



Carte de fidélité et carte de crédit

Les cartes de magasin sont des outils de marketing, permettant aux enseignes de connaître la fréquence des achats de leurs clients, le prix du panier moyen, les produits les plus consommés... afin d'augmenter les ventes. Il en existe deux types : les cartes de fidélité « simples » permettant de cumuler des points et d'obtenir des réductions, et les cartes donnant accès au crédit.

La carte de fidélité simple

Dépourvue de puce, est le plus souvent magnétique ou en carton, ne présente pas de réel danger et vous permet d'obtenir des réductions plus ou moins importantes.

La carte de fidélité et de crédit

Elle est reconnaissable à la présence d'une puce et d'un numéro de compte, comme sur une carte bancaire classique. Elle mentionne votre identité. En vue de son obtention, on vous demande vos cartes d'identité, bulletin de salaire, justificatif de domicile...

C'est en fait une carte associée à un crédit renouvelable. A la Caisse, vous pouvez payer avec. Cela peut impliquer de forts taux d'intérêt, si vous utilisez la possibilité de crédit. C'est donc un facteur d'endettement, voire de surendettement.

On en distingue trois catégories, selon leur usage :

- **Les cartes privatives**, distribuées et acceptées uniquement par une enseigne ou par les enseignes appartenant au même groupe. Elles font aussi office de carte de fidélité pour les grands magasins, les chaînes d'hypermarchés, ou les entreprises de vente à distance. Elles permettent à des marques qui n'ont rien à voir avec le métier de la banque d'apposer leur logo sur des cartes bancaires. Elles donnent accès à des avantages pour leur porteur et à des offres commerciales portant sur l'assurance-vie, les voyages...
- **Les cartes acceptées par toutes les enseignes** ayant signé un accord avec un établissement de crédit spécialisé
- **Les cartes acceptées au même titre qu'une carte bancaire** classique, qui s'appuient sur le système interbancaire national "CB", ou sur un réseau international.

L'utilisation de la fonction crédit de la carte doit résulter de l'accord exprès du consommateur lors du paiement. Il est interdit de faire bénéficier le client d'avantages différents selon qu'il paye en recourant au crédit renouvelable ou au comptant. Les enseignes qui proposent une carte de fidélité liée à un crédit renouvelable doivent également proposer une autre carte, sans crédit.



Retrouvez tous nos conseils et vidéos sur www.famillesrurales.org