

Service du soutien au réseau
Sous-direction de la communication, programmation et veille économique
Bureau de la veille économique et des prix

Les banques en ligne et les services bancaires par internet – modèle économique et évolution des plaintes de consommateurs de 2008 à 2012

Auteur : Hugo HANNE¹

Avec l'essor d'internet, les banques en ligne se sont développées en France et compteraient aujourd'hui près de 2 millions de clients. Souvent filiales de groupes bancaires, elles se caractérisent dans le secteur bancaire français par une économie de coûts d'organisation (absence d'agence et faible effectif de personnel) dont peuvent bénéficier les consommateurs.

Les plaintes des consommateurs liés aux services bancaires par internet demeurent sur la période 2008-2012 très faibles par rapport à l'ensemble des plaintes concernant la vente et les services par internet : entre 0,2 et 0,6% sur la période 2008-2012. Il y avait en effet 24 174 plaintes de consommateurs concernant la vente et les services par internet en 2012 et seulement 80 plaintes concernant les services bancaires par internet. Par contre, comparée à l'ensemble des plaintes de consommateurs concernant les banques, la part des plaintes liées aux services bancaires par internet est en augmentation, passant de 3,3% en 2008 à 8,0% des plaintes en 2012.

Dans ce contexte, on observe de 2008 à 2012 que les plaintes de consommateurs liés aux services bancaires par internet concernent essentiellement les litiges contractuels, et en particulier l'information du consommateur, l'exécution du contrat et le paiement, et en deuxième lieu la protection économique du consommateur et essentiellement l'information générale des prix et les conditions de vente (23,8% des plaintes liées aux services bancaires par internet en 2012).

L'économie réalisée par les consommateurs du fait du développement des banques en ligne et des services bancaires en ligne est déjà mesurable : en effet tous les « acteurs purs » de la banque en ligne et les principales banques en ligne proposent désormais gratuitement l'accès à leurs services bancaires en ligne. En évaluant le coût annuel (à partir des tarifs encore onéreux réclamés par certaines banques commerciales) entre 21 et 36 euros par client, on se représente l'économie globale annuelle réalisée par les millions de consommateurs bénéficiant d'un accès gratuit (un multiple de 21 à 36 millions d'euros).

¹ Chef du bureau de la veille économique et des prix (1B), DGCCRF

1. Le secteur de la banque en ligne est en plein essor en France

Avec l'essor de l'internet (plus de 45 millions d'internautes, soit près de 70% de la population équipée et près de 80% de la population ayant accès à internet), la banque en ligne s'est considérablement développée en France ces dernières années.

Les « acteurs purs » (ou « pure players ») de la banque de détail en ligne, à différencier des banques commerciales multicanaux (guichets, téléphone et internet), ont vu leur part de marché croître régulièrement mais demeurent très petits par rapport aux banques traditionnelles. Leur part de marché en France était de seulement 2% du marché de la banque de détail selon une étude du Crédoc de 2009. Ce seraient ainsi 2 millions de Français qui seraient clients de la banque en ligne.

Le développement des banques en ligne repose sur les gains en termes de coûts dont ces services bancaires bénéficient du fait de l'absence d'agences physiques (coûts immobiliers et charges de personnel). Du coup le consommateur est susceptible de profiter de conditions tarifaires bien plus favorables en étant client dans une banque en ligne plutôt que dans une banque traditionnelle.

Pour se rendre compte du gain d'efficacité de la banque en ligne, une des banques en ligne indique qu'avec 500 salariés elle a recruté en 2012 environ 60 000 nouveaux clients presque autant qu'une grande banque traditionnelle de 35 000 salariés. Toutefois le stock de clients de cette banque en ligne demeure faible avec 500 000 clients environ en 2012 contre plusieurs millions de clients pour une banque commerciale traditionnelle.

Cependant les banques en ligne actives en France sont presque toutes filiales de banques traditionnelles, comme le montre le tableau suivant :

Banques en ligne opérant en France et sociétés mères associées

| Banque en ligne | Banque société mère |
|--------------------|-------------------------|
| Boursorama Banque | Société Générale |
| ING Direct | ING |
| Monabanque | Crédit Mutuel - CIC |
| Fortuneo Banque | Crédit Mutuel - Arkéa |
| La Net Agence | BNPParibas |
| Cortal Consors | BNPParibas |
| Hello Bank! | BNPParibas |
| eLCL | LCL |
| BforBank | Crédit Agricole |
| Monbanquierenligne | Caisse d'Epargne |
| HSBC | HSBC |
| VTB Direct | Banque russe d'Etat VTB |

Source : DGCCRF, recherche en ligne, juin 2013

On trouve également outre les filiales de compagnies d'assurance (Axa Banque) et de crédit (Cetelem), des filiales de groupes automobiles français (Zesto RCI Banque filiale de RCI Banque appartenant au groupe Renault, Distingo PSA Banque filiale du groupe PSA) et des filiales de la grande distribution (comme Carrefour Banque).

Les offres bancaires de ces différentes banques en ligne peuvent être comparées sur internet sur des sites comparateurs comme www.banques-en-ligne.fr/ ou <http://www.banqueenligne.net/>.

Par ailleurs, après la banque en ligne sur internet, la banque sur téléphone mobile commence à se développer rapidement en France, avec les progrès technologiques de la téléphonie mobile et l'intégration de services internet de débit de plus en plus élevé avec les technologies de la 3G (3^{ème} génération) et bientôt de la 4G (4^{ème} génération). Toutefois ce mode de services bancaires (« applications mobiles ») n'est pas inclus dans la suite de l'étude car les données sont absentes sur ce nouveau type de média.

2. Les plaintes de consommateurs liées aux services bancaires par internet représentent une part faible des plaintes de consommateurs (entre 0,2% et 0,6% de l'ensemble des plaintes liées à internet sur la période 2008-2012) mais ont fortement augmenté en 2010 (+62,3% en un an) et constituent 0,3% des plaintes en 2012

Le baromètre des réclamations de la DGCCRF permet de mesurer les plaintes des consommateurs enregistrées par les agents de la DGCCRF en départements (dans les directions départementales de la protection des populations – DDPP, et les directions départementales de la cohésion sociale et de la protection des populations – DDCSPP) et au centre national d'appels téléphoniques (CNA) de Montpellier (qui répond aux questions des consommateurs au numéro de téléphone « info consommateurs » 39 39).

Dans la classification sectorielle du baromètre des réclamations, on ne trouve pas explicitement la catégorie « banques en ligne » mais on peut extraire des données annuelles de 2008 à 2012, les plaintes concernant « les banques » et « la vente à distance par internet ». Les plaintes liées aux services bancaires par internet comprennent donc à la fois les plaintes dues aux services offerts par les banques en ligne et par les banques commerciales multicanaux, lorsqu'un de leurs services en ligne est en cause².

A partir du baromètre des réclamations, on observe que les plaintes de consommateurs liées à l'internet sont passées de 26 319 plaintes en 2008 à 24 174 plaintes en 2012, alors que les plaintes de consommateurs concernant les services bancaires par internet sont passées de 59 plaintes en 2008 à 80 plaintes en 2012, après un pic de 99 plaintes en 2010.

² La version actuelle du baromètre des réclamations de la DGCCRF ne permet pas de suivre les statistiques des plaintes de consommateurs relatives aux banques sur mobile et en général aux ventes de produits et services par mobile (m-commerce). Une version rénovée du baromètre des réclamations de la DGCCRF inclura dans les prochains mois ce mode de vente de produits et services.

Nombre et part des plaintes de consommateurs concernant la banque par internet par rapport aux plaintes de consommateurs concernant la vente et les services par internet

| | 2008 | 2009 | 2010 | 2011 | 2012 |
|--------------------------|------|------|------|------|------|
| Nombre de plaintes | 59 | 61 | 99 | 92 | 80 |
| Part des plaintes (en %) | 0,2% | 0,3% | 0,6% | 0,5% | 0,3% |

Source : DGCCRF, juin 2013

3. Les plaintes de consommateurs liées aux services bancaires par internet sont de plus en plus nombreuses comparées à l'ensemble des plaintes concernant le secteur bancaire

Alors que le nombre des plaintes de consommateurs concernant les banques est tombé de 1808 plaintes en 2008 à 999 plaintes en 2012, les plaintes liées aux services bancaires par internet ont cru de 59 plaintes en 2008 à 80 plaintes en 2012.

La part des plaintes liées aux services bancaires par internet par rapport à l'ensemble des plaintes de consommateurs concernant le secteur bancaire est en augmentation : elle est ainsi passée de 3,3% en 2008 à 8,0% en 2012.

Avec leur développement et celui de la société en ligne, les services par internet offerts par les banques sont donc devenus une source plus importante de difficultés pour les consommateurs.

Part des plaintes de consommateurs concernant la banque par internet par rapport aux plaintes de consommateurs concernant les banques (tout mode de vente et de services)

| | 2008 | 2009 | 2010 | 2011 | 2012 |
|--------------------------|------|------|------|------|------|
| Part des plaintes (en %) | 3,3% | 3,4% | 7,0% | 7,3% | 8,0% |

Source : DGCCRF, juin 2013

4. Les plaintes de consommateurs liées aux services bancaires par internet sont essentiellement des litiges contractuels (56,3% des plaintes en 2012) principalement dus à la mauvaise information du consommateur (16,3% des plaintes en 2012) et à l'exécution du contrat (15,0% des plaintes en 2012) et concernent en deuxième lieu la protection économique du consommateur (42,5% des plaintes en 2012), en particulier l'information générale sur les prix et les conditions de vente (23,8% des plaintes en 2012)

Sur la période 2008-2012, les plaintes de consommateurs liées aux services bancaires par internet concernant les litiges contractuels sont passées de 59,3% des plaintes de ce type de services en 2008 à 56,3% des plaintes en 2012. Elles sont demeurées majoritaires pendant toute la période sauf en 2010 (40,4% des plaintes) du fait d'une hausse relative des plaintes concernant la protection économique du consommateur (57,6%).

Parmi les plaintes concernant les litiges contractuels, trois catégories de pratiques dénoncées par les consommateurs apparaissent prépondérantes :

- l'information du consommateur (18,6% des plaintes en 2008 à 16,3% en 2012),
- le paiement (10,2% des plaintes en 2008 à 10,0% des plaintes en 2012),
- l'exécution du contrat (15,3% des plaintes en 2008 à 15,0% des plaintes en 2012).

Les litiges contractuels concernant les recours et les spécificités associées au secteur bancaire passent respectivement de 6,8% des plaintes en 2008 (pour les deux pratiques) à 5,0% et 6,3% des plaintes en 2012.

En ce qui concerne la protection économique du consommateur, représentant 39,0% des plaintes en 2008 à 42,5% des plaintes en 2012, c'est surtout les pratiques liées à l'information générale sur les prix et les conditions de vente qui sont dénoncées par les consommateurs. La part concernée passe de 20,3% des plaintes à 23,8% des plaintes liées aux services bancaires par internet.

En valeur, le nombre des plaintes liées aux litiges contractuels est passé de 35 à 45 entre 2008 et 2012 (avec un pic de 54 cas en 2011), celui des plaintes liées à la protection économique du consommateur est passé de 23 à 34 cas (avec un pic de 57 cas en 2010).

Taux de variation du nombre de plaintes de consommateurs liées aux services bancaires par internet sur la période 2008-2012

| | 2008/2009 | 2009/2010 | 2010/2011 | 2011/2012 |
|--|-----------|-----------|-----------|-----------|
| Protection économique du consommateur | 0,0% | 147,8% | -36,8% | -5,6% |
| Information générale sur les prix et les conditions de vente | -8,3% | 209,1% | -32,4% | -17,4% |
| Litiges contractuels | 5,7% | 8,1% | 35,0% | -16,7% |
| Information du consommateur | -18,2% | 66,7% | 86,7% | -53,6% |
| Paiement | 33,3% | -33,3% | 12,5% | 33,3% |
| Exécution du contrat | 16,7% | -14,3% | 0,0% | 33,3% |

Source : DGCCRF, juin 2013

5. Les tarifs d'abonnement d'accès aux banques en ligne sont gratuits chez tous les « acteurs purs » et plusieurs banques commerciales multicanaux, payantes dans d'autres banques multicanaux : on peut en déduire une économie globale pour les consommateurs français de plusieurs dizaines de millions d'euros du fait du développement de la banque en ligne

On constate en effet qu'en 2013 toutes les banques en ligne et les principales banques commerciales françaises ne tarifient plus les accès de leurs clients à leurs services sur internet.

Ce n'est pas encore le cas de certaines banques régionales mais aussi nationales, qui continuent à tarifier ce type de services, les coûts mensuels d'accès à leur service internet allant de 1,75 euros à 3,00 euros par mois, soit au bout d'un an, un coût de revient pour leurs clients de 21 euros à 36 euros, ce qui n'est pas négligeable dans le revenu disponible brut de certains ménages et constitue une partie des dépenses contraintes (ou « pré-engagées » selon l'Insee).

Coûts mensuels d'accès au service sur internet pour différentes banques ayant une activité commerciale en France

| Banque en ligne | Coûts mensuels d'accès au service sur internet |
|------------------------------------|--|
| Boursorama Banque | nul |
| ING Direct | nul |
| Monabanque | nul |
| Fortuneo Banque | nul |
| La Banque Postale | nul |
| Société Générale | nul |
| Crédit Agricole | nul |
| BNPParibas | nul |
| LCL | 1,75 euros |
| CIC | 2,90 euros |
| Crédit Mutuel Ile de France | 3,00 euros |
| Banque populaire Loire et Lyonnais | 2,00 euros |

Source : banques citées, mars 2013, informations accessibles sur le site internet L'Internaute, <http://www.linternaute.com/argent/banque/banques-en-ligne-2013-service-par-service/l-acces-aux-services-en-ligne.shtml> ,

Si l'on considère les millions de consommateurs qui bénéficient d'un accès gratuit aux services bancaires en ligne, on peut chiffrer l'économie globale annuelle réalisée par les consommateurs français avec le développement de la banque en ligne à un multiple de 21 à 36 millions d'euros.

Le bureau 1B de la veille économique et des prix de la DGCCRF (Direction générale de la concurrence, de la consommation et de la répression des fraudes) conçoit et met en place des outils visant à améliorer la transparence économique sur les circuits de production et de commercialisation des biens et services, afin de permettre d'effectuer dans ce domaine des analyses fondées sur des éléments objectifs et partagés. Il intervient notamment dans le domaine des analyses de prix, ainsi que dans l'observation des mécanismes de formation des prix et des marges, en liaison avec les autres observatoires compétents dans ces domaines. Il conduit des études économiques au profit de la direction générale. Il est chargé des fonctions de documentation et de veille économiques internes à la direction générale. Il assure l'exploitation statistique du baromètre des réclamations des consommateurs.

Adresse postale :

Ministère de l'économie et des finances - DGCCRF
Bureau de la veille économique et des prix (1B)
Teledoc 042
59 boulevard Vincent Auriol
75703 PARIS CEDEX 13

Adresse électronique : Bureau-1B@dgccrf.finances.gouv.fr