



ASSEMBLÉE NATIONALE

13ème législature

services bancaires

Question écrite n° 78216

Texte de la question

M. Dino Cinieri interroge M. le secrétaire d'État chargé du commerce, de l'artisanat, des petites et moyennes entreprises, du tourisme, des services et de la consommation sur la stratégie marketing du « *package* ». Initiée de façon quasi systématique dans certains secteurs comme la banque ou les assurances, elle participe à l'augmentation des prix sans que le consommateur ne sache réellement quelle est l'étendue des services compris dans ces « *packages* ». Il lui demande donc de bien vouloir lui livrer son sentiment à ce sujet.

Texte de la réponse

Le Gouvernement est très attentif à la question des frais bancaires. Les forfaits sont une pratique courante dans de nombreux secteurs de l'économie comme la téléphonie, les services d'accès à Internet ou la banque au quotidien (moyens de paiement, gestion du compte). En elles-mêmes, ces pratiques de tarification et de commercialisation ne sont pas préjudiciables et sont d'ailleurs autorisées par la loi. En effet, est autorisée la vente de produits ou prestations de services inclus dans une offre groupée lorsqu'ils peuvent être achetés individuellement ou lorsqu'ils sont indissociables (art. L. 312-1-2, premier alinéa, du code monétaire et financier). Le choix de bénéficier ou non de cette offre reste à la libre appréciation des clients des établissements de crédit. Cependant, cette pratique commerciale peut donner lieu à des abus. Dans le cadre d'une réunion plénière du Comité consultatif du secteur financier du 21 septembre 2010, la profession bancaire a souscrit auprès du ministre une série d'engagements dans le domaine de la tarification bancaire. Ces engagements portent notamment sur l'amélioration de la transparence et de la lisibilité des tarifs, sur la modernisation des moyens de paiement, sur le développement d'une offre de forfaits (packages) plus adaptés aux besoins des consommateurs. Sur ce dernier point, les banques s'engagent à améliorer la compréhension des forfaits par les consommateurs, notamment en détaillant le contenu des forfaits dans les plaquettes tarifaires et lors de leur souscription. Les banques s'engagent à garantir que les forfaits présentent toujours un avantage tarifaire par rapport à l'offre à la carte. De plus, les banques s'engagent à mettre en place une nouvelle génération de forfaits personnalisables par le client. Les principaux réseaux bancaires ayant indiqué avoir engagé une réflexion sur le contenu de leur offre en matière de forfait, le Comité consultatif du secteur financier dressera un premier état des lieux avant le 1er juin 2011.

Données clés

Auteur : [M. Dino Cinieri](#)

Circonscription : Loire (4^e circonscription) - Union pour un Mouvement Populaire

Type de question : Question écrite

Numéro de la question : 78216

Rubrique : Banques et établissements financiers

Ministère interrogé : Commerce, artisanat, pme, tourisme, services et consommation

Ministère attributaire : Économie, finances et industrie

Date(s) clé(s)

Question publiée le : 11 mai 2010, page 5149

Réponse publiée le : 8 février 2011, page 1233