



## Les services bancaires proposés aux jeunes

Ces dernières années, les banques ont amélioré l'information sur les services dits « packagés » destinés aux jeunes. Une marge de progression reste toutefois possible compte tenu de la variété des offres.

99 % des français sont titulaires d'un compte courant ou, au minimum, d'un livret A. Pour gagner de nouveaux clients, les banques s'adressent donc aux publics jeunes d'autant que ces derniers tendent à rester fidèles à la banque de leurs parents.

Soucieuse de protéger ces consommateurs plus vulnérables, la DGCCRF a enquêté sur les services groupés, dits « packagés », offerts aux jeunes. Il s'agissait pour elle de contrôler le respect des prescriptions du code monétaire et financier<sup>1</sup>, mais aussi de mieux connaître les stratégies commerciales des réseaux bancaires à destination des jeunes.

### Une réglementation globalement respectée

Outre des prestations minimales (chéquier, relevés périodiques d'opérations), ces forfaits ou « packages » comportent souvent une carte bancaire, un découvert autorisé et personnalisé, des assurances et des services de banque en ligne. Leur montant, mensuel ou trimestriel est lié à la carte bancaire choisie par le client.

Les enquêteurs ont vérifié les conditions d'affichage des tarifs et la mise à disposition du public des dépliants tarifaires.

<sup>1</sup> Le code monétaire et financier confère des pouvoirs de contrôle aux agents de la DGCCRF.

Conformément à la réglementation<sup>2</sup>, les services composant ces forfaits sont proposés de manière distincte et les augmentations de tarifs, souvent communiquées par le siège ou une structure régionale, sont bien soumises à un préavis (depuis le 1<sup>er</sup> novembre 2009, ce délai est passé à deux mois, en application de la directive communautaire sur les services de paiement).

Souvent pré-imprimées, les **conventions de gestion de compte** sont remises en agence de manière systématique aux nouveaux clients.

Des contrats particuliers peuvent également être signés. Ils concernent les conditions d'utilisation de la carte bancaire choisie ou le niveau et les conditions du découvert accordé.

L'obligation<sup>3</sup> de faire savoir, au moins une fois par an, aux clients n'ayant pas de convention de compte qu'ils peuvent en signer une, est également remplie.

Cette information est assurée par le siège ou un centre de gestion régional.

Les dispositions régissant la clôture du compte en cas de modification substantielle de la convention sont conformes, tout comme l'engagement, pris par la profession en 2004, de garantir la gratuité des formalités de clôture, quel que soit le motif invoqué par le client.

<sup>2</sup> Article L. 312-1-2 premier alinéa du code monétaire et financier.

<sup>3</sup> Article L. 312-1-1 du code monétaire et financier.

## Une grande diversité des offres

Trois types de stratégies distinguent les réseaux bancaires. Certains n'ont pas de démarche commerciale d'ampleur vis-à-vis des jeunes. D'autres s'efforcent à l'inverse de couvrir le plus largement possible cette population. Enfin, la dernière catégorie de réseaux développe une offre assez large et semble explorer davantage la fidélisation.

La stratégie commerciale est plus élaborée dans certains établissements qui ciblent les offres en fonction des tranches d'âge.

Aux parents des moins de douze ans sont proposés des livrets.

**A partir de 12 ans**, il s'agit d'une autre forme de livret et d'une carte de retrait au montant plafonné.

**A partir de 16 ans**, la carte de retrait peut être remplacée par une carte de paiement à autorisation de découvert systématique. Les réseaux proposent pour la plupart une carte internationale et/ou des services supplémentaires : assurance pour perte/vol du moyen de paiement, banque directe...

**A partir de 18 ans**, l'offre évolue et la facilité de caisse se transforme en une autorisation de découvert de 7 jours.

Les démarches de fidélisation sont alors plus actives : offres de crédits (financement du permis de conduire, des études...), d'assurance (moto, perte de téléphone portable...).

D'autres initiatives de marketing dépassent le moyen terme et s'inscrivent dans des perspectives de longue durée comme l'assurance-vie, l'assurance rapatriement et le crédit renouvelable.

Les consommateurs, en particulier les parents, doivent exercer leur vigilance face aux propositions toujours plus élaborées des établissements bancaires en direction des jeunes.

## Les conseils de la DGCCRF

- 1) Ne vous précipitez pas, estimez vos besoins et choisissez la formule adaptée
- 2) Lors de l'ouverture du livret jeune, votre banque vous fera signer un contrat (pour le mineur, signature des parents)
- 3) L'ouverture et la fermeture du livret jeune sont des opérations gratuites
- 4) Vous recevrez un relevé une fois par an avec le versement des intérêts
- 5) Le montant versé sur le livret jeune est disponible à tout moment
- 6) Il est plafonné à 1.600 €
- 7) Il est exonéré d'impôt
- 8) On ne peut ouvrir qu'un seul livret jeune par enfant

### Texte juridique

- code monétaire et financier – section 3 – livret jeune -articles L.221-24 et suivants – articles L.312-1-1 et L.312-1-2