

## **Kto, dlaczego i w jaki sposób korzysta z karty kredytowej, czyli portret polskiego posiadacza karty kredytowej w badaniach Citi Handlowy**

**Już niemal co piąty Polak ma kartę kredytową, a prawie połowa korzysta z niej co najmniej parę razy w tygodniu, w tym 13 proc. korzysta codziennie. Wśród posiadaczy kart kredytowych w Polsce zdecydowanie dominują młodzi ludzie, 69 proc. ma mniej niż 50 lat, 54 proc. z nich posiada dzieci. Tylko 12 proc. to osoby po 60 roku życia. Łatwy dostęp do dodatkowych środków oraz brak lub niskie opłaty są najważniejszymi powodami wzięcia karty kredytowej. To tylko niektóre wnioski z badania przeprowadzonego na zlecenie Citi Handlowy przez GFK na temat polskich użytkowników kart kredytowych.**

### **Kim jest typowy użytkownik karty kredytowej?**

- 69 proc. użytkowników kart kredytowych stanowią osoby poniżej 50 roku życia,
- Połowa z nich (54 proc.) posiada rodzinę z dziećmi,
- 56 proc. zarabia powyżej 4 500 zł miesięcznie,
- co trzeci posiadacz ma dyplom uczelni wyższej,
- 77 proc. ma tylko jedną kartę kredytową w swoim portfelu.

*- Posiadacze karty kredytowej są coraz bardziej świadomi czym jest karta kredytowa i jak z niej korzystać. Karta przestaje być postrzegana jako skomplikowane narzędzie, a raczej staje się łatwym środkiem pozyskania dodatkowych środków. Dziewięciu na dziesięciu badanych wskazuje, że używa karty kredytowej co najmniej raz w miesiącu i co najważniejsze tyle samo osób deklaruje, że terminowo spłaca swoje zaległości. Aż 68 proc. spłaca zadłużenie z ostatniego wyciągu w całości – mówi Marcin Domagała, dyrektor departamentu zarządzania produktem karta kredytowa w Citi Handlowy.*

### **Dlaczego decydujemy się na kartę kredytową?**

Karta kredytowa jest przede wszystkim sposobem uzyskania dodatkowych środków, na co wskazuje co trzeci badany. Jest to częściej krótkoterminowe wsparcie niż planowana dłuższa pożyczka - tylko dla 20 proc. badanych długość okresu bezodestkowego jest czynnikiem dla którego zdecydowało się skorzystać z karty kredytowej. Niemal połowa użytkowników (49 proc.) uznaje, że karta to klucz do uzyskania szybkiego dostępu do dodatkowych środków.

### **Co decyduje o wyborze karty kredytowej?**

Aż 23 proc. badanych wskazuje niskie opłaty za korzystanie i wydanie karty jako czynnik determinujący wybór karty kredytowej. Chociaż dla 16 proc. ważna pozostaje

wysokość limitu, to tylko 10 proc. przy wyborze karty kieruje się atrakcyjnym oprocentowaniem kredytu czy możliwością skorzystania z usługi rozłożenia zadłużenia na raty (14 proc.).

### **Z czego korzystamy mając już kartę kredytową w portfelu?**

Jak się okazuje, korzystając z karty kredytowej zaczynamy doceniać możliwość rozłożenia zakupów na raty – dla 28 proc. badanych to jedna z ważniejszych funkcjonalności. Łatwość korzystania z karty kredytowej w internecie to drugie najważniejsze wskazanie użytkowników karty. Warto zwrócić uwagę że ta kwestia nie pojawiła się w TOP5 na liście argumentów przemawiających za wyrobieniem tego produktu.

Co piąty posiadacz karty ceni sobie możliwość skorzystania z rabatów przy płatnościach za zakupy, 21 proc. - możliwość zbierania punktów w programach lojalnościowych. Co ciekawe przy podejmowaniu decyzji o aplikacji o produkt ten akurat aspekt jest „drugorzędny” i wymieniany na dziesiątym miejscu.

### **Jak korzystamy z karty kredytowej?**

45 proc. korzysta z niej co najmniej parę razy w tygodniu, a 89 proc. korzysta z karty co najmniej raz w miesiącu. Karta kredytowa to produkt bardzo egalitarny i korzysta z niej tyle samo kobiet co i mężczyzn. Wśród tych osób 63 proc. wydaje miesięcznie do 1000 zł, a następnie 24 proc. od 1 do 2 tysięcy. Tylko 12 proc. wydaje powyżej 2 tysięcy.

### **Z jakich funkcjonalności najczęściej korzystamy?**

Najczęściej badani deklarują płatności zbliżeniowe (56 proc.), minimalnie wyprzedzając zakupy przez internet (55 proc.). Zaskakująca kwestia korzystania z kart kredytowych do wypłaty środków w bankomacie powtarza się – ta funkcja zajmuje czwarte miejsce wśród najczęściej stosowanych funkcji (32 proc.).

### **Za co płacimy kartą kredytową?**

W płatnościach przez internet dominują wydatki związane z podróżami, w ten sposób częściej płacimy za bilety i hotele, natomiast poza siecią karty używamy do większych zakupów domowych, ale też regulowania rachunków za paliwo, zakupów w sklepach odzieżowych, obuwniczych czy hipermarketach.

### **Klienci Citi Handlowy bardziej internetowi, cenią sobie programy lojalnościowe**

*- Nasi klienci częściej wykorzystują kartę kredytową przy płatnościach online. Aż 67 proc. z nich właśnie płatności online wskazuje jako najczęściej wykorzystywaną funkcjonalność, na drugim miejscu płatności zbliżeniowe - 66 proc. To średnio o 10 pp niż rynek - zauważa Marcin Domagała.*

Klienci Citi Handlowy chętniej też doceniają programy lojalnościowe i rabatowe. Co trzeci badany uważa je za atut swojej karty. - *Nasz Program Rabatowy dla Kart*

*Kredytowych Citibank oferuje zniżki nawet do 50% w ponad 4800 punktach usługowo-sprzedażowych w całej Polsce. W czerwcu 2016 r. zainicowaliśmy unikatowy program lojalnościowy CitiSmile dla posiadaczy kart kredytowych, którym bank wyznacza nowe trendy na rynku, podobnie jak przed laty, kiedy bank wprowadzał na polski rynek karty kredytowe – dodaje Marcin Domagała.*

W programie CitiSmile klient nie zbiera punktów, nie musi w żaden sposób przystępować do programu, wystarczy że aktywnie używa swojej karty w trakcie zakupów. W zamian otrzymuje od banku drobne niespodzianki albo zaproszenia na specjalne eventy, które mają wywołać na jego twarzy uśmiech. Banki rozwija i wzbogaca programy punktowe na kartach Citi World MasterCard, PremierMiles lub BP PAYBACK.

Badanie Użytkowników Kart Kredytowych w Polsce zostało zrealizowane przez GFK na zlecenie Citi Handlowy w lutym 2017 r., N=1003 oraz badanie telefoniczne Omnibus GFK w styczniu 2017 r., N=1000.

\*\*\*

**Kontakt dla mediów:**

Dorota Szostek-Rustecka, dyrektor biura prasowego, tel. (0-22) 690 1049;

E-mail: [dorota.szostekrustecka@citi.com](mailto:dorota.szostekrustecka@citi.com)

Agata Charuba-Chadryś, kierownik ds. kontaktów z mediami, tel. (0-22) 692 9416

E-mail: [agata.charubachadrys@citi.com](mailto:agata.charubachadrys@citi.com)

Patrycja Długolecka-Wójcik, specjalista ds. kontaktów z mediami, tel. (0-22) 692 9052

E-mail: [patrycja.dlugoleckawojcik@citi.com](mailto:patrycja.dlugoleckawojcik@citi.com)

**Bank Handlowy w Warszawie SA** to jedna z największych instytucji finansowych w Polsce, oferująca pod marką Citi Handlowy bogaty i nowoczesny asortyment produktów i usług bankowości korporacyjnej, inwestycyjnej i detalicznej. Bank Handlowy obsługuje 6,4 tys. klientów korporacyjnych i ok. 681 tys. klientów indywidualnych poprzez nowoczesne kanały dystrybucji oraz sieć 36 oddziałów. W skład grupy kapitałowej Banku wchodzi takie podmioty jak: Dom Maklerski Banku Handlowego i Handlowy Leasing. Przynależność do Citigroup, największej na świecie instytucji finansowej, zapewnia klientom Banku Handlowego dostęp do usług finansowych w ponad 100 krajach.

**Citi** (NYSE:C) to wiodąca globalna instytucja finansowa, mająca około 200 milionów klientów w ponad 140 krajach. Poprzez swoje dwie odrębne jednostki operacyjne: Citicorp i Citi Holdings, Citi obsługuje klientów indywidualnych, korporacyjnych, rządowych i instytucjonalnych zapewniając im bogaty wachlarz produktów i usług finansowych w zakresie bankowości detalicznej, bankowości korporacyjnej i inwestycyjnej, usług maklerskich i zarządzania aktywami. Dodatkowe informacje można uzyskać na stronie internetowej [www.citigroup.com](http://www.citigroup.com) lub [www.citi.com](http://www.citi.com).