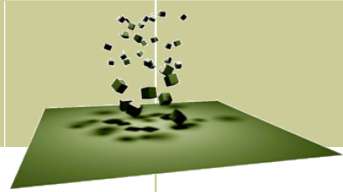


# Coûts de sortie et politique concurrentielle : le cas de la banque de détail en France

Nathalie Daley

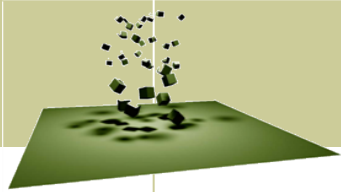
Décembre 2006

# Plan



- 1. Définition et composantes des coûts de sortie**
- 2. Stratégies des firmes en présence de coûts de sortie**
- 3. Identifier les coûts de sortie : méthodes non économétriques**
- 4. Identifier les coûts de sortie : méthodes économétriques**
- 5. Problèmes de mesure**
- 6. Méthodes de mesure directes**
- 7. Méthodes de mesure indirectes**

# 1. Industrie bancaire et concurrence



- **La banque, une industrie**

- Analyse à partir d'outils d'économie industrielle : firmes, marchés, concurrence

→ Mais, spécificités dues aux risque systémique

- **D'où**

- Arbitrage entre concurrence et stabilité
- Intensité concurrentielle appréhendée par l'offre

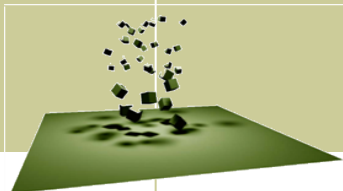
→ Approche prudentielle généralement favorisée

- **Demande sous étudiée**

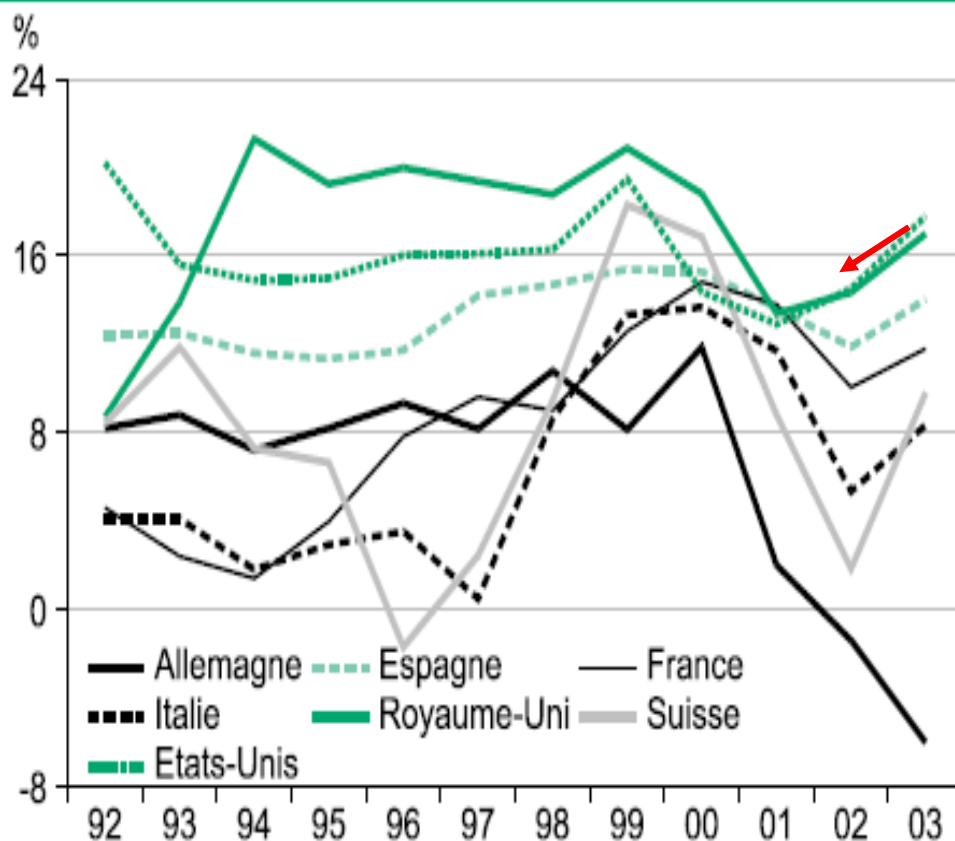
- Approche globale
- Peu d'analyses par marché
- Peu d'analyses micro-économiques de l'élasticité de la demande - prix

→ **Or, meilleure connaissance de la demande = meilleure compréhension de la concurrence**

# 1. Performances du secteur



## Rentabilité financière des grandes banques internationales

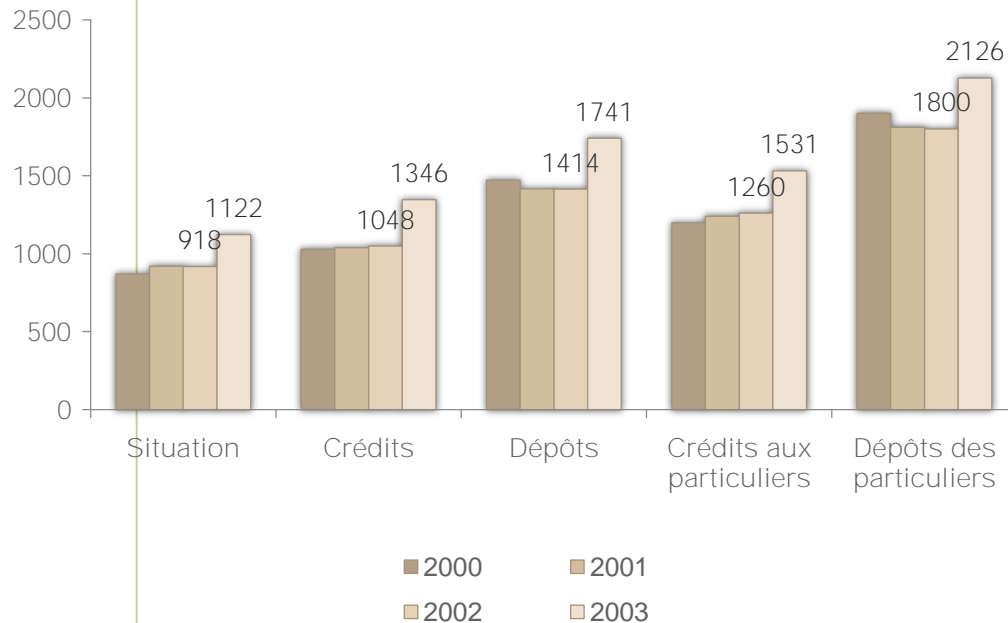
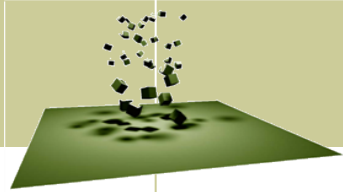


### ■ Rentabilité financière des banques françaises

- 12% pour l'ensemble des activités
- Progression de 8 points depuis 1992
- Banque de détail > 20%

Graphique 11 Sources : Commission bancaire, Bankscope, BNP Paribas

# 1. Concentration de l'offre

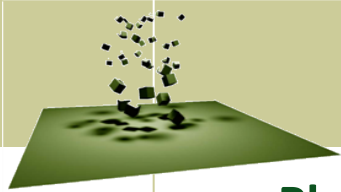


## ▪ Indice de Herfindhal-Hirschman

→  $\Sigma$  des parts de marché au carré

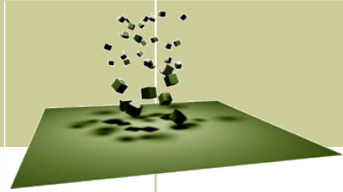
- 1000 < peu concentré
- 1000 < IHH < 1800 modérément concentré
- < 1800 très concentré
- $\Delta$  tolérée = 150

# 1. Du côté de la demande



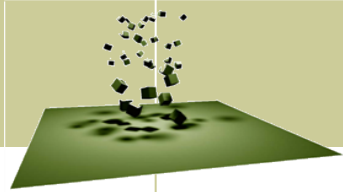
- **Plaintes des consommateurs**
  - Manque de transparence
  - Augmentations tarifaires
- **Taux d'insatisfaction : 44%** (Marketing magazine, 2002)
- **Taux de changement annuel : 4%** (Observatoire de l'opinion FBF, 2003)
  
- **Peut-on réguler l'intensité concurrentielle ?**
  - Intérêt d'une analyse de la demande
- **Étude de la viscosité de la demande de services bancaires**

## 2. Coûts de sortie



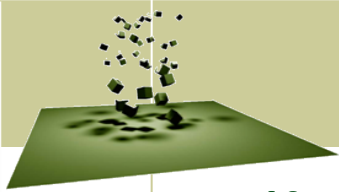
- **Définition**
    - Somme des coûts – réels ou psychologiques – supportés par un consommateur à l'occasion d'un changement de fournisseur
  - **Mécanisme économique**
    - Relation durable : micro-monopole local caractéristique des industries de réseau (téléphonie mobile)
    - Stratégie d'édification : coûts de sortie
  - **Composantes**
    - Coûts de recherche (d'offres concurrentes) et de transaction
    - Coûts d'apprentissage
    - Coûts d'incertitude
    - Coûts psychologiques
- **Comment réguler les micro-monopoles locaux ?**

# 3. Problèmes de mesure



- **Coûts de transaction aisément quantifiables**
  - **Certains coûts sont intangibles**
    - Coûts psychologiques
    - Idiosyncrasiques, ils dépendent du consommateur
  - **Inertie conditionnée par des facteurs hors prix**
  - **Comment quantifier la perte d'utilité individuelle ?**
- Des données détaillées sur le comportement des consommateurs sont nécessaires, mais font aujourd'hui défaut
- Recours à des méthodes heuristiques

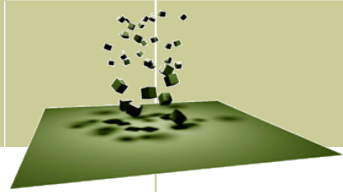
## 4. Modèle de Shy (2002)



- **Définition des variables**
  - N : nombre de comptes courants (variable de taille)
  - P : prix
  - S : coûts de sortie
  - l : banque ayant la plus petite taille exprimée en nombre de comptes courants
  - i : banque ayant la plus grande taille
  - $\Pi$  : profit
- **Profits de petite firme supérieurs lorsqu'elle exploite sa base de clients**

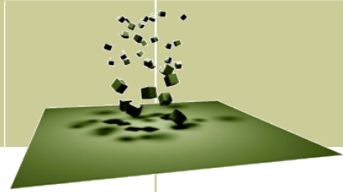
$$\Pi_l = p_l N_l \geq (p_i - S_i)(N_i + N_l)$$

# 4. Calculs



- **Construction d'une base de données :**
  - Échantillon : les 7 plus grandes banques françaises
  - Prix publics annoncés
  - Parts de marché sur compte courant
  
- **Définition d'un panier de services (pour la variable prix)**
  - Carte internationale à débit différé
  - Assurance
  - Virement permanent
  - Chèque de banque

## 5. Résultats



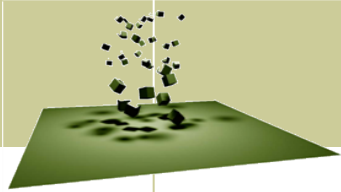
- **Coût de sortie moyen : 40€  $\approx$  50% du prix moyen**
- **Coûts de sortie hétérogènes selon les banques (56€ - 17,5€)**
- **Contribution moyenne de 4,6% au PNB  $\approx$  23% de la rentabilité moyenne**
- **Possibilité de les accroître**
  - Coûts de clôture du compte
  - Avantages différenciés par banque (ventes groupées)

### **Les coûts de sortie s'ajoutent aux effets des concentrations**

→ Quel rôle jouent-ils dans l'analyse concurrentielle ?

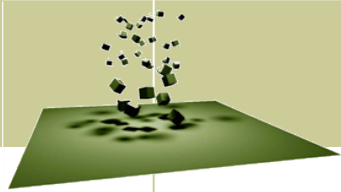
→ Sont-ils plus importants que la concentration elle-même ?

## 6. Fusion Crédit Agricole – Crédit Lyonnais



- **Analyse traditionnelle ne tient pas compte :**
  - Du degré de substituabilité entre les banques
  - Des caractéristiques de la demande
- **Simulation sur le marché du crédit à la consommation**
  - Demande élastique au prix
- **Pas d'effets anti-concurrentiels**
  - Demande suffisamment mobile
  - Produits à faibles coûts de sortie ne deviennent pas plus rentables après concentration
- **Effet dépend davantage de l'ampleur des coûts de sortie que du degré de concentration**

# 7. Recommandations



- **Stimulation de la mobilité de la demande**
  - Suppression des clauses contractuelles élevant les coûts de transaction
- **Baisse des coûts de transaction → baisse des coûts psychologiques**
  - Coûts de clôture
  - Clause de domiciliation des revenus
  - Accroissement de la transparence tarifaire
    - Uniformisation des plaquettes
- **Pallier le manque d'information statistique**
  - Enquêtes consommateurs
  - Développement de nouveaux indicateurs
    - Indice des prix, commissions ...