

5<sup>ème</sup>  
EDITION

# TROPHÉES PUBLI-NEWS 2010 DES CARTES INNOVANTES

Paris, le jeudi 9 décembre 2010



UN ÉVÈNEMENT

**PUBLI**  
NEWS

EN PARTENARIAT AVEC / IN PARTNERSHIP WITH



**Sopra**  
group



# Trophées 2010 Publi-News des Cartes Innovantes

## Cartes nominées

Voici le bref descriptif des 41 cartes nominées pour les Trophées 2010 des Cartes Innovantes, qui se déroulent à Paris le 9 décembre 2010. Ces cartes ont été sélectionnées par Publi-News et ADN'co. Les Trophées 2010 des Cartes Innovantes sont sponsorisés par MasterCard, Affinion International, SPB, Sopra Group et Mondial Assistance.

## Selected Cards

This is a summary of the 41 nominee cards for the 2010 Publi-News Trophées for Innovative Cards that takes place on 9 december 2010. Those cards were short-listed by Publi-News and AND'co. The 2010 Trophées are sponsored by MasterCard, Affinion International, SPB, Sopra Group and Mondial Assistance.

## INTERNATIONAL

### 1) FIDELITE ET AVANTAGES / LOYALTY & REWARDS

#### Chase Card Service, Ultimate Rewards, USA

En 2009, Chase Card Services, une division de JPMorgan Chase & Co., a mis au point le programme de récompenses Ultimate Rewards. Ce programme de récompenses exclusives, de calibre mondial offre des possibilités, virtuellement illimitées, de gagner et de racheter des récompenses sans les restrictions d'autres programmes (p. ex., des points de billet d'avion expirés).

In 2009, Chase Card Services, a division of JPMorgan Chase & Co., developed Ultimate Rewards, a proprietary, world-class rewards program that offers virtually limitless opportunities to earn and redeem rewards without the restrictions of other programs (e.g., airfare blackout dates or points expiration).

#### Barclaycard US, Gonomy Card, USA

RecycleBank, le programme de récompenses qui motive les consommateurs américains à prendre des mesures plus écologiques, et Barclaycard, l'entreprise de paiements de Barclays Bank, ont présenté la carte Visa Gonomy en octobre 2009, comme un nouveau moyen pour leurs membres de gagner des points de RecycleBank qui peuvent être rachetés auprès de plus de 3 000 détaillants nationaux et régionaux et des marques.

RecycleBank, the rewards program that motivates U.S. consumers to take greener actions, and Barclaycard, the payments business of Barclays Bank, introduced The Gonomy Visa Card in October 2009, as a new way for its members to earn RecycleBank Points which can be redeemed at over 3,000 national, regional, and local retailers and brands.



#### Amex Singapore, Rewards Card, Singapore

La nouvelle carte American Express Rewards Card est la première carte de crédit à Singapour qui récompense les consommateurs en fonction de leurs préférences de dépenses personnelles. La carte permet aux membres de choisir leurs 5 lieux préférés pour faire des achats, manger et dépenser, et les récompense avec 50 % de points bonus en plus chaque fois qu'ils dépensent dans leurs 5 lieux préférés.



The new American Express Rewards Card is the first credit card in Singapore to reward consumers for their personal spending preferences. It allows members to choose their Favourite 5 places to shop, dine and spend and rewards them with 50% more bonus points each time they spend at their Favourite 5 places, applicable for the first \$5,000 spend in a calendar year.

### 2) DESIGN ET FORMES / DESIGN & FORMS

#### Rosbank (Société Générale), My Style, Russia

L'offre « My Style » a été lancée le 16 août 2010 par Rosbank (groupe Société Générale) en Russie. L'objectif est de donner au client la liberté de personnaliser le visuel de sa carte bancaire. C'est une solution innovante de marketing on-line pour gagner de nouveaux clients, augmenter l'usage des cartes et renforcer la fidélité des clients.

« My Style » offer was launched on August 16th by Rosbank (Société Générale Group) in Russia. The objective is to give the clients freedom to choose the design of their cards. It is an innovative on-line marketing and printing solution for bringing new accounts, increasing card usage and boosting loyalty.

ETUDE

PUBLI-NEWS

# CARTES INNOVANTES 2011

Malgré la crise financière et la récession économique, l'innovation repart de plus belle sur tous les terrains. Cette nouvelle étude recense les innovations cartes de l'année 2010 partout dans le monde.



■ **Un outil de travail unique pour les professionnels de la banque, de la distribution et de l'industrie des cartes.**

- Quelles innovations ont marqué l'année : fidélité, avantages, services, design, prépayé, technologies ?
- Quelles sont les différenciations majeures ?
- Quels enseignements tirer pour les émetteurs ?

■ **Avec cette étude vous pourrez :**

- Comparer vos cartes avec ce qui se fait de mieux dans le monde
- Identifier les meilleures idées pour enrichir vos cartes existantes et/ou en lancer de nouvelles

■ **Une couverture internationale :**

Une sélection des 480 offres de cartes bancaires "pures", co-brandées et affinitaires les plus innovantes au monde

■ **Des innovations réparties dans 5 catégories :**

- Fidélisation (cash back, points, ou miles, ...)
- Services adossés (assurance, assistance)
- Cartes prépayées
- Design, formes et visuels
- Technologies

■ **Les photos des cartes et leur présentation détaillée**

■ **Une analyse du marché**

**Pour en savoir plus, rendez-vous sur  
[www.publi-news.fr](http://www.publi-news.fr)**

# GUIDE DES CARTES NOMINÉES / NOMINEES CARDS GUIDE

## 3) PRÉPAYÉ / PREPAID

### Bancorp Bank Payment Solutions, InsurCard, USA



La carte prépayée Visa InsurCard a été conçue par des professionnels de l'assurance spécifiquement pour le paiement des dommages d'assurance et est commercialisée auprès des compagnies d'assurances américaines et les administrateurs de tierce partie.

The InsurCard Visa Prepaid Card was designed by insurance professionals specifically for the payment of insurance claims and is marketed to U.S. insurance companies and third party administrators.

### Banque Atlantique, Atlantique Hadj, Ivory Coast

Lancée en Octobre 2009, la carte s'adresse aux pèlerins musulmans se rendant à La Mecque. Le client n'a plus besoin de payer les taux de conversion de devises pour échanger son argent. Il peut retirer de l'argent du réseau MasterCard. La carte Atlantique Hadj protège le client par une assurance en cas d'accident.



Launched in October 2009, it targets Muslim pilgrims going to Mecca, businessmen, sellers. The card can be directly charged in Saudi Rial. That way, customers don't need to pay for change anymore. They can withdraw money from MasterCard's network. In addition, thanks to their Atlantique Hadj card, customers are protected by insurance in case of accident.

## 4) TECHNOLOGIES/TECHNOLOGIES

### Discover, US Unlocked Card, USA



Lancée en septembre 2009, la carte cible les acheteurs en ligne internationaux (non-américains) qui veulent acheter sur des sites Web américains

où une carte de crédit ou une adresse de facturation américaine sont requises.

- Launched in September 2009, it targets International (non-US) online shoppers who want to purchase from US websites where a US credit card/US billing address is required.

### Société Générale, Yoban'tel, Senegal

La Société Générale a développé une solution simple, rapide et fiable de transfert d'argent et de paiement de factures par téléphone mobile. La société Obopay fournit la solution technique et apporte son expertise dans le traitement des transactions sur mobile. Dans un premier temps, le service a été lancé le 29 juin 2010 au Sénégal.



Société Générale has developed a universal, handy and safe solution to transfer money and pay bills via mobile phone. Obopay supplies the underlying technology and brings its expertise in the processing of transactions by mobile phone. Senegal is the first country in which the service was launched on June 29, 2010.

## EUROPE

4

## 1) FIDELITE ET AVANTAGES / LOYALTY & REWARDS

### Bank Millennium, Impresja, Poland



La carte Impresja n'a pas été lancée comme « une carte pour les femmes », mais comme une carte avec « l'âme d'une femme ». Cette distinction subtile traduit l'impression d'un produit offrant des bénéfices au-delà

de ce que les femmes peuvent attendre d'une carte de crédit : 5% de cash back pour tous les achats chez 25 commerçants, accès au programme marchand, etc.

The Impresja card was launched not as a "card for women," but as a card with "the soul of a woman". This subtle distinction conveys an impression of a product that offers benefits beyond what women have come to expect from a credit card (5% cash back for all purchases in 25 merchants, access to merchant program, etc.)

### Garanti Bank, Gold Reward Card, Turkey



Golden Bonus (Altın Bonus), la première carte qui économise tout en dépensant, épargne de l'or en échange de toutes les dépenses. La carte Golden Bonus a toutes les spécifications de la carte Bonus.

Ses détenteurs épargnent de l'or au cours des achats réalisés. L'or épargné peut être consulté sur les relevés de carte et en ligne.

Golden Bonus (Altın Bonus), the first card that saves while spending, saves gold in exchange of all of the expenses. Golden Bonus Card has all of the specifications of the Bonus Card. Its cardholders save gold from the shopping made in the country and overseas. Saved gold can be chased from card statements and online.

# EUROPE

## **Citi Bank, CSA World Card, Czech Republic**

Lancée le 3 août 2010, la carte vise les voyageurs fréquents de Czech Airlines (CSA). Les avantages sont l'accumulation de miles, le statut de voyageur fréquent et tous les autres avantages des cartes Citibank Premium MasterCard & MasterCard World : accès aux réductions au CitiClub Merchant Partners, accès au Citibank World Privileges, à l'assurance voyage Free Family, etc.



Launched on 3rd August 2010, it targets frequent fliers of Czech Airlines (CSA). Advantages are miles accumulation, frequent flier membership Status benefits, and all other benefits of Citibank Premium Card & MasterCard World (access to discounts in Czech at CitiClub Merchant Partners, access to Citibank World Privileges, Free Family Travel Insurance, etc.)

## **2) SERVICES/SERVICES**

### **Unicre, Atitude, Portugal**

La carte Atitude, lancée en septembre 2009, est définie comme l'une des premières et plus complètes cartes de crédit ECO-nomiques dans le monde car elle combine des caractéristiques écologiques et environnementales importantes et plusieurs avantages financiers sur la même carte. Atitude est fabriquée avec un plastique sans chlore facilement recyclable, préférant les relevés électroniques plutôt que papier.

Atitude Card, launched in September 2009, is defined as one of the first and most complete ECO-nomical credit cards worldwide as it combines important ecological and environmental features and several financial benefits for the cardholder on the same card. Atitude is being manufactured in a chlorine-free easily recyclable plastic, preferring electronic statements instead of paper.

### **BMPS, M'Honey, Italy**



La carte classique M'Honey est une carte de crédit renouvelable pour toutes les personnes ayant besoin d'un instrument de paiement évolué, une ligne de crédit de moyenne et grande

entité (5.000 euros) et qui sont intéressées par les services supplémentaires liés à la carte.

M'honey Card Classic is a revolving credit card for all people require an evolved payment instrument, a medium – high entity credit line (5.000,00 euros) and who are interested in additional services connected to the card.

## **2) DESIGN ET FORMES / DESIGN & FORMS**

### **Santander, Ferrari Card, Spain**

Banco Santander a lancé la carte de crédit Ferrari au cours du Grand Prix de Formule 1 à Montmeló, Barcelone, en Espagne, une nouvelle carte liée au sponsorship de la banque avec le fabricant italien de voiture de course. Cette carte, premier produit financier dans le monde mettant en vedette le sceau officiel du produit Ferrari, renforce les relations de Banco Santander avec les clients.



Banco Santander launched the Ferrari credit card during the Formula 1 Grand Prix held in Montmeló, Barcelona, Spain, a new card linked to the bank's sponsorship of the Italian racing team and car manufacturer. This card, the first financial product in the world featuring the official Ferrari product seal, has allowed Banco Santander to strengthen its relationship with customers by increasing the number of credit cardholders in Spain.

### **Raiffeisen Zentral Bank, Reload Card, Austria**



C'est la première initiative sur le marché autrichien offrant une carte de paiement entièrement conçue par le détenteur : conception, couleur de la puce, profil, services en ligne- et SMS.

It is the first initiative which provides a payment card completely designed by the cardholder (design, chip colour, fee profile, SMS- and online-services, ...) in the Austrian market - for the first time ever.

### **BRD (Société Générale), A la carte, Romania**

Cette nouvelle offre lancée par la BRD (Groupe Société Générale) le 1er février 2010



permet au client de personnaliser sa carte en choisissant son visuel parmi une galerie de photos (plus de 50 classées en 6 galeries thématiques : paysages, textures, fleurs, animaux, musique, sport) ou de télécharger la photo de son choix (par exemple des photos de famille, de son animal de compagnie, d'un paysage).

This new offer was launched by BRD (Societe Generale Group) on February 1st 2010. This new offer enables the customers to customize themselves their card artwork by choosing an

# GUIDE DES CARTES NOMINÉES / NOMINEES CARDS GUIDE

artwork among picture galleries (more than 50 pictures divided in 6 themes: landscapes, textures, flowers, animals, music, sport), or downloading their own picture (e.g.: with their family, children, pets, landscapes...).

## 4) PRÉPAYÉ/PREPAID

### **Citi, Citi Global Transaction Services, UK**

Citi a mis en place un système de carte prépayée pour aider les jeunes qui atteignent l'âge de dix-huit ans et qui sont nécessaires dans le quartier de Lewisham de Londres. Les bénéficiaires peuvent recevoir une indemnité de subsistance hebdomadaire lorsqu'ils continuent leurs études ou s'ils cherchent un emploi.

Citi have implemented a prepaid card scheme to support young people reaching the age of eighteen and leaving care in the London Borough of Lewisham. Care leavers are eligible to receive a weekly subsistence payment as they continue in education or look for a job.

### **Austria 9 & Global Humax, Austria 9, Austria**



Première carte de versement en Autriche. Le titulaire a beaucoup d'options pour charger la carte : Paysafe, UKash, Wiretransfer, chargement SEPA, PayPal et beaucoup d'autres.

First Remittance card in Austria. The Cardholder has a lot of options to load the card. Paysafe, Ukash, Wiretransfer, SEPA Loading, Paypal and many more.

### **Moneybookers, Moneybookers.com, UK**

Le porte-monnaie électronique en ligne Moneybookers lance en octobre 2009 une carte prépayée rechargeable en partenariat avec MasterCard. Destinée en priorité aux joueurs en ligne, elle ouvre ainsi ses services prépayés à un réseau universel.



Launched in October 2009, the Moneybookers MasterCard innovates with instant synchronisation between online eWallet account and card, instead of a separate top-up for the card and the eWallet, and global reach, local approach: available across the EU with 80 local top-up methods, 4 currencies and 12 languages.

### **Bank Asya, DIT Pratik Campus, Turkey**

La carte de débit prépayée qui fait aussi office de titre de transport est disponible et acceptée dans toute la Turquie.

Elle est aussi acceptée sur les points de vente munis de terminaux pour les cartes sans contact. La carte DIT Pratik est utilisable comme titre de transport dans les bus et trains, mais elle est aussi acceptée notamment dans les taxis, cabines de péage, cafétérias et restaurants universitaires.



The idea behind the project is to create a complete city card project. DIT Pratik is not used just in normal shopping transactions but also in contactless shopping transactions and in transportation. Also the same card can be used as student identification card, access card or as library card.

## 5) TECHNOLOGIES/TECHNOLOGIES

### **Payback, Payback for iPhone, Germany**

Le premier programme de fidélité en Allemagne lance une application mobile pour iPhone qui permet entre autres de stocker dans le téléphone les coupons existants du programme, de localiser les partenaires PayBack, de cumuler des avantages supplémentaires. La fonction paiement sera installée dans l'application plus tard.

First Germany loyalty program is launching a mobile application for iPhone which allows card holders to use their iPhones to redeem valid, customer-specific coupons so it is not necessary to print the paper-based coupons, to find the nearest PoS of all Payback merchants, to collect points through regional promotions. An app payment function will be installed later.

### **CartaSi, Freetouch, Italy**

CartaSi FreeTouch est une carte de crédit adossée à l'application sans contact MasterCard PayPass. Le porteur peut ainsi régler ses achats, jusqu'à 25 euros, simplement en passant sa carte sur un lecteur NFC (ou bien, la carte peut être utilisée de manière traditionnelle, « avec contact ».)



CartaSi FreeTouch can be used "without contact", with just a "tap" movement nearby the pos machine enabled with the contactless technology (otherwise, the Card can be used in the traditional way, "with contact").

### **Turk Ekonomi Bank, Ekranli Kart, Turkey**

La carte de débit à écran permet d'authentifier le détenteur ou fournir des informations sur le compte. Le détenteur peut lire des informations : solde du compte ou limite de crédit auto-

risée. TEB délivre ces cartes à affichage avec un programme d'authentification Maestro eCommerce. Elle peut fonctionner comme un mot de passe ponctuel permettant l'accès à un réseau sécurisé.

'TEB Ekranli' Kart provides standard banking and payment functionalities, strong OTP security. It has a powered 6-digit display card with a integrated 12-button-sensitive keypad packaged in a convenient and familiar card form factor. The innovative touch –sensitive keypad allows for various onboard applications such as PIN activation and access to internet banking and other critical applications.



'TEB Ekranli kart' can function as a onetime password credential for secure network access.

## Caixa Geral de Depositos, Webuy, Portugal

Caixa Webuy a été lancée en août 2010. La carte est disponible pour tous les clients adultes qui achètent généralement sur internet avec des cartes de crédits. La carte étant rechargeable, les détenteurs de cartes peuvent fixer le montant à utiliser en fonction de leurs besoins de consommation. Pour plus de commodité, Caixa Webuy ne requiert pas de code PIN pour valider la transaction.



Caixa webuy was launch in August of 2010. The card is available for all adults customers that usually buy on the internet with credits cards. The card provides a most secure service to the bank and customers. As it is a rechargeable card, cardholders can set the amount to be used adapting it to their consumption needs. For more convenience, Caixa webuy does not require PIN (Personal Identification Number) to transaction validation.

# FRANCE

## 1) FIDELITE ET AVANTAGES / LOYALTY & REWARDS

### Société Générale, XV de France



Les cartes Collection XV de France ont été lancées en février 2010 à l'occasion du Centenaire du Tournoi des VI Nations (remporté par le XV de France, avec un Grand Chelem à la clé !!). Elles se déclinent en carte MasterCard et

Gold MasterCard. Ces cartes s'adressent à tous les fans de rugby, joueurs, amateurs ou supporters du XV de France.

The XV de France Collection cards were launched in February 2010 on the occasion of the Centenary of the Six Nations Tournament (won by the French team, with a Grand slam!!). The cards are issued as Mastercard cards and Gold MasterCard.

### LCL, Carte Judo

Les cartes LCL Judo sont des cartes co-brandées entre LCL et la Fédération Française de Judo. Elles sont commercialisées depuis le 5 janvier 2010. Elles répondent aux attentes non seulement des licenciés du Judo mais également des amateurs de ce sport. LCL l'a décliné sur sa gamme : Visa Indépendance, prépayée et rechargeable, pour les 12-17 ans, Inventive MasterCard et



Maestro pour les 16-25 ans, Visa Cléo pour les plus de 25 ans et Visa Premier LCL pour les clients haut de gamme.

LCL Judo cards are co-branded by LCL and the French Judo Federation (FFJ). They have been permanently marketed since 5 January 2010. The cards meet not only FFJ members' but also any judo lover's expectations. It was therefore LCL's wish to make the offer available to the greatest number of customers: Visa Indépendance (prepaid and rechargeable) for 12-17s, Inventive MasterCard et Maestro for 16-25s, Visa Cléo for over 25s, and Visa Premier LCL for upmarket customers.

### Aqoba, Technikart'e

Technikart'e est une carte affinitaire avec un programme de fidélisation lancé avec la revue branchée Technikart'e. Le détenteur de la carte peut choisir le visuel de sa carte et garder son compte en banque habituel.



Technikart'e is an affinity card with a loyalty program. The cardholder can choose the card design and keep his usual bank account.

### La Banque Postale & Unicef, Charity cards

La Banque Postale a lancé en décembre dernier deux cartes de débit affinitaires, co-brandées avec Unicef MasterCard et Visa Gold Unicef. Ces cartes ciblent les clients moyens et haut de gamme, en s'appuyant sur des actions à succès antérieures avec les détenteurs d'Adesio, une carte associée à un pro-

# GUIDE DES CARTES NOMINÉES / NOMINEES CARDS GUIDE

gramme de fidélisation de La Banque Postale.

La Banque Postale launched last december two affinity debit cards cobranded with Unicef : MasterCard Unicef and Visa Gold Unicef. These cards are targeting mid-range and upscale customers, building on earlier successful actions with Adesio cardholders, a card associated to La Banque Postale loyalty program.



## FNCA, Carte sociétaire

La carte est proposée prioritairement aux clients sociétaires des Caisses Régionales déjà porteurs d'une carte. Elle vise également les clients ou nouveaux clients, qui souhaitent devenir sociétaires. C'est avant tout une carte Mastercard et Gold Mastercard.



The card is firstly proposed by Crédit Agricole's local banks to customers-members already equipped in card. It also aims at the customers, or at new customers, who wish to become members. It is above all Mastercard and Gold Mastercard.

## 2) SERVICES/SERVICES

### Aqoba, Futureo

Aqoba lance en novembre 2010 la carte pour la société Futureo. Futureo annonce une nouvelle génération de solutions de retraite complémentaire pour les particuliers et une innovation entièrement nouvelle en France et en Europe: offrir à des grandes marques l'occasion de contribuer aux épargnes retraite de leurs clients.



Aqoba launches in November 2010 his second program card for the Futureo company. Futureo heralds a new generation of complementary pension solutions for individuals and a completely new innovation in France and in Europe: offering major consumer brands the opportunity to contribute to pension savings for their clients.

### Oney Banque Accord, Paiement CB en n fois

Le paiement en plusieurs fois permet aux e-marchands d'augmenter le panier moyen, les recettes et le trafic de clients. La solution est simple, rapide et amusante à utiliser, un achat facile pour le client, une solution ouverte à chaque client ou détenteur de carte de crédit MasterCard et Visa. Elle répond aux attentes des consommateurs réfractaires au crédit.

Payment in several times allows e-merchants to increase average basket and revenue, customer traffic because it is known solution by business to customer, easy, fast and fun to use. The solution is easy fast and fun to use, an easy purchase for the customer, a solution opened to every customer or cardholder of credit card MasterCard and Visa credit card, answers the refractory consumers on the credit.

### Boursorama Banque, remote configuration, SMS

Le porteur peut consulter en ligne le détail des mouvements liés à sa carte bancaire. Le client reçoit une alerte SMS pour ses transactions CB (paiement ou débit) supérieures à 200 euros ayant fait appel au serveur d'autorisation. Boursorama Banque a mis également à disposition du client un service en ligne appelé « CB Booster » pour effectuer un retrait exceptionnel (faculté de retirer jusqu'à 3 000 € dans n'importe quel distributeur avec sa carte bancaire), et pour une augmentation de plafonds de sa carte bancaire (de façon temporaire ou permanente).



The card holder can view details of its credit card transactions online. He receives an SMS alert for its above 200 euros CB (payment or debit) transactions which uses the server authorization. An online service called "BC booster" has two free features: exceptional withdrawal (up to 3,000 € in any ATM with its card), and ability to increase its card (on a temporary or permanent basis) ceilings.

## 3) DESIGN ET FORMES / DESIGN & FORMS

### Société Générale, So Music boule à facettes

La Société Générale a lancé le 1er juin 2010 un nouveau visuel la carte So Music Phosphorescente. La carte So Music boule à facettes s'intègre dans la collection So Music commercialisée depuis le 26 mai 2008. Cette collection co-brandée avec Universal Music qui s'adresse à tous les amateurs de musique, et plus particulièrement aux jeunes de 16 à 29 ans, très consommateurs de musique notamment numérique, totalise à ce jour plus de 150 000 cartes souscrites.



On 1st June 2010 Société Générale launched a new image card, the So Music Disco ball. The So Music Disco ball card is part of the So Music collection which has been marketed since 26 May 2008. This collection, co-branded

with Universal Music, is intended for all music lovers and especially 16- to 29-year-olds. So far 150,000 cards have been issued.

### BPCE, Cartego

Les clients pourront personnaliser leur carte bancaire selon leur affinité, via deux modalités : à partir d'un catalogue de 60 visuels affinitaires, classés en 8 thématiques : arts, merveilles du monde, musique - cinéma, nature & environnement, Pour moi, régions de France, sports, voyages ; à partir d'une photo personnelle, téléchargée par le client.



The customers can personalize their Banque Populaire card according to their affinity, through two ways : from a 60 affinity pictures catalog, classified in 8 themes: arts, World wonders, Music - Cinema, Nature and Environment, For me, Regions of France, Sports, Travel, or from a personal photo, downloaded by the customer.

### BNP Paribas, A chacun son image



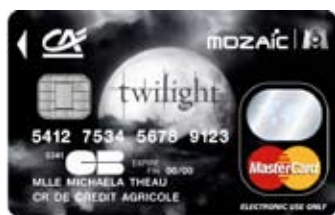
A chacun son image est une option permettant au client de choisir le visuel de sa carte bancaire, soit en téléchargeant une photo de son choix, soit en choisissant un visuel

dans une galerie d'images de BNP Paribas. Cette option est disponible pour les porteurs de cartes Electron, Visa Classic et Premier (uniquement les visuels de la galerie) depuis le 11 mai 2010.

'A chacun son image' is an option enabling the client to personalise the design of their bank card either by uploading a photo of their choice, or by choosing an image from the BNP Paribas picture gallery. This option is available to Electron, Visa Classic and Premier cardholders (images from the picture gallery only) since 11 May 2010.

### Crédit Agricole, M6 Twilight

Le Crédit Agricole s'est associé au Groupe M6 pour commercialiser une nouvelle carte de paiement et retrait destinée aux jeunes : la carte Mozaïc M6. Elle se décline en 3 visuels différents, au choix du client (noir, bleu et orange). En complément, un nouveau visuel événementiel illustrant l'univers « Twilight » est commercialisé du 1er juin 2010 au 31 décembre 2010.



Crédit Agricole partnered with M6 Group, major player in

the media 's world, 2nd French terrestrial channel network for less than 50 years old, and in particular for the 15-24 years old, to market a new card aimed for the young high-school pupils, students and apprentices from 12 to 25 years old: the Mozaïc M6 card. 3 visuals (black, blue and orange) tested and approved by the young people, in order to answer the taste of the greatest number. In complement a new special visual, illustrating the universe "Twilight", is marketed from June 1st, 2010 till December 31st, 2010.

### LCL, Business

Depuis le 10 juin 2010 et pour la première fois en France, LCL propose désormais à ses clients professionnels et petites entreprises de personnaliser le visuel de leur



carte VISA Business en y apposant leurs propres photos (vitrine du magasin, logo la société, produits...).

On June 2010, LCL has launched the first free design payment card in France for small businesses. After the successful launch of the card design customisation on the consumer segment, LCL extends its service to small businesses segment based on the same technology.

## 4) PRÉPAYÉ/PREPAID

### Bred, Bred Wizz



Bred Wizz MasterCard est la première carte prépayée au sein du groupe BPCE. Exclusivement axée sur la cible des adolescentes, Bred Wizz est la seule carte affinitaire

avec le programme de fidélisation, composée de cinq marques.

Bred Wizz MasterCard is the first prepaid card in the BPCE Group. Exclusively focused on teen target, Bred Wizz is the only affinity card with loyalty program, composed by five brand.

### BNP Paribas, Home Cash

Lancée en mai 2010, la solution Home Cash a été conçue pour les immigrés marocains vivant en France qui transfèrent des fonds à leurs familles et amis au Maroc, dans le but de répondre à leurs besoins évolutifs en termes de prix, de rapidité et de commodité.



Launched in May 2010, The Home Cash solution has been

# GUIDE DES CARTES NOMINÉES / NOMINEES CARDS GUIDE

designed for the Moroccan migrants living in France which transfer funds to their families and friends in Morocco, with the objective to respond to their evolving needs in terms of pricing, rapidity and convenience.

## 5) TECHNOLOGIES/TECHNOLOGIES

### natural security, Biometric payment



natural security permet de payer rapidement, simplement en toute sécurité grâce à l'association du sans contact à moyenne distance avec authentification biométrique, quelque

soit le montant, sans avoir à présenter un support de paiement. natural security est en phase de conception et de réalisation d'un prototype qui sera présenté fin 2010. Une mise en service (au travers d'un pilote) est prévue pour la fin 2011.

natural security combines biometric technologies and a 1,5 meter read distance contactless technology and can be used whatever location (at home for shopping on the internet

or in retail), whatever amount, without having to present a payment support. After a proof of concept, natural security plans to release a prototype at end of 2010 for the "Cartes" exhibition. A pilot is planned for the end of 2011.

### BNP Paribas, Dual contactless offering (card + mobile) in Nice

La carte de paiement sans contact ou carte duale, est une carte standard sur laquelle figure l'option "sans contact". L'option est disponible sur les cartes VISA Classic, Premier



et Infinite. Cette carte sans contact permet au client de payer plus simplement ses achats de petits montants. BNP Paribas propose aussi de payer par mobile sans contact.

The contactless payment card or dual card is a standard card with a "contactless option". This option is available with VISA Classic, Premier and Infinite cards. This contactless card gives customers an easier way to pay for their small purchases. They are required to enter their PIN codes only for amounts over 20 euros.

## Offre découverte : Recevez un numéro gratuit

### Systèmes de Paiement

- **Hebdomadaire** : chaque vendredi, elle vous garantit une information fraîche et réactive
- **Electronique et papier** : vous la recevez dès sa parution par mail en format PDF, puis par courrier en format papier
- **Retrouvez des informations indispensables sur :**
  - Les stratégies bancaires
  - Les initiatives des grands émetteurs
  - Le paiement mobile
  - Les cartes sans contact
  - Le SEPA

#### A retourner ou à faxer à Publi-News

47, rue Aristide Briand,  
92300 Levallois-Perret (France)  
Tél : 01 41 49 93 64  
Fax : 01 47 57 37 25  
E-mail : [a.fraumont@publi-news.fr](mailto:a.fraumont@publi-news.fr)

**Oui**, je souhaite recevoir un numéro gratuit de la lettre hebdomadaire "Systèmes de Paiement"

Nom : ..... Prénom : .....

Société : ..... Fonction : .....

Adresse : .....

Code Postal : ..... Ville : .....

Pays : .....

Tél : ..... Fax : .....

E-mail : .....



# Pourquoi la carte bancaire est l'avenir de la banque

**La carte bancaire est le produit le plus dynamique aux mains des banques. Aujourd'hui, le consommateur peut choisir celle qu'il souhaite, dotée des visuels qu'il préfère et demain des seules fonctionnalités désirées. Une interview de Yann Emilian, Directeur Général France, Affinion International.**

**- Vous êtes un marketer. Quel est l'événement majeur pour l'innovation cartes ?**

C'est vrai que ces dernières années ont fécondé des innovations majeures : co-branding, cartes affinitaires, visuels à la demande, cartes cash back, cartes caritatives, cartes gratuites, cartes débit-crédit...

Mais un événement majeur change la donne : l'émergence d'un nouvel acteur, l'établissement de paiement, qui apporte aujourd'hui une solution marketing innovante : connaissance du client, de son style de vie, ouvrant la voie au data mining, analyse prédictive pour apporter des offres pertinentes associées à la carte. Le meilleur exemple, c'est Aqoba.

**- Oui mais ces cartes sont des cartes de débit. Or, à l'international, les banques privilégient la carte de crédit, pour générer des revenus...**

Aujourd'hui, seule une fraction de la clientèle des banques souhaite avoir une ligne de crédit. Pire, en proposer introduit parfois un facteur de rejet. De plus, la multiplication des contraintes légales alourdit le processus.

**- Alors sur quoi se fonde le nouveau modèle ?**

Sur une offre intelligente de services autour de la carte, permettant d'offrir à des enseignes partenaires des outils d'analyse marketing des fichiers porteurs comportementaux tout en bénéficiant d'une quote part de la cotisation carte.

**- Alors exit le co-branding ?**

Non, mais il ne s'applique pas à toutes les sauces. Le co-branding n'est valable qu'avec des marques auxquelles est attachée une émotion ou une passion. Il y en a peut-être une dizaine en France, pas plus. Le modèle du co-branding lié au crédit à la consommation, a montré ses limites : scoring filtrant, OPC contraignante, délais loi Scrivener, et maintenant loi Lagarde, etc. De plus, aujourd'hui la carte devient le miroir de la vie de chacun des porteurs. L'utilisateur veut en effet posséder une carte qui lui ressemble, qui exprime ses passions ou ses coups de cœur et qui lui apporte davantage de services : l'ère de la carte à la carte ne fait que commencer.

La carte a une capacité prodigieuse à communiquer plus vite avec chaque client, d'animer la relation de manière plus « raisonnable » par SMS ou e-mailings mais aussi avec la mise en place d'animations ou d'événements en relation directe

avec leurs attentes. La carte donne donc un élan formidable au marché bancaire.

**- Et l'affinitaire ?**

Les cartes affinitaires aujourd'hui, c'est en volume 90 % des nouvelles cartes diffusées. Mais cela résulte du renouvellement des cartes et peu ou pas de l'acquisition de nouveaux clients. C'est donc un outil de fidélisation formidable. ■



Yann Emilian, Affinion International





Expert européen avec une gamme complète  
de progiciels financiers

## evolant<sup>®</sup>

**Notre expérience, nos solutions et notre valeur ajoutée métier**  
vous aideront à trouver le chemin du succès pour vos projets.  
L'offre Evolan se décline sur 4 lignes majeures :

- la gestion des engagements  
(crédits, garanties, recouvrement, ...),
- les moyens de paiement,
- les risques et le reporting,
- la distribution bancaire.