



Fidélité récompensée, cashback, expériences exclusives : les nouvelles attentes des Français en matière de carte de paiement

Rueil-Malmaison, le 16 mars 2021 – À l’occasion du relancement de sa Carte Gold, American Express a souhaité faire le point sur les usages ainsi que sur les attentes des Français en matière de carte de paiement à travers une enquête conduite aux côtés de l’Institut YouGov.

- **Plus que jamais présente dans les habitudes de consommation, la carte de paiement est devenue le moyen de paiement le plus utilisé au quotidien pour 83 % des Français. Une tendance renforcée par la crise sanitaire où plus de la moitié de Français confient avoir déjà été encouragés à payer en carte plutôt qu’en espèces (52 %), notamment au sein de leurs commerces de proximité où 30 % déclarent avoir plus souvent recours au paiement par carte depuis le début de la crise.**
- **Au-delà d’un moyen de paiement, les services d’assurances et de garanties affiliés aux cartes se généralisent à l’instar de la protection des achats (50 %) et la garantie en cas d’annulation de voyage (37 %) qui sont les services les plus répandus et pour lesquels 94 % des Français se déclarent satisfaits lorsqu’ils y ont recours.**
- **Pour autant, en complément de ces services de référence, les Français formulent de nouvelles attentes et font de l’accès à certains avantages un véritable critère de choix : 51 % des Français déclarent que l’accès à un programme de fidélité qui leur permet de cumuler des points à chaque dépense pour bénéficier de réductions pourrait leur faire choisir une carte de paiement plutôt qu’une autre. De la même manière et encore plus fortement chez les moins de 35 ans, l’accès à des offres de cashback et à des expériences exclusives (gastronomie, culture, voyage...) constituent un critère de choix pour respectivement 43 % et 27 % des répondants.**
- **En parallèle de la formulation de ces nouvelles attentes, les Français confient mal connaître les avantages liés à leur carte de paiement, que ce soit par manque de temps pour en prendre connaissance (62 %) ou parce que leur conseiller ne leur a jamais présentés (39 %). Pour pallier cette méconnaissance, ils sont 75 % à souhaiter être davantage informés des services et avantages offerts par leur carte de paiement.**

Comme l’explique Jérôme Gueydan, Vice-Président Marketing d’American Express France, « *Les consommateurs aspirent aujourd’hui à une carte de paiement qui aille au-delà de la seule promesse du paiement sécurisé en toutes circonstances et des services de garanties et d’assurances traditionnels. La Carte Gold American Express® n’a cessé d’être enrichie au fil de l’évolution des usages pour continuer d’accompagner les moments de la vie, quotidiens comme exceptionnels. Ainsi, elle propose aujourd’hui un service sur mesure et des bénéfices concrets qui font la différence : une protection des achats de 90 jours au lieu de 24h ou 48h pour la plupart des cartes de la concurrence, un niveau d’assurance et d’assistance étendu à la famille, un service client disponible 24h/24 et 7j/7 qui accompagne les clients dans l’usage de leur carte, mais aussi de nombreux avantages personnalisés. Parmi ces avantages figurent notamment nos offres de cashback qui donnent accès à 15% de réduction minimum dans les principales grandes enseignes ainsi qu’auprès des commerçants de proximité, représentant un minimum de 10 offres par mois et une économie moyenne de 52€¹ par an ou encore notre programme de fidélité Membership Rewards® qui permet de cumuler des points lors de chaque dépense pour une cagnotte valorisée à 77 € d’économie en moyenne par an².* »

¹ Estimation d’économie moyenne réalisée en 2019 par un titulaire de Carte Gold American Express pour les particuliers ayant bénéficié d’au moins une offre de remboursement « Offre American Express » (à l’exception des offres de bonus de points ou des offres nécessitant un code promotionnel) disponible depuis son compte en ligne ou l’application American Express®.

² Valeur moyenne basée sur les points Membership Rewards® gagnés par les titulaires de la Carte Gold American Express.

UNE ACCÉLÉRATION DU RECOURS AUX CARTES DE PAIEMENT ET À LEURS SERVICES ASSOCIÉS DANS LE CONTEXTE DE LA CRISE SANITAIRE

Alors que la carte de paiement est pleinement ancrée dans les habitudes de consommation des Français avec 83 % qui déclarent privilégier ce moyen de paiement pour leurs dépenses du quotidien (contre 10 % pour les paiements en espèces et 6 % pour les paiements par téléphone mobile), la crise sanitaire et les mesures barrières qui en ont découlé semblent avoir accéléré cette tendance : **plus d'un Français sur deux (52 %) confient avoir été encouragés à payer en carte plutôt qu'en espèce au cours de l'année 2020. Une accélération qui s'observe notamment à l'étude des achats réalisés au sein des commerces de proximité où 30 % des Français déclarent avoir plus souvent recours au paiement par carte depuis le début de la crise sanitaire qu'auparavant.**

Au-delà d'un moyen de paiement, les services d'assurances et de garanties affiliés aux cartes se sont généralisés à l'instar de la protection des achats (50 %) et la garantie en cas d'annulation ou de modification de leurs voyages (37 %) qui sont parmi les services les plus répandus dont peuvent bénéficier les détenteurs de cartes. Ainsi, 58 % des répondants qui ont dû faire face à des situations comme la casse d'un objet qu'ils venaient d'acquérir ou l'annulation d'un billet d'avion ont pu bénéficier d'une solution proposée par leur carte de paiement. Une solution qu'ils ont jugée satisfaisante pour 94 % d'entre eux.

FIDÉLITÉ RÉCOMPENSÉE, CASHBACK, EXPÉRIENCES EXCLUSIVES : CES NOUVEAUX CRITÈRES DE CHOIX EN MATIÈRE DE CARTE DE PAIEMENT

En complément des services d'assurances et de garanties de référence, **les Français formulent de nouvelles attentes et font de l'accès à certains avantages un véritable critère de choix en matière de carte de paiement.** Ainsi, pour 51 % des répondants, l'accès à un programme de fidélité permettant de cumuler des points à chaque dépense et d'utiliser ces points pour profiter de réductions arrive en tête des critères qui pourrait leur faire choisir une carte de paiement plutôt qu'une autre.

De la même manière, pouvoir bénéficier de programmes de cashback qui permettent d'obtenir un pourcentage de remboursement pour chaque dépense réalisée, que ce soit dans de grandes enseignes physiques et en ligne ou auprès de commerçants de proximité constitue un critère de choix pour 39 % des répondants (un chiffre qui s'élève à 43 % pour les moins de 35 ans).

Enfin, l'accès à des expériences exclusives en matière de gastronomie, de culture ou encore de voyage émerge également en termes d'attentes avec 18 % des répondants qui en font un critère de choix de leur carte de paiement (un chiffre qui s'élève à 27 % chez les moins de 35 ans).

UNE VOLONTÉ DES FRANÇAIS D'ÊTRE MIEUX INFORMÉS SUR LES SERVICES ET AVANTAGES OFFERTS PAR LEUR CARTE DE PAIEMENT

De manière générale, les Français confient mal connaître les avantages liés à leur carte de paiement. En moyenne, ils notent leur niveau de connaissance à 5 sur 10. **À titre d'exemple, alors que de plus en plus d'acteurs bancaires proposent des services de cashback, plus d'un Français sur trois (34 %) n'a jamais entendu parler de cet avantage.**

Cette méconnaissance ne semble pas liée à un manque d'intérêt de leur part puisque seuls 17 % déclarent ne pas accorder d'importance à ces services et avantages. Ils confient en revanche à 62 % ne pas avoir pris le temps de lire attentivement leur contrat et à 39 % que leur conseiller ne leur a jamais présenté les différentes offres auxquelles ils peuvent avoir accès.

Afin de pallier cette méconnaissance, ils sont 75 % à souhaiter être davantage informés des services et avantages offerts par leur carte de paiement.

MÉTHODOLOGIE DE L'ENQUÊTE

Sondage réalisé du 22 au 25 janvier 2021 par l'Institut YouGov auprès d'un échantillon représentatif de la population française de 1009 personnes de 18 ans et plus.

A PROPOS D'AMERICAN EXPRESS

American Express est une société de paiement intégrée à l'échelle mondiale, qui offre à ses clients l'accès à des produits, des connaissances et des expériences qui enrichissent leur vie et contribuent à la réussite de leur entreprise. Pour en savoir plus, rendez-vous sur americanexpress.fr.

Pour en savoir plus sur la Carte Gold American Express®, rendez-vous sur americanexpress.fr/gold

CONTACT PRESSE - AGENCE BABEL

Sara Bonnet – 06 08 68 56 83 – sara.bonnet@agencebabel.com