

CardOps, leader de la carte cadeau en France

Avec 3,5 millions de cartes cadeaux vendues en 2007 d'une valeur globale de plus de 110 millions d'euros, CardOps, division de Banque Accord (Groupe Auchan) se place en première position des acteurs de la carte cadeau en France.

Le cadeau qui booste le chiffre d'affaires

Après les fêtes de Noël, c'est l'heure du bilan pour les enseignes. Le constat est clair, proposer une carte cadeau à ses clients dope le chiffre d'affaires. Les partenaires de CardOps qui ont lancé leur carte en 2007 ont vu leurs ventes de cartes cadeaux s'accroître considérablement ces trois derniers mois, le mois de décembre représentant à lui seul plus de 24% des ventes de l'année (soit 5 fois plus qu'un mois normal).

Arrive maintenant le temps de l'utilisation de ces cartes qui va sans doute se concentrer pendant les soldes d'hiver. Cette deuxième période sera elle aussi source de chiffre, les bénéficiaires dépassant souvent volontiers la somme prévue par la carte.

« Nous avons lancé notre carte cadeau en octobre 2007. Très attendue, elle a, dès son lancement, été plébiscitée par nos clients. En effet, cette carte leur apporte une réelle liberté en terme de plaisir d'offrir. Ce projet est une véritable réussite commerciale qui nous permet d'affirmer que ce produit est une excellente alternative à notre ancien système basé sur les chèques cadeaux » explique Nathalie Klochender, Responsable Communication de Cultura.

Un véritable engouement

D'après l'étude Deloitte Noël 2007, la carte cadeau arrivait en 3^{ème} position des cadeaux désirés par les Français pour Noël, gagnant deux places par rapport à cette même étude menée en 2006. Dans un contexte de crise du pouvoir d'achat, les Français préfèrent désormais offrir du choix et du pouvoir d'achat tout en évitant le simple don d'argent liquide, plus impersonnel.

L'avantage de cette carte pour le consommateur est double :

- pour celui qui l'achète, elle est une solution originale, idéale pour des cadeaux de dernières minutes et elle permet d'être certain de faire plaisir puisque le choix du cadeau final est laissé au bénéficiaire.
- pour celui qui la reçoit, elle est pratique puisqu'elle peut être utilisée en plusieurs fois et laisse le plaisir de choisir soi-même son cadeau.

Un intérêt certain pour les enseignes

Les enseignes aussi trouvent leur intérêt dans une carte qui :

- participe de façon évidente aux outils de fidélisation et de prospection
- permet de proposer un produit innovant et différenciant
- relaie efficacement les opérations commerciales thématiques (Noël, Fêtes des Mères, Pâques, etc.)
- se révèle donc être une source supplémentaire de chiffre d'affaires.



CardOps continuera de développer ses partenariats en 2008. Il a d'ores et déjà dépassé les frontières en lançant en 2007 la carte cadeau Alcampo (Auchan Espagne) et va ainsi accompagner ses enseignes partenaires dans leur stratégie internationale.

A propos de CardOps

CardOps est la division monétique de Banque Accord, filiale du groupe Auchan. Créée il y a deux ans, elle compte déjà de nombreuses enseignes majeures parmi ses partenaires : Auchan, Cultura, Pimkie, Jules, Brice, Bizzbee, Cocktail Scandinave, GrosBill.com, Alinéa, Picwic et bientôt Leroy Merlin. CardOps a traité 450 millions de transactions en 2007.
www.cardops.com

A propos de Banque Accord

Banque Accord, filiale du Groupe Auchan, est spécialisée dans la monétique, la gestion des cartes de paiement et le crédit à la consommation. Banque Accord s'appuie sur une relation de proximité avec plus de 5,4 millions de clients en Europe dont 2,3 millions en France. Le montant des achats payés avec les cartes gérées par la Banque dépasse les 7,3 milliards d'euros. La Banque emploie 1 500 personnes en Europe (Lille, Tours, Varsovie, Lisbonne, Madrid, Milan, Budapest, Bucarest), à Moscou et Shanghai. Pour en savoir plus, visitez www.banque-accord.com.

Contact Presse

Banque Accord
Mylène Plateaux – 03 28 38 56 75
mplateaux@banque-accord.com

