

## Moneyland décortique les offres bancaires

PAR YVES HULMANN

### Comparis a aussi élargi ses services

En étant indépendant, MoneyPark peut conseiller des choses «qu'aucune banque ne dira jamais à ses clients», se targue le fondateur du site financé par des fonds privés. Il cite le cas des apports de fonds propres. «Une banque dira au client d'apporter une part de 20%, comme c'est exigé par la réglementation, et d'emprunter le reste. Et cela même s'il a davantage de fonds propres. Nous, nous lui dirons parfois qu'un apport de 30% est plus approprié», illustre Stefan Heitmann.

Comment réagissent les banques face à cette nouvelle concurrence? C'est une relation ambiguë, juge-t-il. En effet, MoneyPark présente aussi des avantages pour la banque: «D'ordinaire, le client d'une banque réalisera 10 entretiens avec des clients potentiels et un seul aboutira. S'il vient par notre biais, il y a plus de chances que le contrat aboutisse. La banque obtient un nouveau client sans avoir de frais fixes. Et, de plus, les clients exigent eux-mêmes la plus grande transparence possible sur le marché hypothécaire.»

### Démystifier la complexité

Aussi basé à Zurich, Moneyland se concentre sur l'analyse des produits et tarifs bancaires. Pour Benjamin Manz, son fondateur, les clients sont souvent encore peu attentifs aux coûts. «Avec une banque, vous ne recevez pas de facture, à l'inverse des télécoms ou des caisses maladie», souligne-t-il. Pourtant, les différences de frais dépassent plusieurs centaines de francs par an pour un client standard. La tendance croissante à proposer des offres combinées ou «packages» ne fait qu'accentuer la difficulté de comparaison des coûts. En recourant à des algorithmes, Moneyland décortique ces offres complexes incluant jusqu'à plus d'une centaine de variables.

«Comparer les frais ne suffit plus», souligne-t-il. Il faut aussi tenir compte des bonus accordés aux clients ou des rabais obtenus. Outre le fondateur et son frère, trois autres personnes collaborent avec la société. Elle se finance par deux canaux: d'une part, la publicité et, d'autre part, un modèle de rémunération qui dépend du nombre de demandes qui affluent vers une banque via le site de comparaison en ligne. «Un client qui s'adresse à une banque après être passé par notre site représente aussi une économie de coûts. Car ce client est très intéressé à l'offre», explique Benjamin Manz. En revanche, Moneyland ne permet pas de conclure un contrat en ligne. «C'est une question d'indépendance. Nous ne sommes pas des conseillers financiers, ni des courtiers», résume-t-il.

Comparer devient plus difficile, estime aussi Comparis. «La comparabilité des offres est un défi permanent, car les fournisseurs vendent le caractère unique de leurs prestations. Le contraire de la transparence», observe Felix Schneuwly, porte-parole. Le site a étendu son offre de services en finance via deux marques séparées: HypoPlus, spécialisée dans les hypothèques, et Credaris, pour les petits crédits. Un signe que les clients ne négligent pas les coûts des services bancaires.