

# Analyse



Les coûts des services bancaires

Réseau

Financité

Ensemble, changeons la finance



FÉDÉRATION  
WALLONIE-BRUXELLES

*Dans une précédente analyse<sup>1</sup>, nous nous étions penchés sur le phénomène de l'e-banking et sur le succès populaire que cette évolution technologique a rencontré. Toutefois, notre vigilance portée sur l'inclusion financière de tous les publics nous a amené à identifier les différents prérequis qu'une telle technologie exige, et force est de constater que l'accès à celle-ci est loin d'être garanti. Connaissance de l'usage des interfaces, de la langue, possession des équipements et abonnements sont autant de freins potentiels à un usage généralisé. Cette analyse se penche sur les coûts auxquels sont confrontés les personnes lorsqu'elles utilisent d'autres moyens que les moyens électroniques.*

**En quelques mots :**

- e-banking – tendance lourde d'une banque sans contact humain
- le principe de double peine pour les plus démunis
- une plus grande dépendance pour le client non connecté
- mise à mal du principe mutualiste
- des tarifs élevés, peu transparents

**Mots clés liés à cette analyse :** inclusion bancaire, e-banking, innovation, exclusion financière, tarification des services bancaires

## 1 Introduction

Alors que l'e-banking ouvre une voie royale aux banques dans leur recherche de performance, il semble légitime de s'inquiéter du sort de ceux qui ne sont pas à même d'y accéder.

L'âge, le handicap, mais aussi la précarité économique ou la non maîtrise de l'écrit des langues nationales sont autant de freins à l'usage de l'e-banking, et dans certains cas, des guichets bancaires électroniques et des distributeurs. En un mot comme en cent, il est peu de clients qui passent uniquement en agence pour le plaisir de dialoguer avec l'agent bancaire.

---

<sup>1</sup> Jérusalmy O., 2015, « E-banking et Inclusion financière : source de solutions et source de problèmes », *Réseau Financité*.

## 2 Comptes bancaires, gratuits ou presque

Les offres bancaires qui proposent l'ouverture gratuite d'un compte bancaire sont légion. Toutefois, ces offres cachent une réalité contrastée, puisque la gratuité ne concerne pas les frais annexes relatifs à des opérations spécifiques, opérations qui sont contenues dans une description tarifaire longue et fastidieuse.

À titre d'illustration, le tableau suivant fait la synthèse d'un dossier préparé par un quotidien belge paru en septembre 2015.

Nature de l'opération	Marge tarifaire observée
Renouvellement d'une carte de débit	0 à 10 €
Renouvellement d'une carte de crédit	0 à 20 €
Frais pour retirer du cash : - en Belgique - hors zone euro	0 à 0,70 € 0 à 6 €
<b>Retrait d'argent au guichet</b>	<b>0 à 2 €</b>
<b>Domiciliation refusée</b>	<b>0 à 10 €</b>
Nouveau code pin	0 à 2,5 €
Ouverture d'un coffre en cas de perte de clé	0 à 400 €
Frais de dossier en cas de décès	0 à 151,25 €
<b>Usage de virement papier</b>	<b>0 à 1 €</b>
Renouvellement d'un digipass	0 à 25 €

Source : *La Dernière Heure - Les Sports* – vendredi 18 septembre 2015<sup>2</sup>

Ce qui frappe avant tout, c'est que le **tarif « 0 € »** est le plus souvent lié à une formule spécifique payante de compte courant. En effet, certaines formules intègrent un nombre illimité d'opérations et d'autres, en revanche, un nombre limité, ce qui rend les opérations payantes au-delà d'un certain volume. La consultation du **simulateur de tarifs**<sup>3</sup> – outil de comparaison des coûts des comptes à vue créé par le SPF Économie et Test-Achats – révèle que la plupart des « comptes gratuits »

<sup>2</sup> « Les frais fous ponctionnés par les banques », 18 septembre 2015.

<sup>3</sup> Disponible sur : <http://p5.test-achats.be/ServiceSelector/BankAccounts/FR/>

demandent des frais pour les retraits aux guichets de l'agence ou aux distributeurs de billets et pour les virements papier. Au contraire, pour les « comptes payants », ces opérations sont complètement gratuites.

Cette caractéristique de l'offre est un premier signe de discrimination. Les individus bien nantis seront moins sensibles à l'argument de « gratuité » et pourraient plus aisément se laisser séduire par les « *packages* » de services et prestations qui intègrent cartes de banque, cartes de crédit... Payer le montant de base (entre 5 € et 200 €) prévu par les comptes payant n'est alors pas en soi un problème, et peut être aisément perçu comme le paiement échelonné des services obtenus. En revanche, pour ceux qui sont dans une situation de précarité économique et qui opteront pour un compte présenté comme gratuit, ils seront ignorants des frais opérationnels qui leur seront imputés, à moins qu'ils ne lisent avec attention toutes les clauses tarifaires.

**Les ménages ayant des difficultés économiques font aussi face à une double peine.** On peut imaginer, en effet, qu'une fraction importante des moins bien nantis n'ait pas accès à un ordinateur ou ne dispose pas de connexion internet. De ce fait, au-delà du fait d'ouvrir des comptes gratuits en apparence mais plus coûteux dès que des opérations doivent être réalisées, ces personnes sont obligées de se rendre plus souvent en agence pour des opérations très simples (virement papier, retraits...), mais qui se révèlent beaucoup plus chères quand elles sont exécutées par un employé de la banque.

Un autre élément remarquable est le coût parfois demandé pour des opérations relatives à l'accès à du cash, qui va de 0 à 2 €. Une analyse plus approfondie des tarifs des comptes classiques<sup>4</sup> offerts par trois des plus grandes banques belges nous montre une vérité désagréable : il existe une **forte différence entre les tarifs prévus pour les opérations en agence et celles faites électroniquement** (en ligne ou aux distributeurs automatiques).

Les tarifs de *BNP Paribas Fortis*, par exemple, nous montrent que les **retraits** d'argent auprès des agences coûtent 1 €, alors que les retraits aux distributeurs automatiques de la banque sont complètement gratuits et que les retraits aux distributeurs des autres banques coûtent 0,1 €<sup>5</sup>. De ce fait, ceux qui n'ont pas accès

---

<sup>4</sup> Pour rappel, il y a aussi la possibilité d'ouvrir un compte à vue dans le cadre du service bancaire de base. Dans ce cas-ci, les premières 36 opérations manuelles de retraits et virements sont gratuites. Pour toutes opérations excédant cette limite, chaque banque applique une tarification différente, normalement celle d'un compte classique. Pour plus d'information sur le service bancaire de base voir le « Rapport annuel sur l'inclusion financière 2015 » réalisé par le Réseau Financité.

<sup>5</sup> Tarifs et taux valables à partir du 01/12/2015 pour la clientèle privés. Disponible sur: [https://www.bnpparibasfortis.be/pics/be/common/fr/lib\\_download/doc\\_server/ds01400.pdf](https://www.bnpparibasfortis.be/pics/be/common/fr/lib_download/doc_server/ds01400.pdf)

aux distributeurs automatiques doivent faire face à des coûts plus élevés. *KBC* demande, pour les comptes à vues, 0,35 € par retrait aux guichets de la banque, sauf si ceci est fait dans l'agence chargée de la tenue du compte et que celle-ci ne dispose pas de distributeurs automatiques<sup>6</sup>. Les retraits à un automate *KBC* sont gratuits, tandis que les retraits à un automate autre que *KBC* coûtent 0,10 €. Toutefois, *KBC* reconnaît les difficultés des moins nantis et il exempté de tous frais les clients qui ont plus de 65 ans et les moins valides.

Or, ce phénomène n'est pas rare. Dans le cadre du **projet européen FESSUD** (2011-2016), le Réseau Financité<sup>7</sup> a constaté que de nombreuses personnes ne savent pas comment utiliser un automate, que ce soit à cause de leur âge, de difficultés linguistiques ou de déficiences visuelles. Ces publics sont conscients des difficultés d'accès qui les frappent et sollicitent davantage de soutien. Par exemple, ils souhaitent que les institutions financières offrent un service d'accompagnement à disposition des personnes qui rencontrent des difficultés à utiliser les services bancaires, autant que des infrastructures adéquates (accessibilité pour les personnes en chaise roulante, par exemple). Quant aux acteurs publics et privés, ils sont sollicités afin de proposer des formations à l'utilisation des nouvelles technologies (internet) et des services locaux pour les personnes à faible mobilité à travers la création de « maisons des services » au sein des communes ou à travers des services personnalisés proposés à domicile par les facteurs par exemple.

Les différences de coûts entre les opérations électroniques et les opérations au guichet des agences ne concernent pas seulement les retraits. Pour son compte Classic, *Belfius* exige 0,35 € pour chaque **virement** papier, alors que toutes les opérations électroniques sont gratuites<sup>8</sup>. Pour les clients de *BNP Paribas Fortis* les virements papiers coûtent 1 €, sauf s'ils sont adressés à des comptes d'épargne ouverts auprès de *BNP Paribas Fortis*. *BNP Paribas Fortis* offre aussi des tarifs différenciés pour les virements internationaux et pour les virements nationaux en devises. Enfin, chez *KBC*, tous les virements électroniques sont gratuits, alors qu'un virement papier coûte 0,35 €.

Cette différenciation des coûts des virements pose un problème encore plus grand que les retraits d'argent, notamment depuis que les virements peuvent être faits depuis son propre ordinateur. Les banques ont investi massivement dans le développement des plate-formes électroniques, afin de réduire leurs coûts. Cela s'est

---

<sup>6</sup> Tarifs et taux valables pour la clientèle privée, en vigueur au 02/11//2015. Disponible sur: [https://multimediafiles.kbcgroup.eu/ng/PUBLISHED/KBC/PDF/Tarif\\_KBC\\_principales\\_operatons\\_bancaires.pdf](https://multimediafiles.kbcgroup.eu/ng/PUBLISHED/KBC/PDF/Tarif_KBC_principales_operatons_bancaires.pdf)

<sup>7</sup> Réseau Financité (2015), « Rapport Inclusion Financière 2015 ».

<sup>8</sup> Le compte à vue « Classic » en détail: <https://www.belfius.be/retail/fr/produits/paiement/compte-bancaire/classic/detail/index.aspx>

traduit par une réduction du nombre d'agences bancaires, du personnel et des horaires d'ouverture. De ce fait, pour ceux qui manquent de connaissances informatiques ou ne savent pas comment utiliser un automate, il est devenu beaucoup plus difficile et plus coûteux de transférer de l'argent. Pour ces clients qui ne peuvent pas faire autrement, autant dire qu'il est essentiel de choisir une banque – et un compte – qui garantit encore la gratuité des opérations réalisées en agence.

### 3 Un pas de plus en direction du traitement différencié des clients

L'analyse des tarifs offerts par les banques nous permet de constater un phénomène qui s'observe depuis plusieurs années : le traitement de manière différenciée des clients selon qu'ils correspondent à telle ou telle cible commerciale particulière. La **segmentation de la clientèle**, est une pratique qui consiste à « découper un marché en groupe de clients distincts, en fonction d'un ou de plusieurs critères, ayant des façons de penser ou d'agir spécifiques et pouvant potentiellement être la cible d'une politique marketing »<sup>9</sup>.

Le secteur de la banque, comme celui de l'assurance, sont deux métiers qui se sont appuyés à leur naissance sur une **mutualisation** des coûts : celle-ci permet de réduire les risques et les coûts qui y sont attachés. La gestion d'un compte implique des ressources humaines et informatiques, qui sont normalement couvertes par la facturation d'autres produits. Même 100 % informatisée, la tenue même des interfaces informatiques, de la création à leur renouvellement en passant par l'entretien et la sécurisation, génère des coûts. Dans ce sens, la gratuité annoncée est illusoire, un élément de promotion, de marketing, dont la faiblesse est d'être trop souvent fallacieuse.

Toutefois, les évolutions récentes liées à la chute des taux d'intérêts, d'une part, qui offre une moindre rémunération aux banques, et, d'autre part, à la possibilité d'effectuer de plus en plus d'opérations gratuitement, via l'e-banking, ont pour effet de réduire la gamme de produits sur lesquels la banque peut dégager des marges profitables. Ces évolutions ont poussé les banques à traiter la clientèle de manière segmentée, principalement en fonction de la rentabilité de chacun.

Alors que, en principe, la segmentation de la clientèle doit améliorer l'offre des banques avec des produits et des services personnalisés, elle porte aussi les germes d'une pratique discriminatoire, toutefois autorisée pour autant qu'elle soit proportionnée. Nous avons déjà abordé dans un article plus ancien (Jérusalmy, 2009) les principales réserves que nous avons à ce sujet, et avons présenté alors une clé de

---

<sup>9</sup> Disponible sur : <http://www.mercator-publicitor.fr/lexique-marketing-definition-segmentation>

lecture permettant d'identifier une pratique discriminatoire : « L'idée directrice de cette clé est le fait que, sur base des prix différenciés appliqués à certains publics (selon la minorité à laquelle le consommateur appartient – âge, handicap...), la rentabilité économique de ces publics soit, *in fine*, différente (plus élevée) de celle tirée de la clientèle moyenne. En effet, considérons par exemple le public des personnes âgées. Ces dernières sont perçues comme générant plus de frais que la moyenne de la clientèle. Dès lors, pour compenser ce manque à gagner sur cette clientèle, il leur est demandé un montant de prime plus élevé. Ce supplément de prime sera considéré comme discriminant si ce dernier permet à la compagnie de réaliser un bénéfice proportionnellement plus important sur les personnes âgées que sur le reste de la clientèle. »<sup>10</sup>

À l'origine de ce phénomène, il y a, une fois encore, le développement de l'e-banking. La vente et la gestion de produits financiers à travers Internet est beaucoup moins chère par rapport à l'activité en agence, réduisant les barrières à l'entrée pour les institutions financières<sup>11</sup>. Les fournisseurs de services financiers peuvent réduire le nombre d'agences et le personnel employé auprès des celles-ci, ou aussi opérer seulement en ligne. Par conséquent, la concurrence sur le marché des services financiers en ligne augmente, permettant de réduire les prix, alors que sur le marché traditionnel les prix restent les mêmes, donnant lieu à une différenciation de la clientèle.

Au problème de la segmentation de la clientèle s'ajoute aussi un problème de **transparence**, comme le démontre le rapport de la Commission européenne sur les services financiers de détail, publié en 2009<sup>12</sup> et analysant les tarifs appliqués par 224 banques, soit 81 % du marché de l'UE. Les informations fournies par les banques sont opaques, c'est-à-dire difficiles à comprendre, incomplètes et très différentes parmi les différents pays européens. De plus, selon l'enquête réalisée auprès des consommateurs, ces derniers estiment que les banques fournissent des informations pré-contractuelles insuffisantes et donnent des conseils inadéquats à cause d'une pauvre connaissance des produits par leurs employés ou des conflits d'intérêts inhérents à la vente de produits.

---

<sup>10</sup> Jérusalmy Olivier, 2009, « Accès aux services financiers : comment garantir des différences de traitement proportionnées aux clients, en présence de segmentation ? », *Réseau Financité*. disponible sur : <https://www.financite.be/sites/default/files/references/files/1125.pdf>

<sup>11</sup> Claessens, S., T. Glaessner and D. Klingebiel : « Electronic Finance: A New Approach to Financial Sector Development? », *World Bank Discussion Paper No. 431*.

<sup>12</sup> European Commission (22/09/2009) : « On the follow up in retail financial services to the consumer markets scoreboard », *Commission Staff Working Document*. Disponible sur : [http://ec.europa.eu/consumers/archive/rights/docs/swd\\_retail\\_fin\\_services\\_en.pdf](http://ec.europa.eu/consumers/archive/rights/docs/swd_retail_fin_services_en.pdf)

Ce manque de transparence incite encore plus les banques à segmenter leur clientèle. Avec des informations peu claires, les consommateurs ne sont pas capables de faire la distinction entre un produit qui leur apporte un meilleur service et un produit qui permet à la banque d'extraire une plus grande commission. Et à nouveau, les clients vulnérables sont les plus pénalisés par ces pratiques.

#### 4 Le rôle des pouvoirs publics : protection des consommateurs et difficulté du contrôle

À ce stade, il est naturel de se demander si les autorités en charge du respect de la proportionnalité des coûts des services bancaires sont en train de bien réaliser leur mission. Au niveau européen, un pas en avant a été fait en 2014 avec la **Directive 2014/92/UE** « sur la comparabilité des frais liés aux comptes de paiement, le changement de compte de paiement et l'accès à un compte de paiement assorti de prestations de base »<sup>13</sup>. La directive prévoit plusieurs mesures qui doivent protéger les consommateurs et la manière dont les États membres sont responsables de leur mise en place. En particulier :

- Les États membres établissent une liste des services les plus représentatifs (entre 10 et 20) rattachés à un compte de paiement et soumis à des frais. Sur la base de ces listes, l'Autorité Bancaire Européenne (ABE) élabore un projet de réglementation qui fixe une terminologie normalisée de l'Union, avec l'objectif d'harmoniser les services financiers des États membres.
- Les prestataires de services de paiement sont obligés de fournir aux consommateurs, avant la conclusion d'un contrat, un document d'information tarifaire concernant les termes de la liste élaborée par l'ABE. Ce document doit être clair, facile à lire, exact et non trompeur. Les prestataires sont aussi obligés de fournir, au moins une fois par an et à titre gratuit, un relevé de tous les frais encourus, ainsi que les taux d'intérêts.
- Les États membres doivent garantir aux consommateurs l'accès à au moins un site Internet qui compare les frais facturés par les prestataires de services de paiement. Ces sites doivent être indépendants, clairs et exacts.

Bien que cette Directive européenne représente une étape importante dans la protection des consommateurs, elle laisse aussi beaucoup d'aspects ouverts à l'interprétation des autorités nationales.

---

<sup>13</sup> Disponible sur : <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/FR/TXT/?uri=CELEX:32014L0092>



Par exemple, dans le premier point, la Commission européenne spécifie que les services inclus dans la liste élaborée par les autorités nationales doivent être les plus utilisés par la clientèle du pays et aussi les plus chers pour les consommateurs. Toutefois, l'ABE a déclaré que des exceptions peuvent être admises : des services très utilisés par les gens mais qui ne génèrent pas de coûts trop élevés, ou inversement<sup>14</sup>. Ceci ouvre une brèche malheureuse, car des services peu chers mais très communs (virements électroniques, retraits aux automates...) pourraient être inclus dans la liste au détriment de certains produits beaucoup plus chers, mais moins utilisés (virements papier, retraits auprès de l'agence...), impliquant, évidemment, des problèmes de transparence et une fausse image de la situation réelle. Dans ce type de situations, le contrôle des autorités européennes devient très difficile et les Directives communautaires sont tout à fait inefficaces.

Au niveau des pouvoirs publics (européens, mais aussi nationaux et internationaux), il est donc nécessaire d'élaborer une réglementation stricte, qui ne laisse pas de liberté d'interprétation aux agents du secteurs (banques, établissements financiers...). À propos de la liste des services les plus représentatifs, par exemple, l'inclusion de certaines exceptions est juste, mais il est aussi nécessaire de préciser lesquelles sont acceptées, soit avec une définition précise, soit avec des exemples.

## 5 Conclusion

L'e-banking n'est pas en soi négatif. Au contraire, cette innovation a amélioré la qualité de vie de nombreux ménages : la réduction des coûts pour les consommateurs et pour les banques par exemple, ou la possibilité d'effectuer des opérations à n'importe quel moment de la journée et à peu près n'importe où, permettant ainsi d'éviter déplacements et attentes parfois longues en agence.

En revanche, c'est la façon dont les banques utilisent cette technologie qui soulève des problèmes. La plupart des institutions financières profitent de cet outil pour augmenter leurs marges, en pratiquant au final une segmentation très défavorable à leurs clients les plus fragiles.

En outre, les institutions financières utilisent la banque en ligne dans leur marketing pour distiller largement la notion de gratuité dans leur communication. Les agents bancaires offrent souvent des comptes gratuits très attractifs, mais ils omettent que la gratuité des opérations n'est garantie que pour celles faites en ligne et aux automates. Même si les clients reçoivent la liste des tarifs au moment de l'ouverture d'un compte

---

<sup>14</sup> Bureau Européen des Unions des Consommateurs – BEUC (09/01/2015) : « Draft Guidelines on national provisional lists of the most representative services linked to a payment account and subject to a fee », *EBA Consultation*.

bancaire, ces derniers ne sont souvent pas capable de la comprendre, car elle est longue et fastidieuse. *De facto*, les banques sont en train de faire une publicité fallacieuse de leurs produits, en flirtant à la limite du mensonge, afin d'augmenter leurs revenus et aussi leur clientèle.

Une question reste ici ouverte : est-ce que les autorités de protection des consommateurs ne devraient pas interdire bonnement et simplement cette pratique commerciale déloyale qui vise à présenter des comptes comme gratuits à leurs clients alors que ces comptes sont en réalité associés à de nombreuses opérations payantes ?

*Federica Malfa et Olivier Jérusalmy*  
*Décembre 2015*

*Si vous le souhaitez, vous pouvez nous contacter pour organiser avec votre groupe ou organisation une animation autour d'une ou plusieurs de ces analyses.*

*Cette analyse s'intègre dans une des 3 thématiques traitées par le Réseau Financité, à savoir :*

***Finance et société :***

*Cette thématique s'intéresse à la finance comme moyen pour atteindre des objectifs d'intérêt général plutôt que la satisfaction d'intérêts particuliers et notamment rencontrer ainsi les défis sociaux et environnementaux de l'heure.*

***Finance et individu :***

*Cette thématique analyse la manière dont la finance peut atteindre l'objectif d'assurer à chacun, par l'intermédiaire de prestataires « classiques », l'accès et l'utilisation de services et produits financiers adaptés à ses besoins pour mener une vie sociale normale dans la société à laquelle il appartient.*

***Finance et proximité :***

*Cette thématique se penche sur la finance comme moyen de favoriser la création de réseaux d'échanges locaux, de resserrer les liens entre producteurs et consommateurs et de soutenir financièrement les initiatives au niveau local.*

Depuis 1987, des associations, des citoyens et des acteurs sociaux se rassemblent au

sein du Réseau Financité pour développer et promouvoir la finance responsable et solidaire.

Le Réseau Financité est reconnu par la Communauté française pour son travail d'éducation permanente.