

# Le mécanisme des cartes de fidélité, support d'un crédit renouvelable

## ➤ Il s'agit d'un crédit, ce qui implique :

- Un **crédit** : c'est de l'argent emprunté que l'on doit impérativement rembourser à un taux non négociable.
- Les **banques et les établissements financiers** sont des entreprises commerciales, elles font donc des bénéfices en lançant sur le marché de telles cartes. L'enseigne y trouve elle aussi son compte car ces cartes permettent de fidéliser les consommateurs.
- L'**argent** est un produit comme un autre, il a un coût (il se vend et s'achète). Le taux (c'est-à-dire les intérêts qui s'ajoutent au capital emprunté) est variable d'un type de crédit à un autre.
- Le **coût de l'argent** est composé entre autres : du « loyer » de l'argent (taux d'intérêt), du coût des différentes opérations bancaires, du bénéfice que fait le créancier.

## ➤ C'est un crédit renouvelable : son mécanisme

- Cette ouverture de crédit implique qu'une « **réserve d'argent** » est mise à disposition du consommateur et utilisable dans le réseau.
  - Cette forme de crédit **très souple** permet parfois à l'emprunteur de choisir le montant du remboursement mensuel et par conséquent la durée.
  - Au fur et à mesure des remboursements, la **somme utilisable par le consommateur se reconstitue** et peut donc être réutilisée.
  - Le **taux d'intérêt** du crédit renouvelable est le plus élevé du marché.
  - Plus la **durée** de remboursement est longue, plus, au final, l'achat aura coûté cher.
- Par exemple, pour un achat de 1500 € avec un taux de 21,08 %. Il faut 25 mensualités de 75 € soit un coût du crédit de 364 € ou 51 mensualités de 45 € soit un coût du crédit de 776 €.

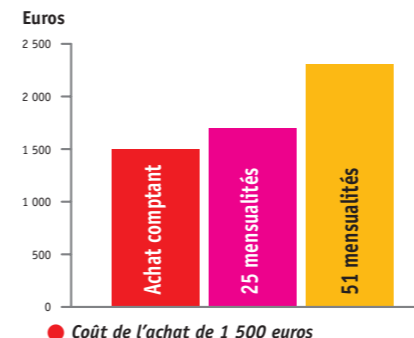
## ➤ Les autres crédits à la consommation

Ils sont moins chers et, contrairement au crédit renouvelable, l'emprunteur doit pour chaque somme empruntée refaire une demande.

- Le **prêt personnel**. Il se contracte auprès d'une banque ou d'un établissement financier.
- Le **crédit affecté** : il est obligatoirement lié à un achat spécifique. Le fait que crédit et achat soient liés présente des avantages pour le consommateur : ce dernier peut notamment résilier le prêt dans l'hypothèse de la résiliation de la vente.

## ➤ Des dangers supplémentaires

- les assurances, facultatives en principe, sont parfois fortement « **conseillées** » par l'établissement de crédit. Elles sont très coûteuses et souvent inutiles.
- l'**abondement** : le consommateur emprunteur qui a atteint son plafond de crédit se voit souvent proposer une augmentation de sa « réserve » lui permettant d'effectuer des achats supplémentaires.



# Comment sortir de la spirale d'une carte de magasin ?

## ➤ La carte a été utilisée

- Ne plus utiliser la carte pour de nouveaux achats.
- Rembourser par anticipation afin de réduire le coût de l'emprunt.
- En cas de difficultés à rembourser le prêt, prendre contact avec sa banque et utiliser éventuellement un **prêt personnel**, dont le taux est moins cher, pour rembourser le prêt en cours.

## ➤ La carte n'a pas été utilisée

- Continuer à ne pas utiliser la carte en réglant comptant dans le magasin en question.
- Résilier le contrat (avant le renouvellement annuel automatique).

Les associations de consommateurs sont là pour vous aider

Une nouveauté

## la carte comarquée

Nouvelle variété de carte, concurrente de la carte de magasin classique, cette carte de crédit multi-usages offre un éventail de possibilités plus large.

### Qu'est ce que c'est ?

- Deux entreprises partenaires (un organisme bancaire et une marque) développent une carte commune multi-usages.
- Cette carte englobe une carte bancaire classique, des avantages commerciaux (en lien avec la marque) et dans 90 % des cas un **crédit renouvelable**.

### Des avantages...

- Le **coût de la carte** est inférieur à celui d'une carte bancaire classique.
- Il n'y a **pas d'obligation de changer de banque** lors de l'ouverture de la carte comarquée.
- Les avantages liés à la carte sont parfois intéressants et ciblés (selon le « thème » de la carte : voyage, voiture, carburant, club sportif...).

### Et des dangers...

- Tous les risques habituels des cartes de magasin liées à un crédit.
- Les **retraits** en espèce : souvent taxés, ils peuvent constituer non pas un prélèvement mais un crédit ! Retirer 20 euros au distributeur coûte au final beaucoup plus que la somme retirée.
- Demande une gestion régulière de son compte pour éviter qu'un prélèvement ne devienne un crédit.

# La carte de magasin carte de fidélité et crédit

## Qu'est ce que c'est ?

- C'est une carte de fidélité couplée à une carte de crédit.
- Souvent gratuite au moins la première année ou d'un faible montant, elle propose des avantages (promotion réservée aux détenteurs de la carte, place de parking offerte, cadeaux...) mais constitue en même temps une carte de crédit.
- Lorsqu'un consommateur souscrit à une telle carte, il doit fournir des renseignements détaillés puisqu'il souscrit à un prêt à la consommation.
- Un consommateur qui multiplie ce type de carte dans son portefeuille, multiplie également son nombre de prêt.
- Ces cartes sont souvent proposées lors d'un premier achat en contrepartie ou non d'une réduction substantielle sur le prix de vente.

## Si la carte est utilisée en différé

- C'est un crédit avec un taux d'intérêt très élevé (entre 15 et 20 %) dont on ne peut pas toujours calculer le coût global à l'avance.

## Si la carte est utilisée en paiement immédiat

- C'est un moyen de paiement comme un autre permettant au consommateur de bénéficier des avantages de la carte.



## Associations adhérentes

Le Centre Technique est géré par 17 associations de consommateurs départementales agréées d'Ile-de-France.

- ADEIC** Association de Défense, d'Éducation et d'Information des Consommateurs  
3, rue de La Rochefoucauld - 75009 Paris - Tél. : 01 44 53 73 93  
Fax : 01 44 53 73 94 - contact@adeic.asso.fr - www.adeic.asso.fr
- AFC** Association Familiale Catholique  
5/7, rue Pierre Gourdault - 75013 Paris - Tél./Fax : 01 45 85 07 27  
afc.federation.paris@wanadoo.fr
- AFOC** Association Force Ouvrière Consommateurs  
131, rue Damrémont - 75018 Paris - Tél. : 01 53 01 61 28/29/33  
Fax : 01 53 01 61 45 - jf.bertrand@udfo75.net - www.afoc.net
- ALLDC** Association Léo-Lagrange pour la Défense des Consommateurs  
153, avenue Jean-Lolive - 93695 Pantin Cedex  
Tél. : 01 48 10 65 82/65 - Fax : 01 48 10 65 71  
leo-lagrange.consom@wanadoo.fr - www.leolagrange-conso.org
- ASSECO-CFDT** Association Études et Consommation de Seine-Saint-Denis  
Bourse du Travail - 1, place de La Libération - 93016 Bobigny Cedex  
Tél. : 01 48 96 35 05
- AUT** Association des Usagers des Transports - FNAUT Ile-de-France  
32, rue Raymond-Losserand - 75014 Paris - Tél. : 01 43 35 22 23  
aut@aut-idf.org - www.aut-idf.org
- CDAFAL** Conseil Départemental des Associations Familiales Laïques  
4, rue Giffard - 75013 Paris - Tél. : 01 45 84 50 39 - Fax : 01 45 82 28 06  
cdfal75@libertysurf.fr
- CGL** Confédération Générale du Logement  
134, rue de Saussure - 75017 Paris - Tél. : 01 40 54 60 80  
Fax : 01 47 66 18 17 - cgl.nat@wanadoo.fr - www.lacgl.fr
- CIF** Consommateur Ile-de-France  
6, rue de Chantilly - 75009 Paris - cif@numericable.fr
- CLCV** Consommation Logement et Cadre de Vie Ile-de-France  
29, rue Alphonse Bertillon - 75015 Paris - Tél. : 0811 953 040 - Fax : 01 53 02 42 89  
paris@clcv.org - www.clcv.org
- CNL** Confédération Nationale du Logement et CNL IDF  
8, rue Mériel - BP 119 - 93104 Montreuil - Tél. : 01 48 57 04 64 - Fax : 01 48 57 28 16  
cni@lacnl.com - www.lacnl.com
- CSF** Confédération Syndicale des Familles  
53, rue Riquet - 75019 Paris - Tél. : 01 44 89 86 80 - Fax : 01 40 35 29 52  
contact@la-csf.org - www.la-csf.org
- FF** Familles de France  
28, place Saint-Georges - 75009 Paris - Tél. : 01 44 53 45 90 - Fax : 01 45 96 07 88  
www.familles-de-france.asso.fr
- FR-UFCS** Familles Rurales - Union Féminine Civique et Sociale  
6, rue Béanger - 75003 Paris - Tél. : 01 44 54 50 54 - Fax : 01 44 54 50 66  
www.famillesrurales.org
- INDECOSA CGT** Association pour l'Information et la Défense des Consommateurs Salariés  
Case 1-1 - 263, rue de Paris - 93516 Montreuil Cedex - Tél. : 01 48 18 84 26  
Fax : 01 48 18 84 82 - indecosa@cgt.fr - www.indecosa.cgt.fr
- ORGECO** Organisation Générale des Consommateurs  
6, square Couperin - 77000 Melun - Tél. : 01 64 64 02 33 - Fax : 01 64 09 64 56  
orgeco-77@wanadoo.fr
- UFC QUE CHOISIR** Union Fédérale des Consommateurs Que Choisir - Ile-de-France  
22, place de la République - 93140 Bondy - Fax : 01 64 68 36 73  
contact@ufcquechoisir-iledefrance.org - www.ufcquechoisir-iledefrance.org

Les adresses départementales et locales sont accessibles sur le site : [www.ctrc-idf.asso.fr](http://www.ctrc-idf.asso.fr)



# La carte de magasin exclusivement carte de fidélité

## Qu'est ce que c'est ?

- C'est une carte de fidélité qui offre dans le magasin où les enseignes partenaires la proposent quelques avantages (points de fidélités, réductions, promotions ciblées...).
- Gratuite le plus souvent, en échange de quelques renseignements sur le profil du client, elle n'engage pas financièrement le consommateur.

## Fonctionnement

- Ce n'est pas une carte de paiement.
- Le consommateur qui utilise cette carte est incité à privilégier ce groupe d'enseignes pour ses achats.
- En contrepartie, le consommateur peut trouver un intérêt à bénéficier des avantages proposés.
- Le comportement du consommateur est étudié et alimente les bases de données marketing.
- Le consommateur peut être aussi destinataire de promotions ciblées et de mailings à domicile.