

Les chiffres clés du marché de l'achat revente de titres prépayés en France : le boom de Noël

The screenshot shows the SleepingMoney website interface. At the top, there is a navigation bar with links: 'Le concept', 'Comment ça marche ?', 'Annonces', the 'SleepingMoney' logo, 'S'inscrire', 'Se connecter', and a button 'DÉPOSER UNE ANNONCE'. The main banner features a background image of a clothing store interior with hanging garments and pendant lights. Overlaid on this is the text: 'CARTES CADEAUX, CHÈQUES CADEAUX, COFFRETS CADEAUX & CARTES PRÉPAYÉES', 'REVENDEZ CEUX QUE VOUS N'UTILISEZ PAS', 'ACHÉTEZ-EN À PRIX RÉDUITS', and 'Réveillez l'argent qui dort avant qu'il ne soit périmé !'. Below the banner, there are two white boxes with blue buttons. The left box is titled 'Je vends un titre prépayé' and contains the text 'Je préfère récupérer du cash pour me faire plaisir comme je veux' and 'Par ici la monnaie !', with a blue button 'JE DÉPOSE UNE ANNONCE'. The right box is titled 'Je recherche un titre prépayé à prix réduit' and contains the text 'Je profite des bons plans proposés par les membres de la communauté' and 'Par ici les réductions !', with a blue button 'JE CONSULTE LES ANNONCES'.

A l'approche de Noël, le mois de décembre représente le pic d'activité annuel des achats de cartes cadeaux et autres box : il peut représenter pour certaines jusqu'à 50% de leurs ventes annuelles. Une partie sera remise en vente sur Internet dès le 24 décembre.

Bilan d'étape 18 mois après le lancement de SleepingMoney

Comme l'année dernière, les achats de cartes cadeaux, chèques cadeaux et autres box battent des records au mois de décembre. Et comme tous les cadeaux de Noël, ces titres prépayés n'échapperont pas au phénomène de la revente sur les sites Internet généralistes ou spécialisés, et ce, jusqu'au mois de février.

Depuis le lancement de SleepingMoney en avril 2019, près de 4 000 annonces de vente de titres prépayés ont été publiées, pour une valeur faciale d'environ 500 000 €.

Podium des titres prépayés les plus revendus :

- 1- Cartes cadeaux mono-enseignes
- 2- Coffrets cadeaux
- 3- Chèques cadeaux multi-enseignes

En moyenne, la remise consentie par les vendeurs pour attirer les acheteurs est de 23,9% : ce sont ainsi près de 120 000 € de « réductions » qui ont été proposées aux membres de SleepingMoney.

On observe néanmoins de fortes disparités selon le type de titre proposé à la vente. Ainsi, la remise moyenne offerte sur les coffrets cadeaux est de 36,3% alors qu'elle n'est que de 11,7% sur les cartes cadeaux multi-enseignes et de 19,8% sur les cartes cadeaux mono-enseignes. Cette différence s'explique notamment par la facilité d'utilisation des cartes multi-enseignes dont le réseau d'acceptation est relativement large.

Ces différents taux de réduction sont consultables sur le simulateur mis à disposition par SleepingMoney pour guider les vendeurs dans la définition de leur prix de vente : <https://www.sleepingmoney.com/simulateur-prix-revente-carte>

Les cartes (et e-cartes) cadeaux étant « multicanal », la possibilité de les dépenser en magasins et également sur Internet les rend d'autant plus attractives aux yeux des acheteurs, là où les chèques cadeaux « papier » sont majoritairement utilisés en magasins et rarement acceptés par les e-commerçants.

Les cartes cadeaux « plastiques » ne s'avouent pourtant pas vaincues face à leurs homologues dématérialisées : en effet, il est toujours plus appréciable (ou socialement acceptable ?) d'offrir une carte physique en cadeau plutôt que d'envoyer une e-carte cadeau par email. Même si la part des e-cartes cadeaux est en forte croissance, les cartes cadeaux « plastique » font de la résistance et restent un cadeau très apprécié des français, surtout en période de fêtes.

La proximité de la date d'expiration, lorsque celle-ci est supérieure à 3 mois n'a que peu d'influence sur le prix de revente d'un titre. En revanche, si la durée de validité restante est inférieure à 3 mois, les acheteurs utilisent généralement cet argument pour négocier une remise plus importante auprès du vendeur.

Pourquoi avoir lancé SleepingMoney ?

Les cartes cadeaux, les chèques cadeaux, les box sont depuis plusieurs années sur le podium des cadeaux les plus appréciés par les Français en période de fêtes, juste derrière l'argent. En France, le marché des titres cadeaux représente un chiffre d'affaires d'environ 5 milliards d'euros par an.

Cependant, ces titres prépayés dont la validité est limitée dans le temps périssent parfois avant leur utilisation ou finissent oubliés dans les tiroirs. Ils sont très souvent non échangeables et non remboursables auprès des enseignes qui les ont émis. On estime le taux de "non utilisation" de ces titres à environ 20%, soit un milliard d'euros qui disparaît des poches des consommateurs. Un pourcentage que les consommateurs ignorent souvent et sur lequel les enseignes communiquent rarement.

“La volonté de SleepingMoney est de permettre aux propriétaires de titres prépayés de les revendre lorsqu'ils n'en ont pas l'utilité et ainsi de récupérer une partie de leur valeur en les proposant à prix réduits à des acheteurs en quête de bonnes affaires. Les titres non-utilisés sont véritablement de l'argent qui dort : afin d'éviter qu'ils ne se périssent et soient définitivement perdus, SleepingMoney leur offre une seconde vie. Les vendeurs peuvent récupérer une partie de leur argent, les acheteurs bénéficient de réductions et les titres sont dépensés dans les enseignes qui ont émis. Ainsi, nous

réveillons cette masse d'argent en sommeil en lui permettant de circuler à nouveau. Les dates d'expiration des titres prépayés induisent une obsolescence programmée de l'argent ce qui est, en cette période économiquement compliquée, difficilement acceptable. Nous mettons en place, à notre échelle, un modèle circulaire plus juste qui évite aux consommateurs de perdre leur argent et leur redonne ainsi du pouvoir d'achat.” Arnaud Leplet, CEO de SleepingMoney.

De la même manière qu’Airbnb permet de monétiser les appartements vacants, Getaround (ex-Drivy) les voitures et Click&Boat les bateaux, SleepingMoney permet de remettre sur le marché les titres prépayés non utilisés.

Comment fonctionne SleepingMoney ?

Le vendeur dépose une annonce sur SleepingMoney en proposant son titre prépayé à un prix inférieur à sa valeur faciale. L'acheteur peut faire son choix sur la plateforme parmi une large sélection de titres à prix réduit. Lors d'un achat, le paiement est placé sur un compte séquestre chez notre prestataire de paiements, le temps pour SleepingMoney de réceptionner le titre du vendeur pour en contrôler l'authenticité, la validité et la valeur. Après validation, le titre est envoyé à l'acheteur et SleepingMoney débloque le paiement au bénéfice du vendeur. Ainsi, le vendeur est sûr d'être payé et l'acheteur a la garantie de recevoir un titre prépayé conforme.

“SleepingMoney c’est d’abord un tiers de confiance ! Notre force réside dans nos process de vérification des titres directement auprès des enseignes émettrices, ce qui assure aux acheteurs la validité des titres prépayés ainsi que des transactions 100% sécurisées. Les plateformes d’achat revente généralistes misent sur la quantité et n’ont pas l’agilité nécessaire pour mettre en place de tels contrôles, aux risques et périls de leurs utilisateurs. ” Arnaud Leplet, CEO de SleepingMoney.

A propos de SleepingMoney

Lancée en avril 2019, SleepingMoney est une marketplace C2C sécurisée spécialisée sur la verticale du prépayé. En tant que tiers de confiance, la totalité des transactions réalisées sur la plateforme sont vérifiées et garanties. Le nom “SleepingMoney” fait référence à cette masse insoupçonnée d'argent qui dort et que la plateforme souhaite aujourd'hui réactiver en aidant les consommateurs à réveiller leur pouvoir d'achat.

Plus d'informations : <https://www.sleepingmoney.com>

A propos du fondateur

Arnaud Leplet, CEO de SleepingMoney a commencé sa carrière en 2000 chez Ciao.com (site d'avis de consommateurs) avant de rejoindre plusieurs agences de marketing relationnel pour la mise en place de programmes de fidélité de grandes banques européennes. Il a ensuite travaillé pendant 12 ans sur la transformation digitale de la filiale bancaire de General Electric avant de créer SleepingMoney en septembre 2018.

Profil LinkedIn : <https://www.linkedin.com/in/arnaudleplet/>

Contact Presse

Arnaud Leplet | +33 9 72 15 23 17 | presse@sleepingmoney.com