

ÉCONOMIE

Le palmarès des banques les moins chères

Réalisée par l'expert indépendant Olivier Eon, la 11e édition de l'enquête du "Monde Argent" distingue les banques qui pratiquent les meilleurs tarifs.

Le Monde Argent •

Publié le 18 février 2011 à 16h37 • Mis à jour le 18 février 2011 à 16h37 • Lecture 4 min.

Selon la onzième édition de notre enquête annuelle, La Banque postale, Monabanq., Boursorama Banque, Fortuneo Banque et AXA Banque affichent les meilleurs tarifs.

Cette étude témoigne, cette année encore, de la guerre des prix à laquelle se livrent les banques à distance. Parmi les cinq établissements les moins chers identifiés par l'enquête du *Monde*, quatre sont des établissements virtuels : Monabanq., Boursorama Banque, Fortuneo Banque et AXA Banque. Dans le peloton de tête de notre classement, seule La Banque postale et ses 1 700 bureaux de Poste jouent véritablement la carte de la proximité avec leurs clients.

Cette domination des banques en ligne est loin d'être une surprise, puisque les tarifs sont précisément au cœur de leur stratégie pour séduire la clientèle. Ainsi, 51% des clients de Boursorama Banque (filiale de la Société générale) n'ont payé aucun frais sur leur compte en 2010, d'après le récapitulatif annuel envoyé par l'établissement en janvier.

Obligatoire depuis 2009, ce document permet à chaque client de savoir avec précision ce que sa banque lui a coûté l'année précédente. La réglementation met ainsi de plus en plus l'accent sur la transparence des tarifs. A la demande de Christine Lagarde, la ministre des finances, les banques s'étaient engagées à publier leurs tarifs pour une liste de dix produits et services standards. C'est chose faite depuis le 1^{er} janvier.

"AMÉLIORATION SUR LA LISIBILITÉ ET LA TRANSPARENCE"

Cette nouveauté incite les banques à améliorer l'information sur leurs tarifs, souvent difficiles à décrypter pour les clients. Une évolution confirmée par Olivier Eon, expert indépendant en produits financiers et auteur de cette enquête en exclusivité pour *"Le Monde Argent"* : *"Nous constatons une réelle amélioration sur la transparence et la lisibilité des tarifs des banques. Cela se traduit par des dépliants plus complets, structurés plus clairement, donnant plus de détails sur les tarifs ou la composition des offres groupées ou packages."*

Bien qu'elle soit notable, cette amélioration ne règle pas d'un coup de baguette magique toutes les difficultés de calcul de certains postes de nos profils. *"Les dépliants tarifaires sont moins sujets à interprétation que pour les précédentes éditions. Mais certains établissements sont à la traîne, à l'instar de certaines fédérations du Crédit mutuel, dont les brochures fournissent peu de détails sur la composition des packages"*, ajoute M. Eon. Notre enquête, menée auprès de 41 établissements, reprend exactement les profils de l'édition 2010.

L'établissement le moins cher pour le profil 1 (budget serré) est, cette année encore, La Banque postale, qui a passé le seuil des 10 millions de clients actifs en juillet 2010. Le client standard défini par notre profil dépense ainsi 88,70 euros par an, soit 2,2 euros de plus que l'année précédente pour la même liste de produits et services bancaires.

La Banque postale a largement complété sa gamme de services avec le lancement d'une offre de crédit à la consommation en avril 2010, et d'une offre assurance-dommages (ou IARD pour incendie, accidents, risques divers) en décembre de la même année. Elle devrait commencer à proposer des

crédits aux entreprises dans les prochains mois, ainsi qu'une offre santé à destination des particuliers en fin d'année 2011.

"NOS CLIENTS SONT AUTONOMES"

Absente du palmarès en 2010, Monabanq. (filiale du Crédit mutuel et des 3 Suisses) fait une entrée remarquée en tête du profil 2 (client standard), pour lequel elle ne concourait pas en 2009, faute d'offre groupée. La banque a lancé, en octobre 2010, un compte "tout compris" à 6 euros par mois, sur le modèle des forfaits illimités des opérateurs de télécommunications. La moitié de ses 270 000 clients l'ont déjà adopté. *"Ce compte répond à la demande de transparence des clients, qui ne veulent pas avoir de mauvaises surprises sur leurs frais"*, explique Alain Colin, le directeur général de Monabanq.

Comme en 2010, Boursorama Banque et Fortuneo Banque restent les établissements les moins chers – à 18 euros pour le profil 3, qui correspond à un client aisé n'ayant pas souscrit de package. Fondée en 2006, Boursorama Banque bénéficie d'une antériorité sur le marché du "discount" bancaire. Il fallait, à l'époque, un courage certain pour se lancer dans l'aventure de la banque en ligne, alors que les esprits étaient marqués par les échecs retentissants du Français Zebank et du Britannique Egg au début des années 2000. Boursorama totalise désormais 325 000 clients, dont 160 000 comptes à vue. La banque a lancé, à l'été 2010, son offre de crédit immobilier 100% Internet.

"Nos clients sont autonomes et remplissent leur demande de crédit immobilier en ligne. Ils apprécient de pouvoir obtenir immédiatement une réponse de principe sur l'octroi du prêt avec un taux précis", analyse Benoît Grisoni, directeur de Boursorama Banque.

Plus récente, l'activité bancaire de Fortuneo Banque (Crédit mutuel Arkéa) n'a été créée qu'en novembre 2009. L'entité totalise 210 000 comptes à fin 2010, ce chiffre regroupant les comptes de Bourse et de banque. A noter, Fortuneo se distingue aussi dans le profil 5 (investisseur en Bourse) de notre enquête. L'intégralité des produits et services est en effet gratuite dans cette banque pour ce profil, y compris les ordres de Bourse.

L'établissement le moins cher pour le profil 4, celui du client aisé ayant opté pour une offre groupée, est AXA Banque, qui compte 720 000 clients. Elle se veut à la fois une banque en ligne et une banque de proximité. *"Près de 3 000 agents généraux en France représentent AXA Banque. Nous allons plus loin en installant des libres-services bancaires auprès de 800 agences spécialisées bancassurance cette année"*, précise Pierre Janin, le directeur général d'AXA Banque, qui ambitionne de doubler son nombre de clients, pour atteindre 1,4 million en 2015.

Agnès Lambert

Découvrez l'intégralité de l'enquête du Monde Argent dans la zone Abonnés du Monde.fr et dans Le Monde daté samedi 19 février, disponible dans les kiosques ce vendredi 18 février à partir de 14 heures.

Le Monde Argent