

La rentabilité de la carte de fidélité d'Altitude Sports

Altitude Sports a lancé en 2025 une carte de fidélité gratuite : chaque porteur reçoit en bons d'achat 5 % du montant hors taxes de ses achats. M. Roux veut savoir si le programme est rentable (document 1). Une étude de l'enseigne estime que les porteurs dépensent 25 % de plus qu'ils ne le feraient sans la carte : la part de leur chiffre d'affaires due à la carte vaut donc 25 ÷ 125 de ce chiffre d'affaires.

Document 1 : bilan 2026 de la carte de fidélité

Indicateur	Valeur
Porteurs actifs de la carte	5 200
Dépense annuelle moyenne d'un porteur (TTC, TVA 20 %)	410 €
Bons d'achat accordés	5 % du montant HT des achats
Coûts fixes annuels (logiciel, cartes, SMS)	9 800 €
Taux de marque moyen du magasin	38 %

Annexe 1 (montants à l'euro, pourcentage à une décimale)

Question	Réponse
Chiffre d'affaires HT réalisé avec les porteurs de la carte (€)	_____
Coût des bons d'achat (€)	_____
Coût total du programme (€)	_____
Chiffre d'affaires HT supplémentaire dû à la carte (€)	_____
Marge supplémentaire dégagée (€)	_____
Résultat du programme : marge supplémentaire - coût total (€)	_____
Retour sur investissement du programme (%)	_____

Questions d'analyse

Pour améliorer la rentabilité sans rendre la carte moins attractive, M. Roux peut :

- ☐ Ajouter des avantages non monétaires (révision prioritaire à l'atelier, sorties du club, ateliers) et personnaliser les offres grâce au CRM
- ☐ Supprimer les bons d'achat
- ☐ Réserver la carte aux clients qui dépensent plus de 1 000 €

Les données de la carte (achats, coordonnées) :

- ☐ Sont collectées avec l'information du client sur leur usage et ne servent à la prospection par courriel qu'avec son accord (ou pour des produits analogues s'il ne s'y est pas opposé)
- ☐ Peuvent être vendues à des partenaires sans information
- ☐ Sont conservées sans limite