

Ma carte de crédit : meilleure amie... ou ennemie ?

Cette semaine, je voudrais vous parler d'une amie, qui est très précieuse et qui m'accompagne au quotidien. Une amie dont j'ai besoin, dont je ne pourrais pas me passer. Ça veut dire que je ne pourrais pas vivre sans elle. Mais c'est aussi parfois une ennemie. Vous allez comprendre : aujourd'hui, je voudrais vous parler de ma carte de crédit. Ma carte de crédit n'est pas différente de la vôtre, j'imagine. Ma carte de crédit m'offre toujours différentes réductions. C'est comme ça depuis des années : quelques offres, quelques bons plans (deux places de cinéma pour le prix d'une)...

Mais cet été, j'ai remarqué quelque chose : il y a beaucoup plus de promotions que d'habitude. Probablement pour encourager les gens à dépenser... et aussi parce que les enfants sont en vacances, donc les parents cherchent des activités, des sorties, des choses à acheter pour les occuper. Bref, tout le monde dépense un peu plus en été. Et cette fois, les offres sont vraiment nombreuses... et parfois très intéressantes.

Alors, j'en ai parlé avec une amie. Une vraie amie, cette fois-ci, je veux dire une personne. Et au départ, notre conversation était très... technique : concrètement, à qui on paye ? À la banque ou au magasin ? Et combien ? Et si c'est un bon d'achat, combien de temps est-ce qu'il est valide ? Comment l'utiliser ? Est-ce qu'on peut l'utiliser quand il y a déjà une réduction dans le magasin ? Est-ce que ça inclut les frais de livraison ? Bref, une vraie réunion de spécialistes en logistique et en finances personnelles. Alors, moi, je suis très à l'aise avec la technologie, donc ça ne me fait pas peur. Mais je n'ai pas beaucoup d'expérience avec ces bons d'achats et autres promotions via la carte de crédit. Mon amie m'a demandé :

“Mais... pourquoi tu n'utilises pas plus souvent ces promotions ?”

Et là, j'ai réalisé que j'avais deux réponses. La première, c'est que, de manière générale, je ne fais pas beaucoup de shopping. Je n'aime pas acheter juste pour acheter. La deuxième, c'est plus... ironique. En fait, je vais vous expliquer le concept de ces promotions avec ma carte de crédit. Alors voilà : le nombre de promotions que ma banque me propose dépend du montant total payé le mois précédent avec ma carte. Donc plus j'utilise ma carte, plus j'ai de promotions le mois suivant. Mais... si j'ai beaucoup utilisé ma carte de crédit le mois précédent, ça veut dire que j'ai beaucoup dépensé. Et donc, le mois en cours... je n'ai pas beaucoup d'argent ! Résultat : je ne peux pas profiter des promotions que l'on m'offre. Est-ce que vous comprenez ?

Mon amie, elle, elle est complètement différente. Elle adore faire du shopping. C'est son petit plaisir. Et surtout, elle adore le shopping en ligne. Elle peut passer des heures sur les sites de ses magasins préférés, à regarder les nouveautés, à mettre des articles dans son panier... et à les retirer ensuite. Parce que, comme tout le monde, elle a un budget limité. Alors, elle se restreint, elle se contrôle, elle se limite... du moins, elle essaie. Mais avec toutes ces offres proposées par la banque, la tentation est grande. Le pire, c'est que parfois, elle veut juste acheter un produit à 50 euros, mais l'offre n'est valable qu'à partir de 80 euros. Alors, qu'est-ce qu'elle fait ? Elle ajoute un ou deux produits « pour atteindre le montant », donc pour arriver à 80 euros. Et au final, elle dépense plus que prévu... et souvent plus que nécessaire.

Et c'est là que les magasins et les banques sont très forts. Ils connaissent nos faiblesses. Ils savent comment déclencher ce petit « clic » dans notre cerveau. Vous connaissez le fameux « 1+1 » ? Ou « deux pour le prix d'un » ? En français on dit souvent “un acheté, un offert”.

Sur le papier, c'est une bonne affaire. Sauf que... le prix du « un » est plus élevé que la semaine précédente. Mais nous, on ne compare pas toujours. On voit seulement « l'offre » d'aujourd'hui. Et il y a aussi les promotions limitées dans le temps : « Offre valable seulement aujourd'hui ». Ce genre de phrase, c'est l'horreur. On a l'impression qu'on va tout perdre si on n'achète pas ce produit AUJOURD'HUI. On se dit : « Vite ! Il faut que j'en profite maintenant ! » et hop, c'est dans le panier.

Selon moi, il y a une différence énorme entre les promotions en magasin et celles en ligne. En magasin, les panneaux rouges «-50 %» ou «deux pour le prix d'un» sont là pour attirer notre regard, et parfois on tombe sur des surprises qu'on n'avait même pas prévues. Mais sur Internet... c'est encore pire. On a les offres éclair avec un compte à rebours : «Plus que 02:15 pour en profiter». 02:14... 02:13... On se croirait dans un jeu vidéo. Sans oublier la petite phrase perfide : «Plus que 3 articles en stock». Parfois, c'est vrai... mais souvent, c'est juste une façon de nous pousser à cliquer vite, sans réfléchir.

Alors oui, je suis une femme intelligente (enfin... je le pense ! Pardon si je me fais des compliments toute seule). Je sais quand on essaie de me pousser à acheter. Je sais me demander : est-ce que j'ai vraiment besoin de ce produit ? Est-ce que ça vaut vraiment le coup ? Est-ce qu'acheter 150 rouleaux de papier toilette maintenant, juste parce qu'il y a 5 % de réduction et que « ce n'est pas périssable », est une bonne idée ?

Ben, non, je sais faire la part des choses. Je ne tombe pas dans le piège. Enfin... pas dans TOUS les pièges. Mais résultat, parfois, j'oublie complètement que ma carte m'offre des réductions. Et je paye le prix fort dans un magasin, alors que j'aurais pu payer moins cher... si seulement j'avais pensé à vérifier avant. Ah, c'est compliqué d'acheter. Heureusement que je n'aime pas ça.

Et vous, dites-moi ! Est-ce que vous profitez des promotions ? Ou est-ce que, comme moi, vous oubliez parfois qu'elles existent... jusqu'au moment où il est trop tard ?

The French to Go Podcast is produced by French Carte - Delphine Woda / www.frenchcarte.com, frenchcarte@gmail.com - Sound : <http://www.freesound.org/people/klankbeeld/>



Creative Commons Attribution – NonCommercial NoDerivatives 4.0 International License