



COMMUNIQUE DE PRESSE, PARIS, le 18/06/2020

PIXPAY S'ASSOCIE AVEC 10 MARQUES PHARE DE LA GENERATION Z ET LANCE PIX&LOVE LE PREMIER PROGRAMME QUI RECOMPENSE LES ADOS CHEZ DES MARQUES VRAIMENT ADAPTEES A LEUR GENERATION

PIXPAY, solution de paiement à destination des adolescents (10-18 ans) et de leurs parents, continue d'innover pour proposer des services bancaires vraiment dédiés aux habitudes de consommation des jeunes. En partenariat avec des marques emblématiques de la Génération Z telles que Mc Donald's, Undiz, Les Cinémas Pathé Gaumont, Kaptan, Back Market, la start-up lance Pix&Love, le premier programme d'avantages créé spécialement pour les 10-18 ans.

Pix&love : un programme d'avantages sur-mesure pour la génération Z, qui leur fait plaisir tout en les aidant à grandir

Fini les programmes de fidélité à points et peu compréhensibles, le programme Pix&Love se veut à la fois **simple, lisible et généreux**. Il donne ainsi accès à des "deals" qui vont permettre aux adolescents de récupérer des euros sur leurs achats.

Pix&Love vise d'abord à faire plaisir aux ados avec des marques qu'ils consomment tout naturellement, comme Mc Donald's, Undiz ou Les Cinémas Pathé Gaumont. Mais le programme a aussi pour objectif de faire grandir les adolescents en les aidant à consommer mieux et plus malin :

- Nouveau smartphone ? D'accord, mais avec Back Market, les boss du reconditionné.
- Soutien scolaire ? Oui, mais nouvelle génération avec Kartable, l'école sur mesure 100% en ligne par des professeurs de l'Education Nationale
- Code de la route ? Ça roule, mais avec Ornikar, l'auto-école en ligne qui révolutionne le permis.

Food, loisirs, shopping, tech : les principales verticales que les ados consomment sont représentées dans Pix&Love avec des marques plurielles (physiques et digitales) et affinitaires.

« Nous avons créé le programme Pix&Love pour répondre aux usages de la génération Z. Loin de vouloir un catalogue à la Prévert, nous avons rigoureusement sélectionné des marques qui ont du sens pour nos ados. Cela fait écho aux ambitions de Pixpay : faire plaisir aux ados avec des deals simples et généreux, mais aussi les aider à bien grandir », explique **Caroline Menager, co-fondatrice de Pixpay**.

Comment Pix&Love fonctionne ?

L'adolescent accède via l'**application Pixpay** aux deals du programme Pix&Love. Il clique sur le deal de son choix pour en savoir plus et l'active s'il veut en profiter. Il s'agit donc d'une **démarche active et volontaire** de l'adolescent. Il n'a plus ensuite qu'à payer son achat chez ces marques partenaires pour débloquer son gain (immédiatement ou selon les conditions de retour du marchand). Ce sont donc de véritables **euros gagnés** à chaque dépense, que le jeune peut ensuite décider de dépenser ou d'épargner.

Comme d'habitude, les parents gardent la main : ils ont une totale transparence sur les deals de leur ado et peuvent désactiver Pix&Love à tout moment.

CHIFFRES CLES

- **10% crédités sur sa carte** : c'est le montant moyen des avantages proposés par le programme Pix&Love
- **10 marques on et offline** proposent des deals au lancement de Pix&Love
- **+ 5% chez Mc Donald's**
- **+ 10% chez Les Cinémas Pathé Gaumont**
- **+ 10% chez Undiz**
- **+10% chez Citadium**
- **+ 10% chez Kartable**
- **+ 5% chez Birchbox**
- **+5% chez Back Market**
- **+12,5€ pour l'achat du code de la route chez Ornika**
- **+7,5€ pour l'achat d'un abonnement annuel à SoFoot Club**
- **+1€ par course Kapten**

"Nous croyons que le cinéma fait vivre une expérience inégalée et collective. Nous avons investi en ce sens dans nos salles depuis plusieurs années pour proposer l'expérience la plus immersive grâce notamment aux technologies Imax, Dolby Cinema et 4DX. Les ados sont nos consommateurs de demain, et nous voulons créer le réflexe cinéma sur cette cible. C'est pourquoi ce partenariat avec Pixpay prend tout son sens." explique **Béatrice Tourvieille, DGA Marketing et Digital Les Cinémas Pathé Gaumont.**

"Les ados d'aujourd'hui sont régulièrement confrontés à des situations d'autonomie (départ en vacances, retour des entraînements sportifs ou premières soirées...). Ils ont besoin d'une solution simple, pratique, et digitale pour se déplacer. Avec Pixpay, des 16 ans, les ados peuvent booker un Kapten en toute autonomie, sans être dépendants de la carte bancaire de leurs parents. Nous avons été séduits par l'approche de Pixpay qui incite activement les jeunes à utiliser un service de VTC pour se déplacer, ce qui peut rassurer un grand nombre de parents quand parfois les retours se font tard." - rajoute **Victoria Garonnaire, Head of Marketing France @Kapten.**

A PROPOS DE PIXPAY

Pixpay, start-up fondée par Benoit Grassin, Nicolas Klein et Caroline Ménager en janvier 2019, est la première marque à proposer enfin une alternative aux banques pour les 10-18 ans. Son ambition : révolutionner les solutions de paiement des adolescents en leur donnant les ressources pour bien grandir. Pixpay propose ainsi aux jeunes une carte de paiement MasterCard et une app mobile leur permettant de payer, d'être payé, d'épargner ou encore de bénéficier de remises sur leurs marques préférées. C'est aussi une application mobile pour les parents, leur offrant une solution sécurisante, pédagogique et pratique pour suivre et accompagner leurs enfants au quotidien. <https://www.pixpay.fr/>

Facebook : @PixpayApp

LinkedIn : @pixpay-app

Snapchat : @pixpay

Instagram : @pixpay_app

Contacts presse :

Etienne RICHEL – etienne@edifice-communication.com – 07 85 89 64 57

Elise ELMALAH – elise@edifice-communication.com – 07 72 66 77 91