

*Résultats de l'étude menée par l'Echangeur by BNP Paribas Personal Finance*

## Les Français et leurs cartes, une relation qui dure

Paiement, crédit, programme de fidélité, ... jusqu'où iront les services portés par les cartes ? A l'heure du tout digital, ce rectangle de plastique loti dans le portefeuille des Français n'a jamais généré autant d'affection... C'est ce que déclarent les 10 500 foyers français interrogés dans cette étude. Levier d'un engagement mutuel entre les enseignes et leurs clients, plus la carte s'enrichie, plus elle génère de l'attachement. Programmes d'avantages, solutions de paiement, universalité d'utilisation, représentent le trio gagnant d'une proposition de service en prise avec le quotidien de chacun. Un dispositif amené à s'étoffer et aller au-devant des aspirations des Français pour leur plus grande satisfaction.

Rapport d'analyse sur le site [www.Echangeur.fr](http://www.Echangeur.fr)

*Pour toute reprise de chiffres, merci de citer : source Echangeur by BNP Paribas Personal Finance*

Pour anticiper le futur du commerce et de la relation client, l'Echangeur by BNP Paribas Personal Finance, étudie les dynamiques et arbitrages de consommation des foyers français. Tous les 2 ans depuis plus de 15 ans, l'Echangeur analyse les résultats d'une enquête barométrique exclusive explorant la relation des Français aux cartes (hors prépayé). Le terrain de la dernière vague, réalisé en janvier 2016 par voie postale par TNS Sofres, permet d'explorer les comportements de 10 500 foyers représentatifs de la population française et d'analyser les usages de près de 70 000 cartes.

### Les 3 enseignements clefs à retenir de cette étude

**185 millions de cartes sont dénombrées dans le portefeuille des Français, toutes prêtes à être utilisées en fonction des besoins de chacun. Ancrées dans le quotidien des Français, ces cartes permettent de satisfaire des attentes plurielles.**

Les 94% de foyers porteurs de cartes, en détiennent au moins 7 dans leur portefeuille. 85% détiennent au moins une carte financière émise par des banques ou des organismes financiers.

77% détiennent au moins une carte émise par un magasin.

Moins engageantes qu'une carte de paiement et de plus en plus indispensables pour accéder à des promotions au-delà des programmes de fidélité, les cartes de fidélité pure émises par les magasins (sans option paiement) sont détenues par 70% des foyers Français.

Ce sont elles qui représentent le volume majeur des cartes en circulation soit : 6,5 cartes en moyenne pour leurs détenteurs.

Plus riches en services mais contractuellement plus engageantes, les cartes de paiement émises par les magasins, sont détenues par 29% des foyers français.



**BNP PARIBAS**  
**PERSONAL FINANCE**



**12 millions de cartes de paiement émises par les magasins sont déclarées dans le portefeuille des Français. Ces cartes sont particulièrement appréciées pour la richesse des services proposés, notamment les facilités de paiement.**

Au sortir de la loi Hamon, mais aussi d'une érosion de certains secteurs émetteurs de cartes (notamment la VPC), le taux de détention de cartes de paiement de magasin par les foyers français, est passé de 36% en 2010, à 29% en 2016.

Les possesseurs actuels de cartes de paiement magasins sont encore plus attachés à elles : sur 100 cartes détenues, seules 5 ne seraient pas conservées longtemps.

83% de leurs porteurs sont d'ailleurs prêts à la recommander, versus 78% des détenteurs de cartes de fidélité pure.

Les cartes de paiement magasin sont en effet mieux notées que les cartes de fidélité pure par leurs détenteurs respectifs (8,2/10 vs 7,5/10). Un peu plus satisfaits de l'enseigne émettrice, les détenteurs de cartes de paiement magasin sont surtout plus satisfaits en raison des facilités de paiement proposées (service obtenant la note de 7,8 /10).

Que les facilités de paiement soient utilisées ou non, celles-ci bénéficient de scores de satisfaction nettement supérieurs aux avantages proposés par les programmes de fidélité (inférieurs à 7/10 sur la différente dimension d'un programme).

**Elles représentent une variable d'ajustement utilisée avec parcimonie mais potentiellement utiles, à l'heure où seules 15% des cartes de paiement magasin sont finalement actionnées pour des facilités de paiement dans l'année.**

**A mesure que les cartes s'enrichissent en services, elles enrichissent la relation entre les enseignes et leurs clients. Plus en prise avec les aspirations de leurs porteurs, les cartes encapsuleront les jalons d'un commerce beaucoup plus ouvert.**

La moitié des porteurs de cartes magasin se déclarent plus incités à aller dans l'enseigne émettrice. Ce score est en progression sur tous les types de cartes. Cela témoigne notamment d'un progrès de l'offre en faveur d'une fidélisation client.

Ce score est plus élevé pour les cartes paiement, et a fortiori pour celles qui offrent la possibilité de les utiliser ailleurs que dans le magasin émetteur.

En fait, cette proposition de service représente un atout notable, même si elle concerne un panel de cartes en circulation encore limité. L'universalité de paiement acquière en effet la note de 7,4/10 pour les cartes offrant cette possibilité. Cela situe ce service parmi les plus appréciés.

**Cette satisfaction des Français à l'égard d'un service dépassant l'environnement propre à l'enseigne, témoigne bien que l'avenir de la relation client passe par un accompagnement beaucoup plus large.** Une offre de service de plus en plus ouverte, pour le meilleur de l'expérience client et finalement de leur fidélité.

#### Contacts Presse

Valérie Baroux-Jourdain - 01 46 39 15 88 – [valerie.baroux-jourdain@bnpparibas-pf.com](mailto:valerie.baroux-jourdain@bnpparibas-pf.com)

Claude Martin-Franz – 01 46 39 97 93 – [claudemartinfranz@bnpparibas-pf.com](mailto:claudemartinfranz@bnpparibas-pf.com)

### A propos de l'Echangeur by BNP Paribas Personal Finance

L'Echangeur by BNP Paribas Personal Finance est un centre dédié à l'innovation pour le retail (technologique et servicielle) et à la connaissance client.

L'Echangeur by BNP Paribas Personal Finance représente une référence pour toutes les entreprises qui souhaitent innover en s'inspirant des meilleures pratiques de la distribution et des nouveaux usages consommateurs. Ses experts invitent à développer une vision best in class, grâce à une prise en compte collective et immersive de l'environnement dédié à la relation client. Leurs analyses s'appuient sur la consolidation de retours d'expériences, l'identification des bonnes pratiques ou encore le décryptage de tendances émergentes.

Depuis sa création, il y a près de 20 ans, l'Echangeur est incarné par un showroom dédié la prise en compte des nouveaux usages du commerce et de ses clients, ainsi qu'à la démonstration des dernières solutions technologiques qui vont impacter la distribution de demain. Ces solutions sont proposées par la communauté de startups partenaires de l'Echangeur. Des startups sélectionnées pour la pertinence et la pérennité de leurs innovations. Grâce à ce lieu situé au siège sociale de BNP Paribas Personal Finance, c'est l'immersion, la démonstration, le test qui est rendu possible aux acteurs du commerce afin de prendre les bonnes décisions et innover juste. Cet espace est un véritable laboratoire d'idéation qui favorise le partage et le lâcher-prise.

Les analyses et la newsletter de l'Echangeur sont disponibles sur le site [www.echangeur.fr](http://www.echangeur.fr)



@echangeur

### A propos de BNP Paribas Personal Finance

BNP Paribas Personal Finance est n°1 du financement aux particuliers en France et en Europe au travers de ses activités de crédit à la consommation, de location et de crédit immobilier. Filiale à 100 % du groupe BNP Paribas, BNP Paribas Personal Finance compte plus de 20 000 collaborateurs et opère dans une trentaine de pays.

Avec des marques comme Cetelem, Findomestic, Cofinoga ou encore AlphaCredit, l'entreprise propose une gamme complète de crédits aux particuliers disponibles en magasin, en concession automobile ou directement auprès des clients via ses centres de relation client et sur Internet. BNP Paribas Personal Finance a complété son offre avec des produits d'assurance et d'épargne pour ses clients en Allemagne, Bulgarie, France, Italie.

BNP Paribas Personal Finance a développé une stratégie active de partenariat avec les enseignes de distribution, les constructeurs et les distributeurs automobiles, les webmarchands, et d'autres institutions financières (banque et assurance), ainsi qu'avec de grands acteurs de l'énergie, fondée sur son expérience du marché du crédit et sa capacité à proposer des services intégrés adaptés à l'activité et la stratégie commerciale de ses partenaires. Il est aussi un acteur de référence en matière de crédit responsable® et d'éducation budgétaire.

Pour plus d'information :

[www.bnpparibas-pf.com](http://www.bnpparibas-pf.com) - [www.moncreditresponsable.com](http://www.moncreditresponsable.com) – [www.fondation.cetelem.com](http://www.fondation.cetelem.com)  
[www.jegermesfindemois.com](http://www.jegermesfindemois.com) - [www.touslesbudgets.com](http://www.touslesbudgets.com)



[@bnpp\\_pf](https://twitter.com/bnpp_pf)



**BNP PARIBAS**  
**PERSONAL FINANCE**

