



Communiqué de presse

PROSODIE, leader sur le marché de la gestion de la carte cadeau en France

Boulogne-Billancourt, le 9 mars 2006 : PROSODIE, opérateur de services en ligne pour l'échange à distance des informations des grands comptes, a gagné son pari en devenant, en 2 ans, le leader de la gestion de la carte cadeau en France. Aujourd'hui, 11 enseignes utilisent la plate-forme PROSODIE au travers des cartes Kadéos et Darty. Forte de cette position, PROSODIE dresse un premier bilan des impacts de la carte cadeau sur ces enseignes, particulièrement significatif à l'issue de la période d'après-fêtes.

En 2 ans, PROSODIE impose son leadership sur un marché en pleine croissance

En 2003, les premiers projets de carte cadeau apparaissent en France. PROSODIE, reconnue pour sa longue expertise dans le domaine du prépayé acquise notamment auprès des opérateurs de téléphonie mobile, s'impose alors comme un acteur majeur sur ce marché.

Possédant une plate-forme technologique haute disponibilité capable d'absorber de forts pics transactionnels, PROSODIE a très vite convaincu Kadéos (émetteur pour les enseignes Fnac, Printemps, Redoute,... du groupe PPR) puis Darty, de lui confier la gestion de leur programme de carte cadeau.

Aujourd'hui, ces enseignes observent des résultats bien au-delà de leurs attentes.

La clé du succès : une adhésion immédiate à un produit aux caractéristiques multiples

Ainsi, une des premières observations faites, notamment pendant la période des fêtes de fin d'année en 2005, est la maturité immédiate des acheteurs face au produit carte cadeau.

En effet, les enseignes se félicitent d'une adhésion spontanée forte. En remplaçant le chèque par la carte cadeau, certaines d'entre elles ont plus que décuplé leur chiffre d'affaires sur ce produit en magasin.

Les enseignes ont compris, dès le départ, l'intérêt d'utiliser les possibilités offertes par la carte : sécabilité, valeur choisie au moment de l'achat... Parallèlement, la créativité autour des supports visuels a suscité un vif engouement.

Certaines entreprises ont opté pour un programme multi-enseigne et toutes l'ont voulu multicanal. Ainsi, une carte achetée en magasin peut être utilisée indifféremment sur Internet, par téléphone et sur un lieu de vente.

Par ailleurs, dans la continuité de ce déploiement, les enseignes envisagent dès à présent de développer de nouveaux concepts autour du support carte. L'extension de la carte cadeau à l'international est également à l'étude.

La carte cadeau, un projet structurant pour les enseignes

« Au-delà des intérêts économiques évidents comme l'augmentation du chiffre d'affaires et de la trésorerie de l'enseigne, ou la conquête de nouveaux clients, la carte cadeau

constitue, au sein même des enseignes, un projet fédérateur. En effet, elle est considérée comme un produit à part entière faisant l'objet d'une politique marketing dédiée », souligne Nathalie Huez, responsable de l'offre Carte Cadeau chez PROSODIE.

De plus, son déploiement amène à lancer plusieurs études internes : intégration aux systèmes des magasins, choix d'une solution de traitement des transactions, modalités de gestion par la direction financière. Une politique de conduite du changement accompagne alors le lancement de la carte cadeau.

Pour une adhésion maximale, ces changements doivent être simples aux yeux des collaborateurs, surtout en magasin (vendeurs, caissiers, direction de magasin).

C'est notamment pour cette raison que les enseignes décident d'externaliser la plateforme de gestion de leur programme de carte cadeau. Elles peuvent ainsi se concentrer sur leur stratégie marketing et promotionnelle, ou encore sur la mobilisation commerciale autour du produit.

L'externalisation au cœur du déploiement de la carte cadeau

Forte d'une expertise de plus de 10 ans dans le domaine du prépayé, PROSODIE a su répondre aux attentes des enseignes voulant rapidement lancer leur offre. En effet, elle possède toutes les capacités technologiques pour déployer de tels projets :

- réduction du temps de réponse pour un traitement en caisse fluide,
- gestion des pics d'activité transactionnelle, essentielle lors de ventes événementielles ou saisonnières : Noël, fête des Mères, ou encore St Valentin,
- souplesse de la plate-forme qui permet une grande réactivité face aux demandes du marché, répondant ainsi aux souhaits fonctionnels des enseignes
- capacité à faire évoluer des plates-formes techniques selon leur montée en charge.

Parallèlement, PROSODIE a conclu des partenariats technologiques et stratégiques avec des acteurs majeurs du monde du paiement et de la monétique tels que ASInfor, Moneyline, Ingenico. Ces accords simplifient le déploiement et l'intégration de la solution aux systèmes déjà en place au sein des enseignes.

A propos de PROSODIE

PROSODIE est un opérateur de services, expert en solutions télécoms et informatiques qui permettent aux clients, partenaires et collaborateurs des grands comptes publics et privés d'échanger à distance des informations qui leur sont destinées.

PROSODIE produit et diffuse également des informations pour son propre compte, à travers les trois marques grand public de son pôle PROSODIE Info, GENYcourses, METEO CONSULT et France-examen.

PROSODIE détient aussi 59% de nCryptone, acteur majeur des solutions d'authentification forte au format ISO avec une offre couvrant l'ensemble de la chaîne de valeur.

Présent en France, en Espagne, aux Etats-Unis et au Canada, le Groupe a réalisé en 2005 un chiffre d'affaires consolidé IFRS de 147,1 M€ en hausse de 6,2 % par rapport à 2004 (138,5 M€) et un résultat opérationnel 2004 de 7,5 M€.

PROSODIE fait partie du SBF 250, CAC small 90, CAC mid & Small 190 et du segment Next Economy d'Euronext.

PROSODIE a obtenu, en juillet 2003, le label ANVAR « Entreprise innovante » et en octobre 2005, la certification AFAQ ISO 9001 pour ses activités d'hébergement et d'infogérance sur ses sites de Boulogne-Billancourt et de Vélizy.

Code ISIN action : FR0004152031

Code ISIN BSA : FR0000309023

www.prosodie.com

Contacts presse

PROSODIE Katérina Levallois Tél. : +33 1 46 84 17 83 e-mail : klevallois@prosodie.com André Saint-Mleux Tél. : +33 1 46 84 11 64 e-mail : asaintmleux@prosodie.com	CICOMMUNICATION Delphine Decourty Tél. : +33 1 47 23 90 48 e-mail : decourty@cicommunication.com
--	--