

# **LES BARRIÈRES** **au changement d'institution financière**

Rapport final du projet de recherche  
présenté au Bureau de la consommation  
d'Industrie Canada

par  
 **l'union**  
**des consommateurs**

Juin 2007

Rapport de recherche publié par :



**des consommateurs**

6226, rue Saint-Hubert  
Montréal (Québec) H2S 2M2

Téléphone : 514-521-6820  
Sans frais : 1 888 521-6820  
Télécopieur : 514-521-0736

[info@uniondesconsommateurs.ca](mailto:info@uniondesconsommateurs.ca)  
[www.uniondesconsommateurs.ca](http://www.uniondesconsommateurs.ca)

**Membres de l'Union des consommateurs**

ACEF Abitibi-Témiscamingue  
ACEF Amiante – Beauce – Etchemins  
ACEF de l'Est de Montréal  
ACEF de l'Île-Jésus  
ACEF de Lanaudière  
ACEF Estrie  
ACEF Grand-Portage  
ACEF Montérégie-Est  
ACEF du Nord de Montréal  
ACEF Rive-Sud de Québec  
Association des consommateurs  
pour la qualité dans la construction  
Membres individuels

L'Union des consommateurs est membre de l'Organisation internationale des consommateurs (OI), une fédération regroupant 234 membres en provenance de 113 pays.

**Rédaction**

- Sophie Roussin

**En collaboration avec**

- Le comité Budget, crédit et endettement

**Direction de rédaction**

- Marcel Boucher

L'Union des consommateurs remercie Industrie Canada pour l'aide financière accordée à ce projet de recherche. Les opinions exprimées dans ce rapport ne sont pas nécessairement celles d'Industrie Canada ou du Gouvernement du Canada.

*Pour faciliter la lecture du texte et éviter la redondance systématique, nous avons choisi d'utiliser le masculin générique pour désigner les deux genres.*

© Union des consommateurs 2007

### **L'UNION DES CONSOMMATEURS, la force d'un réseau**

---

L'Union des consommateurs est un organisme à but non lucratif qui regroupe plusieurs Associations coopératives d'économie familiale (ACEF), l'Association des consommateurs pour la qualité dans la construction (ACQC) ainsi que des membres individuels.

La mission de l'Union des consommateurs est de représenter et défendre les droits des consommateurs, en prenant en compte de façon particulière les intérêts des ménages à revenu modeste. Les interventions de l'Union des consommateurs s'articulent autour des valeurs chères à ses membres : la solidarité, l'équité et la justice sociale, ainsi que l'amélioration des conditions de vie des consommateurs aux plans économique, social, politique et environnemental.

La structure de l'Union des consommateurs lui permet de maintenir une vision large des enjeux de consommation tout en développant une expertise pointue dans certains secteurs d'intervention, notamment par ses travaux de recherche sur les nouvelles problématiques auxquelles les consommateurs doivent faire face; ses actions, de portée nationale, sont alimentées et légitimées par le travail terrain et l'enracinement des associations membres dans leur communauté.

L'Union des consommateurs agit principalement sur la scène nationale, en représentant les intérêts des consommateurs auprès de diverses instances politiques, réglementaires ou judiciaires et sur la place publique. Parmi ses dossiers privilégiés de recherche, d'action et de représentation, mentionnons le budget familial et l'endettement, l'énergie, les questions liées à la téléphonie, la radiodiffusion, la télédistribution et l'inforoute, la santé, l'alimentation et les biotechnologies, les produits et services financiers, les pratiques commerciales, ainsi que les politiques sociales et fiscales.

Finalement, dans le contexte de la globalisation des marchés, l'Union des consommateurs travaille en collaboration avec plusieurs groupes de consommateurs du Canada anglais et de l'étranger. Elle est membre de l'*Organisation internationale des consommateurs* (CI), organisme reconnu notamment par les Nations Unies.

## TABLE DES MATIÈRES

---

<b>L'UNION DES CONSOMMATEURS, la force d'un réseau.....</b>	<b>3</b>
<b>INTRODUCTION .....</b>	<b>5</b>
<b>1 CONTEXTE.....</b>	<b>7</b>
<b>2 LES BARRIÈRES AU CHANGEMENT D'INSTITUTION FINANCIÈRE.....</b>	<b>14</b>
<b>2.1 Théories et études .....</b>	<b>14</b>
Définitions : Les coûts de sortie .....	14
Classification des coûts.....	14
Effets des coûts de sortie.....	16
<b>2.2 Grille d'analyse des diverses barrières au changement d'institution financière ...</b>	<b>17</b>
Coûts contractuels .....	17
<i>Clôture de compte, frais de compte inactif et frais de transfert de compte .....</i>	<i>18</i>
<i>Transfert d'un REER.....</i>	<i>20</i>
<i>Transfert d'un prêt hypothécaire .....</i>	<i>21</i>
Coûts technologiques.....	23
Coûts de gestion .....	23
<b>2.3 Autres barrières au changement d'institution financière .....</b>	<b>24</b>
Accessibilité .....	24
<i>Accessibilité des succursales.....</i>	<i>24</i>
<i>Accessibilité des guichets automatiques.....</i>	<i>26</i>
Relation clientèle.....	27
<b>2.4 Outils mis en place afin de faciliter le changement d'institution financière .....</b>	<b>28</b>
Gestion du transfert.....	28
Transfert d'hypothèques .....	30
Transfert de REER.....	32
Programmes offerts à l'étranger.....	32
<b>3 OUTILS ET SERVICES OFFERTS EN VUE DE FACILITER LE CHOIX OU LE CHANGEMENT D'INSTITUTION FINANCIÈRE .....</b>	<b>35</b>
<b>CONCLUSIONS .....</b>	<b>37</b>
<b>RECOMMANDATIONS .....</b>	<b>40</b>
<b>MÉDIAGRAPHIE .....</b>	<b>45</b>

### INTRODUCTION

---

Les lois d'une saine concurrence devraient faire en sorte qu'un consommateur puisse, à loisir, choisir l'institution financière avec laquelle il désire faire affaire et en changer selon ses besoins ou ses désirs. La compétitivité dans le secteur des services financiers devrait d'ailleurs logiquement être favorisée, au Canada, par la présence d'un grand nombre d'institutions financières. Le Bureau de la concurrence du Canada considère que « le choix dont disposent les consommateurs est la meilleure garantie de la qualité du service et de l'innovation en matière de produits »<sup>1</sup>.

Dans les faits, les consommateurs bénéficient-ils pleinement de l'aspect compétitif du secteur? Est-il possible pour les consommateurs canadiens de choisir l'institution financière avec laquelle ils souhaitent transiger et d'en changer aisément, au gré de leurs besoins?

Plusieurs études relèvent que le transfert d'une institution financière à une autre n'est, évidemment, pas favorisé par ces institutions ; plusieurs barrières s'élèveraient, en réalité, entre les volontés d'un consommateur de changer d'institution financière et la totale liberté de le faire. En effet, des coûts de transfert et de sortie et diverses autres barrières s'opposent au transfert d'institution financière. Il s'agit notamment de barrières financières (par exemple, les coûts liés à la résiliation de contrats de prêts hypothécaires, de transfert de REER ou de placements), de barrières techniques ou pratiques (proximité et utilisation des guichets automatiques, emplacement des succursales, relation clientèle) et de coûts liés à la gestion du changement (par exemple, les démarches visant la modification des ententes de débits préautorisés, les renégociations de prêts et le temps investi pour comparer les offres des différents fournisseurs).

L'ensemble des coûts de sortie, aussi variés soient-ils, ont tous le même effet : ils rendent le changement d'institution financière coûteux et laborieux et donc, fidélisent la clientèle en faisant obstacle aux bénéfices que pourraient tirer les consommateurs de la concurrence en vigueur dans le domaine des services financiers. Effectivement, une majorité de Canadiens ne perçoivent pas les avantages de la concurrence dans le domaine des services financiers ou ne considèrent pas être en mesure d'en profiter :

*«With respect to any personal benefit from competition in the banking sector, a small majority of Canadians state that they receive little or none. Just over one third say that they have benefited a moderate amount from competition, while less than one it ten claim to have benefited a lot. The results are nearly identical irrespective of whether the question is framed in terms of competition between banks or financial institutions.»<sup>2</sup>*

Divers outils ont pourtant été développés en vue d'assister les consommateurs dans leur choix d'une institution financière et ainsi leur permettre de bénéficier de la présence d'une multitude d'établissements qui offrent des services financiers. À titre d'exemple, l'Agence de la consommation en matière financière du Canada (ACFC) a mis en ligne un outil permettant de comparer les différents forfaits bancaires proposés aux consommateurs. Malgré la disponibilité

---

<sup>1</sup> Comité sénatorial permanent des banques et du commerce. *Concurrence et intérêt public : les fusions de grandes banques au Canada*, Ottawa, décembre 2002. [En ligne] <http://www.parl.gc.ca/37/2/paribus/commbus/senate/Com-f/bank-F/rep-f/rep06dec02-f.htm> (Consulté le 15 janvier 2007).

<sup>2</sup> Public Interest Advocacy Center (PIAC). *Consumers and Financial Institutions : A Public Perspective on the Industry*, Ottawa, été 2003, p. 45.

## **Les barrières au changement d'institution financière**

de tels outils, le fait que les Canadiens ne considèrent pas pouvoir bénéficier de la compétitivité dans le secteur des services financiers laisse croire que certaines barrières les empêcheraient d'actualiser leurs choix. D'ailleurs, l'arrivée au Canada d'ING Direct, qui offre gratuitement plusieurs services bancaires pour lesquels ses concurrents imposent des frais, ainsi que des comptes d'épargne à taux d'intérêt élevé, nous incite à nous questionner sur l'effet que peuvent avoir pour le consommateur les barrières au changement d'institution financière. De nombreux consommateurs devraient logiquement être intéressés à changer d'institution financière afin de bénéficier, entre autres, de frais de services moindres ou nuls; pourtant, seulement une minorité d'entre eux effectue le changement. Les barrières sont-elles à ce point élevées ou efficaces?

Avec la présente étude, nous cherchons à identifier, examiner et mesurer les barrières qui se dressent devant les consommateurs qui désireraient changer d'institution financière, afin de tenter de voir si la concurrence au sein du marché financier peut être favorisée de façon à ce que les consommateurs puissent réellement bénéficier de l'éventail d'institutions financières mis à leur disposition au Canada.

Notre premier chapitre sera consacré à une brève mise en contexte : portrait du secteur bancaire canadien, concurrence et position des consommateurs face au changement d'institutions financières.

Le deuxième chapitre portera spécifiquement sur les barrières qui se dressent face au changement d'institution financière. Nous y aborderons diverses théories et études portant sur le sujet. À partir d'une grille d'analyse, nous dresserons un catalogue des diverses barrières au transfert des produits financiers d'une institution financière vers une autre pour les neuf principales institutions financières au Canada, incluant les Caisses Desjardins et ING Direct.

Le troisième et dernier chapitre proposera un répertoire des outils et services mis à la disposition des consommateurs, au Canada et à l'étranger et qui visent à faciliter le changement d'institution financière ou l'évaluation des choix et des options disponibles.

### 1 CONTEXTE

---

Le secteur des services financiers joue un rôle crucial dans l'économie canadienne. Ce sont les institutions de ce secteur qui, notamment, recueillent et gèrent l'épargne des consommateurs, qui leur accordent du crédit, qui leur permettent d'effectuer des paiements et qui les assurent. La qualité des services offerts aux consommateurs et la possibilité pour les citoyens canadiens d'y avoir accès dans les meilleures conditions possibles se doit de demeurer une préoccupation importante. Il importe aussi que le consommateur ait la possibilité de choisir l'institution qui lui offre les services qui lui conviennent, compte tenu que la nature, la qualité et les coûts des services sont susceptibles, dans le cadre d'un marché concurrentiel, de varier d'une institution à l'autre.

Au Canada, on compte un grand nombre d'institutions financières qui se font concurrence sur le marché des produits financiers offerts aux consommateurs. L'Association des banquiers canadiens brosse comme suit le portrait du marché :

*«Le secteur des services financiers canadien est très concurrentiel. Il offre aux consommateurs choix et commodité en tout temps et une gamme complète de produits et de services financiers d'un large éventail de fournisseurs.*

*En plus des six grands groupes financiers bancaires, les consommateurs peuvent faire un choix parmi les autres banques canadiennes, les banques étrangères, les compagnies d'assurance, les sociétés de fiducie, les coopératives de crédit, les caisses populaires, les courtiers en valeurs mobilières et les sociétés de fonds d'investissement.*

*[...]*

*Le secteur des services financiers a radicalement changé ces dernières années. Les consommateurs bénéficient d'un choix accru de fournisseurs, de produits et de services ainsi que d'un plus grand nombre de points d'accès aux services bancaires.»<sup>3</sup>*

Selon l'Association des banquiers canadiens, la vigueur de la concurrence au sein du secteur des services financiers canadiens peut se mesurer en fonction notamment de trois indicateurs : les marges d'intérêt des institutions financières, l'actif financier des ménages et le marché des cartes de crédit.<sup>4</sup>

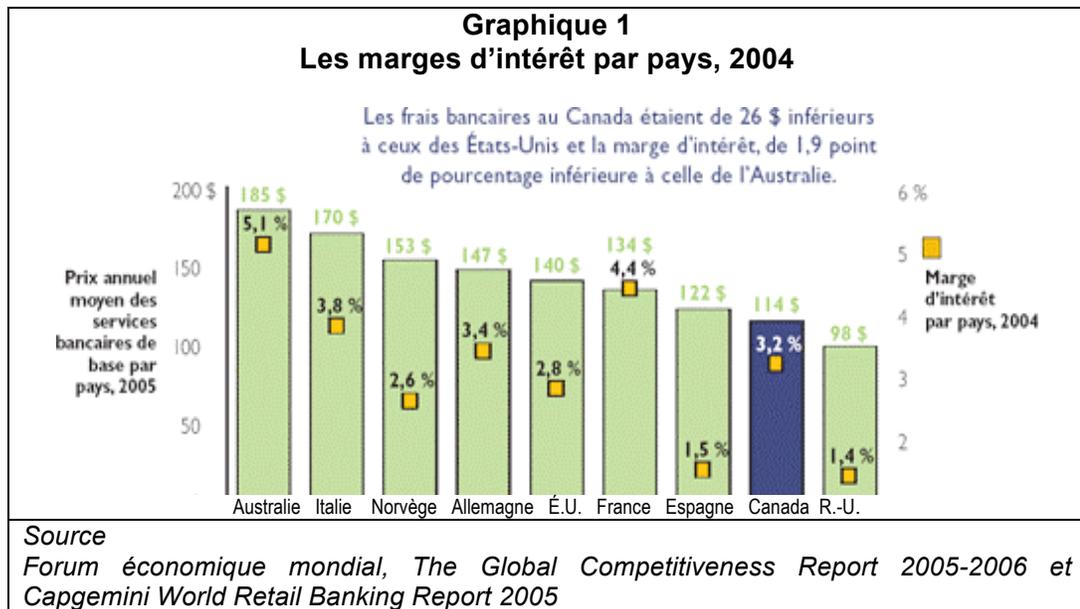
Les marges d'intérêt. Les marges d'intérêt représentent l'écart entre le taux d'intérêt qu'une institution financière verse aux épargnants et le taux d'intérêt qu'elle reçoit des emprunteurs. En 2005-2006, le Forum économique mondial publiait *The Global Competitiveness Report 2005-2006*, qui indiquait que, pour 2004, les marges canadiennes cadraient avec celles des autres pays membres de l'OCDE<sup>5</sup>, tel qu'il appert du graphique 1.

---

<sup>3</sup> Association des banquiers canadiens. *Un examen de plus près - le secteur bancaire canadien* (2006). [En ligne] <http://www.cba.ca/fr/viewPub.asp?fl=6&sl=23&docid=533&pg=4> (Consulté le 15 janvier 2007).

<sup>4</sup> *Ibid.*

<sup>5</sup> Forum économique mondial. *The Global Competitiveness Report 2005-2006* dans Association des banquiers canadiens, *Un examen de plus près - le secteur bancaire canadien* (2006). [En ligne] <http://www.cba.ca/fr/viewPub.asp?fl=6&sl=23&docid=533&pg=4> (Consulté le 15 janvier 2007).



L'actif financier des ménages. L'Association des banquiers canadiens, lorsqu'elle réfère à l'actif financier des ménages comme indicateur du niveau de concurrence, renvoie à la répartition de l'actif des Canadiens. Statistique Canada rapporte, dans les Comptes du bilan national<sup>6</sup>, que les ménages canadiens ont recours aux services d'une grande variété d'institutions financières pour gérer leur actif financier. Ainsi, 20 % de l'actif financier des ménages est détenu par les banques, 11 % par les compagnies d'assurance-vie et 69 % par d'autres fournisseurs de services financiers, tels que des fonds de retraite et des fonds d'investissement.<sup>7</sup>

Le marché des cartes de crédit. Plus de 56 millions de carte de crédit sont en circulation au pays ; parmi ces cartes, les cartes Visa, MasterCard ou American Express sont émises par 550 institutions, ce qui témoigne de la forte concurrence au sein du marché canadien des cartes de crédit.<sup>8</sup>

Les données relatives aux indicateurs décrits révèlent ce qui semble être la bonne santé de la concurrence au sein du secteur financier canadien. Pour permettre aux Canadiens de profiter pleinement de cette concurrence, l'Agence de la consommation en matière financière du Canada (ACFM) a développé plusieurs outils qui visent à permettre aux consommateurs de cibler leurs besoins face aux différents produits offerts par les institutions financières. Ainsi, il est par exemple possible aux consommateurs de choisir, avec le *Guide du coût des services bancaires*<sup>9</sup>, le forfait qui leur conviendrait le mieux. L'Association des banquiers canadiens

<sup>6</sup> Les comptes du bilan national regroupent les bilans des divers secteurs de l'économie. Ils se composent des actifs non financiers dans les divers secteurs de l'économie et de l'encours des engagements financiers. Statistique Canada, « *Comptes du bilan national* », Le Quotidien, Ottawa, 25 mars 2004. [En ligne] <http://www.statcan.ca/Daily/Francais/040325/q040325a.htm> (Consulté le 30 avril 2007).

<sup>7</sup> *Ibid.*

<sup>8</sup> *Ibid.*

<sup>9</sup> Agence de la consommation en matière financière du Canada. *Outils interactifs : Guide du coût des services bancaires*, Ottawa. [En ligne] <http://www.fcac-acfc.gc.ca/fra/consommateurs/Outils/CsB/default.asp> (Consulté le 30 avril 2007).

## Les barrières au changement d'institution financière

produit une brochure intitulée *Tirez parti de vos frais de service*<sup>10</sup>, un guide qui fournit des conseils afin d'aider les consommateurs à choisir un compte bancaire ou un forfait bancaire qui réponde à leurs besoins. Enfin, Industrie Canada a mis sur pied un outil de calcul des frais de service, *Outil de calcul des frais bancaires*<sup>11</sup>, qui facilite la comparaison entre les frais de service des différentes institutions financières. Cet outil, vise à aider le consommateur à définir ses besoins bancaires et à comparer à partir des besoins identifiés les frais des services offerts par différentes institutions financières.

Il semblerait donc que le nombre de concurrents et la diversité des services et des forfaits suffisent pour que le gouvernement et une importante association de fournisseurs de services jugent bon de fournir des outils en vue d'en faciliter le choix à un consommateur qui désirerait changer d'institution financière. Avant de pousser plus loin on peut tout de même s'attarder sur les raisons qui pourraient amener les consommateurs à désirer changer d'institution financière.

En 2001, le Bureau de la consommation du Canada révélait que :

*«Ces cinq dernières années, la quête d'un meilleur service et la recherche d'un emplacement plus commode ont toujours été les deux principales raisons du changement d'établissement. En 2000 toutefois, 18 p. 100 des Canadiens ayant changé d'institution ont déclaré l'avoir fait parce que la nouvelle institution proposait des frais bancaires inférieurs et moins nombreux, par rapport à 15 p. 100 en 1999. En 2000, les frais bancaires inférieurs sont également passés de la cinquième à la troisième place parmi les motifs de changement d'établissement invoqués le plus souvent.»*<sup>12</sup>

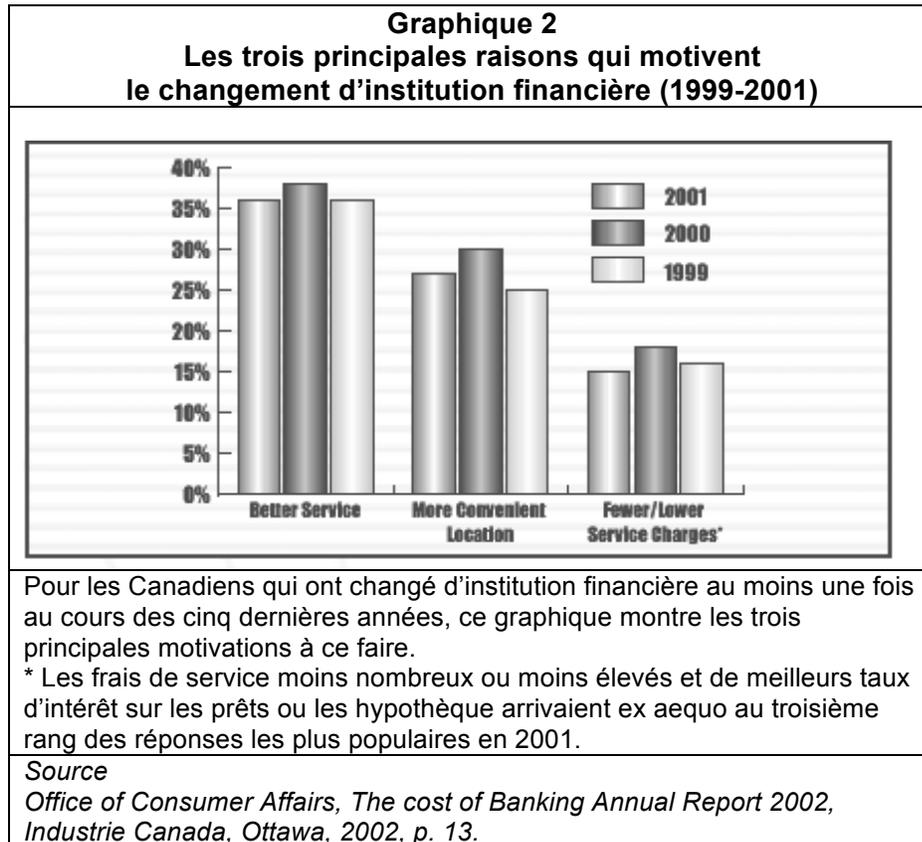
---

<sup>10</sup> Association des banquiers canadiens. *Tirez parti de vos frais de service*, Ottawa. [En ligne] <http://www.cba.ca/fr/viewpub.asp?fl=6&sl=23&docid=41&pg=4> (Document en révision, 30 avril 2007).

<sup>11</sup> Industrie Canada. *Outils de calcul des frais bancaires*, Ottawa, Ontario, 18 mai 2006. [En ligne] <http://strategis.ic.gc.ca/epic/site/oca-bc.nsf/fr/ca00669f.html> (Consulté le 30 avril 2007).

<sup>12</sup> Industrie Canada. *Industrie Canada publie son troisième rapport annuel sur les frais bancaires*, Ottawa, Ontario, 20 février 2001. [En ligne] <http://www.ic.gc.ca/cmb/welcomeic.nsf/d2ba51d479ae569a852564ca0064238a/85256779007b82f4852569f9004e2948!OpenDocument> (Consulté le 20 décembre 2006).

Le graphique suivant (Graphique 2) illustre les pourcentages de répondants qui ont opté pour chacune des réponses.



Les données de 2002, similaires à celles des moyennes des trois années précédentes en ce qui a trait aux deux premiers choix, confirmaient la tendance observée en 2001, pour ce qui est du troisième motif, plaçant ex aequo les frais de service moins nombreux ou moins élevés et de meilleurs taux d'intérêt sur les prêts ou les hypothèques :

*«Parmi ceux qui ont changé d'institution au cours des cinq dernières années, les deux raisons invoquées le plus fréquemment pour ce changement étaient la quête d'un meilleur service (36 p. 100) et la recherche d'une succursale mieux située par rapport à celles de l'institution abandonnée (25 p. 100). Au troisième rang des raisons indiquées venaient la recherche de frais bancaires moins nombreux ou moins élevés (16 p. 100) et la quête de taux d'intérêt plus avantageux sur les prêts et les hypothèques (16 p. 100).»<sup>13</sup>*

Le Centre pour la défense de l'intérêt public (Public Interest Advocacy Center - PIAC) présentait en 2003 les résultats d'un sondage effectué par la firme *EKOS Research Associates* qui visait à évaluer la compétitivité dans l'industrie financière et la perception qu'en ont les consommateurs canadiens. Les données récoltées confirment sur certains points celles que rapportait le Bureau de la consommation pour les années antérieures :

<sup>13</sup> Bureau de la consommation du Canada. *Frais bancaires : rapport annuel 2002*. Ottawa, Ontario, 18 mai 2006. [En ligne] <http://strategis.ic.gc.ca/epic/internet/inoca-bc.nsf/fr/ca01769f.html> (Consulté le 20 décembre 2006).

## Les barrières au changement d'institution financière

*«Better service is the most frequently cited reason among all categories of those who have switched financial institutions, however it was particularly important for the university educated, city dwellers and those who are currently customers of a caisse populaire or credit union.*

*Better service charges is nearly twice likely to be cited by female switchers compared to their male counterparts. The prospect of lower service charges is also a particularly popular inducement among Internet-bankers, and customers of non-traditional financial institutions, which may have offered fee-free accounts. Also of note is that better service charges is a common reason for switching cited by those who pay no monthly service charges—individuals who are, presumably, paying more than that prior to moving their account.*

[...]

*When asked why they have transferred their account, over four in ten of those who had switched cited better service. The next most important reasons were more desirable service fees and interest rates<sup>14</sup>*

Dans ce même sondage, le déménagement était invoqué en troisième place parmi les motifs de changement d'institution financière.

En résumé, les principales raisons invoquées pour changer d'institution financière sont la recherche d'un meilleur service, d'une succursale mieux située, de frais bancaires moins élevés et de taux d'intérêt plus avantageux sur les prêts et les hypothèques.

Ayant établi qu'une vigoureuse concurrence met à la disposition des consommateurs un vaste choix d'institutions financières, que des outils existent qui devraient leur permettre de faire de meilleurs choix, qu'ils ont des raisons qui pourraient les pousser à désirer changer d'institution financière, il reste à se demander si un tel changement d'institution financière peut se faire aisément. Les consommateurs sont-ils, en fait, nombreux à changer d'institution financière? Existe-t-il des barrières qui auraient pour effet de les empêcher d'effectuer un changement d'institution bancaire? Les outils existants pour faciliter les changements d'institution financière sont-ils suffisants et adéquats pour assister efficacement les Canadiens?

Les avantages de la fidélisation de la clientèle ne sont pas moindres dans le domaine des services financiers que dans les autres secteurs commerciaux. Les institutions financières, misant par divers moyens sur la force d'inertie de leur clientèle, affichent une très nette volonté d'*emprisonner* les consommateurs en rendant les changements d'institution financière un peu plus compliqués qu'ils ne devraient l'être. Elles ont pour ce faire élevé diverses barrières qui visent à réduire chez leur clientèle les vellétés de changement d'institution financière et ce, autant dans le domaine des services de base (compte chèque, compte épargne, carte de débit, carte de crédit etc.) que dans le domaine des prêts et placements (hypothèques, REER, etc.). Ces barrières au changement d'institution bancaire ont pour but, et bien souvent pour effet, de fidéliser la clientèle, limitant les effets de la concurrence dans le milieu financier.

---

<sup>14</sup> Public Interest Advocacy Center (PIAC). *Consumers and Financial Institutions: A Public Perspective on the Industry*, Ottawa, Été 2003, pp. 52-53.

## Les barrières au changement d'institution financière

Si l'on en croit les données diffusées par le Bureau de la consommation du Canada, les diverses barrières mises en place par les institutions financières canadiennes pour freiner les transferts d'institutions semblent être efficaces, puisque, malgré les différentes raisons qui peuvent influencer les Canadiens dans leur volonté de changer d'institution financière, le grand nombre d'établissements financiers présents au pays et les outils permettant de comparer leurs services, le nombre de Canadiens qui effectue effectivement un changement d'institution reste relativement modeste. En 2001, le rapport sur les frais bancaires constatait:

*«Près d'un tiers des Canadiens (31 p. 100) ont indiqué qu'ils avaient changé d'établissement financier au moins une fois au cours des cinq dernières années, et 9 p. 100 au moins deux fois.»<sup>15</sup>*

L'année suivante, en 2002, les données qui apparaissaient au rapport étaient sensiblement au même effet :

*«Trois Canadiens sur dix ont indiqué avoir changé d'institution financière au moins une fois au cours des cinq dernières années, et 8 p. 100 ont affirmé en avoir changé au moins deux fois pendant cette période.»<sup>16</sup>*

L'étude du PIAC intitulée *Consumers and Financial Institutions : A Public Perspective on the Industry*<sup>17</sup>, publiée en 2003 présente d'autres données intéressantes sur la compétitivité du secteur. Il y est question de loyauté et de satisfaction des consommateurs envers leur institution financière. Selon cette étude, seulement un consommateur sur cinq avait changé d'institution financière dans les cinq années précédant l'enquête et ce, même si 46 % des Canadiens estimaient que les frais de service qu'ils payaient n'étaient pas justifiés par le service qu'ils recevaient. Plus de la moitié des clients insatisfaits des institutions financières s'abstiendrait donc malgré tout de changer d'institution.

On retrouve une situation similaire sur le marché des prêts hypothécaires. Au Québec par exemple, un article paru dans le journal *Les Affaires* en avril 2000 indiquait, suite à un sondage effectué auprès de la population québécoise, que 66 % des gens n'avaient aucunement magasiné leur hypothèque lors de leur dernier renouvellement hypothécaire. Le même sondage indiquait aussi que seulement 13 % des répondants déclaraient qu'il était très ou assez probable qu'ils changent de prêteur.<sup>18</sup>

En somme, les données montrent que les consommateurs canadiens se montrent en général peu enclins à effectuer un changement d'institution financière<sup>19</sup>. Cette constatation est d'autant plus surprenante que les motifs invoqués pour justifier le changement (recherche d'un meilleur service, de meilleurs taux d'intérêts et/ou de frais de services moins importants) devraient normalement toucher l'ensemble des consommateurs et les pousser à envisager un

---

<sup>15</sup> *Op. Cit.* 12.

<sup>16</sup> *Op. Cit.* 13.

<sup>17</sup> *Op. Cit.* 14, chap. 5, 100 pages.

<sup>18</sup> Le carrefour immobilier. *Comparaison entre les incitatifs financiers proposés par les institutions financières*, Montréal, 2000. [En ligne] [http://lecarrefourimmobilier.com/texte.iphtml?id=40002#\\_Toc494169144](http://lecarrefourimmobilier.com/texte.iphtml?id=40002#_Toc494169144) (Consulté le 17 janvier 2007).

<sup>19</sup> La Commission des Communautés européennes. dans son enquête sur la banque de détail, relevait d'ailleurs une constatation au même effet: « Les données de l'enquête montrent que la mobilité des consommateurs sur les marchés des comptes courants est généralement faible, » Voir : Communication de la Commission, 31 janvier 2007. [En ligne] [http://ec.europa.eu/comm/competition/antitrust/others/sector\\_inquiries/financial\\_services/com\\_2007\\_033\\_fr.pdf](http://ec.europa.eu/comm/competition/antitrust/others/sector_inquiries/financial_services/com_2007_033_fr.pdf) (Consulté le 12 avril 2007).

changement d'institution.

Les consommateurs canadiens changent donc peu d'institution financière malgré leurs insatisfactions et la « relative » compétitivité du marché, qui devrait logiquement permettre aux consommateurs d'obtenir ailleurs de meilleurs services et des taux d'intérêt plus avantageux. Cette situation s'explique en partie du fait des nombreuses barrières qui se posent dans les faits au changement d'institution financière, barrières qui sont certainement susceptibles, jumelées à l'inertie des consommateurs, d'écarter le désir de changer d'institution financière, voire d'en limiter l'intérêt.

## 2 LES BARRIÈRES AU CHANGEMENT D'INSTITUTION FINANCIÈRE

---

### 2.1 Théories et études

Comme nous l'avons vu précédemment, le marché des produits et services bancaires canadien est reconnu comme étant concurrentiel. Les consommateurs ont à leur disposition un large éventail d'établissement financier et devraient donc être en mesure de faire des choix et pouvoir, à loisir, changer d'établissement selon leurs préférences ou leurs besoins.

Or, pour les consommateurs qui envisageraient de changer d'institution financière, de nombreuses barrières, qui consistent principalement en des coûts de sortie, sont susceptibles de poser un frein à leurs désirs ou leurs besoins de changement.

#### Définitions : Les coûts de sortie

Les barrières au changement de fournisseur ou de produit ne sont pas l'apanage des institutions financières. Ces difficultés que rencontrera le consommateur qui désire changer ses habitudes sont généralement désignées par l'expression « coûts de sortie ».

Les coûts de sortie sont : «[...] l'ensemble des coûts - réels ou psychologiques - supportés par un consommateur lorsqu'il change de fournisseur, [ils] confèrent un pouvoir de monopole aux firmes.»<sup>20</sup>

Dans un rapport sur les coûts de sortie commandé en France par le Ministre de l'Industrie, Philippe Nasse, vice président du Conseil de la concurrence, proposait cette définition:

*«L'expression "coûts de sortie" désigne les coûts monétaires effectifs ou le coût du temps passé en démarches diverses, supportés par un consommateur lorsqu'il veut quitter l'opérateur qu'il avait choisi comme fournisseur d'un bien ou d'un service afin de s'adresser à un autre opérateur. L'homologue anglaise de cette expression est «switching costs».»<sup>21</sup>*

#### Classification des coûts

La littérature distingue différents types de coûts de sortie. Ces coûts peuvent être regroupés en diverses catégories. L'un des modèles adoptés établit les catégories suivantes<sup>22</sup> :

- **Besoin de compatibilité entre différents produits** : par exemple, le système d'exploitation utilisé conditionne le choix des logiciels;

---

<sup>20</sup> Daley, Nathalie. *Coûts de sortie et politique concurrentielle : le cas de la banque de détail en France*, Cerna, mai 2005, p. 3. [En ligne] <http://www.francetech.gouv.fr/biblioth/docu/dossiers/sec/pdf/annexe10.pdf> (Consulté le 15 novembre 2007).

<sup>21</sup> Nasse, Philippe. Rapport sur les « coûts de sortie », 22 septembre 2005, p. 7. [En ligne] <http://www.industrie.gouv.fr/biblioth/docu/dossiers/sec/pdf/rapportnasse.pdf> (Consulté le 19 décembre 2006).

<sup>22</sup> Allain, Marie-Laure, et Jérôme Pouyet. *Un survol de la théorie économique sur les «switching costs»*, Laboratoire d'Économie Industrielle. [En ligne] <http://www.industrie.gouv.fr/biblioth/docu/dossiers/sec/pdf/annexe3.pdf> (Consulté le 11 janvier 2007).

## Les barrières au changement d'institution financière

- **Coûts de transaction** : deux banques peuvent offrir les mêmes services, mais il y a des coûts (en temps et en argent) associés à la fermeture d'un compte dans une institution financière et à l'ouverture d'un autre compte dans une institution concurrente ;
- **Coûts de recherche** : un consommateur peut, par exemple, dépenser un certain temps à chercher un produit qui correspond à ses besoins et doit recommencer la procédure et prendre encore du temps s'il souhaite changer à nouveau de fournisseur;
- **Coûts d'apprentissage** : un consommateur, après avoir effectué un changement de fournisseur, devra apprendre les modalités d'utilisation de son nouveau service;
- **Coûts tarifaires** : il s'agit, par exemple, d'un droit d'entrée à payer ou d'un prix élevé de la première unité;
- **Coûts contractuels** : il s'agit par exemple des programmes de fidélisation, des contrats de fidélité, des clauses de dédommagement en cas de rupture de contrat, etc.;
- **Coûts psychologiques** : par exemple, le stress induit par un changement de fournisseur.

À ces catégories exagérément larges, qui incluent aussi bien des coûts d'entrée (les coûts d'apprentissage, par exemple) que les coûts de sortie, qui mêlent les options offertes et disponibles (le besoin de compatibilité, par exemple) et les coûts de sortie proprement dits et qui forceraient la prise en considération d'éléments quasi impossibles à quantifier objectivement (les coûts psychologiques), on préférera une catégorisation plus schématique.

Référant notamment au rapport « Switching costs » préparé pour l'Office of Fair Trading (OFT) et le Department of Trade and Industry (DTI) par National Economic Research Associates, daté d'avril 2003, Philippe Nasse propose les catégories suivantes :

*« La littérature économique recense un grand nombre de mécanismes générant des coûts de sortie : coûts d'apprentissage, de recherche, d'adaptation, de transaction, d'incompatibilité, d'incertitude, sans oublier les coûts contractuels purement monétaires. Pour faire simple, on les résumera ici en trois groupes :*

- **les coûts contractuels** : *il s'agit des charges prévues au contrat liant le client et son opérateur, dues lorsque le client résilie le contrat. Par exemple, frais de clôture du compte, frais de fermeture du dossier... Peuvent être incluses dans ces coûts les remises de fidélité dont la valeur est perdue en cas de départ.*
- **les coûts technologiques** : *il s'agit des frais entraînés lors du changement d'opérateur par la nécessité de rendre compatibles les matériels de l'opérateur nouveau et le reste de l'installation ancienne. Par exemple, le changement d'opérateur de télévision satellitaire impose de changer l'antenne réceptrice et le décodeur.*
- **les coûts de gestion du changement**. *Ce sont les plus nombreux et les plus divers. Ils sont essentiellement non monétaires. Ils s'expriment le plus souvent en temps passé, et bien souvent perdu, à rechercher, à s'adapter, à constituer un dossier...*

*Une autre partition des coûts de sortie consiste à distinguer d'une part ceux qui sont visibles, et quantifiables, par le consommateur : il s'agit, typiquement, des deux premières catégories de coûts de sortie précitées : les coûts contractuels et les coûts technologiques : et d'autre part ceux qui présentent la particularité d'être moins visibles*

*et donc moins faciles à évaluer et à réduire : il s'agit plutôt de la troisième catégorie de coûts de sortie précitée, c'est-à-dire les coûts de gestion du changement. »<sup>23</sup>*

### Effets des coûts de sortie

Les auteurs s'entendent sur le fait que l'existence de coûts de sortie est tout à fait naturelle et tient à la nature même de la consommation. Que ces coûts découlent du fait du changement en soi ou qu'ils soient imposés, artificiellement ou non, par l'entreprise, il n'en demeure pas moins qu'ils ont des effets directs pour le consommateur aussi bien que sur le marché lui-même.

Pour qu'un consommateur puisse en profiter pleinement, il ne suffit pas que le rapport qualité/prix offert par un fournisseur extérieur soit meilleur que celui dont le client bénéficie présentement, il est nécessaire que l'écart de prix et/ou de services soit suffisant pour contrebalancer les coûts de sortie et ce, à assez court terme. « *L'idée centrale est que si le différentiel de prix offert par la concurrence ne compense pas les coûts de sortie, le consommateur n'a aucun intérêt à changer de fournisseur. Par conséquent, ces coûts réduisent l'élasticité de la demande au prix, et atténuent la concurrence. »<sup>24</sup>*

Il suffira donc à une entreprise, pour conserver sa clientèle, de s'assurer que ses coûts de sortie sont suffisamment dissuasifs, c'est-à-dire de maintenir un écart assez prononcé entre ces frais et les avantages potentiels du changement pour que ces avantages qui pourraient être offerts par le concurrent ne soient plus suffisamment alléchants ou ne couvrent même pas les frais de sortie. Un écart suffisamment prononcé aura aussi un effet dissuasif sur le concurrent, dont la rentabilité pourrait être mise en péril par des tentatives de « financer » les frais de sortie des clients qu'il tente d'attirer.

Ainsi, l'existence de coûts de sortie dans un marché a pour effet de fidéliser la clientèle. Les tentatives des fournisseurs de fidéliser leur clientèle n'ont bien sûr en soi rien d'anormal ou de répréhensible. Elles peuvent même être bénéfiques au consommateur qui pourra tirer certains avantages d'une relation stable avec un fournisseur donné. Sur un marché mature, par contre, la fidélisation par le biais de coûts de sortie aura pour effet de figer les parts de marché, de tendre à supprimer la concurrence entre les différents fournisseurs et de gêner la venue de nouveaux fournisseurs, qui doivent user d'imagination et offrir une véritable alternative aux consommateurs afin que ceux-ci souhaitent changer de fournisseur.<sup>25</sup>

Dans tous les cas, les coûts de sortie présents dans un marché constituent des barrières au changement de fournisseur qui, à long terme, fragilisent la concurrence en immobilisant les consommateurs, limitent l'entrée chez un nouveau fournisseur et favorisent les stratégies de monopolisation et de captation des consommateurs.

Dans son rapport sur la banque de détail de janvier 2007, la Commission des Communautés européenne identifiait quatre sources de coûts de sortie susceptibles d'entraver la mobilité des consommateurs : le fardeau administratif, l'asymétrie de l'information et le peu de transparence des prix, les services groupés et liés et les frais de fermeture. La Commission déplore l'effet de ces coûts de sortie sur la concurrence :

---

<sup>23</sup> *Op. Cit. 21*, p. 7.

<sup>24</sup> *Op. Cit. 20*, p. 3.

<sup>25</sup> *Op. Cit. 21*, p. 8.

*«For competition to be effective, customers need to have clear information with which to choose the best offer on the market and they need to be able to switch providers when a significantly better offer appears.*

*(...)*

*Switching costs might increase banks' market power enabling them to set higher prices to established customers, discourage market entry and discourage product innovation. »<sup>26</sup>*

### 2.2 Grille d'analyse des diverses barrières au changement d'institution financière

Tel que mentionné précédemment, diverses barrières peuvent réfréner les envies d'un consommateur qui souhaiterait changer d'institution financière. Nous avons entrepris d'établir une grille de ces diverses barrières, utilisant la classification des coûts de sortie en trois catégories : les coûts contractuels, les coûts technologiques et les coûts de gestion du changement. Nous tenterons dans les sections qui suivent de déterminer, pour les neuf principales institutions financières au Canada<sup>27</sup>, l'ampleur de ces barrières.

#### Coûts contractuels

Les **coûts contractuels** sont les charges qui découlent du contrat qui lie le client et le fournisseur de services et qui sont imposées lorsque le client choisit de résilier son contrat. Notre grille comprendra, relativement à cette catégorie, les frais de clôture de compte, les frais de compte inactif, les frais de transfert de compte à un autre établissement financier, les frais de transfert de REER ainsi que les frais de transfert de prêt hypothécaire.

Il convient de noter que l'ensemble des données ont été tirées des sites Internet des institutions financières. Toutefois, lorsqu'il nous était impossible de trouver certaines des informations sur les sites des institutions, des appels ont été logés auprès de ces institutions afin de compléter notre collecte de renseignements.

---

<sup>26</sup> A&L Goodbody. Highlights of the European Commission's Final Report on Retail Banking - 27 March 2007. [En ligne] <http://www.algoodbody.ie/news/load.asp?file=PUB:1280> (Consulté le 12 avril 2007).

<sup>27</sup> Tel qu'il appert du projet soumis, nous nous proposons initialement de faire porter notre enquête sur un échantillon comprenant les 10 principales institutions financières canadiennes incluant ING Direct. Or, le Canada compte six institutions financières majeures (la Banque Royale, la Banque Scotia, Toronto-Dominion Bank (TD Canada Trust), la Banque de Montréal, Canadian Imperial Bank of Commerce (CIBC) et la Banque Nationale). À ces 6 principales banques, nous avons décidé d'ajouter la Banque Laurentienne, parfois citée comme l'une des principales banques canadiennes, de même que les Caisses Desjardins et ING Direct étant donné les spécificités de ces deux institutions.

## Les barrières au changement d'institution financière

### Clôture de compte, frais de compte inactif et frais de transfert de compte

**Tableau 1**

**Catalogue des frais de clôture de compte, frais de compte inactif et frais de transfert de compte pour les 9 principales institutions financières au Canada incluant les Caisses Desjardins et ING Direct**

Institution financière	Frais de clôture de compte (pour un compte ouvert depuis moins de 90 jours)	Frais de compte inactif	Frais de transfert d'un compte à une autre institution financière
Banque Royale <sup>28</sup>	10,00 \$	15,00 \$ après 2 ans d'inactivité	20,00 \$
Banque Scotia <sup>29</sup>	20,00 \$	20,00 \$ après 2 ans d'inactivité	20,00 \$
TD Canada Trust <sup>30</sup>	15,00 \$	20,00 \$ après 2 ans d'inactivité	15,00 \$
BMO Banque de Montréal <sup>31</sup>	8,00 \$	15,00 \$ après 1 an d'inactivité si le solde du compte est inférieur à 1000\$	15,00 \$
Banque CIBC <sup>32</sup>	12,50 \$	20,00 \$ ou le solde du compte si ce dernier montant est moins élevé après 2 ans d'inactivité	19,50 \$
Banque Nationale du Canada <sup>33</sup>	16,00 \$	20,00 \$ après deux ans d'inactivité	17,00 \$
Banque Laurentienne <sup>34</sup>	16,00 \$	0,50 \$ par mois après 2 ans d'inactivité	16,00 \$
Caisses Desjardins <sup>35</sup>	15,00 \$	20,00 \$ après 2 ans d'inactivité	18,00 \$
ING Direct <sup>36</sup>	0,00 \$	0,00 \$	0,00 \$

<sup>28</sup> Banque Royale. Les données sont tirées du site de la Banque Royale. [En ligne] <http://www.rbcbanqueroyle.com/produits/servicesdedepot/additional-services.html> (Consulté le 21 décembre 2006).

<sup>29</sup> Banque Scotia. Les données sont tirées du site de la Banque Scotia. [En ligne] [http://www.scotiabank.com/cda/eventdetail/0,1005,LIDfr\\_SID3045,00.html#](http://www.scotiabank.com/cda/eventdetail/0,1005,LIDfr_SID3045,00.html#) (Consulté le 21 décembre 2006).

<sup>30</sup> TD Canada trust. Les données sont tirées du site de TD Canada Trust. [En ligne] <http://www.tdcanadatrust.com/francais/comptes/fees.jsp> (Consulté le 21 décembre 2006).

<sup>31</sup> Banque de Montréal. Les données sont tirées du site de la Banque de Montréal. [En ligne] [http://www4.bmo.com/particuliers/0,2273,35702\\_37120,00.html](http://www4.bmo.com/particuliers/0,2273,35702_37120,00.html) (Consulté le 20 décembre 2006).

<sup>32</sup> Banque CIBC. Les données sont tirées du site de la Banque CIBC. [En ligne] <http://www.cibc.com/ca/chequing-savings/article-tools/prsnl-bnk-accts-fee-summ-fr.html> (Consulté le 9 mai 2007).

<sup>33</sup> Banque Nationale. Les données sont tirées du site de la Banque Nationale. [En ligne] <http://www.bnc.ca/bnc/files/bncpdf/fr/2/AutresFrais.pdf> (Consulté le 21 décembre 2006).

<sup>34</sup> Banque Laurentienne. Conversation téléphonique avec un employé du Service à la clientèle (1-877 522-3863), 12 janvier 2007.

<sup>35</sup> Caisses Desjardins. Les données sont tirées du site des Caisses Desjardins. [En ligne] [http://www.desjardins.com/fr/particuliers/produits\\_services/comptes\\_frais/frais\\_services.jsp](http://www.desjardins.com/fr/particuliers/produits_services/comptes_frais/frais_services.jsp) (Consulté le 9 janvier 2006).

<sup>36</sup> Notons que, pour ouvrir ou maintenir ouvert un compte chez ING Direct, on doit, en parallèle, maintenir ouvert un compte dans une autre institution financière.

## Les barrières au changement d'institution financière

Comme l'illustre le Tableau 1, les frais exigés par les grandes institutions financières canadiennes pour les principales transactions effectuées lors d'un changement d'institution financière sont sensiblement équivalents d'un établissement à l'autre.

Les frais imposés pour la clôture d'un compte dans les 90 jours suivant son ouverture vont de 8,00 \$ (Banque de Montréal) à 20,00 \$ (Banque Scotia). En excluant ING Direct qui n'exige aucuns frais pour fermer un compte, les grandes institutions financières canadiennes demandent donc en moyenne 14,06 \$ pour ce service.

Les frais de transfert de compte vers un autre établissement financier, qui demandent à l'institution financière une opération supplémentaire, sont sensiblement plus élevés que ceux qui sont exigés pour la simple fermeture d'un compte. Ils sont de 15,00 \$ chez TD Canada Trust et chez BMO Banque de Montréal et vont jusqu'à 20,00 \$ à la Banque Royale et à la Banque Scotia. À l'exception d'ING Direct qui n'impose pas ce type de frais, les principaux établissements financiers canadiens exigent en moyenne 17,56 \$ à leurs clients qui souhaitent faire transférer leur compte vers un autre établissement financier.

On pourrait croire qu'il suffirait, en vue d'éviter d'avoir à payer des frais relatifs à la fermeture ou au transfert d'un compte, de laisser ouvert le dit compte tout en cessant de l'utiliser. Les institutions financières ont bien sûr songé aux moyens de contrer ce stratagème : des frais sont imposés aux consommateurs qui possèdent des comptes inactifs. Ces frais sont, dans presque tous les cas, plus élevés encore que ceux qui sont facturés pour la fermeture d'un compte. Imposés après deux ans d'inactivité dans la plupart des institutions financières, les frais vont jusqu'à 20,00 \$ après deux ans d'inactivité à la Banque Nationale du Canada, à la Banque Scotia, à la Banque TD Canada Trust, à la Banque CIBC et aux Caisses Desjardins. La Banque de Montréal, pour sa part, considère qu'une seule année d'inactivité suffit pour imposer de tels frais, qu'elle fixe à 15,00 \$, soit le même montant que la Banque Royale, qui ne les impose toutefois qu'après deux ans d'inactivité.

La Banque CIBC, après deux ans d'inactivité, facturera 20,00 \$ ou s'appropriera le solde du compte si ce dernier montant est moins élevé.

La Banque Laurentienne considère de son côté que ces frais sont justifiés pour chaque mois où un compte reste inactif. Telle inactivité entraînera par conséquent des frais mensuels de 0,50 \$.

On rappellera qu'un consommateur qui se sera vu imposer de tels frais devra, s'il veut éviter de se les voir imposer à nouveau, veiller à maintenir ce compte actif ou fermer son compte. Cette dernière opération lui vaudra, bien entendu, de se voir facturer par l'institution les frais de fermeture de compte.

On insistera sur le fait que ING Direct est la seule de ces institutions qui ne facture aucuns de ces frais.

### Transfert d'un REER

**Tableau 2**  
**Catalogue des coûts relatifs au transfert d'un REER d'un établissement financier vers un autre pour les 9 principales institutions financières canadiennes incluant les Caisses Desjardins et ING Direct**

Institution financière	Frais de transfert de REER
<b>Banque Royale</b> <sup>37</sup>	50,00 \$ par transfert
<b>Banque Scotia</b> <sup>38</sup>	25,00 \$ par transfert
<b>TD Canada Trust</b> <sup>39</sup>	50,00 \$ par transfert <sup>40</sup>
<b>BMO Banque de Montréal</b> <sup>41</sup>	25,00 \$ par transfert
<b>Banque CIBC</b> <sup>42</sup>	25,00 \$ par transfert
<b>Banque Nationale du Canada</b> <sup>43</sup>	50,00 \$ par transfert
<b>Banque Laurentienne</b> <sup>44</sup>	65,00 \$ par transfert
<b>Caisses Desjardins</b> <sup>45</sup>	25,00 \$ par transfert
<b>ING Direct</b> <sup>46</sup>	0,00 \$

Un consommateur qui souhaiterait transférer une partie de son régime enregistré d'épargne retraite (REER) vers une autre institution financière devra engager des frais pour ce faire. À l'exception d'ING Direct qui permet d'effectuer les transferts gratuitement, les institutions financières imposent des frais pour chacun des transferts effectués par leurs clients. Les frais exigés varient grandement d'une institution à une autre. Dans la moitié des institutions (Banque Scotia, BMO Banque de Montréal, Banque CIBC et Caisses Desjardins) ils seront de 25,00 \$ par transfert. Dans certaines autres, ils s'élèveront à 50,00 \$ (Banque Royale, TD Canada Trust et Banque Nationale). La Banque Laurentienne exige pour sa part 65,00 \$ pour chacun des transferts effectués. En moyenne, les grands établissements financiers canadiens, incluant les Caisses Desjardins mais excluant ING Direct, exigeront donc 39,37 \$ pour chacun des

<sup>37</sup> Banque Royale. Conversation téléphonique avec un employé du Service à la clientèle (1-800 769-2511) de la Banque Royale, 16 janvier 2007.

<sup>38</sup> Banque Scotia. Conversation téléphonique avec un employé du Service à la clientèle (1-800 575-2424) de la Banque Scotia, 16 janvier 2007.

<sup>39</sup> TD Canada Trust. Les données sont tirées du site de TD Canada Trust. [En ligne] <http://www.tdcanadatrust.com/francais/comptes/fees.jsp> (Consulté le 21 décembre 2006).

<sup>40</sup> Régimes établis depuis plus de 180 jours.

<sup>41</sup> Banque de Montréal. Les données sont tirées du site de la Banque de Montréal. [En ligne] [http://www4.bmo.com/particuliers/0,2273,35702\\_37120,00.html](http://www4.bmo.com/particuliers/0,2273,35702_37120,00.html) (Consulté le 20 décembre 2006).

<sup>42</sup> Banque CIBC. Les données sont tirées du site de la Banque CIBC. [En ligne] <http://www.cibc.com/ca/chequing-savings/article-tools/prsnl-bnk-accts-fee-summ-fr.html> (Consulté le 20 décembre 2006).

<sup>43</sup> Banque Nationale. Conversation téléphonique avec un employé du Service à la clientèle (514 394-5555), 16 janvier 2007.

<sup>44</sup> Banque Laurentienne, Conversation téléphonique avec un employé du Service à la clientèle (1-877 522-3863), 19 janvier 2007.

<sup>45</sup> Caisses Desjardins. Barème de commission et de tarification générale. [En ligne] [http://www.disnat.com/fr/rates\\_fees/tarification\\_dc.pdf](http://www.disnat.com/fr/rates_fees/tarification_dc.pdf) (Consulté le 17 janvier 2007).

<sup>46</sup> ING Direct. Conversation téléphonique avec un employé du Service à la clientèle (1-866 464-3473), 25 janvier 2007.

## Les barrières au changement d'institution financière

transferts de REER effectués vers un REER contracté auprès d'un autre établissement financier.

Ici encore, ING Direct se distingue en n'imposant aucuns frais pour ces opérations.

### Transfert d'un prêt hypothécaire

Pour ce qui est des prêts hypothécaires, la situation sera différente dans le cas des prêts hypothécaires ouverts<sup>47</sup> et des prêts hypothécaires fermés<sup>48</sup>.

Un consommateur qui désirerait transférer un prêt hypothécaire ouvert obtenu dans un établissement financier pourra rembourser ce prêt par anticipation, en tout temps, et cela sans aucuns frais ou pénalité.

Un consommateur qui négocie une nouvelle hypothèque dans une autre institution financière devra par contre prévoir que la résiliation d'un contrat hypothécaire portant sur une hypothèque fermée, quoique le remboursement accéléré du capital reste possible, entraînera l'imposition de frais de pénalité, qui seront calculés selon ce qui est stipulé au contrat hypothécaire.

---

<sup>47</sup> « Prêt hypothécaire qui peut être remboursé par anticipation, en partie ou en totalité, à tout moment avant la date d'échéance, sans pénalité. », Association des banquiers canadiens, *Une hypothèque à votre mesure*. [En ligne] <http://www.cba.ca/fr/viewpub.asp?fl=6&sl=23&docid=29&pg=18> (Consulté le 30 avril 2007).

<sup>48</sup> « Prêt hypothécaire sans privilège de remboursement anticipé, de renégociation ou de refinancement avant l'échéance, sauf moyennant le paiement de frais de dédommagement ou de rupture de contrat. », Association des banquiers canadiens, *Une hypothèque à votre mesure*. [En ligne] <http://www.cba.ca/fr/viewpub.asp?fl=6&sl=23&docid=29&pg=18> (Consulté le 30 avril 2007).

Tableau 3

**Calcul des coûts relatifs au transfert d'un prêt hypothécaire d'un établissement financier vers un autre pour les 9 principales institutions financières canadiennes incluant les Caisses Desjardins et ING Direct**

À moins de dispositions autres prévues au contrat hypothécaire, la pénalité imposée pour la résiliation d'un contrat hypothécaire est égale au **montant le plus élevé** obtenu au moyen de l'une des deux formules suivantes :

Trois mois d'intérêt sur le prêt hypothécaire, Calculé selon la formule suivante :		
<b>A X</b>	$\frac{\mathbf{B}}{\mathbf{12 \text{ mois par année}}}$	<b>X 3 mois</b>
A. représentant le solde du prêt hypothécaire B. représentant le taux d'intérêt annuel en vigueur		

Ou

Le différentiel du taux d'intérêt, calculé selon la formule suivante :		
<b>A X</b>	$\frac{\mathbf{B - C}}{\mathbf{12 \text{ mois par année}}}$	<b>X D</b>
A. représentant le solde du prêt hypothécaire B. représentant le taux d'intérêt annuel en vigueur C. représentant le taux hypothécaire en vigueur pour une durée semblable à celle qu'il reste à courir sur le prêt hypothécaire D. représentant le nombre de mois à courir jusqu'à l'échéance du prêt hypothécaire <sup>49</sup>		

L'Agence de la consommation en matière financière du Canada (ACFC), qui met à la disposition des consommateurs ce tableau qui présente une méthode simplifiée du calcul du différentiel du taux d'intérêt, précise toutefois que certaines institutions financières calculent les frais de pénalité selon une méthode différente et qu'il importe de vérifier auprès des institutions financières la méthode qu'elles utiliseront<sup>50</sup>. L'ACFC signale en outre que certaines vérifications supplémentaires devront être effectuées par les consommateurs qui auraient obtenu un taux d'intérêt escompté, auquel cas un remboursement pourrait être exigé. L'ACFC ajoute que des frais d'administration peuvent être exigés en sus pour remboursement complet des prêts hypothécaires ou renégociation avant l'échéance.

Le consommateur qui transfère son hypothèque pourrait de plus devoir payer des frais pour la quittance de l'ancienne hypothèque ainsi que pour l'enregistrement du nouveau prêt

<sup>49</sup> Agence de la consommation en matière financière du Canada. *L'ABC des prêts hypothécaires*, Ottawa.

[http://www.fcac.gc.ca/fra/publications/hypothecaires/PenaltyCharges\\_f.asp](http://www.fcac.gc.ca/fra/publications/hypothecaires/PenaltyCharges_f.asp) (Consulté le 9 février 2007).

<sup>50</sup> *Ibid.*

hypothécaire. On notera cependant que certaines institutions financières vers lesquelles les prêts hypothécaires sont transférés pourront accepter de couvrir une partie des frais qu'entraînerait le transfert.

Si les pénalités sont susceptibles d'avoir un effet dissuasif pour les consommateurs qui souhaiteraient solliciter un rachat de prêt auprès d'une institution concurrente, on peut présumer que le fait pour un consommateur d'avoir à trouver et à comprendre le calcul du différentiel du taux d'intérêt que son institution financière appliquera s'il rembourse avant terme son prêt hypothécaire et de calculer ce que cela pourra représenter, outre les autres frais, comme montant de pénalité risque de poser un frein sérieux à tout désir de changement.

### Coûts technologiques

Les **coûts technologiques** sont les frais que peut entraîner le changement d'un opérateur dans les cas où il serait nécessaire de rendre compatible le matériel de l'ancien fournisseur avec celui du nouveau. Dans le secteur bancaire, il pourrait s'agir de l'incompatibilité, par exemple, entre un logiciel de gestion du budget utilisé par un consommateur et les services offerts via Internet par sa nouvelle institution financière. Il pourrait aussi s'agir des modalités d'utilisation des transactions en ligne et des divers fournisseurs de service qu'il est possible de payer en ligne, qui pourraient être différents avec la nouvelle institution. Ces coûts s'ils sont indéniablement présents sont, étant donné leur caractère particulier, difficilement quantifiables et nous ne tenterons donc pas ici de les définir précisément.

### Coûts de gestion

Les **coûts de gestion** du changement sont les coûts les plus nombreux et les plus variés ; ils sont essentiellement non monétaires. Souvent, ils sont associés au temps passé et/ou perdu à rechercher un nouveau fournisseur, à effectuer des comparaisons entre les services offerts, à constituer un dossier, à amasser les documents nécessaires à l'ouverture d'une demande de prêt, à la renégociation de prêt, aux modifications des ententes de débits préautorisés etc. À l'instar des coûts technologiques, ces coûts sont présents et pèsent un poids certain dans le choix d'un consommateur d'effectuer ou non un changement d'institution financière, mais il est impossible de les quantifier. Nous ne pouvons ici que constater et souligner leur existence.

Une étude réalisée en 2006 par Chris Wilson, du département d'économie de l'Université d'Oxford, suggère que les coûts de recherche devraient être traités indépendamment des autres coûts de sortie, attendu que les consommateurs devront les assumer qu'ils en arrivent à la décision de changer d'institution ou pas. Le chercheur en arrive à la conclusion que les frais de recherche, qu'il définit comme étant les coûts totaux que le consommateur devra assumer pour l'identification et l'interprétation des produits et des prix des entreprises, ont un effet encore plus grand sur la concurrence que des frais de sortie équivalents. Les résultats de la recherche suggèrent ainsi que les institutions financières se font concurrence quant à la complexité de tarifs obscurs, établissant ainsi des pratiques qui tendent à décourager le consommateur de rechercher et de comparer les avantages des différentes institutions financières et que ces pratiques pourraient être encore plus efficaces pour éviter la migration des consommateurs que les méthodes de fidélisation ou les coûts de sortie<sup>51</sup>.

---

<sup>51</sup> Wilson, Chris. *Markets with Search and Switching Costs* (2006) unpublished. Disponible sur le site du Munich Personal RePEc (Research Papers in Economics) Archive. [En ligne] <http://mpra.ub.uni-muenchen.de/131> (Consulté le 14 avril 2007).

«*With all else equal, it would appear that rather than reducing transaction costs or regulating contract termination fees and excessive contract cancellation periods, policy may be better targeted at improving consumers' access to easily understood, verifiable, price and product information.* »<sup>52</sup>

### 2.3 Autres barrières au changement d'institution financière

À l'ensemble des coûts directs qu'entraîne le changement d'institution financière s'ajoutent d'**autres éléments** importants qui pourront être pris en considération par le consommateur dans son examen des différentes offres et qui pourront avoir un effet sur la volonté d'un consommateur de changer d'institution financière. Parmi ces éléments, on retrouve les questions d'accessibilité (présence de succursale d'une institution financière à un endroit donné, la quantité de guichets automatiques de l'institution) et la question des relations de clientèle.

#### Accessibilité

##### Accessibilité des succursales

La proximité d'une succursale d'un établissement financier donné compte parmi les raisons que les gens invoquent lorsqu'ils désirent changer d'institution financière. Après un déménagement par exemple, un consommateur qui souhaite avoir une succursale de son établissement financier à proximité de son domicile afin de profiter de services au comptoir pourrait être conduit à changer d'institution financière si la sienne n'a pas de point de service suffisamment rapproché. Un consommateur pourra également souhaiter faire affaire avec une institution en particulier mais ne pouvoir le faire du fait que l'institution vers laquelle il souhaiterait transférer ses comptes ne possède pas de succursale à proximité. S'il est toujours possible de fermer un compte, il faut aussi, bien sûr, pouvoir en ouvrir un autre. Or, une ouverture de compte nécessitera le plus souvent une visite à la succursale, et ce même si la demande d'ouverture de compte est faite en ligne.

La recherche d'une succursale bancaire mieux située est l'une des principales raisons évoquées par les consommateurs pour opérer un changement d'institution financière. En février 2000, la maison *CROP* a réalisé pour le compte d'Option consommateurs un sondage qui révèle que les critères qui arrivent en tête parmi les préoccupations des consommateurs sont reliés à la qualité du service personnalisé et à la proximité d'un point de service. Ces critères ont été respectivement invoqués par 43 % (service) et 16 % (proximité) des répondants comme considérants dans le choix de l'institution financière où seraient gérées leurs affaires courantes<sup>53</sup>.

Selon l'*Environics Research Group*, 17 % des consommateurs canadiens préféreraient éviter le recours aux nouvelles technologies en matière de services financiers. La présence d'une succursale bancaire à proximité de leur domicile est de ce fait pour eux un critère important

<sup>52</sup> *Ibid.*, p. 17.

<sup>53</sup> St Amant, Jacques. *Les nouveaux réseaux de distribution bancaire : divergences entre clients et fournisseurs*, Montréal, Option consommateurs, juin 2000. 95 p. et appendices. p. 72 et appendice 1.

dans le choix de leur institution financière. Pour les gens de plus de 60 ans, le pourcentage grimpe à 24 % tandis qu'il est de 27 % chez les gens n'ayant pas terminé leurs études secondaires<sup>54</sup>.

Outre les questions de préférences, les consommateurs pour lesquels la proximité d'un point de service est un critère important peuvent **devoir** changer d'institution financière, notamment en cas de fermeture de succursale. Actuellement, l'article 459.2 de la Loi sur les Banques (1991, ch. 46) traite de la question de la fermeture de succursales. En vertu de la Loi, une institution qui souhaiterait fermer une succursale doit donner au commissaire<sup>55</sup>, aux clients et au public un préavis de quatre mois (six mois si la succursale est située en zone rurale et si aucune autre succursale de dépôt de détail ne se trouve dans un rayon de 10 kilomètres de la succursale). Aussi, le commissaire peut exiger la tenue d'une réunion si la banque qui souhaite fermer l'une de ces succursales n'a pas consulté suffisamment la collectivité, si un particulier en fait la demande et si cette demande n'est pas futile.<sup>56</sup> Il est à noter que l'ACFC ne peut tout de même aller jusqu'à empêcher la fermeture d'une succursale bancaire.<sup>57</sup>

Si la fermeture de succursale peut représenter un incitatif pour changer d'institution financière, il faut souligner que, les vagues de fermetures étant généralisées et n'étant pas le fait d'une seule institution, la rareté des succursales disponibles dans certains quartiers pose à son tour une barrière au changement en limitant les choix d'institutions disponibles.

*« Option consommateurs a réalisé en 1998 une étude qui démontrait que les trois quarts des localités canadiennes étaient desservies par au plus deux institutions de dépôt et que, dans les grandes agglomérations urbaines, ces institutions avaient largement délaissé les quartiers à faible revenu. Dans la région de Montréal, nous avons depuis observé à titre anecdotique le maintien de cette tendance à la diminution du nombre de succursales, notamment dans ces quartiers défavorisés; une enquête menée par le réseau CTV à l'automne 2004 a par ailleurs permis de remettre à jour les données que nous avons colligées en 1998 à l'égard du grand Montréal et a confirmé la réduction de l'offre de service, qui se fait de moins en moins concurrentielle au plan local. »<sup>58</sup>*

On soulignera que cette discussion sur les succursales ne s'applique que de façon très différente pour ce qui est d'ING, cette institution financière se présentant justement comme l'institution financière qui n'a pas de succursale<sup>59</sup>. Ainsi, si les problématiques liées à la

---

<sup>54</sup> Environics Research Group. Focus Canada – *The Pulse of Canadian Public Opinion*. Statistical Tables 200404. Ottawa, 2005. Q. 54 g, p. 83.

<sup>55</sup> Le commissaire de l'Agence de la consommation en matière financière nommé en application de l'article 4 de la Loi sur l'Agence de la consommation en matière financière du Canada.

<sup>56</sup> Gouvernement du Canada. « Loi sur l'agence de la consommation en matière financière du Canada », Gazette du Canada, Vol. 136, No. 6, Ottawa, 13 mars 2002. <http://canadagazette.gc.ca/partII/2002/20020313/html/sor101-f.html> (Consulté le 27 mars 2007).

<sup>57</sup> Agence de la consommation en matière financière du Canada. *Conseils pour faire face à une fermeture de succursale*, 24 avril 2007. [En ligne] <http://www.fcac-acfc.gc.ca/fra/publications/fichesconseils/FCFermeSucc-fra.asp?pm=1> (Consulté le 9 mai 2007).

<sup>58</sup> Option consommateur. *Les consommateurs et les services financiers au Canada : des progrès inégaux*, Mémoire présenté par Option consommateurs devant le Comité sénatorial permanent des banques et du commerce à Ottawa, 4 mai 2005, p. 4.

<sup>59</sup> ING Direct. *Qui nous sommes*. [En ligne] <http://www.ingdirect.ca/fr/aboutus/whoweare/index.html> (Consulté le 28 mars 2007).

fermeture de succursales ne s'appliquent pas dans le cas de cette institution, elle ne fera pas non plus partie des choix des consommateurs qui désirent des services au comptoir.

### Accessibilité des guichets automatiques

L'utilité et la popularité des guichets automatiques ne se dément pas avec le temps. Pour les consommateurs qui utilisent les services au guichet, la proximité et la quantité des appareils d'une institution donnée dans les quartiers dans lesquels ils sont susceptibles d'en avoir besoin pourraient influencer leur volonté de changer d'institution financière ou dans leur choix d'institution, attendu que des frais dits « de commodité » sont imposés pour l'utilisation de guichets autres que ceux de sa propre institution financière. Pour le moment, la grande quantité de guichets automatiques au Canada pourrait suggérer que l'absence de guichets automatiques ne compte pas parmi les principales barrières au changement d'institution financière. En effet :

*« Le Canada compte le plus grand nombre de guichets bancaires par habitant au monde et le plus fort taux de pénétration des services électroniques, notamment les cartes de débit et les services bancaires par Internet et par téléphone. »<sup>60</sup>*

Une grande quantité de guichet ne signifie toutefois pas une répartition égale. Si chaque institution permet, comme nous le verrons plus loin, d'identifier les guichets disponibles dans les différents quartiers, le travail de recherche reviendra encore une fois au consommateur pour qui la disponibilité des guichets serait déterminante, qui devra soigneusement arpenter ses quartiers cibles ou vérifier les emplacements des guichets de chaque institution, une à une.

Le cas d'ING Direct est particulier. ING Direct n'impose à ses clients aucuns frais pour l'utilisation de ses guichets automatiques. Or, l'institution ne possède que 9 guichets sur l'ensemble du territoire canadien. Il est également possible d'utiliser la carte de guichet d'ING Direct dans tout guichet bancaire qui affiche le logo *InteracMD*. ING Direct assumera alors les frais liés aux quatre premières transactions effectuées chaque mois. Il en coûtera aux utilisateurs 0,75 \$ par transaction additionnelle en sus, bien entendu des frais qu'imposent à titre de « frais de commodité » les institutions qui sont propriétaires des guichets<sup>61</sup>. Si ING direct permet de sauver certains frais, les consommateurs pour qui l'utilisation des guichets automatiques est importante pourraient considérer comme une barrière importante la rareté des guichets d'ING et les frais que cela leur entraînerait.

---

<sup>60</sup> Ministère des finances du Canada. *Les Banques au Canada*, Ottawa, août 2002. [En ligne] [http://www.fin.gc.ca/toctf/2002/bank\\_f.html](http://www.fin.gc.ca/toctf/2002/bank_f.html) (Consulté le 28 mars 2007).

<sup>61</sup> ING Direct, *La carte ING Direct*. [En ligne] <http://www.ingdirect.ca/fr/aboutus/bankingwithus/card/index.html> (Consulté le 5 juin 2007).

### Relation clientèle

Aux barrières déjà mentionnées s'ajoute la relation clientèle. La relation qu'a établie un client avec son institution financière devra être à reconstruire avec une autre s'il décide de changer d'institution financière. Cette perspective est susceptible de constituer un frein au changement d'établissement.

*« Les coûts de changement de banque (switching costs) peuvent constituer ces barrières à l'entrée. Il existe [...] pour les consommateurs de services bancaires des coûts à changer de banque [...]. La relation clientèle banque-emprunteur est l'une de ces barrières à l'entrée. En effet, [...] une banque qui consent un prêt à un emprunteur en apprend plus sur les caractéristiques de cet emprunteur que les autres banques. Elle acquiert donc un avantage comparatif d'information qu'elle peut exploiter ultérieurement. L'existence de ce pouvoir de marché informationnel constitue ainsi une entrave à la libre concurrence : elle peut permettre à des banques en place de prévenir l'entrée de banques plus efficaces et ce, d'autant plus que les banques en place auront constitué une clientèle importante. »<sup>62</sup>*

Il est bien sûr à l'avantage des banques d'établir des relations de clientèles stables avec leurs clients afin d'acquérir de l'information sur la qualité des emprunteurs. Elles savent ainsi qui sont les clients les moins à risque et peuvent notamment leur offrir sans crainte des taux de crédits inférieurs à ceux que pourraient leur proposer la concurrence, mais tout de même supérieurs à ceux qu'elles devraient tarifier eu égard aux taux de défaillance de ces clients. Ainsi :

*« La relation de clientèle est [...] à l'origine d'un coût de changement de banque qui permet aux banques d'avoir une clientèle captive. »<sup>63</sup>*

En outre, « Une idée généralement admise veut que la relation de clientèle stable et durable atténue la rivalité potentielle existant entre les banques établies sur le marché. »<sup>64</sup> De cela découle un obstacle à la concurrence de prix que pourrait se livrer les institutions financières et qui pourrait favoriser les changements d'institutions chez les consommateurs qui cherchent à obtenir des services au meilleur prix possible.

Si la relation clientèle est bel et bien une barrière, cette dernière nous semble toutefois bien naturelle : un service satisfaisant de la part de quelque commerçant contribuera en effet à fidéliser sa clientèle et le temps ne fera que favoriser cette fidélité de la clientèle. La multiplication des fermetures de succursales risque pourtant de diminuer considérablement pour les institutions financières les avantages qu'elles pouvaient tirer de ce type de fidélisation.

---

<sup>62</sup> Weill, Laurent. « Le rôle de la relation de clientèle comme barrière à l'entrée sur les marchés bancaires », *Revue économique*, vol. 53, No. 2, mars 2002, p. 202.

<sup>63</sup> *Op. Cit.* 62, p. 203.

<sup>64</sup> Deffains, Bruno et Jean-Daniel Guigou, « Relation de clientèle et barrière à l'entrée dans l'industrie bancaire », *Revue d'Économie Politique*, No. 3, Paris, 1997, p. 12. <http://www.univ-nancy2.fr/RECHERCHE/EcoDroit/DOWNLOAD/docdeffains/rerelations%20credit.pdf> (Consulté le 5 juin 2007).

### 2.4 Outils mis en place afin de faciliter le changement d'institution financière

Si, d'une part, les institutions financières souhaitent dissuader leurs clients de changer d'institution financière, elles cherchent, d'autres part, à attirer de nouveaux clients. Les institutions financières ont donc mis en place différents services d'accueil qui proposent notamment la prise en charge de diverses opérations et frais liés aux transferts de produits financiers, tentant ainsi de limiter chez le consommateur les effets dissuasifs des différentes barrières et, dans certains cas, des frais de sortie.

#### Gestion du transfert

La **Banque Royale** offre le service *Transfert sur mesure*. La Banque Royale annonce que son service est gratuit et qu'il prend en charge l'ensemble des étapes qui doivent être franchies lors du transfert d'un compte d'une institution financière autre vers un compte à la Banque Royale. Le service prend en charge les transferts de compte et des opérations préautorisées associées à l'ancien compte. La Banque Royale fournit les formulaires nécessaires pour le transfert du dépôt direct des chèques de paie et enfin, envoie une demande de virement du solde et de fermeture de l'ancien compte une fois que tous les changements aux dépôts directs et aux paiements préautorisés ont été effectués. La Banque Royale annonce aussi qu'elle fournira des conseils pour que ses nouveaux clients suivent les étapes du processus et qu'elle planifiera les changements afin que ses nouveaux clients puissent gérer leur trésorerie pendant le processus. La Banque Royale, en note de bas de page, avise tout de même les consommateurs qu'elle essaie d'attirer à elle que :

*« Des frais de transfert ou d'autres frais et commissions peuvent s'appliquer au transfert de vos opérations préautorisées et comptes bancaires à RBC. L'entité ou l'institution financière expéditrice peut imposer ces frais ou ces commissions. La Royal Banque du Canada n'est pas responsable de ces frais ou de ces commissions et vous devrez les assumer »<sup>65</sup>.*

La **Banque Scotia** offre un service similaire, le service *Transfert Simplifié Scotia*, gratuit qui permet à un consommateur de transférer ses comptes à la Banque Scotia. La banque prendra en charge les transferts y compris les transferts de solde de cartes de crédit d'autres institutions financières de même que les instructions de prélèvements automatiques se rattachant à l'ancien compte.<sup>66</sup> La Banque Scotia ne spécifie pas si elle prendra aussi en charge les frais que pourrait imposer à ses nouveaux clients l'institution concurrente pour la fermeture ou le transfert de leurs comptes, les passant complètement sous silence.

La **Banque TD Canada Trust** offre le service *TransfertFacile*. Ce service, sans frais, prend en charge le transfert d'un compte vers la Banque TD Canada Trust. Un représentant se chargera notamment de coordonner le transfert du solde du compte à partir de l'institution financière d'origine, le transfert des opérations bancaires automatisées, comme les paiements préautorisés et les dépôts directs. Aussi, la banque pourra faire la demande de fermeture de l'ancien compte.<sup>67</sup> La Banque TD ne spécifie pas si elle prendra aussi en charge les frais que

<sup>65</sup> Banque Royale. *Transfert à RBC*. [En ligne] <http://www.rbcbanqueroyale.com/RBC:RYrh-o71A8YAAHg0d24/produits/servicesdedepot/transfert-to-rbc.html> (Consulté le 21 décembre 2006).

<sup>66</sup> Banque Scotia. *Transfert simplifié Scotia*. [En ligne] [http://www.scotiabank.com/cda/content/0,1608,CID4521\\_LIDfr,00.html](http://www.scotiabank.com/cda/content/0,1608,CID4521_LIDfr,00.html) (Consulté le 21 décembre 2006).

<sup>67</sup> TD Canada Trust. *TransfertFacile*. [En ligne] <http://www.tdcanadatrust.com/francais/comptes/easyswitch.jsp> (Consulté le 21 décembre 2006).

pourrait imposer à ses nouveaux clients l'institution concurrente pour la fermeture ou le transfert de leurs comptes. Elle va jusqu'à affirmer aux consommateurs qu'elle essaie d'attirer que : « Vous n'aurez aucuns frais à payer et vous profiterez de la commodité et de la tranquillité d'esprit d'un transfert sans heurts. »

La **Banque de Montréal** offre le service de transfert de compte *CompteAide*. Pour utiliser ce service, il suffit de se rendre dans l'une des succursales de la Banque de Montréal et remplir un formulaire d'autorisation. L'institution s'occupe du reste, c'est-à-dire des différents transferts, des dépôts directs et des paiements automatisés reliés à l'ancien compte etc. La banque va même jusqu'à offrir des milles de récompense AIR MILES pour un changement d'institution en sa faveur.<sup>68</sup> La Banque de Montréal ne spécifie pas, elle non plus, si elle s'occupe aussi des frais que pourrait imposer à ses nouveaux clients l'institution concurrente pour la fermeture ou le transfert de leurs comptes, les passant complètement sous silence.

La **Banque CIBC** offre ce qu'elle appelle une *Trousse de transfert*. Selon la CIBC, le consommateur n'aura, grâce à cette trousse, qu'un seul formulaire à compléter et à envoyer à chacun de ses *facturiers* ainsi qu'à son employeur. Les petits caractères sur le formulaire proprement dit signalent tout de même au consommateur qu'il n'est « peut-être pas approprié pour tous les facturiers » et conseille de vérifier auprès de chaque facturier quels détails sont nécessaires. La trousse fournit également une liste de vérification qui permet de garder les traces du transfert.<sup>69</sup> La Banque CIBC ne spécifie pas, elle non plus, si elle s'occupe aussi des frais que pourrait imposer à ses nouveaux clients l'institution concurrente pour la fermeture ou le transfert de leurs comptes, les passant complètement sous silence.

La **Banque Nationale** offre également, sans frais, un service de transfert de compte. La banque s'occupe d'effectuer les transferts de compte et prend en charge les opérations associées aux anciens comptes, tels les paiements préautorisés.<sup>70</sup> Le préposé qui nous a fourni cette information n'a pas spécifié si la Banque Nationale s'occupe aussi des frais que pourrait imposer à ses nouveaux clients l'institution concurrente pour la fermeture ou le transfert de leurs compte, les passant complètement sous silence.

La **Banque Laurentienne** offre, par le biais de son service appelé *Transfert Simplifié Tapis Rouge* de sauver du temps et de faciliter la vie aux consommateurs qu'elle tente d'attirer. Ce service, gratuit, permet à un consommateur de faire transférer ses opérations préautorisées et ses comptes bancaires « sans aucun souci » puisque la banque s'en occupe. La banque pourra fournir un formulaire personnalisé avec le nouveau numéro de compte pour faciliter le changement de compte pour le dépôt de la paie. Aussi, si le nouveau client le désire, la banque peut également émettre une requête pour la fermeture des anciens comptes.<sup>71</sup> La Banque Laurentienne ne spécifie pas, elle non plus, si elle s'occupe aussi des frais que pourrait imposer à ses nouveaux clients l'institution concurrente pour la fermeture ou le transfert de leurs comptes, les passant complètement sous silence.

<sup>68</sup> Banque de Montréal. *CompteAide*. [En ligne] [http://www4.bmo.com/particuliers/0,4344,35702\\_6344517,00.html](http://www4.bmo.com/particuliers/0,4344,35702_6344517,00.html) (Consulté le 12 janvier 2007).

<sup>69</sup> Banque CIBC. *Trousse de transfert*. [En ligne] <http://www.cibc.com/ca/chequing-savings/article-tools/switch-kit-fr.html> (Consulté le 15 janvier 2007).

<sup>70</sup> Banque nationale. Conversation téléphonique avec Denis Dubé, employé de la Banque Nationale, 26 mars 2007.

<sup>71</sup> Banque Laurentienne. *Transfert Simplifié Tapis Rouge*. [En ligne] [https://www.banquelaurentienne.ca/fr/particuliers/mon\\_argent/transfert\\_simplifie\\_tapis\\_rouge.html](https://www.banquelaurentienne.ca/fr/particuliers/mon_argent/transfert_simplifie_tapis_rouge.html) (Consulté le 21 décembre 2006).

Les **Caisses Desjardins** offrent elles aussi un service de transfert de compte. Les clients qui choisiraient de transférer leur compte vers elles se voient donc assister dans le transfert de compte. Les transferts de débits préautorisés, de dépôt de paye, etc. sont pris en charge par les Caisses Desjardins.<sup>72</sup> La personne qui nous a fourni cette information n'a pas spécifié si la Caisse s'occupe aussi des frais que pourrait imposer à ses nouveaux clients l'institution concurrente pour la fermeture ou le transfert de leurs comptes, les passant complètement sous silence.

Enfin, **ING Direct** propose elle aussi d'accompagner ses nouveaux clients dans le transfert de leurs épargnes vers un compte chez elle. Ainsi, un consommateur pourra transférer le solde entier ou une partie du solde d'un compte d'une autre banque, d'une fiducie ou d'une caisse d'épargne et de crédit directement dans un compte ING Direct, en utilisant un formulaire fourni par l'entreprise. Une fois le formulaire dûment rempli, ING Direct s'occupera de transférer les fonds demandés.<sup>73</sup> ING Direct passe elle aussi sous silence les frais que pourrait imposer à ses nouveaux clients l'institution concurrente pour la fermeture ou le transfert de leurs comptes.

### Transfert d'hypothèques

En ce qui concerne les prêts hypothécaires, certaines institutions financières ont décidé d'offrir, pour attirer de nouveaux clients, des incitatifs financiers variés : points bonis *Air Miles*, taux réduits, etc. Les incitatifs de ce type peuvent occasionnellement s'appliquer lors de l'octroi d'une nouvelle hypothèque, parfois lors du renouvellement d'une hypothèque ainsi que lors du transfert d'un prêt hypothécaire d'une institution financière vers une autre. Dans la majorité des cas, les institutions financières étudieront la situation des clients individuellement pour offrir ensuite différents services de transfert en fonction de leur situation particulière. Les services présentés ici ne sont donc qu'un aperçu de ce qu'une institution peut offrir et ne sont sommairement décrits ici qu'à titre indicatif.

Dans le domaine des prêts hypothécaires, la **Banque Royale** a mis sur pied le *transfert simplifié*. La Banque Royale se chargera de communiquer avec l'institution financière du consommateur qui choisit de transférer son prêt hypothécaire et de prendre les dispositions nécessaires pour que s'effectue ce transfert.<sup>74</sup> L'annonce du *transfert simplifié* ne fait pas mention des pénalités que pourrait entraîner le transfert d'hypothèque ou leur possible prise en charge par l'institution.

La **Banque Scotia** offrira à un client qui souhaite faire transférer son hypothèque chez elle de défrayer les frais d'évaluation de même que les frais de notaire de son nouveau prêt hypothécaire. La banque pourra également payer les frais de pénalités de certains clients et/ou leur offrir des taux d'intérêt moins élevés. Toutefois, ces différents avantages ne sont pas offerts automatiquement, mais plutôt après analyse de chaque dossier.<sup>75</sup>

---

<sup>72</sup> Caisses Desjardins. Conversation téléphonique avec Danielle Livernoche, employée des Caisses Desjardins, 27 mars 2007.

<sup>73</sup> ING Direct. *Formulaire de transfert des fonds d'un compte*. [En ligne] <http://www.ingdirect.ca/fr/pdf/boat.pdf> (Consulté le 16 janvier 2007).

<sup>74</sup> Banque Royale. *Transférer votre hypothèque à RBC*. [En ligne] [http://www.rbcbanqueroyale.com/RBC:RPWjn471A8YAAJ9KHdY/produits/hypotheques/transfer\\_to\\_rbc\\_today.html](http://www.rbcbanqueroyale.com/RBC:RPWjn471A8YAAJ9KHdY/produits/hypotheques/transfer_to_rbc_today.html) (Consulté le 15 janvier 2007).

<sup>75</sup> Banque Scotia. Conversation téléphonique avec Nova Moutalova, employée de la Banque Scotia, 29 mars 2007.

La **Banque TD Canada Trust** offre différents services aux clients qui souhaiteraient faire transférer leur hypothèque chez elle. Comme le cas de chaque client est différent, les modalités des transferts sont étudiées individuellement par la banque. Parmi les propositions qui peuvent être faites aux clients, TD Canada Trust pourra, par exemple, offrir par écrit un taux d'intérêt garanti pour 120 jours. La procédure sans complication que vante la Banque TD (pour laquelle certaines conditions peuvent s'appliquer) précise que leurs spécialistes en hypothèque s'occupent de tous les détails et que le service de transfert n'entraîne aucuns frais. « Our Mortgage Specialists take care of all the details for you and there is no charge for the transfer service »<sup>76</sup> Il faut bien entendu comprendre que la Banque TD ne parle pas ici des pénalités que pourrait entraîner le transfert d'hypothèque à partir de l'institution concurrente ni ne s'engage à les prendre à sa charge.<sup>77</sup>

À la **Banque de Montréal**, le transfert d'un prêt hypothécaire vers l'institution peut entraîner l'octroi de *jusqu'à 500 milles AIR MILES* en récompense, dépendamment de l'importance des fonds transférés et à condition, pour obtenir le maximum de points, de souscrire chez Sun Life à une assurance hypothèque. La banque indique également qu'il *peut* être possible de transférer son prêt hypothécaire chez BMO Banque de Montréal sans frais juridiques, de transfert ou d'évaluation, dépendamment de la situation.<sup>78</sup> La Banque de Montréal ne fait pas mention des pénalités que pourrait entraîner le transfert d'hypothèque à partir de l'institution concurrente ni ne s'engage à les prendre à sa charge.

La **Banque CIBC** offre un programme de transfert de prêt hypothécaire qui permet, lors du renouvellement d'un emprunt, de le faire transférer sans frais d'une autre institution financière approuvée à la Banque CIBC. La banque assumera les coûts juridiques et d'évaluation, à condition que le montant de l'hypothèque n'augmente pas. Les frais de traitement que pourrait imposer l'ancienne institution, à l'exception des frais de paiement anticipé, seront remboursés par la Banque CIBC jusqu'à concurrence de 200 \$. Le taux d'intérêt qu'offre la Banque CIBC sera garanti pour 60 jours pour la majorité des produits hypothécaires à partir de la date de la demande de transfert<sup>79</sup>. La Banque précise toutefois que ce programme ne s'applique que dans les cas où la propriété est une habitation unifamiliale occupée par les propriétaires.

La **Banque Nationale** propose elle aussi un service de transfert d'hypothèque, après une évaluation individuelle des cas. Si la Banque décide de faire bénéficier son nouveau client de ce service, les frais de notaire et d'évaluation pourront être assumés par la Banque Nationale.<sup>80</sup> Le préposé qui nous a fourni cette information n'a pas spécifié les conditions qui pourraient permettre de se prévaloir de ce service. Il n'a pas non plus précisé si la Banque Nationale s'occupe aussi des frais que pourrait imposer à ses nouveaux clients l'institution concurrente pour le transfert de leur hypothèque.

La **Banque Laurentienne** offre également certains avantages aux clients qui souhaiteraient faire transférer leur hypothèque dans leur institution. Ainsi, la banque prend en charge les frais de transfert jusqu'à concurrence de 500 \$ et les frais d'évaluation jusqu'à 150 \$. La banque

<sup>76</sup> TD Canada Trust. *I want to transfert my mortgage*. [En ligne] <http://www.tdcanadatrust.com/mortgages/transfer.jsp> (Consulté le 9 février 2007).

<sup>77</sup> *Ibid.*

<sup>78</sup> Banque de Montréal. *Programme de récompense AIR MILES*. [En ligne] [http://www4.bmo.com/particuliers/0.2273.35702\\_37165.00.html](http://www4.bmo.com/particuliers/0.2273.35702_37165.00.html) (Consulté le 9 février 2007).

<sup>79</sup> Banque CIBC. *Foire aux questions*. [En ligne] <http://159.231.80.200/ca/mortgages/faq-fr.html> (Consulté le 9 février 2007).

<sup>80</sup> *Op. Cit.* 70.

garantit aussi le gel pendant 90 jours, pour toute nouvelle demande de prêt hypothécaire, de l'offre de financement.<sup>81</sup> Ces offres sont toutefois soumises à certaines conditions que l'annonce ne dévoile pas. Elle ne spécifie pas non plus si les frais de paiement anticipé seront considérés comme des frais de transfert.

**ING Direct** offre aux clients qui souhaiteraient transférer leur hypothèque chez elle de couvrir les frais d'évaluation de même que les frais de notaire, en autant que le montant du prêt hypothécaire reste le même que celui qui sera transféré de l'ancienne institution financière.<sup>82</sup> Le préposé qui nous a fourni cette information n'a pas spécifié si les frais que pourrait imposer à ses nouveaux clients l'institution concurrente pour le transfert de leur hypothèque pouvaient être pris en charge par ING.

Aux **Caisses Desjardins**, comme dans la majorité des institutions financières, les modalités de transfert d'un prêt hypothécaire d'une institution financière concurrente sont établies au cas par cas. Ainsi, les Caisses Desjardins pourront offrir de payer les frais de notaire de même que les frais d'évaluation, mais cela dépendra de la situation particulière de chacun.<sup>83</sup> La personne qui nous a fourni cette information n'a pas spécifié si les frais que pourrait imposer à ses nouveaux clients l'institution concurrente pour le transfert de leur hypothèque pouvaient être pris en charge par la Caisse qui bénéficiait du transfert.

### Transfert de REER

En ce qui a trait au transfert de REER, la majorité des institutions financières mettent à la disposition de leurs clients des formulaires électroniques qui permettent des transferts simples et rapides vers leur succursale de montants immobilisés dans un REER détenu auprès d'une autre institution financière. Les services de transfert des institutions financières prendront aussi souvent en charge les versements automatiques vers un REER. Les institutions financières ne spécifient toutefois pas si elles offrent de payer les frais de transfert de REER que pourrait exiger l'institution d'origine ou encore si elles offrent des primes de quelque nature aux gens qui souhaiteraient faire transférer chez elles leur REER.

### Programmes offerts à l'étranger

Ailleurs dans le monde, d'autres outils ont été développés afin de faciliter pour les consommateurs les changements d'institution financière.

En **Grande-Bretagne** par exemple, le code de la *British Bankers' Association* prévoit à l'article 7.2 du chapitre 7 :

*«If you decide to move your current account to another financial institution, we will give them information on your standing orders and direct debits within three working days of receiving their request to do this. Also, we will close or move your current account, without charge, when you ask us to do so»<sup>84</sup>.*

---

<sup>81</sup> Banque Laurentienne. Hypothèque Complicité et propriété. [En ligne] <http://www.banquelaurentienne.ca/complicite/proprietaire.htm> (Consulté le 21 mars 2007).

<sup>82</sup> Service à la clientèle (1-866-568-2190). ING Direct, communication téléphonique avec un employé, 23 mars 2007.

<sup>83</sup> *Op. Cit.*, 72.

<sup>84</sup> British Bankers' Association. Banking Code, Londres, 3 janvier 2005. [En ligne] <http://www.bba.org.uk/bba/jsp/polopoly.jsp?d=347&a=5299> (Consulté le 10 janvier 2006).

Ainsi, en Grande-Bretagne, les barrières au changement d'institution financière ont été substantiellement réduites :

*« [...] en Grande-Bretagne, lorsqu'un client ferme son compte chèque, c'est la banque quittée qui aide ou assure le suivi des chèques en cours, des prélèvements, etc. et leur transfert vers la banque d'accueil, à la différence de la France où ces opérations sont laissées aux bons soins du client partant. Il va de soi que, dans ces deux cas, acquitter une charge de fermeture du compte n'a pas le même sens : dans le cas britannique, il s'agit de l'achat contractuel de services de départ, ce qui rend complètement clair le coût de la gestion du départ. »<sup>85</sup>*

En **France**, différentes mesures ont aussi été mises en place afin de faciliter le changement d'institution financière. La loi Murcef du 11 décembre 2001 exige de tout établissement de crédit qu'il remette à tout nouveau client une convention écrite où doivent être indiquées les conditions générales et tarifaires d'ouverture, de fonctionnement et de clôture du compte de dépôt. Tout projet de l'institution financière de modifier le tarif de quelconque produit ou service faisant l'objet de la convention doit être communiqué par écrit au client trois mois avant l'entrée en vigueur des nouveaux tarifs. Si le client ne conteste pas dans un délai de deux mois suivant cet avis de l'application des nouveaux tarifs, son acceptation des nouvelles modalités sera présumée. En cas de modification substantielle, le client pourra clôturer ou transférer son compte sans aucuns frais. En cas de litige, le caractère substantiel ou non de la modification sera apprécié au cas par cas par un juge.<sup>86</sup>

D'autres dispositions à l'égard des transferts d'institution financière sont également en vigueur en France. De nouvelles dispositions ont été présentées dans le cadre du Comité Consultatif du secteur financier auquel ont participé des associations de consommateurs. Elles sont entrées en vigueur en janvier 2005. Ces dispositions font en sorte que :

*« Depuis le 1er janvier 2005, la clôture du compte est gratuite (comptes à vue et comptes sur livret).*

*Depuis le 1er mars 2005, tous les tarifs sont facilement accessibles sur Internet et en agence, un guide de la mobilité est disponible gratuitement dans les banques ou téléchargeable [...]. En outre, un client qui souhaite changer de banque peut obtenir pour un prix modéré la liste des opérations automatiques et récurrentes exécutées sur le compte qui va être clôturé.*

*Un lexique d'une centaine de termes concernant les opérations bancaires courantes a été élaboré ; les banques utilisent ces termes dans leurs offres commerciales, ce qui permet aux clients de comparer plus facilement.*

*Enfin depuis le début 2006, un pictogramme permet d'identifier facilement les frais sur les relevés de compte. »<sup>87</sup>*

Il existe également en France une compagnie qui s'occupe de faciliter les changements d'institution financière. Cette compagnie, ISILIS, a été créée en 2004 par des investisseurs privés. Il s'agit d'une société de services spécialisée dans la gestion de prestations pour le monde bancaire. Parmi les services offerts par la société : la prise en charge du changement de domiciliation bancaire. Le service offert par ISILIS propose aux clients d'une institution

<sup>85</sup> *Op. Cit.*, 21.

<sup>86</sup> Lamoussière-Pouvreau, Corinne, Murielle Limare-Denouette et Emmanuel Masset-Denèvre « Les obstacles au changement d'établissement bancaire », *INC Hebdo*, n° 1262, 30 juin – 6 juillet 2003.

<sup>87</sup> Charles-Leloup, Marie. « Le changement de banque facilité depuis 2005 », 18 juillet 2006. [En ligne] [http://www.dso-news.info/Le-changement-de-banque-facilite-depuis-2005\\_a774.html](http://www.dso-news.info/Le-changement-de-banque-facilite-depuis-2005_a774.html) (Consulté le 10 janvier 2007).

## Les barrières au changement d'institution financière

financière de simplifier pour eux les démarches de changement d'institution financière. Pour profiter du service, le client mandate sa banque pour qu'elle effectue les transferts. La banque demandera, elle, à ISILIS d'opérer en son nom et pour son compte les démarches de changement d'institution financière. ISILIS prendra alors en charge les changements à effectuer pour le client et les informations à fournir aux organismes débiteurs etc.<sup>88</sup>

Une autre compagnie, Experian, offre des services similaires, en France notamment. Encore là, il s'agit d'un service offert aux institutions financières pour prendre en charge le transfert de domiciliation bancaire de clients vers elles. Si un client souhaite changer d'institution financière, Experian pourra, pour le compte de la nouvelle institution financière qui accueille le client, avertir l'ensemble des organismes, débiteurs ou créanciers, qui interagissaient avec l'ancienne institution du client. Le client se voit ainsi déchargé de démarches longues et parfois laborieuses et se voit assuré qu'aucun organisme ne sera oublié. Le service permet aux établissements financiers de se décharger de plusieurs démarches et d'offrir un service différencié des autres établissements. Le service permet aux institutions financières de se reposer sur un tiers pour l'intégralité des démarches à effectuer.<sup>89</sup>

Aux **Pays-Bas**, il existe un système de compensation (*Interpay*) qui joue un rôle prépondérant dans la transmission des informations requises de l'ancien au nouveau compte lors d'un transfert d'institution financière. Avec ce système, un tiers assure la gestion des questions administratives liées aux mouvements d'un compte.<sup>90</sup>

---

<sup>88</sup> ISILIS. Site de l'entreprise, Levallois-Perret, France. [En ligne] [http://www.isilis.fr/ISILIS/Isilis/Public/goTo.do?PAGE=page\\_accueil](http://www.isilis.fr/ISILIS/Isilis/Public/goTo.do?PAGE=page_accueil) (Consulté le 26 mars 2007).

<sup>89</sup> Experian, «*Proposez le changement de domiciliation à vos nouveaux clients...*», *Vision*, No. 17, Paris, Hiver 2004-2005, 3 p. [En ligne]. [http://www.experian.fr/base\\_documentaire/newsletter/changement\\_domiciliation\\_bancaire\\_extrait\\_vision\\_hiver0405.pdf](http://www.experian.fr/base_documentaire/newsletter/changement_domiciliation_bancaire_extrait_vision_hiver0405.pdf) (Consulté le 26 mars 2007).

<sup>90</sup> UFC-Que Choisir. *La mobilité bancaire*. Paris, France. [En ligne] <http://www.industrie.gouv.fr/biblioth/docu/dossiers/sec/pdf/annexe12.pdf> (Consulté le 10 janvier 2007).

### 3 OUTILS ET SERVICES OFFERTS EN VUE DE FACILITER LE CHOIX OU LE CHANGEMENT D'INSTITUTION FINANCIÈRE

---

Si le forfait bancaire qu'il possède ne correspond plus aux besoins d'un consommateur, qu'il n'est plus satisfait des services que lui offre son institution financière, qu'il pense pouvoir bénéficier de meilleurs taux ailleurs ou pour toutes autres raisons, ce consommateur devrait, avant de transférer ses produits financiers, procéder à certaines vérifications.

Ainsi, le consommateur serait bien avisé, afin d'avoir un aperçu des frais que facturent les différentes institutions financières pour la plupart des opérations courantes, d'aller visiter le site de l'Agence de la consommation en matière financière du Canada, qui offre l'accès à un outil interactif qui permet au consommateur de connaître, selon ses habitudes, les meilleurs forfaits que pourraient offrir les institutions financières. Cet outil est disponible sur le site de l'Agence<sup>91</sup> À partir de ces indications, le consommateur pourra visiter le site Internet de l'institution dont les forfaits semblent correspondre le mieux à ses attentes afin de vérifier si cette institution offre un service de transfert qui pourrait l'assister dans un éventuel changement d'institution financière. Il faut toutefois savoir qu'il faut s'armer de patience pour trouver toutes les informations pertinentes au transfert ; l'emplacement de ces informations est rarement clairement indiqué sur les sites des institutions financières et cela, quand elles sont présentes.

Pour qui préfèrent avoir recours aux services d'une institution financière directement en succursale, l'Agence de la consommation en matière financière du Canada, à défaut de fournir une liste des succursales existantes, répertorie les avis de fermetures de succursale à travers le Canada, fermetures qui posent dans les faits un frein au choix d'institution des consommateurs et qui peuvent forcer pour certains un changement d'institution, avec les frais que cela entraîne si le client préfère changer de banque plutôt que de rester auprès de la même institution mais dans une autre succursale. Une liste des avis de fermeture est disponible sur le site de l'Agence.<sup>92</sup> L'Agence fournit aussi une liste de conseils en cas de fermeture de succursale. Ces conseils sont disponibles sur le site de l'Agence.<sup>93</sup>

Pour ceux dont le choix d'une institution financière tient à la quantité et la proximité des guichets automatiques, il est utile de savoir que la plupart des institutions financières offrent sur leur site Internet des outils qui permettent, à l'aide d'un code postal, de localiser les guichets automatiques les plus proches de son domicile, de son travail, etc.

Pour ceux qui préfèrent avoir recours aux services offerts via Internet par les institutions financières, il est possible de se référer au site de la société Gomez<sup>94</sup> qui offre une évaluation

---

<sup>91</sup> Agence de la consommation en matière financière du Canada. *Pour les consommateurs Outils interactifs : Guide du coût des services bancaires*, Ottawa. [En ligne] <http://www.fcac-acfc.gc.ca/fra/consommateurs/Outils/CsB/default.asp> (Consulté le 30 avril 2007).

<sup>92</sup> Agence de la consommation en matière financière du Canada. *Pour les consommateurs Outils interactifs : Fermeture de succursales bancaires*, Ottawa. [En ligne] [http://www.fcac-acfc.gc.ca/fra/consommateurs/BancAssurance/FermetureSuccursales/Branchclosures\\_f.asp](http://www.fcac-acfc.gc.ca/fra/consommateurs/BancAssurance/FermetureSuccursales/Branchclosures_f.asp) (Consulté le 11 mai 2007).

<sup>93</sup> Agence de la consommation en matière financière du Canada. *Conseils pour faire face à une fermeture de succursale*, Ottawa, 24 avril 2007. [En ligne] <http://www.fcac-acfc.gc.ca/fra/publications/fichesconseils/FCFermeSucc-fra.asp?pm=1> (Consulté le 9 mai 2007).

<sup>94</sup> Voir à cet effet, le site de la société Gomez [En ligne] <http://www.gomez.com> (Consulté le 9 mai 2007).

## Les barrières au changement d'institution financière

de la qualité des services électroniques en ligne offerts via les sites Internet des différentes institutions financières.

En ce qui concerne le transfert des prêts hypothécaire, l'Agence de la consommation en matière financière du Canada rappelle aux consommateurs certains éléments sur lesquels il importe de s'informer avant d'entreprendre un tel transfert. D'abord, il faut savoir qu'une pénalité peut être imposée lors d'un changement d'institution financière. Le paiement de frais pour la quittance de l'ancienne hypothèque ainsi que pour l'enregistrement de la nouvelle hypothèque peut aussi être exigé, de même que celui d'autres frais d'administration. Certaines institutions financières pourront accepter, à la demande du consommateur, de payer une partie ou la totalité de ces frais, réduisant d'autant le coût du transfert<sup>95</sup>.

Enfin, la revue *Affaire Plus* propose six conseils à ceux qui envisagent le transfert de leur prêt hypothécaire, comptes ou divers autres produits financiers vers une autre institution financière. Avant de procéder au transfert, *Affaire Plus* suggère de :

- « Vérifiez votre dossier de crédit quelque mois avant de commencer vos recherches. S'il y a des erreurs, vous pourriez alors les corriger avant qu'il ne soit trop tard. De plus, cela vous donnera une idée de votre "potentiel" comme client.
- Concentrez vos rencontres sur deux semaines. Plus il y a d'enquêtes de crédit, plus votre cote de crédit est entachée. Par contre, toutes les demandes traitées sur une période de 14 jours sont considérées comme une seule demande.
- Consultez les sites Internet avant de vous présenter. Vous pourrez alors mieux préparer vos questions.
- Calculez le nombre de transactions que vous effectuez par mois : achats par carte de débit, retraits au guichet de votre institution, retraits au guichet d'une autre institution, chèques, etc. Vous aurez alors une idée de vos habitudes bancaires et du compte qui vous convient.
- Vérifiez le montant de la pénalité si vous transférez votre prêt hypothécaire avant échéance. Vos attentes seront alors claires lors de vos négociations.
- Posez toutes les questions qui vous tracassent »<sup>96</sup>

Les outils et services présentés précédemment seront utiles au consommateur qui souhaiterait transférer ses produits financiers d'un établissement à un autre. Il reviendra toutefois au consommateur de s'assurer, avant d'effectuer un tel transfert, que les coûts qui y sont associés sont moindres que les économies ou avantages qu'il compte tirer du transfert.

---

<sup>95</sup> Agence de la consommation en matière financière du Canada. *L'ABC des prêts hypothécaires*. [En ligne] [http://www.fcac-acfc.gc.ca/fra/publications/hypothecaires/PenaltyCharges\\_f.asp](http://www.fcac-acfc.gc.ca/fra/publications/hypothecaires/PenaltyCharges_f.asp) (Consulté le 17 janvier 2007).

<sup>96</sup> Labrèche, Stéphane, « D'une banque... à l'autre », *Affaires Plus*, Vol: 27 No: 1, Janvier 2004, p. 22.

### CONCLUSIONS

---

Cette recherche visait à inventorier, évaluer et comparer les différentes barrières au changement d'institution financière.

Les Canadiens souhaitent changer d'institution financière pour des raisons aussi variées que la recherche d'un meilleur service, d'une succursale mieux située, de frais bancaires moins élevés, de taux d'intérêt plus avantageux sur les prêts et les hypothèques, etc. Après analyse des différents types de barrières, il appert qu'elles sont nombreuses et qu'elles restreignent effectivement les changements d'institution financière, favorisant l'inertie des consommateurs dans le secteur bancaire.

Ces barrières au changement de fournisseur fragilisent, à long terme, la concurrence, en limitant l'entrée chez un nouveau fournisseur et en favorisant les stratégies de monopolisation et de captation des consommateurs. Les barrières qui se posent au changement d'institution financière sont de natures diverses : économiques, psychologiques ou pratiques. Si certaines sont impossibles à quantifier, celles qu'il est possible de chiffrer illustrent bien le coût élevé d'un transfert d'institution financière.

Peu d'auteurs canadiens s'étant penchés sur la question, la majorité de nos sources documentaires sont étrangères, principalement françaises. Si les situations factuelles peuvent être différentes au Canada, les éléments théoriques restent constants.

Les contraintes tarifaires imposées par les institutions financières soulèvent plusieurs critiques quand à leur justification réelle et à leur effet sur la concurrence.

*«Les banques ont mis en place un ensemble de contraintes tarifaires pénalisant l'utilisateur qui quitte son établissement pour un autre. Ces frais ne se justifient pas économiquement, sauf pour couvrir les éventuels coûts de traitement de l'opération. Mais, compte tenu de leur niveau excessif et de leur disparité, on est conduit à penser qu'ils n'ont d'autre but que de freiner la mobilité bancaire.»*

*Or, si le consommateur bénéficie du droit de clôturer son compte quand il le souhaite, il a également le droit de profiter de la concurrence entre banques. Et ce dernier ne peut s'exercer pleinement que si aucun élément dissuasif n'interfère l'arbitrage en faveur du meilleur rapport service/prix.»<sup>97</sup>*

Il faut reconnaître que le fait pour un consommateur de changer de fournisseur de service lui demandera nécessairement un certain temps et une certaine adaptation. De même, la fermeture d'un compte exigera toujours un minimum d'opérations pour une institution financière. Or, plusieurs des coûts liés au transfert d'institution financière apparaissent élevés et sont susceptibles de freiner le libre choix des consommateurs d'opter pour une nouvelle institution avec laquelle ils désiraient faire affaire. Il reste toutefois difficile d'établir où se situe la

---

<sup>97</sup> Lamoussière-Pouvreau, Corinne, Murielle Limare-Denouette et Emmanuel Masset-Denève. « Les obstacles au changement d'établissement bancaire », INC Hebdo, No. 1262, Paris, 30 juin – 6 juillet 2003, p. 5. [En ligne] <http://www.industrie.gouv.fr/biblioth/docu/dossiers/sec/pdf/annexe9.pdf> (Consulté le 17 janvier 2007).

frontière entre les coûts dits « normaux » et les coûts que les consommateurs pourraient juger excessifs ou qui semblent tels s'ils ne sont pas justifiés économiquement. .

*« La frontière entre coûts de sortie normaux et excessifs peut être, finalement, définie par le jeu de la concurrence : les coûts de sortie normaux sont ceux que la concurrence n'est pas susceptible de réduire, alors que les coûts excessifs sont ceux qui diminueraient s'ils étaient soumis à la pression concurrentielle. »<sup>98</sup>*

À l'heure actuelle, aucune législation ou réglementation ne sont prévues afin de diminuer le nombre ou l'ampleur des barrières au changement d'institution financière ou de forcer les institutions à le faire. Il n'existe pour l'instant que des outils qui permettent aux consommateurs de comparer certaines des offres des différentes institutions financières, outils qui peuvent faciliter le choix d'une institution financière ou le désir d'en changer. Une fois que le nouveau choix aura été fait par le consommateur, il sera confronté aux conditions et aux contraintes tarifaires que lui imposeront les institutions qui tentent d'empêcher la migration de leur clientèle chez un compétiteur. En vue de mieux protéger le consommateur et d'assurer une saine concurrence dans ce marché, les gouvernements pourraient être justifiés de réglementer pour contrôler les frais de sortie.

*« Si la demande présente une inertie conditionnée par la présence de coûts de sortie, il est possible de restaurer la concurrence en mettant en œuvre des politiques visant à stimuler sa mobilité. Dans le secteur bancaire, un premier pas peut être rapidement fait si certaines clauses contractuelles - telles que les frais de clôture ou de domiciliation des revenus lors de l'octroi de crédit immobilier - sont régulées ou bien interdites.»<sup>99</sup>*

Notre recherche nous a permis de constater que, si plusieurs outils et services sont mis à la disposition des consommateurs par les institutions financières qui convoitent leur clientèle afin de faciliter le transfert, les frais imposés par l'institution qu'il désire quitter resteront, dans presque tous les cas, à la charge du consommateur. C'est à ce dernier qu'il reviendra d'évaluer si les économies qu'il compte réaliser ou les avantages qu'il compte obtenir d'un transfert lui seront réellement profitables au regard des coûts qu'il aura à assumer. Dans tous les cas : l'économie que le consommateur compte réaliser en changeant d'institution financière doit être supérieure au coût du transfert.

Toutefois, s'il est possible de chiffrer certaines barrières, soit celles qui sont liées aux frais imposés par les institutions, d'autres sont impossibles à quantifier. Moins évidentes, certains auteurs suggèrent que ces barrières pourraient avoir un effet encore plus important sur l'inertie des consommateurs que les frais de sortie proprement dits. C'est le cas des frais de recherche, qui devront être assumés par le consommateur, qu'il décide de changer d'institution ou pas. L'importance de ces frais est fonction de la disponibilité et de la clarté de l'information mise à la disposition du consommateur. C'est pourquoi certains auteurs suggèrent que c'est par le biais de l'encadrement de l'information, notamment, que devraient être envisagées les politiques visant à réduire les barrières au changement d'institution financière :

*«Possible measures to reduce switching costs which are suggested in the Report include: switching regulations which require banks to observe certain procedures and deadlines when transferring a customer's account details to a new bank; providing transparent comparable information ex ante on prices of banking products;*

<sup>98</sup> Op. Cit. 21.

<sup>99</sup> Op. Cit. 20, pp. 9-10.

*disclosing prices and charges applied ex post by banks for particular products, and; increasing the financial awareness and product knowledge of customers in general.»<sup>100</sup>*

Aussi:

*«With all else equal, it would appear that rather than reducing transaction costs or regulating contract termination fees and excessive contract cancellation periods, policy may be better targeted at improving consumers' access to easily understood, verifiable, price and product information. »<sup>101</sup>*

Comme le soulignait l'association française UFC-Que choisir dans une lettre adressée l'an dernier au ministre de l'économie : *«Quitter sa banque demeure un parcours du combattant, long, complexe et donc excessivement coûteux !»<sup>102</sup>*

La situation au Canada semble, il faut l'avouer, moins inquiétante, étant donné les divers outils qui ont été mis en place en vue de permettre aux consommateurs de connaître certains des frais et forfaits de différentes institutions financières. Il n'en demeure pas moins qu'un changement d'institution financière pourra entraîner pour le consommateur des frais qui pourront être importants, certains ne pouvant être évalués et certains autres étant la conséquence d'un manque d'information. Si le secteur des produits financiers est, en théorie, un marché concurrentiel, il serait quand même bon pour les gouvernements d'intervenir pour s'assurer que les consommateurs soient en mesure de profiter vraiment de la concurrence et qu'ils soient libres de changer de fournisseur sans que soient mises sur son chemin des barrières exorbitantes ou injustifiées.

---

<sup>100</sup> A & L Goodbody. Highlights of the European Commission's Final Report on Retail Banking - 27 March 2007. [En ligne] <http://www.algoodbody.ie/news/load.asp?file=PUB:1280> (Consulté le 11 mai 2007).

<sup>101</sup> *Op. Cit.* 51, pp. 17-18.

<sup>102</sup> Institut national de la consommation. *Changer de banque coûte trop cher, rappelle l'UFC-Que choisir* [En ligne] [http://www.conso.net/page/bases.2\\_actualites.1\\_une\\_inc\\_hebdo.1\\_infos\\_des\\_semaines\\_precedentes./item-itm\\_ccc\\_admin\\_20060707151542\\_151542\\_Changerdebanquecotetropch.txt](http://www.conso.net/page/bases.2_actualites.1_une_inc_hebdo.1_infos_des_semaines_precedentes./item-itm_ccc_admin_20060707151542_151542_Changerdebanquecotetropch.txt) (Consulté le 11 mai 2007).

## RECOMMANDATIONS

---

Attendu qu'il existe plusieurs raisons pour lesquelles un consommateur pourrait désirer changer d'institution financière;

Attendu que les pratiques des institutions financières, qui rendent les changements d'institution financière un peu plus compliqués qu'ils ne devraient l'être, ont pour effet d'*emprisonner* les consommateurs ;

Attendu que le marché bancaire canadien est un marché théoriquement reconnu comme étant concurrentiel;

Attendu que les lois de la concurrence exigent que les consommateurs puissent choisir librement l'institution avec laquelle ils désirent faire affaire et qu'ils soient libres de changer à leur gré d'institution financière;

Attendu que les barrières au changement de fournisseur fragilisent, à long terme, la concurrence;

Attendu que l'apparente complexité des démarches à entreprendre au moment du changement d'institution financière et la méconnaissance de l'ensemble de ces démarches peut amener les consommateurs à reculer devant leur souhait de changer d'institution financière;

Attendu que les coûts de sortie et les frais de recherche constituent des barrières au changement d'institution financière;

Attendu qu'il importe de réduire les obstacles qui se dressent devant le consommateur qui voudrait changer d'institution financière;

### **Sur le plan de la disponibilité des informations**

Attendu que les informations disponibles pour guider les consommateurs qui souhaiteraient changer d'institution financière sont insuffisantes ou difficilement repérables et qu'il peut par conséquent être difficile pour un consommateur de trouver toutes les informations pertinentes en vue d'un transfert d'institution financière;

Attendu que le consommateur qui désire changer d'institution financière ne pourra faire un choix éclairé que s'il dispose des informations pertinentes qui lui permettraient de comparer les offres des différentes institutions financières ;

Attendu que les institutions financières prévoient des frais qui peuvent être imposés aux clients qui changent d'institution financière (coûts de sortie);

Attendu que l'économie qu'un consommateur compte réaliser en changeant d'institution financière doit être supérieure au coût du transfert;

## Les barrières au changement d'institution financière

Attendu que le consommateur ne pourra effectuer ce calcul que s'il dispose de tous les renseignements pertinents quant aux coûts de sortie;

Attendu que l'importance des coûts de sortie qu'elle pourrait lui imposer s'il décide de changer d'institution financière pourrait avoir une influence dans le choix par le consommateur d'une nouvelle institution financière;

Attendu que l'ensemble des frais qui peuvent être exigés d'un client qui souhaite changer d'institution financière ou leur montant ne sont pas facilement repérables;

Attendu que le consommateur doit être au fait des démarches à entreprendre en cas de changement d'institution financière;

Attendu que les consommateurs qui envisagent de changer d'institutions financières doivent conjuguer avec des frais de recherche;

Attendu que l'importance des frais de recherche est fonction de la disponibilité et de la clarté de l'information mise à la disposition du consommateur;

Attendu que le fait pour un consommateur d'examiner les offres des concurrents et de changer de fournisseur de service lui demandera nécessairement un certain temps et une certaine adaptation;

Attendu que le gouvernement a mis en place certains outils qui visent à permettre aux consommateurs de comparer plus aisément les frais et les forfaits offerts par les différentes institutions financières;

- **L'Union des consommateurs recommande** que les gouvernements fédéral et provinciaux, dans le cadre de leurs compétences respectives, obligent les institutions financières à dévoiler à leurs nouveaux clients, en fonction des services choisis, l'ensemble des frais qui leur seraient imposés au moment de quitter l'établissement financier. L'obligation de divulgation des coûts de sortie devrait s'appliquer aussi pour tout nouveau service qui serait offert à leurs clients.
- **L'Union des consommateurs recommande** que soit élaborée et mis à la disposition des consommateurs un document explicatif pratique qui comprendrait une liste des étapes à suivre afin d'effectuer un changement d'établissement financier.
- **L'Union des consommateurs recommande** qu'un tel document soit élaboré conjointement par les institutions financières, l'Agence de la consommation en matière financière du Canada, l'Autorité des marchés financiers et les associations de consommateurs. L'Union des consommateurs recommande de plus que les organismes à but non lucratif qui seront appelés à participer à ces travaux bénéficient d'un financement suffisant pour leur permettre une participation adéquate aux processus d'élaboration.
- **L'Union des consommateurs recommande** que les gouvernements imposent aux institutions financières d'assurer une distribution et une diffusion très large de ce document d'information.

## Les barrières au changement d'institution financière

- **L'Union des consommateurs recommande** que les outils mis en place par l'Agence de la consommation en matière financière du Canada en vue de réduire les frais de recherche des consommateurs en ce qui a trait aux frais et forfaits des institutions financières soient maintenus et étendus afin d'inclure tous les frais pertinents et toutes les institutions financières canadiennes accessibles aux consommateurs.

### Sur le plan législatif

Attendu que les institutions financières ont mis en place un ensemble de contraintes tarifaires pénalisant l'usager qui quitte son établissement pour un autre;

Attendu que ces frais ne trouvent que difficilement leur justification économique par rapport au coût des services auxquels ils sont appliqués;

Attendu que l'existence de coûts de sortie dans un marché a pour effet de fidéliser la clientèle ;

Attendu que sur un marché mature, la fidélisation de la clientèle par le biais de coûts de sortie tend à supprimer la concurrence entre les différentes institutions et gêne la venue de nouveaux concurrents ;

Attendu qu'il est souhaitable de renforcer la concurrence en mettant en œuvre des politiques visant à stimuler la mobilité du consommateur ;

Attendu qu'il n'existe à l'heure actuelle aucune législation ou réglementation visant à diminuer le nombre ou l'ampleur des barrières au changement d'institution financière ;

- **L'Union des consommateurs recommande** que les gouvernements fédéral et provinciaux, dans le cadre de leurs compétences respectives, interviennent afin que les coûts de sortie imposés par les institutions financières lors d'un changement d'institution financière (coût de fermeture de compte, coût de transfert de REER, d'hypothèque, etc.) soient réglementés et que des coûts plafonds soient établis.
- **L'Union des consommateurs recommande** que le Bureau de la concurrence exerce une surveillance serrée du secteur des services financiers canadien afin d'assurer que les barrières au changement d'institution financière que représentent les coûts de sortie ne constituent pas d'obstacles à la concurrence.

## Les barrières au changement d'institution financière

Attendu que la recherche d'une succursale bancaire mieux située est l'une des principales raisons évoquées par les consommateurs pour opérer un changement d'institution financière;

Attendu que les fermetures de succursale peuvent, en réduisant le nombre de choix disponibles, réduire les possibilités de changement d'institution financière;

Attendu que les fermetures de succursales se sont multipliées et généralisées et qu'elles ne sont pas le fait d'une seule institution ;

Attendu que les milieux défavorisés sont plus spécifiquement touchés par les vagues de fermeture de succursales d'établissements financiers;

- **L'Union des consommateurs recommande** que l'Agence de la consommation en matière financière du Canada étudie la possibilité et la pertinence d'une intervention législative qui viserait à limiter la possibilité pour les établissements financiers de fermer une succursale et qu'elle établisse les critères et les conditions dans lesquelles pourraient s'imposer de telles interdictions.

## MÉDIAGRAPHIE

---

**Agence de la consommation en matière financière du Canada (ACFC).** Gouvernement du Canada, Ottawa, Ontario.

*Conseil pour faire face à une fermeture de succursale*, 24 avril 2007.

<http://www.fcac-acfc.gc.ca/fra/publications/fichesconseils/FCFermeSucc-fra.asp?pm=1>

*Pour les consommateurs Outils interactifs : Fermeture de succursales bancaires.*

<http://www.fcac->

[acfc.gc.ca/fra/consommateurs/BancAssurance/FermetureSuccursales/Branchclosures\\_f.asp](http://www.fcac-acfc.gc.ca/fra/consommateurs/BancAssurance/FermetureSuccursales/Branchclosures_f.asp)

*Outils interactifs : Guide du coût des services bancaires*

<http://www.fcac-acfc.gc.ca/fra/consommateurs/Outils/CsB/default.asp>

*L'ABC des prêts hypothécaires.*

[http://www.fcac.gc.ca/fra/publications/hypothecaires/PenaltyCharges\\_f.asp](http://www.fcac.gc.ca/fra/publications/hypothecaires/PenaltyCharges_f.asp)

**A&L Goodbody.** Highlights of the European Commission's Final Report on Retail Banking, Dublin, 27 March 2007.

<http://www.algoodbody.ie/news/load.asp?file=PUB:1280>

**ALLAIN, Marie-Laure et Jérôme POUYET.** *Un survol de la théorie économique sur les «switching costs»*, Laboratoire d'Économie Industrielle, France.

<http://www.industrie.gouv.fr/biblioth/docu/dossiers/sec/pdf/annexe3.pdf>

**Association des banquiers canadiens (ABC).** Toronto, Ontario, 2007.

*Tirez parti de vos frais de service.*

<http://www.cba.ca/fr/viewpub.asp?fl=6&sl=23&docid=41&pg=4> (Document en révision, 30 avril 2007)

*Un examen de plus près - le secteur bancaire canadien (2006) .*

<http://www.cba.ca/fr/viewPub.asp?fl=6&sl=23&docid=533&pg=4>

*Une hypothèque à votre mesure, 2007.*

<http://www.cba.ca/fr/viewpub.asp?fl=6&sl=23&docid=29&pg=18>

**Banque CIBC.** Canada,

*Foire aux questions.*

<http://159.231.80.200/ca/mortgages/faq-fr.html>

*Trousse de transfert.*

<http://www.cibc.com/ca/chequing-savings/article-tools/switch-kit-fr.html>

*Sommaire des frais comptes bancaires personnels*

<http://www.cibc.com/ca/chequing-savings/article-tools/prsnl-bnk-accts-fee-summ-fr.html>

**Banque Laurentienne.** Canada,

*Hypothèque Complicité et propriété*, 2001.

<http://www.banquelaurentienne.ca/complicite/proprietaire.htm>

*Transfert Simplifié Tapis Rouge*, 2006.

[https://www.banquelaurentienne.ca/fr/particuliers/mon\\_argent/transfert\\_simplifie\\_tapis\\_rouge.html](https://www.banquelaurentienne.ca/fr/particuliers/mon_argent/transfert_simplifie_tapis_rouge.html)

### **Banque de Montréal.** Canada

[http://www4.bmo.com/particuliers/0,2273,35702\\_37120,00.html](http://www4.bmo.com/particuliers/0,2273,35702_37120,00.html)

*CompteAide.*

[http://www4.bmo.com/particuliers/0,4344,35702\\_6344517,00.html](http://www4.bmo.com/particuliers/0,4344,35702_6344517,00.html)

*Programme de récompense AIR MILES.*

[http://www4.bmo.com/particuliers/0,2273,35702\\_37165,00.html](http://www4.bmo.com/particuliers/0,2273,35702_37165,00.html)

### **Banque Nationale.** Canada.

*Autres frais, 2001, 5 pages.*

<http://www.bnc.ca/bnc/files/bncpdf/fr/2/AutresFrais.pdf>

### **Banque Royale.** Canada.

*Services additionnels, 1 mai 2007.*

<http://www.rbcbanqueroyale.com/produits/servicesdedepot/additional-services.html>

*Transfert à RBC, 17 octobre 2006.*

<http://www.rbcbanqueroyale.com/RBC:RYrh-o71A8YAAHg0d24/produits/servicesdedepot/transfer-to-rbc.html>

*Transférer votre hypothèque à RBC, 13 mars 2006.*

[http://www.rbcbanqueroyale.com/RBC:RPWjn471A8YAAJ9KHdY/produits/hypotheques/transfer\\_to\\_rbc\\_today.html](http://www.rbcbanqueroyale.com/RBC:RPWjn471A8YAAJ9KHdY/produits/hypotheques/transfer_to_rbc_today.html)

### **Banque Scotia.** Canada.

[http://www.scotiabank.com/cda/eventdetail/0,1005,LIDfr\\_SID3045,00.html#](http://www.scotiabank.com/cda/eventdetail/0,1005,LIDfr_SID3045,00.html#)

*Transfert simplifié Scotia.*

[http://www.scotiabank.com/cda/eventdetail/0,1005,LIDfr\\_SID3045,00.html#](http://www.scotiabank.com/cda/eventdetail/0,1005,LIDfr_SID3045,00.html#)

### **British Bankers' Association.** *Banking Code*, Londres, 3 janvier 2005.

<http://www.bba.org.uk/bba/jsp/polopoly.jsp?d=347&a=5299>

### **Bureau de la consommation du Canada.**

*Frais bancaires : rapport annuel 2002*, Ottawa, ONTARIO, Canada, 18 mai 2006.

<http://strategis.ic.gc.ca/epic/internet/inoca-bc.nsf/fr/ca01769f.html>

*The cost of Banking Annual Report 2002*, Industrie Canada, Ottawa, Ontario, Canada, 2002, 25 pages.

[http://strategis.ic.gc.ca/epic/site/oca-bc.nsf/vwapj/OCA\\_ENG.pdf/\\$FILE/OCA\\_ENG.pdf](http://strategis.ic.gc.ca/epic/site/oca-bc.nsf/vwapj/OCA_ENG.pdf/$FILE/OCA_ENG.pdf)

### **Caisses Desjardins.** Canada.

*Frais d'utilisation des principaux services, 2007.*

[http://www.desjardins.com/fr/particuliers/produits\\_services/comptes\\_frais/frais\\_services.js](http://www.desjardins.com/fr/particuliers/produits_services/comptes_frais/frais_services.js)

*Barème de commission et de tarification générale.*

[http://www.disnat.com/fr/rates\\_fees/tarification\\_dc.pdf](http://www.disnat.com/fr/rates_fees/tarification_dc.pdf)

### **CAPGEMINI**, *World Retail Banking Report 2005*, États-Unis, 25 mars 2005.

<http://www.us.capgemini.com/DownloadLibrary/requestfile.asp?ID=460>

### **Carrefour immobilier Virtuel (C.I.V.) inc.**, *Comparaison entre les incitatifs financiers proposés par les institutions financières*, Montréal, Québec, Canada, 2000.

[http://lecarrefourimmobilier.com/texte.iphtml?id=40002#\\_Toc494169144](http://lecarrefourimmobilier.com/texte.iphtml?id=40002#_Toc494169144)

**Comité sénatorial permanent des banques et du commerce.** *Concurrence et intérêt public : les fusions de grandes banques au Canada*, 6<sup>e</sup> rapport, Gouvernement du Canada, Ottawa, décembre 2002.

<http://www.parl.gc.ca/37/2/parlbus/commbus/senate/Com-f/bank-F/rep-f/rep06dec02-f.htm>

**CHARLES-LELOUP, Marie.** *Le changement de banque facilité depuis 2005*, CFO-new.com, France, 18 juillet 2006.

[http://www.dso-news.info/Le-changement-de-banque-facilite-depuis-2005\\_a774.html](http://www.dso-news.info/Le-changement-de-banque-facilite-depuis-2005_a774.html)

**DALEY, Nathalie.**

Thèse : *Coûts de sortie et politique concurrentielle : le cas de la banque de détail en France*, Cerna, Centre d'économie industrielle, Ecole Nationale Supérieure des Mines de Paris, Paris, France, mai 2005, 10 pages.

<http://www.francetech.gouv.fr/biblioth/docu/dossiers/sec/pdf/annexe10.pdf>

*Coûts de sortie et politique concurrentielle : le cas de la banque de détail en France*, Microeconomix, L'analyse économique appliquée au droit, France, mars 2005, 13 pages.

<http://www.microeconomix.comthèse/>

[/index.php?option=com\\_docman&task=doc\\_download&gid=44&Itemid=Itemid=22](http://index.php?option=com_docman&task=doc_download&gid=44&Itemid=Itemid=22)

**DEFFAINS, Bruno et Jean-Daniel GUIGOU**, « Relation de clientèle et barrière à l'entrée dans l'industrie bancaire », *Revue d'Économie Politique*, no 3, Paris, France, 1997, 29 pages.

[http://www.univ-](http://www.univ-nancy2.fr/RECHERCHE/EcoDroit/DOWNLOAD/docdeffains/relations%20credit.pdf)

[nancy2.fr/RECHERCHE/EcoDroit/DOWNLOAD/docdeffains/relations%20credit.pdf](http://www.univ-nancy2.fr/RECHERCHE/EcoDroit/DOWNLOAD/docdeffains/relations%20credit.pdf)

**EnviroNics Research Group.** *Focus Canada – The Pulse of Canadian Public Opinion. Statistical Tables 200404*. Ottawa, 2005. Q. 54 g, p. 83.

**Experian**, «Proposez le changement de domiciliation à vos nouveaux clients...», *Vision*, ÉNo. 17, Paris, Hiver 2004-2005, 3 pages.

[http://www.experian.fr/base\\_documentaire/newsletter/changement\\_domiciliation\\_bancaire\\_extrait\\_vision\\_hiver0405.pdf](http://www.experian.fr/base_documentaire/newsletter/changement_domiciliation_bancaire_extrait_vision_hiver0405.pdf)

**Forum économique mondial**, *The Global Competitiveness Report 2005-2006*, Genève, Suisse, 2005.

**Gouvernement du Canada**, « Loi sur l'agence de la consommation en matière financière du Canada », *Gazette du Canada*, Vol. 136, No. 6, Ottawa, 13 mars 2002.

<http://canadagazette.gc.ca/partII/2002/20020313/html/sor101-f.html>

**Industrie Canada (IC)**, Gouvernement du Canada, Ottawa, Ontario.

*Industrie Canada publie son troisième rapport annuel sur les frais bancaires*, Ottawa, 20 février 2001.

<http://www.ic.gc.ca/cmb/welcomeic.nsf/d2ba51d479ae569a852564ca0064238a/85256779007b82f4852569f9004e2948!OpenDocument>

*Outils de calcul des frais bancaires*, Ottawa, 18 mai 2006.

<http://strategis.ic.gc.ca/epic/site/oca-bc.nsf/fr/ca00669f.html>

**ING Direct.** Toronto, Ontario, Canada.

*La carte ING Direct.*

<http://www.ingdirect.ca/fr/aboutus/bankingwithus/card/index.html>

*Formulaire de transfert des fonds d'un compte*, 1 page.

<http://www.ingdirect.ca/fr/pdf/boat.pdf>

**ISILIS.** Levallois-Perret, France.

[http://www.isilis.fr/ISILIS/Isilis/Public/goTo.do?PAGE=page\\_accueil](http://www.isilis.fr/ISILIS/Isilis/Public/goTo.do?PAGE=page_accueil)

**LABRÈCHE, Stéphane.** « D'une banque... à l'autre », *Affaires Plus*, Vol: 27 No: 1, Janvier 2004, p. 22.

**LAMOISSIÈRE-POUVREAU, Corinne, Murielle LIMARE-DENOUEFFE et Emmanuel MASSET-DENÈVRE.** « Les obstacles au changement d'établissement bancaire », *INC Hebdo* No 1262. Paris, France, 30 juin – 6 juillet 2003, 6 pages.

<http://www.industrie.gouv.fr/biblioth/docu/dossiers/sec/pdf/annexe9.pdf>

**Ministère des finances du Canada.** *Les Banques au Canada*, Gouvernement du Canada, Ottawa, Ontario, Canada, août 2002.

[http://www.fin.gc.ca/toctf/2002/bank\\_f.html](http://www.fin.gc.ca/toctf/2002/bank_f.html)

**NASSE, Philippe.** *Rapport sur les « coûts de sortie »*, Paris, 22 septembre 2005, 40 pages.

<http://www.industrie.gouv.fr/biblioth/docu/dossiers/sec/pdf/rapportnasse.pdf>

**Option consommateur.** Montréal, Québec, Canada.

*Les consommateurs et les services financiers au Canada : des progrès inégaux*, Mémoire présenté par Option consommateurs devant le Comité sénatorial permanent des banques et du commerce à Ottawa, 4 mai 2005, 19 pages.

<http://www.option->

[consommateurs.org/documents/principal/fr/File/memoires/services\\_financiers/mem\\_sen\\_at\\_serv\\_fi\\_050504.pdf](http://www.option-consommateurs.org/documents/principal/fr/File/memoires/services_financiers/mem_sen_at_serv_fi_050504.pdf)

*Les nouveaux réseaux de distribution bancaire : divergences entre clients et fournisseurs*, ST-AMANT, Jacques. juin 2000, 95 pages.

<http://www.option->

[consommateurs.org/.../principal/fr/File/memoires/services\\_financiers/mem\\_senat\\_serv\\_fi\\_050504.pdf](http://www.option-consommateurs.org/.../principal/fr/File/memoires/services_financiers/mem_senat_serv_fi_050504.pdf)

**Public Interest Advocacy Center (PIAC),** *Consumers and Financial Institutions : A Public Perspective on the Industry*, Ottawa, Ontario, Canada, été 2003, 100 pages.

[http://www.piac.ca/files/ekos\\_final\\_report.pdf](http://www.piac.ca/files/ekos_final_report.pdf)

**Statistique Canada.** « Comptes du bilan national », *Le Quotidien*, Ottawa, Ontario, Canada, 25 mars 2004.

<http://www.statcan.ca/Daily/Francais/040325/q040325a.htm>

**TD Canada Trust.** Canada.

*Frais liés aux comptes et à l'administration*, 2 février 2007.

<http://www.tdcanadatrust.com/francais/comptes/fees.jsp>

*I want to transfert my mortgage.*

<http://www.tdcanadatrust.com/mortgages/transfer.jsp>

*TransfertFacile.*

<http://www.tdcanadatrust.com/francais/comptes/easyswitch.jsp>

**UFC-Que Choisir.** Paris, France.

*La mobilité bancaire*, 8 p.

<http://www.industrie.gouv.fr/biblioth/docu/dossiers/sec/pdf/annexe12.pdf>

**WEILL, Laurent.** « Le rôle de la relation de clientèle comme barrière à l'entrée sur les marchés bancaires », *Revue économique*, Vol.53, No 2, mars 2002, p. 201-222.

**WILSON, Chris.** *Markets with Search and Switching Costs* (2006) unpublished. Disponible sur le site du Munich Personal RePEc (Research Papers in Economics) Archive, Munich University Library, Munich, Allemagne,

<http://mpa.ub.uni-muenchen.de/131>