

2022

Chiffres du marché de la carte cadeau Culturel & Electronique



Culturel & Electronique

Service carte cadeau pour les particuliers

93€

Moyenne d'une carte cadeau vendue

52% des cartes physiques
48% des cartes digitales

109€

Panier moyen d'un détenteur de carte cadeau

+34€

de paiements complémentaires en moyenne*1

55€

montant moyen restant sur une carte cadeau périmée*2

7%

de cartes cadeaux périmées*2

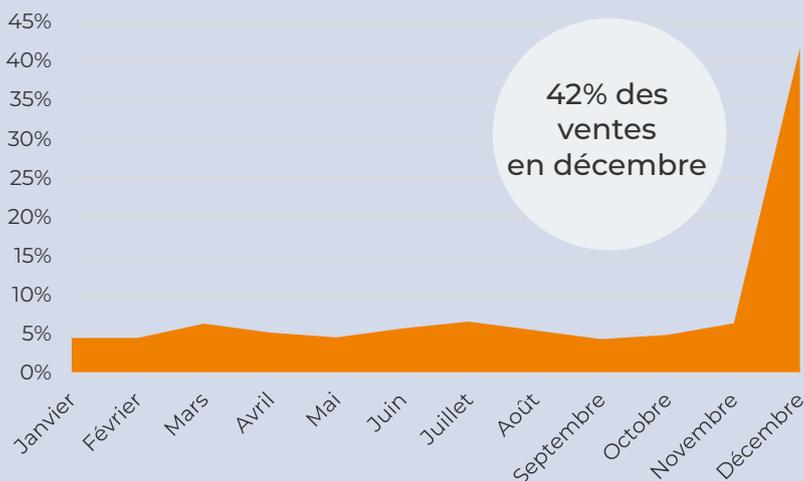
56%

des détenteurs de cartes cadeaux font des paiements complémentaires

1%

de tentatives de fraude

Evolution des ventes de cartes cadeaux sur l'année, en volume



Top 3 des montants de cartes cadeaux vendues

1 - 150€

2 - 50€

3 - 100€

Le montant des cartes cadeaux va de 10€ à 2000€

- Top des ventes entre le 22 et 24 décembre
- La Saint Valentin, la fête des Mères et le Black Friday génèrent des ventes deux fois plus importantes sur les mois en question.
- Des campagnes marketing sont lancées avec des cartes cadeaux d'une moyenne de 200€

*1 Un paiement complémentaire est la différence entre le montant du panier d'achats et le montant de la carte cadeau
*2 Les cartes cadeaux périmées regroupent les cartes cadeaux avec la totalité ou une partie du montant restant au moment de la date de fin de validité.

Multidiffusion/distribution de la carte cadeau

84% des ventes



Programme CSE/incentive

95€
montant moyen d'une carte cadeau

8%
commission moyenne

Commission moyenne
8%
jusqu'à 26%

Montant moyen d'une carte cadeau sur le réseau

100€

10% des ventes



Programme fidélité

133€
montant moyen d'une carte cadeau

12%
commission moyenne

4% des ventes



Marketplace B2C

115€
montant moyen d'une carte cadeau

8%
commission moyenne

2% des ventes



Marketplace proximité

86€
montant moyen d'une carte cadeau

16%
commission moyenne

La valeur faciale des cartes cadeaux les plus multidiffusées



Top 3 des commissions

- 1. 8%
- 2. 5%
- 3. 12%

BuyBox Insight

Le marché des biens culturels et électroniques est un marché hyperconcurrentiel. Un programme carte cadeau bien ficelé permet de se démarquer durablement et d'aller chercher des revenus additionnels.

La digitalisation avancée sur ce secteur amène les consommateurs à plébisciter une carte cadeau dématérialisée pour faciliter les achats jusqu'à la dernière minute durant la période des fêtes de fin d'année.

Enfin, côté distribution, les programmes CSE/RH/Incentive représentent la majeure partie des volumes. Cependant, nous constatons que les montants sont plus élevés sur les autres segments d'acteurs. Nous vous conseillons donc de diversifier les types de revendeurs afin d'influer positivement sur les volumes, montants faciaux et commissions.

Ressources supplémentaires :

[Bible Marketing de la Carte Cadeau en B2C](#)

[Comment utiliser la carte cadeau tout au long du parcours client ?](#)

[Top 10 des raisons pour une marque d'adopter la e-carte cadeau](#)