

## Réponse de la Fédération Bancaire Française (FBF) à la consultation de la Commission Européenne sur les comptes bancaires

*La Fédération Bancaire Française (FBF) est l'organisation professionnelle qui représente toutes les banques installées en France. Elle compte 430 entreprises bancaires adhérentes de toutes origines (commerciales, coopératives ou mutualistes), françaises ou étrangères. Les banques adhérentes emploient 400 000 salariés, disposent de près de 39 000 agences, 72 millions de comptes à vue et traitent 16,4 milliards d'opérations de paiement par an.*

### **FEDERATION BANCAIRE FRANÇAISE (FBF)**

**18, rue La Fayette**

**F-75440 PARIS cedex 09**

*Identifiant registre de transparence UE : 09245221105-30*

*Personne chargée de cette réponse : Laurent Bertonnaud – lbertonnaud(at)fbf.fr*

### **Synthèse**

La FBF remercie la Commission Européenne d'avoir lancé cette consultation sur les comptes bancaires. Elle donne ainsi l'occasion à tous les acteurs d'exprimer leur point de vue sur des sujets qui suscitent généralement des débats passionnés, à savoir la transparence et la comparabilité des frais, le changement d'établissement bancaire et l'accès à un compte de paiement de base.

L'intérêt pour ces sujets tient notamment au rôle que joue le compte bancaire comme reflet de l'intégration sociale. De ce fait, les activités de la banque au quotidien sont considérées au niveau de chaque pays comme un sujet d'intérêt général, y compris dans ceux où le taux de bancarisation avoisine les 100%, comme c'est le cas en France.

Deux indicateurs permettent de comprendre que, au-delà de la vivacité des débats, l'impact réel en France des questions soumises à consultation doit être relativisé :

- L'importance du coût des services bancaires dans le budget des ménages doit être ramenée à sa juste valeur. En France en 2011, ils représentaient 0,66% du budget des ménages. A titre de comparaison, la téléphonie représente 2,76% et l'assurance 2,34%<sup>1</sup>.
- Le haut niveau de satisfaction globale des clients français vis-à-vis de leur banque (75% en ont une image favorable) et de leur conseiller de clientèle (71% en sont satisfaits)<sup>2</sup> doit être souligné.

<sup>1</sup> Source INSEE

<sup>2</sup> Enquête IFOP sur l'image des banques - 2011

## Sur la transparence et la comparabilité des frais

Le niveau de satisfaction cité ci-dessus est lié au travail réalisé par les banques françaises ces dernières années notamment en matière de transparence. Nous les détaillerons dans notre réponse mais on peut déjà indiquer qu'il a été favorablement accueillis par les clients :

- 60% des Français pensent qu'il est facile de se procurer le tarif d'une opération bancaire ;
- 61% savent ce que leur coûte leur banque<sup>3</sup>.

Les banques travaillent en permanence à faire progresser encore ces résultats, notamment en faisant mieux connaître les différents dispositifs d'information et de transparence sur leurs offres.

Notre expérience montre que ces résultats peuvent être atteints sans passer par l'intervention du législateur. La rigidité d'un cadre juridique, a fortiori au niveau européen pour un marché caractérisé par son caractère de proximité, entrainerait une standardisation de l'offre qui ne répondrait pas aux attentes spécifiques du consommateur local, qui entraverait la concurrence et pénaliserait l'innovation. Au final, cela serait contraire à l'intérêt même du consommateur. Alors qu'aujourd'hui, la recherche de croissance est un enjeu majeur pour l'Union Européenne, une restriction de l'innovation pénaliserait les acteurs européens au profit de nouveaux opérateurs internationaux non bancaires aux ambitions grandissantes et exonérés des contraintes juridiques et prudentielles s'exerçant sur les banques.

## Sur le changement d'établissement bancaire

L'appréciation du taux de mobilité dans le secteur bancaire est un exercice délicat. Banques et clients construisent une relation de long terme qui peut se traduire par un taux de mobilité jugé comme « faible » par certains alors qu'il est le résultat de la satisfaction des clients. Il ne peut ainsi pas exister de taux de mobilité idéal ou cible. La nature spécifique de cette relation dans le monde des services n'empêche pas pour autant le client de faire jouer pleinement la concurrence. Ceci est particulièrement flagrant lors des projets structurants, comme un achat immobilier par exemple, pour lequel le client met généralement en concurrence de nombreux acteurs – au-delà même du seul secteur bancaire. L'éventuelle nouvelle banque devient alors souvent un partenaire supplémentaire et non substitutif. En effet, le niveau de multibancarisation est important : 18% des Français déclarent avoir plusieurs banques<sup>4</sup>.

Dès lors qu'elle convainc un nouveau client, toute banque a intérêt à obtenir de lui un maximum de domiciliations bancaires (virements et prélèvements) sur le compte car elles sont synonymes de flux financiers et construisent une relation durable. Il est donc de l'intérêt partagé de la banque et du client que les transferts de domiciliation s'organisent dès l'ouverture d'un compte. Les banques françaises se sont totalement appropriées les principes communs de l'EBIC. Leur implantation a fait l'objet d'un rapport de l'Autorité de Contrôle Prudentiel (ACP) après enquête auprès de plus de 300 établissements adhérents de la FBF. En complément, la Direction Générale de la Concurrence, de la Consommation et de la Répression des Fraudes (DGCCRF) a inclus cette thématique dans ses contrôles réalisés dans 550 agences bancaires sur l'ensemble du territoire. On notera que ces deux études portent sur un panel bien plus large que l'enquête de la Commission Européenne commandée au cabinet GfK dans laquelle seuls 20 clients-mystère ont réalisé de bout en bout les démarches de changement de compte<sup>5</sup>. Leurs conclusions divergent d'ailleurs très sensiblement de celles du cabinet GfK

<sup>3</sup> Enquête IFOP sur l'image des banques - 2011

<sup>4</sup> Enquête IFOP sur l'image des banques - 2011

<sup>5</sup> On rappellera que la marge d'erreur statistique est de 22% pour une étude réalisée sur un échantillon de 20 sondés (avec un niveau de confiance de 95%). En d'autres termes, on est certain à 95% qu'un résultat de 50% basé sur un échantillon de 20 personnes, donne un pourcentage réel pour l'ensemble de la population entre 28% et 72%.

Le Comité Consultatif du Secteur Financier (CCSF – Instance paritaire associant professionnels de la banque et de l'assurance et représentants de leurs clientèles) a émis en décembre 2011 un avis<sup>6</sup> après analyse de ces rapports. Il constate que le taux de conformité de l'existence d'un service d'aide à la mobilité est de 98%<sup>7</sup>. Si des progrès restent possibles dans certains domaines – notamment dans l'information des clients, ces études actent l'existence et le bon fonctionnement du dispositif d'aide à la mobilité conforme aux principes communs de l'EBIC.

D'ailleurs, la perception des clients évolue favorablement : en 2011, 55% des Français estimaient qu'il est facile de changer de banque. Ce taux était de 44% en 2009<sup>8</sup>.

### Sur l'accès à un compte de paiement de base

La FBF partage l'avis de la Commission Européenne sur la nécessité pour les consommateurs d'accéder aux services financiers pour leur permettre de participer pleinement à la vie économique et sociale de la société moderne d'aujourd'hui. Elle considère toutefois que la réponse à cette question ne peut avoir de sens qu'au niveau national. La France s'est intéressée très tôt à ces questions : les premières dispositions quant au droit au compte, véritable filet de sécurité dans l'accès aux services bancaires pour les personnes s'étant vu refuser l'ouverture d'un compte, datent de 1984. Aujourd'hui, un dispositif très complet permet de couvrir toutes les situations, tant pour les personnes physiques que morales. Il nous permet d'afficher un taux de bancarisation supérieur à 99%, parmi les plus élevés d'Europe. Les populations les plus fragiles accèdent aux services bancaires dans des conditions équivalentes à l'ensemble de la population comme l'a montré un rapport du CREDOC pour le compte du CCSF sur « les conditions d'accès aux services bancaires des ménages vivant sous le seuil de pauvreté »<sup>9</sup>.

Pour assurer la connaissance du client et l'accompagnement de la relation bancaire, il nous semble fondamental que le client ait un lien économique objectif avec le pays dans lequel il souhaite ouvrir un compte. Ce lien peut être temporaire, comme c'est le cas pour les étudiants étrangers par exemple qui ne rencontrent pas de difficulté pour ouvrir un compte en France dès lors qu'ils y possèdent une adresse, fût-elle à durée déterminée.

La généralisation du SEPA doit être prise en compte car elle limite l'intérêt de détenir plusieurs comptes dans différents états membres comme l'a fort justement souligné le Parlement Européen dans son communiqué consécutif à l'adoption du règlement SEPA date butoir : « *Les citoyens de l'UE ne devront plus se soucier de savoir dans quel État membre se situe leur compte bancaire. Les transferts deviendront moins chers, plus rapides et plus sûrs. Par exemple, les citoyens européens se déplaçant à l'intérieur de l'Union pourront notamment utiliser un seul compte bancaire en euros, y faire verser le salaire perçu dans un autre État membre. Ils pourront également payer des factures dans un pays donné, via un compte domicilié dans un autre* ».

L'indispensable confiance nécessaire à la réalisation d'opérations bancaires et financières se construit en partie sur la proximité géographique entre le client et le prestataire. En cela, les comparaisons avec d'autres secteurs d'activité sont peu pertinentes. Concernant les limites au développement d'achats transfrontières de produits financiers, les consommateurs citent en priorité<sup>10</sup> :

- L'absence de besoin car ils peuvent acheter tout ce qu'ils recherchent dans leur propre pays (32%) ;
- Leur préférence pour acheter ces produits dans leur propre pays (23%).

La barrière de la langue est aussi un frein certain (17%).

<sup>6</sup> [http://www.banque-france.fr/ccsf/fr/publications/telechar/avis\\_r/avis-ccsf-visant-a-renforcer-effectivite-des-engagements-pris-par-les-etablissements-de-credit-pour-faciliter-le-changement-de-banque-06-12-2011.pdf](http://www.banque-france.fr/ccsf/fr/publications/telechar/avis_r/avis-ccsf-visant-a-renforcer-effectivite-des-engagements-pris-par-les-etablissements-de-credit-pour-faciliter-le-changement-de-banque-06-12-2011.pdf)

<sup>7</sup> Les pourcentages cités sont ceux exprimés en parts de marché considérés par le CCSF comme plus significatifs que ceux exprimés en nombre de banques, certaines ayant une activité de compte de dépôt marginale.

<sup>8</sup> Enquête IFOP sur l'image des banques

<sup>9</sup> [http://www.banque-france.fr/ccsf/fr/publications/autres/etude\\_acces\\_services\\_banque\\_pauvrete.htm](http://www.banque-france.fr/ccsf/fr/publications/autres/etude_acces_services_banque_pauvrete.htm)

<sup>10</sup> Special Eurobarometer 373

Il faut reconnaître, comme le fait la Commission Européenne, qu'un certain nombre d'initiatives ont été prises au niveau national dans les trois domaines couverts par cette consultation. Si des progrès sont toujours possibles dans tel ou tel Etat-membre sur tel ou tel aspect, ils doivent intégrer les situations existantes qui sont très variables suivant les pays. Il convient donc de laisser aux gouvernements une grande marge de manœuvre afin de proposer des solutions capables d'intégrer le contexte et les pratiques nationales pour être pertinentes et adaptées aux différentes habitudes des consommateurs européens.

C'est particulièrement vrai pour l'accès à un compte de paiement de base qui n'a de sens que s'il s'adresse à des personnes qui en sont exclues pour des raisons financières et sociales. Ce droit doit alors s'inscrire dans le cadre d'une stratégie nationale globale en faveur de l'inclusion sociale et de lutte contre la pauvreté. En la matière, la FBF rappelle que le Traité sur le fonctionnement de l'Union européenne assigne à l'Europe un rôle de soutien en faveur des politiques nationales de lutte contre l'exclusion et ne prévoit pas qu'elle se substitue aux Etats (art. 153. TFUE).

\*\*\*\*

En conclusion, la FBF estime que les pays qui, comme la France, ont déjà mis en place des dispositifs répondant aux attentes de leurs consommateurs, souhaitent ne pas devoir remettre tout ce travail en cause alors que la valeur ajoutée des modifications ou nouveautés serait modeste compte tenu du haut niveau de service déjà en vigueur. La FBF souhaite également attirer l'attention de la Commission Européenne sur le fait que la mise en place de toute mesure entraîne à chaque fois des développements informatiques souvent longs et coûteux. On rappellera que 16% des dépenses informatiques dans le monde sont effectuées par les banques, avec 396 milliards de dollars d'investissement en 2010 (+4,60% en un an)<sup>11</sup>. Les deux-tiers de ces investissements sont consécutifs à des obligations réglementaires.

Ainsi, la FBF considère que dans les domaines abordés par la consultation, la Commission Européenne pourrait très utilement réfléchir à la meilleure façon de traiter ces questions en s'appuyant sur le principe de subsidiarité qui nous parait le plus à même de satisfaire les citoyens européens dans leur diversité.

---

<sup>11</sup> Etude Gartner

## 1. TRANSPARENCE ET COMPARABILITE DES FRAIS BANCAIRES

*Question 1: considérez-vous que les informations fournies par les banques concernant les frais bancaires sont présentées aux consommateurs d'une manière suffisamment claire et facile pour comparer les banques ? Quelles bonnes pratiques pouvez-vous identifier ? Quelles sont les problèmes qui persistent ? Pensez-vous que la modification des obligations de transparence dans la directive concernant les services de paiement (2007/64/CE) pourrait permettre de remédier à ces problèmes ?*

Oui, nous considérons que l'ensemble du dispositif existant en France permet au consommateur de connaître avec précision les éléments tarifaires de sa relation bancaire. Il peut facilement faire les comparaisons qu'il souhaite pour trouver la banque et les services répondant le mieux à ses attentes. Nous ne voyons pas à ce stade de problème persistant dans ce domaine qu'il serait nécessaire de traiter lors la révision de la Directive sur les services de paiement.

Ce dispositif s'appuie sur des dispositions règlementaires et des éléments d'autorégulation décidés par la profession bancaire.

En matière de transparence, le Code monétaire et financier formalise notamment l'information préalable et a posteriori. La transposition de la Directive sur les Services de paiement a été l'occasion de renforcer encore les informations délivrées aux clients.

### Information préalable

- Chaque client dispose d'une **convention de compte** : elle constitue le contrat de référence signé avec la banque permettant notamment de connaître les offres choisies, leurs conditions tarifaires et les pratiques de sa banque.
- La **mise à disposition des tarifs** (affichage et dépliant) est précisée par un arrêté ministériel. Il prévoit que « *l'information de la clientèle et du public sur les prix des produits et services liés à la gestion d'un compte de paiement tenu par un établissement de paiement ou d'un compte de dépôt doit se faire par voie d'affichage, de manière visible et lisible, et de dépliants tarifaires en libre-service dans les locaux de réception du public. Les conditions générales applicables aux produits et services liés à la gestion d'un compte de paiement tenu par un établissement de paiement ou d'un compte de dépôt doivent être mises gratuitement à la disposition de la clientèle et du public par tout moyen approprié* ».

Les tarifs sont également accessibles sur **Internet de façon simple et rapide** : une rubrique dédiée est généralement disponible dès la page d'accueil.

- Le client est informé des **modifications tarifaires**. Tout projet de modification des conditions tarifaires applicables au compte de dépôt doit être communiqué sur support papier ou sur un autre support durable au plus tard deux mois avant la date d'application envisagée.

### Information a posteriori

- Un **récapitulatif annuel des frais bancaires** : Au cours du mois de janvier de chaque année, est porté à la connaissance des clients un récapitulatif des sommes perçues par la banque au cours de l'année au titre de produits ou services prévus pour la gestion de leur compte de dépôt, y compris les intérêts perçus au titre d'une position débitrice.

Fin 2010, les banques ont complété ces dispositifs légaux par une norme professionnelle FBF<sup>12</sup> destiné à faciliter encore la lisibilité et la comparabilité des tarifs en définissant pour l'information préalable :

- Une organisation commune pour toutes les plaquettes tarifaires. Chaque banque doit respecter un **sommaire-type** qui définit les noms et l'ordre des grandes rubriques.
- **Un extrait standard de tarifs** présenté suivant un format normalisé pour 10 produits et services définis en concertation avec les représentants des clientèles au sein du CCSF.

Quant à l'information a posteriori, une deuxième norme professionnelle FBF<sup>13</sup> impose aux banques de faire figurer sur le relevé de compte **le total mensuel des frais bancaires**, en complément du relevé annuel déjà cité.

L'ensemble du dispositif est favorablement accueilli par les clients :

- 60% des Français pensent qu'il est facile de se procurer le tarif d'une opération bancaire ;
- 61% savent ce que leur coûte leur banque<sup>14</sup>.

Les banques travaillent en permanence à faire progresser encore ces résultats, notamment en faisant mieux connaître les différents dispositifs d'information et de transparence sur leurs offres.

*Question 2: pensez-vous que la normalisation de la terminologie liée aux frais bancaires pourrait contribuer à améliorer la transparence et la comparabilité des informations concernant ces frais ? Si la terminologie devait être normalisée, cette normalisation devrait-elle concerner tous les frais ou seulement certains d'entre eux ? Si seuls certains d'entre eux doivent l'être, selon quels critères devraient-ils être choisis ? La terminologie devrait-elle être normalisée au niveau national ou européen ?*

Toutes les démarches touchant à l'éducation budgétaire et financière doivent être encouragées. A défaut de maîtriser certains fondamentaux, tous les efforts ultérieurs, notamment liés à la transparence, seront vains.

Dans ce domaine, les besoins sont importants. Une récente étude du CREDOC<sup>15</sup> sur la culture financière des Français a montré qu'une petite majorité (51%) sait répondre correctement à la question « *Imaginons que vous placiez 100€ sur un compte rémunéré à 2% par an. Vous ne faites plus aucun versement sur ce compte et vous ne retirez pas d'argent non plus. Combien aurez-vous sur votre compte un an plus tard, une fois les intérêts versés ?* »

C'est dans cette logique pédagogique que **3 glossaires**<sup>16</sup> couvrant plusieurs centaines de définitions ont été préparés par les professionnels, les associations de consommateurs et les autorités publiques dans le cadre du CCSF :

- La banque au quotidien et le crédit ;
- L'épargne et les placements financiers ;
- L'assurance.

Par ailleurs, une cinquantaine de termes, identifiés par le CCSF et le Centre français de normalisation bancaire (CFONB), ont été retenus pour constituer un « **socle d'harmonisation des opérations bancaires les plus courantes** ». Il permet au consommateur de retrouver sur ses relevés de comptes des termes communs couvrant plus de 90 % des opérations bancaires usuelles.

<sup>12</sup> [http://www.fbf.fr/fr/files/8BRBBV/20101129\\_NP\\_plaquettes\\_tarifaires.pdf](http://www.fbf.fr/fr/files/8BRBBV/20101129_NP_plaquettes_tarifaires.pdf)

<sup>13</sup> [http://www.fbf.fr/fr/files/8CMC6M/20101210\\_NP\\_total\\_frais\\_bancaires.pdf](http://www.fbf.fr/fr/files/8CMC6M/20101210_NP_total_frais_bancaires.pdf)

<sup>14</sup> Enquête IFOP sur l'image des banques - 2011

<sup>15</sup> [http://www.credoc.fr/pdf.php?param=pdf/Sou/La\\_culture\\_financiere\\_des\\_Francais\\_2011](http://www.credoc.fr/pdf.php?param=pdf/Sou/La_culture_financiere_des_Francais_2011)

<sup>16</sup> [http://www.banque-france.fr/ccsf/fr/infos\\_prat/glossaire/glossaire.htm](http://www.banque-france.fr/ccsf/fr/infos_prat/glossaire/glossaire.htm)

C'est également dans cet objectif d'éducation budgétaire du public que les banques françaises proposent un programme pédagogique « les clés de la banque »<sup>17</sup> accessible sur Internet. Il propose également une série de mini-guides thématiques diffusés gratuitement aux associations et acteurs sociaux. Différentes banques proposent en complément leur propres programmes.

Au-delà de ces démarches visant à éduquer et à harmoniser certains termes, toute notion de standardisation des offres est à éviter. La rigidité d'un cadre juridique, a fortiori au niveau européen pour un marché caractérisé par sa dimension de proximité, entrainerait une standardisation de l'offre qui entraverait la concurrence et pénaliserait l'innovation. Au final, cela serait contraire à l'intérêt même du consommateur. Alors qu'aujourd'hui, la recherche de croissance est un enjeu majeur pour l'Union Européenne, une restriction de l'innovation pénaliserait les acteurs européens au profit de nouveaux opérateurs internationaux aux ambitions grandissantes, alors qu'ils ne sont pas soumis aux mêmes contraintes juridiques et prudentielles que les banques.

Une harmonisation et une traduction au niveau européen de termes bancaires ne pourrait pas refléter les pratiques, cultures financières et réalités du marché sur lequel intervient le consommateur. Elle serait extrêmement complexe et aboutirait au final à davantage de confusion pour le consommateur. De telles initiatives ne peuvent se mettre en place qu'au niveau national.

*Question 3: pensez-vous que des glossaires terminologiques et des listes normalisées de frais bancaires permettraient de faciliter la comparabilité ? Si oui, quel devrait être le format et le contenu de ces informations? Quel organisme/forum jugeriez-vous approprié pour élaborer un tel glossaire ou une telle liste normalisée de frais ?*

Comme indiqué à la question précédente, les glossaires contribuent à une meilleure connaissance et compréhension des services bancaires mais doivent rester dans une dimension pédagogique pour éviter toute standardisation des offres et des pratiques entre acteurs concurrentiels.

Avec cette limite, l'élaboration de tels glossaires comme cela a été fait en France en associant les représentants des clientèles, les professionnels et les autorités publiques, semblent une solution appropriée. Ce type de glossaire ne peut se réaliser que dans un contexte national, en référence à une culture bancaire donnée. Notre expérience démontre qu'il s'agit déjà d'un exercice long et complexe dans ce cadre, ambitionner de le réaliser dans une dimension européenne est illusoire.

*Question 4: dans le but d'améliorer la transparence et la comparabilité des frais liés aux comptes bancaires, parmi les outils suivants, lesquels devraient-ils être envisagés:*

- i) sites de comparaison gérés par les pouvoirs publics*
- ii) simulations de coûts normalisées fournies par les banques*
- iii) exemples normalisés fournis par les banques*
- iv) enquêtes réalisées par des organisations de consommateurs ou le médiateur financier*
- v) tout autre outil que vous jugez pertinent ?*

*L'un de ces outils devrait-il être rendu obligatoire ? Quels en seraient les coûts probables ?*

Les prestataires fournissant des comparaisons portant sur les offres bancaires sont déjà nombreux tant à destination du grand public (dans la presse, sur Internet...) que des professionnels. Pour certains, c'est le fondement même de leur activité.

<sup>17</sup> <http://www.lesclesdelabanque.com/>

La FBF trouve surprenant que la Commission Européenne veuille intervenir dans ce domaine en privilégiant telle ou telle solution. La voie de site Internet « officiel » géré par les pouvoirs publics semble la moins opportune en cette période de nécessaires économies de l'argent public pour une activité déjà couverte par le secteur privé ou les associations de consommateur.

Concernant les simulations de coûts ou les exemples normalisés susceptibles d'être fournis par les banques, la FBF considère qu'ils ne sont pas nécessairement adaptés aux activités de banque au quotidien :

- L'usage des services bancaires au quotidien est extrêmement personnel. Un tel exercice de normalisation serait périlleux car la probabilité serait forte que le client ne se reconnaisse pas dans les profils types qui lui seraient proposés, créant ainsi plus de confusion que de valeur ajoutée.
- Pour répondre aux attentes de leurs clients, les banques françaises font évoluer leurs offres packagées vers davantage de personnalisation. Cette évolution de la demande montre une tendance de plus en plus grande au « sur mesure » faisant perdre de plus en plus leur pertinence supposée aux exemples normalisés.

De façon générale, les banques françaises considèrent comme extrêmement restrictif et erroné de réduire la relation banque-client à sa seule dimension tarifaire, omettant alors ce qui fonde réellement cette relation à savoir la proximité relationnelle, la confiance et la sécurité. La première motivation pour changer de banque est la qualité de service<sup>18</sup>. L'importance du coût des services bancaires dans le budget des ménages doit être ramenée à sa juste valeur. En France en 2011, ils représentaient 0,66% du budget des ménages. A titre de comparaison, la téléphonie représente 2,76% et l'assurance 2,34%<sup>19</sup>. Le principe de la banque universelle telle qu'elle est pratiquée en France et dans de nombreux Etats-membres est adapté pour répondre à cette attente client d'une relation globale et de long terme avec sa banque, couvrant l'ensemble de ses besoins en matière de banque et d'assurance.

*Question 5: quel devrait-être le niveau de détail des informations sur les frais réellement facturés et à quelle fréquence le titulaire du compte devrait-il les recevoir ? Le fait de disposer d'informations comparables sur les frais effectivement payés favoriserait-il la mobilité des consommateurs, y compris à l'échelon transfrontalier ?*

Les clients en France disposent sur leurs relevés de compte de l'indication du total mensuel des frais bancaires et reçoivent annuellement un récapitulatif des sommes perçues au titre de produits et services prévus pour la gestion de leur compte de dépôt, y compris les intérêts perçus au titre d'une position débitrice. Ces dispositifs donnent satisfaction et participent à une meilleure connaissance des frais acquittés : 61% des français savent ce que leur coûte leur banque d'après l'enquête IFOP de juin 2011 contre 56% en juin 2009.

Les banques françaises sont très sceptiques sur un possible développement d'une mobilité transfrontière sur la seule base de comparaisons tarifaires. Comme l'indique l'Eurobaromètre cité dans notre introduction, 80% des citoyens européens n'ont pas l'intention d'acheter des produits financiers dans d'autres Etats-membres car ils n'en ressentent pas le besoin ou tout simplement parce qu'ils préfèrent faire ces opérations dans leur pays. La qualité des services proposés localement, le faible poids de ces dépenses dans le budget des ménages et la proximité recherchée comme élément de confiance sont des explications à ce peu d'enthousiasme, sans oublier la barrière de la langue. Intégrer ces réalités du comportement du consommateur dans ce secteur nous semble indispensable pour définir des pistes de progrès utiles. Les nier aboutirait à des initiatives inefficaces, coûteuses et perturbantes pour le consommateur.

<sup>18</sup> Citée par 53% des clients - 2012 Retail Banking Voice of Customer Survey, Capgemini

<sup>19</sup> Source INSEE



*Question 6: quelles autres mesures et instruments doivent-ils être pris en compte pour améliorer la transparence et la comparabilité des frais bancaires ? Veuillez les décrire et indiquer à quel niveau (national ou de l'UE) vous jugez qu'ils doivent intervenir.*

L'évolution de la transparence tarifaire en France montre qu'elle a suivi les besoins et les demandes des consommateurs tout en intégrant la dimension économique afin de ne pas pénaliser la compétitivité. Le paysage n'est jamais figé et les banques continuent à s'adapter en permanence. C'est pour chaque banque un élément de différenciation qui permet de faire jouer la concurrence. Une trop grande standardisation réduirait à coup sûr le bénéfice pour le consommateur.

De toute évidence, ces évolutions n'ont de sens que dans une optique de proximité - et donc nationale- afin d'être au plus proche du besoin exprimé par le client. Cette proximité permet aussi de déterminer un planning adéquat qui laisse au consommateur le temps de se familiariser avec les différents dispositifs avant d'en envisager de nouveaux.

## 2. CHANGEMENT D'ETABLISSEMENT BANCAIRE

*Question 7: les banques établies dans l'État membre où vous disposez d'un compte bancaire proposent-elles un service de transfert? Si tel est le cas, est-il conforme aux principes communs sur le changement de compte bancaire décrits ci-dessus ? Les informations sur les conditions de transfert sont-elles présentées d'une manière qui est favorable au consommateur ?*

La Commission Européenne pourra se référer à l'enquête de l'ACP citée en introduction qui précise que le dispositif d'aide à la mobilité est accessible à 98% de la clientèle. Cette enquête a été réalisée auprès de plus de 300 établissements adhérents de la FBF.

La DGCCRF estime quant à elle que « *la mise en œuvre des mesures effectives est plutôt bien respectée : fourniture au client qui le demande d'une information complète dans un délai de 72h, transfert des prélèvements et des virements périodiques par la banque d'accueil, délai maximum de 16 jours pour clôturer le compte, précautions pour ne pas mettre l'ancien client en difficulté si des chèques sont présentés au paiement après la fermeture du compte* ». Ce constat fait suite à une enquête terrain auprès de 550 agences.

On notera que ces deux études portent sur un panel bien plus large que l'enquête de la Commission Européenne commandée au cabinet GfK dans laquelle seuls 20 clients-mystère ont réalisé de bout en bout les démarches de changement de compte. On rappellera que la marge d'erreur statistique est de 22% pour une étude réalisée sur un échantillon de 20 sondés (avec un niveau de confiance de 95%). En d'autres termes, on est certain à 95% qu'un résultat de 50% basé sur un échantillon de 20 personnes, donne un pourcentage réel pour l'ensemble de la population entre 28% et 72%. Il est probable que cela explique, au moins partiellement, les divergences entre les conclusions du cabinet GfK et celles de l'ACP et de la DGCCRF.

*Question 8: si un service de transfert conforme aux principes communs est proposé par les banques de l'État membre où vous disposez d'un compte bancaire, élimine-t-il tous les obstacles entravant le changement de compte bancaire ? Si tel n'est pas le cas, quels sont les obstacles qui subsistent ? Fournissez des exemples de bonnes pratiques et d'obstacles persistants que vous avez rencontrés.*

Les règles relatives à la mobilité de la clientèle en France, comme les Principes communs arrêtés par l'EBIC, s'appliquent à la mobilité des comptes courants au sein d'un État membre, c'est-à-dire aux mobilités bancaires nationales, et concernent en particulier le transfert des prélèvements, les ordres permanents pour les virements et les virements entrants récurrents. Il n'y a, pour ces produits simples, aucun obstacle en France à leur transfert.

Lors d'un changement d'établissement bancaire, le client peut souhaiter transférer ses comptes d'épargne. Pour certains d'entre eux, leurs règles de fonctionnement définies par l'Etat nécessitent des formalités déclaratives particulières. Ces opérations sont généralement facturées par les banques et certains y voient un frein à la mobilité. A plusieurs reprises, le CCSF s'est penché sur les coûts de ces opérations. Sa dernière étude de juillet 2008 souligne que « *les coûts générés par [les] opérations de transfert [des produits d'épargne réglementée], liés au système fiscal applicable [...], dépassent en général les frais que [les banques] facturent aux clients, si bien que le transfert de ces produits est complexe et constitue une charge pour les établissements* »<sup>20</sup>. Ainsi, une réduction de ces coûts ne peut passer que par un allègement des contraintes réglementaires notamment fiscales.

Globalement, la perception des clients évolue favorablement : en 2011, 55% des français estimaient qu'il est facile de changer de banque. Ce taux était de 44% en 2009<sup>21</sup>.

*Question 9: les principes communs doivent-ils rester volontaires ? Selon vous, quels sont les avantages ou les inconvénients liés au fait de les rendre obligatoires au niveau européen ? Quels en seraient les coûts probables ?*

La FBF considère que les services d'aide à la mobilité proposés par les banques doivent rester du domaine de l'autorégulation. Le développement ex nihilo en seulement trois ans de ces services par l'ensemble des grandes banques françaises montre l'efficacité d'un dispositif souple mais néanmoins soumis au contrôle des autorités de supervision.

Une norme professionnelle FBF est une règle professionnelle ou déontologique normative pour tous les établissements bancaires visée par le règlement CRBF 97-02 (ou une règle de bonne conduite visée par l'alinéa 3 de l'article L. 612-1 du code monétaire et financier ou l'article 314-2 du Règlement général de l'AMF). Chaque norme est transmise aux autorités de surveillance compétentes (AMF, ACP) qui contrôlent le respect de son application dans le cadre de leurs pouvoirs de supervision. Les banques ont l'obligation d'appliquer la norme professionnelle.

Comme indiqué à la réponse à la question 7, le dispositif est disponible pour la quasi-totalité des clients. Les recommandations émises par ces autorités à l'issue des contrôles réalisés en France constituent ainsi autant d'incitations pour les banques à en améliorer progressivement son effectivité. Inscrire ces engagements dans un dispositif législatif de dimension européenne n'aurait aucun impact sur cet aspect et en figerait les contours en réduisant les possibilités d'adaptation qualitatives rapides que permet aujourd'hui l'autorégulation.

*Question 10: les principes/les mesures en matière de transfert doivent-ils aussi concerner les changements de compte bancaire à l'échelon transfrontalier ?*

Comme indiqué précédemment (réponse à la question 5), les consommateurs ne recherchent pas particulièrement à développer les activités financières transfrontières. Il est plus que douteux que l'extension des principes communs de l'EBIC à une mobilité transfrontière change fondamentalement cet état de fait, d'autant que les banques françaises proposent aujourd'hui gratuitement ce service car elles le perçoivent comme un outil de conquête sur leur marché domestique.

L'absence de marché transfrontière pour la banque au quotidien ne s'explique pas par des freins à la mobilité mais par une absence de demande de la part des clients. Donner à ces services une dimension transfrontière modifierait profondément l'équilibre actuel par des coûts supplémentaires (traduction des documents, vérification des législations nationales et modifications des règles de déclarations auprès des administrations fiscales...). Ceci risquerait de ne plus permettre le maintien de la gratuité auprès des clientèles nationales très majoritairement utilisatrices de ces services.

<sup>20</sup> Rapport annuel 2009-2010 du CCSF, page 174

<sup>21</sup> Enquête IFOP sur l'image des banques

*Question 11: selon vous, quelle importance le risque que des reçus, des factures et des paiements soient mal acheminés représente-il en cas de changement de compte bancaire ? Quelles mesures pourraient être envisagées pour rendre le processus de transfert plus sûr ?*

Aujourd'hui, ce risque est faible grâce aux conseils suivis par les clients dans la mise en œuvre du processus de changement de compte. Le bon changement de domiciliation reste dépendant de la réactivité des émetteurs de virement ou bénéficiaires de prélèvement à prendre en compte les nouvelles coordonnées bancaires communiquées par la banque ou le prestataire de service qui réalise l'opération pour son compte. A noter que la plupart des services d'aide à la mobilité mis en place par les banques françaises communiquent au client un suivi de cette prise en compte par les créanciers permettant dès lors d'éviter tout risque d'incident.

*Question 12: le cas échéant, quels sont les obstacles auxquels sont toujours confrontés les établissements bancaires de petite taille ou ceux qui sont établis dans un autre État membre pour élargir leur clientèle ou pénétrer de nouveaux marchés ? S'agit-il de problèmes liés aux mécanismes de transfert ?*

Nous ne voyons pas de lien direct entre mobilité bancaire et l'arrivée de nouveaux acteurs. L'arrivée d'un nouvel entrant suppose avant tout la mobilisation de capitaux très importants, en adéquation avec les règles prudentielles. Or, sur un marché bancaire mature comme le sont la plupart des marchés des pays européens, les perspectives de rentabilisation de ces capitaux sont à la fois incertaines et inscrites dans une perspective de très long terme.

*Question 13: quelles autres mesures convient-il d'envisager pour améliorer le changement de compte bancaire? Veuillez les décrire.*

Comme l'indique l'Eurobaromètre déjà cité :

- 85% des européens interrogés n'ont pas changé de banque pour leur compte courant car ils n'en n'éprouvent pas le besoin ;
- 8% l'ont fait et 87% d'entre eux ont trouvé cela facile ;
- Enfin, seulement 4% ne l'ont pas fait car c'était trop compliqué.

Cette large étude (22 469 sondés pour cette question) démontre que le taux de client jugeant difficile le changement de banque est très marginal. Il est fort probable que l'on arrive à un niveau d'insatisfaction difficilement compressible. On sait alors que les investissements nécessaires pour le réduire sont sans commune mesure avec le gain obtenu.

La FBF constate que l'augmentation du taux de mobilité constitue un objectif en soi. L'appréciation du taux de mobilité dans le secteur bancaire est un exercice délicat. Banques et clients construisent une relation de long terme qui peut se traduire par un taux de mobilité jugé comme « faible » par certains alors qu'il est le résultat de la satisfaction des clients. On rappellera le haut niveau de satisfaction globale des clients français vis-à-vis de leur banque (75% en ont une image favorable) et de leur conseiller de clientèle (71% en sont satisfaits)<sup>22</sup>.

Ainsi, il ne peut pas exister un taux de mobilité idéal ou cible. La nature spécifique de cette relation dans le monde des services n'empêche pas pour autant le client de faire jouer pleinement la concurrence. Ceci est particulièrement flagrant lors des projets structurants, comme un achat immobilier par exemple, pour lequel le client met généralement en concurrence de nombreux acteurs – au-delà même du seul secteur bancaire. L'éventuelle nouvelle banque devient alors souvent un partenaire supplémentaire et non substitutif. En effet, le niveau de multibancairisation est important : 18% des français déclarent avoir plusieurs banques .

<sup>22</sup> Enquête IFOP sur l'image des banques - 2011

### 3. ACCES A UN COMPTE DE PAIEMENT DE BASE

*Question 14: êtes-vous au courant que des consommateurs rencontrent des difficultés pour accéder à un compte bancaire de base? Quels sont les types d'obstacles que les consommateurs signalent et qui les empêchent d'avoir accès à un compte bancaire de base ?*

Avec un taux de bancarisation supérieur à 99%, la France ne s'estime pas concernée par cette question.

Notre pays a connu un vaste mouvement de bancarisation enclenché à partir des années 1960. Il était au départ fondé sur la volonté des pouvoirs publics de lutter contre l'économie clandestine en instaurant progressivement des obligations légales de paiement d'opérations sur ou à partir d'un compte bancaire comme les salaires (art. L3241-1 du Code du travail) ou les transactions au-delà d'un montant (L112-6 et s. du Code monétaire et financier).

L'inclusion bancaire s'est trouvée confortée en France par la création d'un droit au compte dont les grands principes avaient été fixés en 1984 (article 58 de la Loi du 24 janvier 1984). La Loi du 29 juillet 1998 (article 312-1 du Code monétaire et financier) est allée plus loin dans son chapitre consacré à la prévention de l'exclusion, en introduisant parmi les dispositions destinées à garantir des moyens d'existence, le droit au compte bancaire pour tous (« *Toute personne physique ou morale domiciliée en France, dépourvue d'un compte de dépôt* » et « *Toute personne physique de nationalité française résidant hors de France dépourvue d'un compte de dépôt* ») alors même que le taux de bancarisation était déjà à l'époque de l'ordre de 98%.

Le service bancaire de base (Décret n°2001-45 du 17 janvier 2001 pris pour l'application de l'article L. 312-1 du code monétaire et financier) est alors apparu dans le cadre de ce droit au compte. Il comprend :

- l'ouverture, la tenue et la clôture du compte ;
- un changement d'adresse par an ;
- la délivrance à la demande de relevés d'identité bancaire ou postale ;
- la domiciliation de virements bancaires ou postaux ;
- l'envoi mensuel d'un relevé des opérations effectuées sur le compte ;
- la réalisation des opérations de caisse ;
- l'encaissement de chèques et de virements bancaires ou postaux ;
- les dépôts et les retraits d'espèces au guichet de l'organisme teneur de compte ;
- les paiements par prélèvement, titre interbancaire de paiement ou virement bancaire ou postal ;
- des moyens de consultation à distance du solde du compte ;
- une carte de paiement à autorisation systématique, si l'établissement de crédit est en mesure de la délivrer, ou, à défaut, une carte de retrait autorisant des retraits hebdomadaires sur les distributeurs de billets de l'établissement de crédit ;
- deux formules de chèques de banque par mois ou moyens de paiement équivalents offrant les mêmes services.

Selon l'étude du CREDOC citée dans notre introduction, 99 % des ménages en situation de pauvreté disposent d'un compte de dépôt, soit autant que pour l'ensemble de la population. Les résultats de l'enquête montraient également un niveau très élevé de satisfaction des ménages dans leurs relations avec leur banque, aussi bien parmi les ménages pauvres que parmi l'ensemble des ménages. Plus de 80 % des ménages pauvres se déclaraient ainsi satisfaits des relations qu'ils ont avec leur banque. S'il subsiste néanmoins en France une infime partie de la population qui n'est pas bancarisée, la réalité sociologique de ces chiffres démontrent que les raisons ne peuvent pas être recherchées du côté des banques.

*Question 15: avez-vous connaissance de toutes les mesures prises par les banques ou les autres établissements de l'État membre où vous résidez afin de faciliter l'accès à un compte de paiement de base ? Ces initiatives ont-elles été correctement appliquées ?*

Cette question ne semble pas s'adresser aux professionnels.

*Question 16: ces mesures facilitent-elles également l'accès à un compte de paiement de base pour les non-résidents ?*

Le droit au compte associé au service bancaire de base a été créé par le législateur Français dans une optique de cohésion sociale et de lutte contre les exclusions. Il n'a jamais eu d'aucune manière vocation à être appliqué au bénéfice de population non résidente ou n'ayant pas d'adresse en France pour favoriser leur inclusion sociale dans des pays tiers.

De manière générale, l'expérience des banques françaises montre qu'aucune ouverture de compte n'a jamais été sollicitée par un client non résident qui n'aurait pas eu un intérêt ou un lien particulier à ouvrir un compte en France (étudiant, détachement temporaire, résidence secondaire, frontaliers travaillant en France, famille présente sur le territoire...).

En revanche, l'ouverture d'un tel droit aux non-résidents poserait manifestement d'énormes problèmes juridiques aux banques et aux autorités publiques, notamment au regard de l'application de la législation sur le blanchiment mais aussi des déclarations obligatoires de ces comptes auprès des administrations fiscales concernées par les revenus de leurs titulaires.

Par ailleurs, la généralisation du SEPA doit limiter l'intérêt de détenir plusieurs comptes dans différents états membres comme l'a fort justement souligné le Parlement Européen dans son communiqué consécutif à l'adoption du règlement SEPA date butoir : « *Les citoyens de l'UE ne devront plus se soucier de savoir dans quel État membre se situe leur compte bancaire. Les transferts deviendront moins chers, plus rapides et plus sûrs. Par exemple, les citoyens européens se déplaçant à l'intérieur de l'Union pourront notamment utiliser un seul compte bancaire en euros, y faire verser le salaire perçu dans un autre État membre. Ils pourront également payer des factures dans un pays donné, via un compte domicilié dans un autre* ».

*Question 17: si les consommateurs rencontrent encore des difficultés pour ouvrir un compte bancaire, quelles en sont les raisons ?*

L'Eurobaromètre indique que 56% des citoyens européens qui ne disposent pas d'un compte courant expliquent qu'ils n'en n'ont pas besoin ou qu'ils n'en veulent pas. 5% seulement affirment que c'est parce qu'on leur a refusé l'accès au service. La prise en compte de cette réalité devait être à la base de toute réflexion pour orienter les actions possibles ou souhaitables et définir le meilleur niveau d'intervention et la pertinence de l'application du principe de subsidiarité.

*Question 18: si des efforts supplémentaires doivent être fournis, quelles mesures convient-il d'envisager ? Le problème doit-il être abordé au niveau national ou européen ?*

La FBF estime que la question de l'accès aux services bancaires des personnes qui en sont aujourd'hui exclues doit essentiellement être traitée sous l'angle de l'accompagnement social. En conséquence, les réponses d'ordre réglementaire si nécessaire, ne peuvent être que du ressort du législateur national qui seul peut avoir une vision d'ensemble des dispositifs nationaux à mobiliser pour lutter contre l'exclusion sociale. L'accès aux services bancaires de ces populations ne peut en aucune manière être regardé comme une fin en soi et comme unique levier d'insertion sociale.