

Nos clients fidèles veulent du pouvoir d'achat, pas des points. On leur en donne ?

MÉTIER

Commerce

PROCESSUS MÉTIER

Fidélité

IMPACT

Augmentation du CA



“Des cartes de fidélité j'en ai plein, et elles me proposent toutes sortes d'avantages qui m'intéressent pas vraiment. Quand je reviens souvent dans un magasin, c'est surtout parce que je paye moins cher.”
Delphine, 44ans, cliente Auchan

Multiplication des programmes de fidélité

Les clients cumulent les cartes de fidélité mais ne pensent pas toujours à les utiliser quand ils sont en caisse.

Des points de fidélité non fongibles

Chaque programme fonctionne en silo avec ses propres avantages, lesquels ne sont pas toujours prioritaires dans la vie des clients.

87%

des Français possèdent au moins une carte de fidélité.
(Observatoire de la fidélité)

5,9

cartes de fidélité en moyenne par Français.
(Seenapse)

2T\$

marché estimé des stablecoin en 2028.
(Standard Chartered)

L'intérêt de le travailler ensemble ?

Nombre d'entreprises concernées

Peu

Beaucoup

Singularité AFM

Faible

Fort

Création de valeur par la mutualisation

Faible

Fort

Les actifs déjà spottés en interne



Naomi



Illicado



Dailyn


Ce que fait le marché



Nectar au UK > Programme multi-enseignes (Argos, Sainsbury's ou encore British Airways).

 Growth


Flying Blue > Les Miles, la monnaie d'échange cumulée à chaque voyage et lors des achats réalisés dans le cadre du Programme Flying Blue.

 Scale

2Md\$
encours sur la fidélité Starbuck
(Génère 200M\$/An de gain financiers)

À quoi ça pourrait ressembler ?



Sesterce

La monnaie commune pour fluidifier les interactions des enseignes avec leurs clients.

Sesterce rétribue la fidélité aux clients avec un avantage monétaire qui fait revenir dans nos enseignes. C'est une monnaie digitale qui s'appuie sur la technologie des stablecoin : cela permet de programmer certaines actions et de lui donner une valeur différente en fonction des entreprises. Sesterce s'organise comme un GIE qui appartient à ses adhérents, ses encours sont gérés par un établissement bancaire agréementé (Règlement Européen sur les cryptos actifs).

Programmation en fonction des enseignes

Chaque enseigne programme ses propres avantages.
ex : chez Auchan, 1 Sesterce = 1,05 €, gain de 10 Sesterces tous les 1000 € dépensés au sein des entreprises du GIE.

Une carte bancaire pour payer en €

Conversion Sesterce/ euro possible (1:1) en payant avec votre CB Sesterce dans n'importe quel commerce (sans les avantages des entreprises membre).

Incitations financières RSE

Possibilité de faire gagner des Sesterce pour inciter aux actions durables.
Ex : collecte des produits usagés, recharge VE chez [Leplein.fr](https://leplein.fr) (selon les choix des enseignes adhérentes).

Les bénéfices de faire-ensemble pour ton entreprise

Augmenter l'engagement des clients

Les Sesterces encouragent les interactions croisées entre les enseignes du GIE, contrairement à des programmes isolés.

Flexibilité stratégique

Chaque marque adhérente personnalise ses avantages (ex : bonus RSE ou remises), en cohérence avec sa stratégie.

Baisser les coûts de transaction

En contournant les intermédiaires de paiement.

L'avis des experts



Matthieu JOLLY

Fondateur SEENAPSE

Enfin ! La première brique d'un programme de fidélité "Mulliez" est sur les rails. Une occasion unique de créer d'engager les consommateurs. Reste à aller plus loin qu'une simple monnaie, en y associant des services exclusifs, des avantages sur-mesure, des remises personnalisées... De quoi bâtir un programme ambitieux, à la hauteur de l'écosystème.



Julien GUÉGUEN

Incubation, The field

Lancer une monnaie d'écosystème, utilisable dans 6500 points de vente sur 90% des besoins des Français tout en préservant l'autonomie des marques c'est un autre potentiel au quotidien que Flying Blue ! Enorme sujet, d'autant qu'il reste en Europe des obstacles réglementaires mais les US viennent d'ouvrir la voie avec le Genius act en 7/2025. Attention Pépité !