

# Achat revente de cartes cadeaux : SleepingMoney dévoile la première étude du marché secondaire français

*1,83 milliard d'euros de cartes et coffrets cadeaux périment chaque année sans avoir été utilisés. Cette perte de pouvoir d'achat par les consommateurs français peut être résorbée par le développement de l'achat revente des titres prépayés. SleepingMoney a analysé 8 ans de transactions (2018-2026) : décote par enseigne, délais de revente et saisonnalité pour aider les Français à tirer le meilleur parti de leurs titres prépayés.*



## 1,83 milliard d'euros qui s'évaporent tous les ans

En France, le marché de la carte cadeau pèse 8,6 milliards d'euros (source Buybox), plus environ 560 millions d'euros de coffrets cadeaux. Or, 20 % ne sont jamais utilisés : à l'échelle des cartes et coffrets, ce sont 1,83 milliard d'euros perdus chaque année, qui reviennent aux enseignes émettrices. C'est pour aider les consommateurs à récupérer cet argent via l'achat revente que SleepingMoney a analysé 8 ans de transactions pour en tirer les apprentissages concrets.

## Les chiffres à retenir

**Toutes les cartes ne se valent pas à la revente.** La décote médiane est de 25 %, mais elle va du simple au double selon le titre : 18 % seulement pour une carte multi-enseignes, jusqu'à 45 % pour un coffret cadeau. Plus une carte est universelle, plus elle est désirable aux yeux des acheteurs et mieux elle se revend.

**Le palmarès des enseignes.** En tête, E.Leclerc et Amazon : leurs cartes se revendent autour de 90 % de leur valeur, en quelques heures. À l'opposé, des enseignes plus spécialisées comme Cheerz, Cdiscount ou Pimkie subissent plus de 50 % de décote.

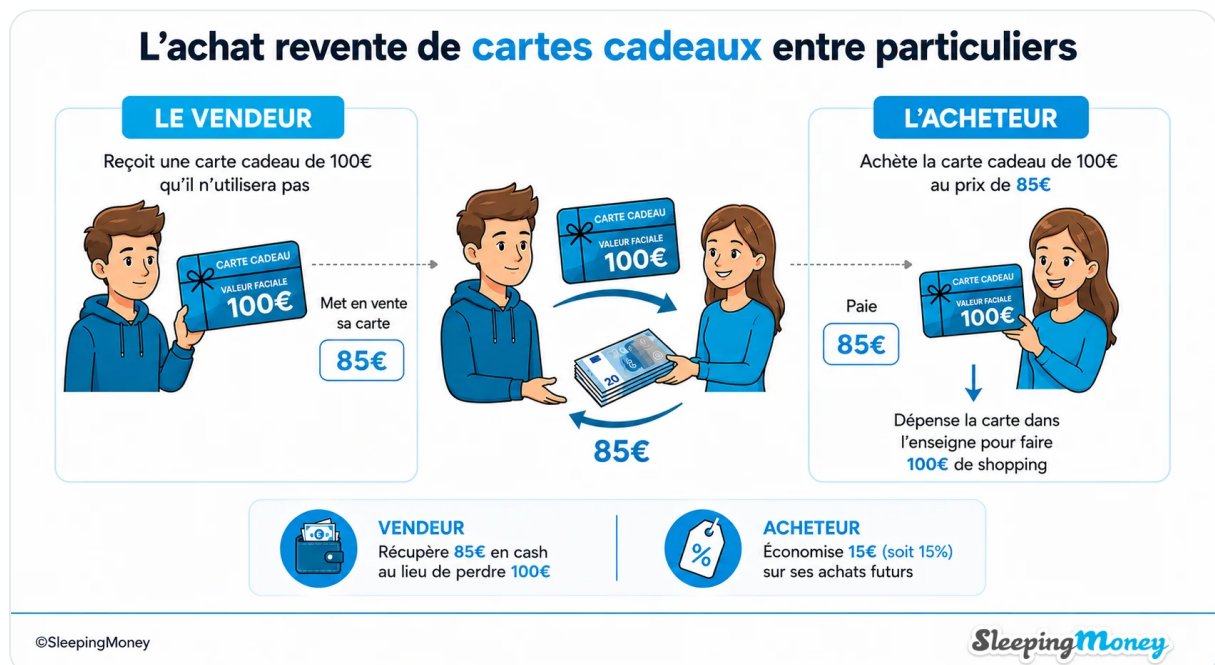
**Certaines cartes partent en quelques heures, d'autres en plusieurs semaines.** Il faut 6 jours en médiane pour conclure une transaction avec un acheteur : une journée pour une carte multi-enseignes, plus de 2 semaines pour un bon de transport. L'écart est encore plus net d'une enseigne à l'autre : une carte E.Leclerc trouve preneur en 6 heures, contre près de 3 mois (83 jours) pour une enseigne de niche comme Maison Nicolas. La liquidité d'un titre prépayé dépend de la fréquence du besoin.

**Un marché au rythme de Noël.** Décembre et janvier concentrent 27,6 % des reventes de l'année, le creux est en août (5,8 %). Après le 25 décembre, les titres reçus en cadeaux mais non désirés repartent en vente et alimentent le marché jusqu'en mars.

**On revend sans attendre l'expiration.** Au moment de la revente, il reste en médiane un an de validité : les Français revendent par anticipation, rarement dans l'urgence.

## La revente, un levier de pouvoir d'achat

Revendre un titre prépayé, c'est récupérer une partie du solde en cash immédiatement ; en acheter un d'occasion avec une décote, c'est une remise garantie sur des dépenses futures. Ce réflexe, courant aux États-Unis depuis une vingtaine d'années, reste marginal en Europe. SleepingMoney veut jouer, pour les titres prépayés, le rôle qu'un argus joue pour l'automobile : une référence de marché neutre, sur laquelle acheteurs comme vendeurs peuvent se baser en toute confiance pour optimiser leur stratégie d'achat revente.



Le mécanisme de l'achat revente d'une carte cadeau entre particuliers.

*« En huit ans, nous avons vu passer des dizaines de milliers de titres cadeaux. Le constat est toujours le même : une carte qu'on n'utilisera pas garde de la valeur, encore faut-il savoir la revendre au bon prix et au bon moment. Ces 1,83 milliard d'euros qui périment chaque année, c'est du pouvoir d'achat qui dort. Notre étude et nos outils sont là pour le réveiller. »*

**Arnaud Leplet, fondateur de SleepingMoney**

## **Des outils gratuits, et l'étude complète en accès libre**

Simulateur de prix de revente, générateur d'annonce assisté par IA, observatoire de la décote et des délais, fiches techniques par enseigne, alertes avant expiration : tout est gratuit. L'intégralité de l'étude et des données est disponible en téléchargement libre sur [sleepingmoney.com](https://sleepingmoney.com).

---

## **À propos de SleepingMoney**

SleepingMoney aide les particuliers à tirer le meilleur de leurs cartes, chèques et coffrets cadeaux : éviter qu'ils expirent sans avoir été utilisés et accompagner ceux qui veulent les acheter ou les revendre dans les meilleures conditions. La plateforme met à disposition des outils et des données exclusives, fondés sur 8 ans de transactions (25 000 membres, 12 000 annonces entre 2018 et 2026), et joue pour les titres prépayés le rôle qu'un argus joue pour l'automobile : une référence neutre et chiffrée.

---

## **CONTACT PRESSE**

Arnaud Leplet | [presse@sleepingmoney.com](mailto:presse@sleepingmoney.com)