'industrie bancaire » dirigé par Olivier Pastré.
5. Single Euro Payments Area.