



## SPÉCIAL PLACEMENTS

# Banques de réseau ou en ligne : pourquoi choisir ?

BIEN ENTENDU À L'APÉRITIF ON PARLA PLACEMENTS

IL Y AVAIT CEUX QUI DÉFENDAIENT LA BANQUE TRADITIONNELLE

CEUX QUI SOUTENAIENT LES BANQUES EN LIGNE

ET CEUX QUI AVAIENT FAIM.



**Match.** Répartir ses avoirs a ses avantages. Explications.

PAR LAURENCE ALLARD

Même si elles feignent le contraire, les premières méprisant les secondes, celles-ci se moquant de celles-là, c'est bien à une guerre ouverte que se livrent les banques en ligne et les banques traditionnelles. Les unes affichant leurs tarifs low cost, les autres avançant leurs

services personnalisés. Un combat dans lequel David – les banques en ligne ont seulement 5 à 7 % de part de marché – marque des points contre Goliath (93 % et un taux très élevé de satisfaction client). A tel point qu'après avoir longtemps joué l'indifférence les banques de réseau se sont mises à développer des agences sur Internet, voire ont créé leurs propres e-banques. Elles lancent également des livrets bancaires à taux promotionnel, ce par quoi les banques en ligne ont attaqué le marché... Et elles affichent leurs différences sur le marché des clients haut de gamme.

Le client a-t-il besoin d'être l'arbitre et pourquoi devrait-il choisir ? Pourquoi ne pas avoir plusieurs banques et prendre le meilleur dans chacune d'elles en fonction de ses besoins ? En ces temps troublés, être multibancarisé présente l'avantage de bénéficier plusieurs fois de la garantie de 100 000 euros en cas de faillite des banques. Une inquiétude pas si ancienne que cela. Et puis, changer de banque n'est pas si difficile que cela et ne coûte rien. Depuis 2009, les banques se sont engagées à se charger de toutes les formalités administratives : transferts des prélèvements automatiques, entre autres.

ILLUSTRATION BOLL



Elles traînent souvent les pieds, mais vous pouvez l'exiger. L'autre argument souvent invoqué pour ne pas changer de banque – avoir dû domicilier ses revenus pour obtenir un crédit immobilier – résiste mal au temps.

L'atout premier des banques en ligne, ce sont leurs tarifs. « Nous avons divisé les prix par quatre », souligne Benoît Grisoni, directeur de Boursorama Banque. Les banques en ligne ont commencé par réduire les frais de courtage en Bourse (Boursorama, Cortal-Consors, Binck Fortuneo...), abolir les frais de garde, diminuer les frais d'entrée sur les sicav et les contrats d'assurance-vie et, en 2008, lancer la carte bancaire gratuite. Le coût moyen des services bancaires des clients Boursorama est de 15 euros par an, contre plus de 150 dans une banque traditionnelle. CQFD.

« La deuxième raison de leurs succès est leur capacité d'innovation », poursuit Benoît Grisoni. Outre avoir généralisé l'usage d'Internet dans la banque avec ses atouts en termes de disponibilité, les banques en ligne ont introduit le super-livret bancaire, rémunéré à des taux supérieurs aux comptes sur livrets des banques de réseau (livret Orange d'ING Direct, Bforbank, voir p. 104). Elles ont développé de nouveaux

services comme le coffre-fort électronique (Monabanq), les applications pour mobile. Enfin, elles facilitent la vie quotidienne en permettant de modifier par exemple les plafonds de retrait à un distributeur.

« La multibancarisation nous va bien, commente Benoît Grisoni. Nous sommes sur un marché mature. Tout le monde a sa banque. Il nous faut donc convaincre avant de pouvoir devenir la banque principale. Pour preuve, nous ne demandons jamais la domiciliation des revenus et, pour aider nos clients à gérer leurs différents comptes, nous avons créé Money Center, un service qui leur permet d'agrèger leurs comptes quels que soient leur nombre et l'établissement, et d'avoir ainsi une vision globale de leurs dépenses. »

Autre manifestation de la complémentarité des deux approches : un prospect qui n'a pas déjà un compte dans une banque traditionnelle ne peut pas devenir client d'une banque en ligne. Celle-ci exige un relevé d'identité bancaire (RIB) pour toute ouverture de compte. Une manière d'échapper aux contrôles réglementaires.

Les banques en ligne ne s'adressent pas non plus à tous les publics : professions libérales, chefs d'entreprise, associations, clients aux

**Innovation.** BNP Paribas a ouvert un concept store à Paris : une agence bancaire qui propose l'utilisation des nouvelles technologies.

problématiques de transmission... « Par notre processus industrialisé, nous ne pouvons pas délivrer de services personnalisés. Notre message doit être simple et nos produits également. » Difficile par exemple de démembrer la clause bénéficiaire d'un contrat d'assurance-vie, de pouvoir acheter un bien à l'étranger, de négocier le taux de son crédit immobilier si on est un excellent client. Ce que permettent les banques traditionnelles, qui ont une offre haut de gamme à l'instar de HSBC avec sa ligne de produits Premier.

**Engagements.** Le conseil personnalisé ? C'est l'argument choc des banques traditionnelles. « Nous offrons aujourd'hui les atouts de la banque en ligne (plage horaire...) plus le contact avec son chargé de clientèle attiré, à distance ou en agence », explique Olivier Klein, directeur général de Banque populaire-Caisse d'épargne, qui a refondu toute l'organisation de la banque de détail en plaçant le client au centre du dispositif. Le groupe a ainsi doté toutes ses agences d'une e banque permettant au client de faire toutes ses opérations à distance, d'avoir son conseiller en visioconférence. La banque vient de prendre également neuf engagements : contacter le client dans les vingt-quatre heures qui suivent son message, lui donner dans le même délai une réponse de principe à un crédit immobilier... « Seul le conseiller de clientèle peut appréhender la totalité des besoins du client, l'accompagner dans son projet de vie (épargne, retraite, aide aux enfants...), s'y intéresser en étant proactif. Il est également le seul à avoir une vue globale de son patrimoine. »

Conscientes de ce manque, des banques en ligne travaillent également le conseil et la relation directe en dehors des plates-formes. Une sortie du modèle qui a cependant un coût.

Alors, un rapprochement des deux modèles ? On y court tout droit. La banque en ligne aura déplacé les lignes pour le plus grand bénéfice des clients ■



**Argument.** Benoît Grisoni, directeur de Boursorama Banque, se vante d'avoir divisé les prix par quatre.

## La multibancarisation nous va bien. Nous sommes sur un marché mature.

Benoît Grisoni, Boursorama Banque