

## ARGENT &amp; PLACEMENTS

## Glouton ou modéré, jugez l'appétit de votre banquier

Notre classement des frais bancaires montre que les tarifs peuvent être multipliés par dix selon les établissements.

Par Frédéric Cazenave

Publié le 03 février 2014 à 17h33 • Mis à jour le 10 février 2014 à 11h36 • Lecture 5 min.



TINO

Si les Français attendent encore la pause fiscale, ils peuvent déjà se consoler avec une légère baisse de leurs tarifs bancaires. Les frais devraient, en moyenne, reculer de 2 % en 2014, selon le baromètre réalisé par le comparateur de tarifs bancaires Choisir ma banque et *Le Monde*.

Retrouvez [le classement détaillé des 130 banques](#)

Après des années de progression, les banques seraient-elles devenues sensibles au pouvoir d'achat des ménages ? « *Elles n'ont pas eu le temps de répercuter totalement le plafonnement des commissions d'intervention, ces taxes ponctionnées à chaque fois qu'un particulier dépasse son découvert autorisé, puisque la décision a été actée en octobre 2013*, explique Ludovic Herschlikovitz, le fondateur de Choisir ma banque. *Mais il ne fait aucun doute qu'elles se rattraperont.* » Une grande partie de ce repli s'explique en effet par une des mesures prises par le gouvernement dans le cadre de la loi bancaire. Désormais, une banque ne peut pas facturer plus de 8 euros chaque découvert, quand certaines le faisaient payer 14 euros en 2013. Sans la loi, nul doute que les banques n'auraient pas renoncé à cette pratique.

### SERVICE INUTILE

Certes, notre enquête montre aussi que certains services sont moins chers que l'an dernier. Le prix de l'abonnement Internet recule, par exemple, de plus de 5 %, celui de l'assurance moyens de paiement de 1,5 %. Mais on peut se demander si, en 2014, il reste légitime de facturer l'accès à ses comptes en ligne. Quant à l'assurance, son montant reste finalement élevé pour un service inutile.

Parallèlement, l'inflation se poursuit dans d'autres domaines. « *Avec une hausse de plus de 6 % en 2014, les frais de tenue de compte finissent par peser lourd. D'autant qu'un nombre croissant d'établissements réintègrent cette ligne dans leurs tarifications* », relève Ludovic Herschlikovitz. Pratique, puisque cette « prestation » n'a pas à figurer dans la liste des dix tarifs de base que les banques doivent placer en tête de leurs plaquettes. « *Cela fait trois ans maintenant que ce poste augmente régulièrement sans qu'on sache vraiment ce que les banques y mettent* », regrette Maxime Chipoy, responsable des questions de banque et d'assurance à l'association de défense des consommateurs UFC-Que choisir.

### UN MINIMUM DE REVENUS OU D'ÉPARGNE

Autre constat : d'une enseigne à l'autre, les politiques tarifaires varient du tout au tout, comme le montrent nos classements établis avec six clients types. Des profils au plus proche de la consommation réelle : niveau de dépenses, nombre de retraits en France et à l'étranger, découvert... Ainsi, pour un jeune de moins de 25 ans gagnant à peine le smic, le montant des frais fluctue entre 9,58 euros et 285 euros par an, avec une moyenne à 110 euros. L'écart peut aller de un à dix pour un cadre. Le cadre supérieur, lui, économisera jusqu'à 450 euros s'il choisit l'établissement le plus compétitif. Quant à notre senior, l'écart entre la banque la plus gourmande et la plus raisonnable dépasse 200 euros.

Les banques en ligne, qui n'ont pas à financer un réseau d'agences, affichent les tarifs les plus avantageux en « offrant » de nombreux services. Du moins pour les heureux élus, car les clients doivent disposer d'un minimum de revenus ou d'épargne pour obtenir cette gratuité.

Cet avantage tarifaire, la simplicité d'utilisation, les horaires élargis pour joindre un conseiller au téléphone séduisent. Boursorama revendique plus de 500 000 clients, dont 318 000 détiennent un compte à vue. Chez ING Direct, 20 % des 900 000 clients possèdent un compte courant et la moitié d'entre eux en ont fait leur banque principale, précise Sophie Heller, sa vice-présidente. « *La banque en ligne est devenue une banque comme les autres*, tranche M. Chipoy, de l'UFC-Que choisir. *A moins de faire beaucoup de chèques et d'être payé en liquide, il n'y a aucun intérêt à rester dans une banque traditionnelle. D'autant que leur service clientèle n'a rien à envier à ceux des réseaux classiques.* »

### LE RÔLE DES AGENCES À REVOIR

Face à cette concurrence, qui tire les prix vers le bas et détourne les clients des agences – seuls 17 % s'y rendent plus d'une fois par mois, soit 3,5 fois moins qu'en 2007 –, les banques doivent faire évoluer leur modèle. LCL, Société générale et le Crédit agricole Ile-de-France ont d'ailleurs détaillé fin 2013 un plan stratégique pour reconfigurer leur réseau. « *Entre la montée du Web et les coûts liés au changement de réglementation, les banques sont prises en tenailles*, explique Pierre de Brabois, consultant chez Kurt Salmon, cabinet de conseil en transformation des entreprises. *Pour baisser leurs prix et rester compétitives, elles doivent réduire leurs coûts et revoir le rôle de leurs agences. A l'avenir,*

*les services à faible valeur ajoutée y seront réalisés par des automates. Le personnel sera uniquement chargé du conseil. Le nombre d'agences (38 500 aujourd'hui) va diminuer, même si cela reste une vitrine essentielle pour une banque et de loin le premier canal d'acquisition. »*

## MUSCLER L'OFFRE WEB

Les banques doivent aussi muscler leur offre Web en évitant de se concurrencer elles-mêmes. Un équilibre difficile à trouver. Lancé par BNP Paribas en juin, Hello Bank ! affiche des tarifs plus élevés que ses concurrents frontaux. « *Ce n'est pas par crainte de cannibalisation de la clientèle de BNP Paribas. Nous ne sommes pas une banque low cost. Nous préférons être un peu plus chers mais offrir la gamme de services la plus complète du marché, et nous sommes la seule banque en ligne à permettre au client de se rendre en agence si besoin* », relève Marc Campi, directeur de la banque en ligne chez BNP Paribas et de Hello bank !.

L'argument pourrait faire mouche auprès des consommateurs encore frileux à passer dans une banque 100 % Web. D'autant que les Français restent d'une fidélité – d'une inertie ? – à toute épreuve. « *Seulement 5 % changent de banque chaque année et la part de marché des acteurs en ligne reste très faible. Je ne crois pas au grand soir de ce secteur en tant que banque principale* », assure Eric Delannoy, vice-président du cabinet de conseil en stratégie Weave. Pour le moment peut-être. Mais à l'avenir ? M. Campi estime que, d'ici à dix ans, 30 % des Français pourraient être clients d'une banque en ligne.

Retrouvez [le classement détaillé des 130 banques](#)

**Frédéric Cazenave**

## Services