



Communiqué de presse

Paris, mardi 19 juin 2007

Mots-clés : CRÉDIT / GRANDE DISTRIBUTION / FIDELISATION / CONSOMMATION

Finaref lance la carte privative Madelios

■ **Présentée comme le « privilège de l'homme », la carte Madelios est sortie le 18 juin 2007. Elle est aux couleurs du grand magasin parisien dédié à la mode masculine. ■ C'est la première fois que Finaref réalise une carte exclusivement réservée à un seul magasin. De nombreux avantages y sont associés : facilités de paiements, réductions, cadeaux et toute une panoplie de services et privilèges.**

Le magasin Madelios avait besoin de se doter d'une carte privative à son nom et à son image dans le cadre de son développement. Il l'a créé avec Finaref. Les codes graphiques de la carte rappellent ceux du magasin, avec une prédominance de couleur noire lui donnant un aspect chic, sobre et très masculin. En proposant la carte Madelios aux clients du magasin, l'enseigne souhaite renforcer le sentiment d'appartenance et de reconnaissance de la clientèle au concept Madelios. Cette nouvelle carte privative répond ainsi à une logique de fidélisation. En tant qu'outil d'animation des ventes, elle est appelée à faire croître le trafic en magasin ainsi que la valeur du panier moyen.

Pour Valérie Tormos, responsable enseigne chez Finaref : « Cette carte est née d'une réflexion et d'un travail mené en synergie entre les équipes de Finaref et celles de Madelios. Avec la carte Madelios nous accompagnons notre partenaire dans son développement en lui apportant notre expertise dans la gestion des cartes privatives ».

La carte Madelios est gratuite et ses détenteurs bénéficient de nombreux avantages.

Parmi les nombreux privilèges accessibles avec la carte Madelios citons : les 15 % de réduction sur tout le magasin le jour d'ouverture de la carte, des remises exclusives de 15 % à 30 % plusieurs fois dans l'année sur tout le magasin ou sur une sélection d'articles des plus grandes marques. La carte Madelios permet de régler à son rythme en offrant des facilités de paiements adaptées au montant des achats effectués.

Le suivi des paiements par carte se fait via la réception d'un relevé de compte mais est également disponible sur Internet, un serveur vocal ou directement par téléphone auprès d'un conseiller Finaref. Enfin, les paiements de la carte Madelios sont sécurisés grâce à un code confidentiel personnalisable à quatre chiffres.

De nombreux autres services lui sont associés comme la livraison gratuite sur Paris Intra Muros, une heure de parking gratuit et 50 % sur les retouches.

Pour César Wallois, Directeur de Madelios « s'appuyer sur le savoir faire de Finaref pour la gestion des comptes clients associés à la nouvelle carte Madelios nous garantira l'expertise d'un acteur majeur du marché des cartes privatives. Cette

carte nous permettra de mieux connaître nos clients et ainsi de répondre de façon adaptée à leurs besoins en leur proposant des services et avantages spécifiques. »

La carte Madelios est atypique par rapport au marché de la carte privative en France car elle est réservée aux clients de l'unique magasin Madelios alors que pour l'instant les sociétés financières s'attachaient à développer des cartes sur des modèles de diffusion plus industriels. L'utilisation de la carte Madelios sera cependant plus large car la carte est « interopérable » c'est-à-dire utilisable pour régler ses achats parmi la plupart des autres enseignes possédant une carte gérée par Finaref (la Fnac, Le Printemps, Surcouf, La Redoute...).

Selon Nicolas Denis, Directeur Commercial Enseigne de Finaref, *« la carte Madelios s'inscrit pour Finaref dans une stratégie de segmentation de l'offre carte que nous proposons jusqu'à présent. En accompagnant Madelios avec cette carte nous entendons démontrer notre capacité à adapter les services de la carte privative à des enjeux très spécifiques sur des marchés porteurs, Madelios étant un concept de magasin unique en son genre ».*

Une campagne de marketing accompagne le lancement de cette carte. Le dispositif comprend de l'affichage dans le métro parisien, des Hummers limousines habillés aux couleurs de la carte circulant dans Paris, des messages radios et dispositifs de PLV adaptées sur les vitrines du magasin.

A propos de Madelios. Situé à Paris au 23 boulevard de la Madeleine, le magasin est dédié à la mode masculine. Il propose une centaine de marques réparties sur 4000 m² sur 2 niveaux. Ouvert du lundi au samedi de 10 heures à 19 heures, Madelios est un espace unique, raffiné et confortable au service de sa clientèle à 80 % masculine.

À propos de Finaref. Activateur de croissance, Finaref fait partie du groupe Crédit Agricole. Finaref est spécialisé dans la vente à distance de produits financiers à travers deux métiers : celui du crédit à la consommation et celui de l'assurance. Ses clients sont les détenteurs des cartes privatives de ses partenaires : des enseignes de la grande distribution et de la vente à distance comme La Redoute, La Fnac, Le Club Med, Le Printemps, La Maison de Valérie, Têleshopping, Surcouf. Finaref commercialise aussi des crédits renouvelables en direct auprès des clients particuliers via ses comptes Mistral et Challenger. Il propose enfin toute une gamme de prêts personnels avec un échancier fixe de remboursement. Pour en savoir plus : www.finaref.fr et www.finaref.com