

Pouvoir d'achat

La Banque Postale enrichit son offre de cartes bancaires avec un service de cashback

La Banque Postale étoffe son offre de cartes bancaires avec le lancement d'un service de cashback permettant à ses clients détenteurs d'une carte de paiement de faire des économies sur leurs achats du quotidien. A travers ce nouveau service disponible auprès de 300 partenaires de référence, dont 20% de commerçants qui permettent de consommer plus responsable via leurs produits, La Banque Postale souhaite fidéliser ses clients, leur redonner du pouvoir d'achat et les inciter à mieux consommer.

Gagner en pouvoir d'achat tout en consommant de manière plus responsable

7 Français sur 10 ont changé leurs habitudes de consommation face à la hausse des prix.¹ Dans le contexte inflationniste actuel, La Banque Postale accompagne ses clients et met en place un programme de cashback pour leur permettre de faire plus d'économies et mieux consommer. Ce dispositif gratuit et sans engagement est accessible aux détenteurs d'une carte de paiement La Banque Postale, depuis leur Espace client (Internet ou application mobile).

Ce programme de fidélité concerne plus de 300 enseignes de consommation courante, notamment des grandes marques comme Carrefour, Auchan, Leroy Merlin, Marionnaud, Fnac, Darty, Vertbaudet ou encore La Redoute ainsi que des commerçants proposant des produits responsables comme Naturalia, engagé en faveur de l'agriculture biologique ou encore Nature & Découverte ou Yves Rocher qui s'engagent durablement en faveur du climat... Pour tout achat effectué dans l'une des enseignes partenaires, en ligne ou en magasin, le client bénéficiera automatiquement d'un cashback, c'est-à-dire d'une remise, sur le montant de ses dépenses et pourra cumuler de l'argent à chaque achat dans une cagnotte accessible depuis son programme de cashback.

De multiples choix d'utilisation du cashback

Dès que le client atteint 5€ de cashback validés, il peut choisir, quand il le souhaite :

- le versement de sa cagnotte sur son compte courant La Banque Postale, ou celui d'un tiers détenant un compte courant à La Banque Postale comme par exemple celui de son enfant ;

¹ Etude CSA Research – Les stratégies financières des Français, 15.02.23



- le don de sa cagnotte auprès d'associations partenaires de La Banque Postale, telles que la Ligue pour la Protection des Oiseaux ou l'association des Restos du cœur ;
- la conversion de sa cagnotte afin de contribuer à un projet de reforestation en France.

« Ce service de cashback nous permet d'offrir à nos clients un nouvel avantage en leur proposant d'économiser de l'argent sur leurs achats du quotidien. Par ailleurs, en adéquation avec nos valeurs citoyennes, nous souhaitons privilégier une consommation plus responsable, en ciblant également dans ce programme des enseignes engagées plus durablement. Dans le contexte économique actuel, La Banque Postale offre à ses clients la possibilité d'augmenter leur pouvoir d'achat tout en consommant mieux. » observe **Meggie Dauvilliers, Chef de produit Carte La Banque Postale**

A propos de La Banque Postale

La Banque Postale forme, avec ses filiales dont CNP Assurances, un bancassureur européen de premier plan, 11^{ème} de la zone par la taille du bilan. Son modèle d'affaire diversifié lui permet d'accompagner 20 millions de clients personnes physiques et morales avec une gamme complète accessible à tous. Filiale du Groupe La Poste, La Banque Postale est une banque de proximité, présente sur tout le territoire avec 17 000 points de contacts dont 7000 bureaux de poste. Leader de la finance durable, elle figure aux 1ers rangs des agences de notation extra-financière. Avec son plan stratégique « La Banque Postale 2030 », La Banque Postale se fixe l'ambition de devenir la banque préférée des Français, avec une offre intégrée et omnicanale de services de bancassurance articulée autour de trois marques distinctes : La Banque Postale, sa banque au quotidien, Ma French Bank, sa banque 100% mobile et Louvre Banque Privée, sa banque patrimoniale. Forte de son identité citoyenne, La Banque Postale se positionne au service d'une transition juste, répondant aux enjeux environnementaux, sociétaux, territoriaux et numériques.

Contacts presse

Caroline Gin – caroline.gin@laposte.fr – 06 10 25 04 47

Victoria Boileau – victoria.boileau@laposte.fr – 06 18 96 80 78