

Cetelem anuncia novo comando para operação brasileira

Membro do Comitê Executivo do Grupo Cetelem e responsável pelo desenvolvimento global de novos negócios e inovações, Marc Campi chega ao comando da operação no Brasil, assumindo a posição de Georges Régimbeau

São Paulo, 21 de dezembro de 2006 – A Cetelem, líder europeia em crédito ao consumo, anunciou a chegada de Marc Campi, que assume a presidência das operações no Brasil no lugar de Georges Régimbeau, que fundou e esteve à frente da companhia no Brasil nos últimos oito anos. Marc Campi era membro do Comitê Executivo do Grupo Cetelem na França e já conhecia bem a operação brasileira tendo coordenado como responsável do desenvolvimento internacional alguns grandes acordos firmados pela Cetelem no Brasil. Campi assume o desafio de consolidar a presença da Cetelem no varejo brasileiro e de diversificar a atuação da companhia em outros segmentos do crédito ao consumo. “O Brasil é um país que apresenta características e oportunidades únicas de desenvolvimento de novos produtos e de ampliação daqueles que já oferecemos”, afirma o executivo. Georges Régimbeau comandou a entrada da Cetelem no país e imprimiu à companhia um ritmo de crescimento acelerado: a empresa fecha o ano de 2006 com quase R\$ 4 bilhões em carteira, mais que dobrando o volume de 2005. Carro-chefe da companhia, o cartão Aura conta hoje com mais de 1,6 milhões de titulares, apenas quatro anos após o seu lançamento no país. “Estar à frente da Cetelem Brasil foi, sem dúvida, uma oportunidade única”, diz Régimbeau. “Ter uma equipe local tão comprometida, me traz a tranquilidade de partir para novos desafios. Hoje a Cetelem conta com uma operação sólida no Brasil graças à confiança que depositaram nela todos os seus parceiros”. O executivo assume nova diretoria na matriz.

Sobre a Cetelem

Fundada em 1953, a Cetelem integra o grupo financeiro francês BNP Paribas e é hoje o líder europeu em crédito ao consumo, além de ser referência para parcerias com comércio, bancos e seguradoras, companhias às quais empresta sua expertise na oferta de crédito ao consumo. Com mais de 30 milhões de clientes e 18,5 mil colaboradores, a Cetelem está presente em 26 países – na Europa, América Latina e Ásia.

Sobre a Cetelem Brasil

No Brasil desde 1999, a Cetelem é pioneira na oferta de cartões co-branded com o varejo, tendo estabelecido parcerias com mais de 70 redes no Brasil como, por exemplo, Fnac, Armarinhos Fernando, Fast Shop, Colombo, TelhaNorte, TNG, Submarino e Casa & Vídeo, entre outras, agregando clientes de todas as classes sociais e contribuindo para a consolidação do crédito como uma ferramenta importante de fidelização e de gerenciamento do orçamento doméstico.

Mais Informações | FSB Comunicações

Ana Carolina Fullen

11 - 3061-9596

anacarolina.fullen@fsb.com.br

Sabrina Mendonça

11 - 3061-9596

sabrina.mendonca@fsb.com.br

Estratégia de crescimento acelerado traz retorno para a Cetelem no Brasil

Carteira de crédito duplica e lucro líquido triplica em relação ao primeiro semestre de 2005

São Paulo, 31 de agosto de 2006 – A Cetelem, líder europeu em crédito ao consumo, presente em 25 países, anunciou os resultados para a operação brasileira no semestre fiscal encerrado em 30 de junho de 2006. A companhia fechou o semestre com uma carteira de crédito de R\$ 2,5 bilhões, mais do que dobro em relação ao mesmo período do ano passado. No mesmo período, o resultado operacional, passou de R\$ 12,4 milhões, em junho de 2005, para R\$ 29,7 milhões – um aumento de 139%. Neste contexto, o lucro líquido mais do que triplicou, saltando de R\$ 5,5 milhões em 2005 para R\$ 16,9 milhões neste primeiro semestre de 2006.

Para o diretor-geral da Cetelem Brasil, Georges Régimbeau, os resultados são uma resposta do trabalho consistente que a companhia vem desenvolvendo no país por meio de parcerias sólidas e produtos de crédito inovadores. "Nossa expectativa é dobrar a operação de 2005 para 2006 e acreditamos que estamos no caminho para conquistar essa meta", afirma o executivo. "Conseguimos intensificar nossa atuação regional no Sul e Norte/Nordeste e expandimos acordos com companhias que já eram nossas parceiras, isso demonstra o nosso comprometimento com nossos clientes no Brasil."

Seguindo a vocação da Cetelem de sempre acompanhar as tendências do consumidor nos países em que atua, destaca-se também neste primeiro semestre, a publicação da primeira versão brasileira do Observador Cetelem. Publicado há 17 anos na Europa, a primeira versão brasileira testa alguns mitos sobre o consumidor e mostra a importância da classe C no consumo e o potencial da Internet como canal. A Internet é inclusive um dos eixos estratégicos mundiais da Cetelem e no Brasil levou à criação de uma joint venture com o Submarino, líder no comércio puramente online.

Sobre a Cetelem

Líder em crédito ao consumo na Europa e presente em 21 países distribuídos em quatro continentes, a Cetelem integra o grupo francês BNP Paribas e foi fundada em 1953, na França. Presente no Brasil desde 1999, a Cetelem contabiliza hoje 30 milhões de consumidores no mundo portando o cartão Aura, aceito em mais de 295 mil estabelecimentos comerciais. No Brasil, a empresa operou inicialmente no varejo com o Cartão Carrefour, além de ser pioneira na oferta de cartões co-branded de varejo no mercado brasileiro. Com o lançamento do Cartão Aura em 2002, a Cetelem já estabeleceu parcerias importantes com redes de varejo como Fnac, Fotóptica, Fast Shop, Colombo e TelhaNorte, entre outras, agregando clientes de todas as classes sociais e contribuindo para a consolidação do crédito como uma ferramenta importante para o gerenciamento do consumo e do orçamento doméstico.

Ana Carolina Fullen

11 - 3061-9596

anacarolina.fullen@fsb.com.br

FSB Comunicações

Sabrina Mendonça

11 - 3061-9596

sabrina.mendonca@fsb.com.br

Cetelem patrocina vôlei de praia do Brasil

Atletas contam com apoio da empresa na busca por medalhas em dois grandes eventos esportivos

São Paulo, 1º de agosto de 2006 – A Cetelem, empresa líder em crédito ao consumo na Europa e presente em 21 países distribuídos em quatro continentes, patrocina duas jogadoras de vôlei brasileiras em dois grandes eventos esportivos mundiais que acontecem no próximo mês.

A dupla, formada por Carolina Aragão e Bárbara Figueiredo, estará presente no Circuito Banco do Brasil de Vôlei de Praia, que acontece entre os dias 2 e 6 de agosto em São Luís, no Maranhão. Esta é a 10ª etapa do evento, que tem previsão de término para novembro. Além disso, as jogadoras participam do Mundial Sub 21, que acontecerá entre os dias 23 e 27 de agosto, em Myslowice, na Polônia. “A Cetelem apóia as atletas na prática esportiva para demonstrar o comprometimento da empresa com a qualidade de vida e o bem-estar as pessoas. Esperamos motivá-las para a conquista do título”, declarou Franck Vignard-Rosez, da Cetelem.

Bárbara Figueiredo é carioca, tem 19 anos. Começou a jogar na escolinha de vôlei de praia de Jorge Barros, o Jorjão, na Barra, perto de completar 11 anos. Em 2002, jogou meia-temporada no Flamengo, onde foi Campeã Carioca Infantil. Carrega no currículo o título de Campeã Mundial de Sub-19 em 2005, Medalha de Prata no Campeonato Mundial Sub-18 em 2003 e em 2004, Campeã Brasileira Sub-21 em 2006, Tricampeã Brasileira Sub-19 em 2003, 2004 e 2005 e Campeã Carioca em 2004.

Carolina Aragão também é uma carioca de 19 anos. Começou a jogar vôlei aos 12 anos no Botafogo. No início de 2003, trocou as quadras pelas areias. Foi Campeã Mundial Sub-19 em 2005, Campeã Brasileira Sub-21 em 2006, Bicampeã Brasileira Sub-19 em 2004 e 2005, Campeã Carioca em 2004, Quinta Colocada no Mundial Sub-18 em 2004 e Vice-campeã Brasileira Sub-18 em 2003.

Sobre a Cetelem

Líder em crédito ao consumo na Europa e presente em 21 países distribuídos em quatro continentes, a Cetelem integra o grupo francês BNP Paribas e foi fundada em 1953, na França. Presente no Brasil desde 1999, a Cetelem contabiliza hoje 30 milhões de consumidores no mundo portando o cartão Aura, aceito em mais de 295 mil estabelecimentos comerciais. No Brasil, a empresa operou inicialmente no varejo com o Cartão Carrefour, além de ser pioneira na oferta de cartões co-branded de varejo no mercado brasileiro. Com o lançamento do Cartão Aura em 2002, a Cetelem já estabeleceu parcerias importantes com redes de varejo como Fnac, Fotóptica, Fast Shop, Colombo e TelhaNorte, entre outras, agregando clientes de todas as classes sociais e contribuindo para a consolidação do crédito como uma ferramenta importante para o gerenciamento do consumo e do orçamento doméstico.

FSB Comunicações
Ana Carolina Fullen
anacarolina.fullen@fsb.com.br
(11) 3061-9596

Cetelem faz radiografia do mercado brasileiro

Empresa publica, pela primeira vez no Brasil, estudo Observador, que mapeia o setor de consumo e derruba mitos sobre economia do país

São Paulo, 30 de maio de 2006 – Fiel à sua vocação de compreender profundamente as regiões em que atua, a Cetelem Brasil anunciou a publicação do primeiro Observador no país. O estudo, desenvolvido em parceria com o instituto de pesquisas Ipsos, tem como objetivo mapear o mercado local e entender profundamente os hábitos de consumo dos brasileiros. Além disso, por ser publicada em outros países, como França, Itália, Espanha, Portugal, Alemanha e Bélgica, a pesquisa permite uma avaliação global, comparando os diversos mercados.

“Temos um compromisso de longo prazo com o Brasil”, afirma Franck Vignard-Rosez, diretor executivo de desenvolvimento e marketing da Cetelem Brasil. “Trazer o Observador como ferramenta para conhecer ainda mais profundamente o perfil do consumo no país demonstra isso e nos ajuda a desenvolver soluções de crédito ainda mais customizadas.”

O Observador Brasil é composto por dois blocos principais de dados. Na primeira parte, denominada *Mercado*, traz entrevistas com executivos de destaque do setor varejista, além de análises de diversos setores da economia, com informações sobre faturamento; expectativa de crescimento e comparativo com anos anteriores; e detalhamentos de cada segmento, como participação de mercados, principais *players*, etc. Estão inclusas informações sobre o setor moveleiro, eletroeletrônicos, micro-informática, automóveis, supermercado, confecções e crédito ao consumo.

Os segmentos estudados incluem as principais fontes de consumo de bens pelas famílias e são os mesmos em todo mundo, o que permite uma visão global do mercado. Para a elaboração do material foram utilizados dados fornecidos pelas instituições representantes dos respectivos setores pesquisados.

Brasil desmistificado

A segunda parte do Observador Brasil, batizada *Barômetro*, destrincha o perfil do consumidor brasileiro, por classe social, idade e região. Além de fornecer um amplo mapa dos hábitos de consumo, o estudo Cetelem-Ipsos ainda procura desafiar alguns mitos arraigados na cultura do país, como, por exemplo, se o Brasil é realmente uma Belíndia, ou se somos mais otimistas, quando o assunto é futuro, que habitantes de outros países. Ou ainda compreender o tamanho do bolso de cada consumidor.

“O Observador nos proporcionou a experiência de perceber nuances de cenários que eram dados como certos, mas que, na verdade, não correspondem à realidade”, exemplifica Vignard-Rosez. “É caso, por exemplo, da metáfora Belíndia, cunhada na década de 70, mas que não se sustenta nos dias de hoje.”

O executivo faz referência aos dados que comprovam que o Brasil se compõe de diversos universos, mas não é polarizado em dois grandes grupos que representariam a Bélgica e a Índia nem sob o aspecto de classes sociais, pois essa comparação não considera a classe C, tanto quanto sob a ótica da divisão por regiões.

Outro mito que cai por terra com o Observador Brasil é o otimismo do brasileiro em relação ao futuro. A pesquisa Cetelem-Ipsos conclui que, se comparado a outros 12 países europeus, a realidade é diferente. De uma forma geral, pode-se dizer que, em média, a percepção do brasileiro a respeito do futuro é a mesma que nos outros locais quando perguntado sobre a nota que cada cidadão daria a seu país. Entretanto, se a pergunta focar questões como poder de compra nos próximos meses, sentimento em relação ao futuro, o brasileiro tem a tendência a ser mais negativo que o europeu.

Para o desenvolvimento do trabalho foram feitas 1,2 mil entrevistas, pessoais e domiciliares entre 30 de novembro e 7 de dezembro de 2005. A amostra foi probabilística com cota representativa do eleitorado brasileiro. As cotas de sexo, idade, educação, atividade econômica e região são baseadas em dados oficiais do IBGE (PNAD 2002 e TSE 2004). Foram ainda selecionadas 70 cidades e nove regiões metropolitanas, todas parte do Sample Frame Ipsos – Opinion. O estudo tem margem de erro de três pontos percentuais para mais ou para menos e 95% de intervalos de confiança.

Sobre a Cetelem

Líder em crédito ao consumo na Europa e presente em 21 países distribuídos em quatro continentes, a Cetelem integra o grupo francês BNP Paribas e foi fundada em 1953, na França. Presente no Brasil desde 1999, a Cetelem contabiliza hoje 30 milhões de consumidores no mundo portando o cartão Aura, aceito em mais de 295 mil estabelecimentos comerciais. No Brasil, a empresa operou inicialmente no varejo com o Cartão Carrefour, além de ser pioneira na oferta de cartões co-branded de varejo no mercado brasileiro. Com o lançamento do Cartão Aura em 2002, a Cetelem já estabeleceu parcerias importantes com redes de varejo como Fnac, Fotóptica, Fast Shop, Colombo e TelhaNorte, entre outras, agregando clientes de todas as classes sociais e contribuindo para a consolidação do crédito como uma ferramenta importante para o gerenciamento do consumo e do orçamento doméstico.

FSB Comunicações

Flávia Cola

flavia.col@fsb.com.br

Ana Carolina Fullen

anacarolina.fullen@fsb.com.br

(11) 3061-9596

Cetelem anuncia acordo com Supermercado Amazônia

Quarta rede supermercadista de Belém passa a oferecer a seus clientes as vantagens do Cartão Aura

A Cetelem, multinacional de crédito ao consumo presente em 21 países, acaba de fechar uma parceria para oferecer crédito aos clientes da rede de supermercados Amazônia, quarto maior empreendimento do setor em preferência dos consumidores de Belém.

Pelo acordo, os clientes da rede de supermercados passam a contar com uma versão co-branded do **Cartão Aura**, que oferece uma série de benefícios aos clientes da rede, que poderão financiar suas compras.

“A região Norte-Nordeste é um dos principais focos da empresa para 2006”, afirma o diretor-geral da Cetelem Brasil, Georges Regimbeau. “Nesse sentido, a parceria com um empreendimento da relevância local como o Supermercado Amazônia é extremamente importante para nós.” No Brasil, o cartão Aura já é aceito em cerca de 30 mil estabelecimentos comerciais dos mais diversos ramos de atuação. Com ele, o consumidor pode fazer compras nas lojas da rede credenciada, efetuar saques e ter acesso a novas linhas de financiamento. Lançado em 2002, o cartão Aura rapidamente tornou-se um sucesso: atualmente já beneficia um milhão de clientes brasileiros.

Crescimento também é palavra de ordem para a rede Supermercado Amazônia. Em operação há 24 anos, a empresa conta com 370 funcionários e tem faturamento em torno de R\$ 35 milhões. Atualmente tem duas lojas na cidade de Belém: uma voltada para público C, D, E, que oferece, principalmente, compras de rotina e conveniência; e um segundo espaço com projetos arquitetônico e de ambientação interna arrojados, que atende à população de classe B.

Sobre a Cetelem

Líder em crédito ao consumo na Europa e presente em 21 países distribuídos em quatro continentes, a Cetelem integra o grupo francês BNP Paribas e foi fundada em 1953, na França. Presente no Brasil desde 1999, a Cetelem contabiliza hoje 30 milhões de consumidores no mundo portando o cartão Aura, aceito em mais de 295 mil estabelecimentos comerciais. No Brasil, a empresa operou inicialmente no varejo com o Cartão Carrefour, além de ser pioneira na oferta de cartões co-branded de varejo no mercado brasileiro. Com o lançamento do Cartão Aura em 2002, a Cetelem já estabeleceu parcerias importantes com redes de varejo como Fnac, Fotóptica, Fast Shop, Colombo e TelhaNorte, entre outras, agregando clientes de todas as classes sociais e contribuindo para a consolidação do crédito como uma ferramenta importante para o gerenciamento do consumo e do orçamento doméstico.

Sobre o Supermercado Amazônia

A rede de supermercados Amazônia nasceu em 1982, em um bairro periférico de Belém, às margens do Rio Guamá, e conta com duas lojas. Com faturamento estimado em R\$ 35 milhões em 2005, a rede emprega 370 funcionários. Suas lojas atendem segmentos de classe variados. Na matriz, tem foco nas classes C, D e E e oferece mix de produtos de rotina e conveniência. Já na unidade Umarizal, predomina público classe B.

FSB Comunicações

Liliana Morales

liliana.morales@fsb.com.br

Ana Carolina Fullen

anacarolina.fullen@fsb.com.br

Tel. (11) 3061-9596

Cetelem anuncia acordo com Potiguar Home Center

Referência em serviços e fornecimento de materiais de construção e acabamento, rede maranhense oferece a seus clientes as vantagens do Cartão Aura

A Cetelem, multinacional de crédito ao consumo presente em 21 países, acaba de fechar uma parceria para oferecer crédito aos clientes da Potiguar Home Center, rede de varejo voltada ao segmento de materiais de construção e acabamento, do Maranhão.

Pelo acordo, os clientes da Potiguar passam a contar com uma versão co-branded do **Cartão Aura**, que oferece uma série de benefícios aos clientes da rede, que poderão financiar suas compras.

"A região Norte-Nordeste é um dos principais focos da empresa para 2006", afirma o diretor-geral da Cetelem Brasil, Georges Regimbeau. "Nesse sentido, a parceria com um empreendimento da relevância local como o Supermercado Amazônia é extremamente importante para nós." No Brasil, o cartão Aura já é aceito em cerca de 30 mil estabelecimentos comerciais dos mais diversos ramos de atuação. Com ele, o consumidor pode fazer compras nas lojas da rede credenciada, efetuar saques e ter acesso a novas linhas de financiamento. Lançado em 2002, o cartão Aura rapidamente tornou-se um sucesso: atualmente já beneficia um milhão de clientes brasileiros.

Em operação há 25 anos, a rede Potiguar Home Center tem como principal diferencial atendimento diferenciado e altamente qualificado. A empresa atende todo o estado do Maranhão e possui, atualmente, duas lojas em São Luiz.

Sobre a Cetelem

Líder em crédito ao consumo na Europa e presente em 21 países distribuídos em quatro continentes, a Cetelem integra o grupo francês BNP Paribas e foi fundada em 1953, na França. Presente no Brasil desde 1999, a Cetelem contabiliza hoje 30 milhões de consumidores no mundo portando o cartão Aura, aceito em mais de 295 mil estabelecimentos comerciais. No Brasil, a empresa operou inicialmente no varejo com o Cartão Carrefour, além de ser pioneira na oferta de cartões co-branded de varejo no mercado brasileiro. Com o lançamento do Cartão Aura em 2002, a Cetelem já estabeleceu parcerias importantes com redes de varejo como Fnac, Fotoptica, Fast Shop, Colombo e TelhaNorte, entre outras, agregando clientes de todas as classes sociais e contribuindo para a consolidação do crédito como uma ferramenta importante para o gerenciamento do consumo e do orçamento doméstico.

Sobre a Potiguar Home Center

A rede de suprimentos Potiguar Home Center nasceu em 1981 da experiência de seu proprietário Manoel Vieira Brasil no mercado de construção e acabamento. A empresa expandiu gradativamente suas operações e conta hoje com duas lojas que atendem todo o Estado do Maranhão.

Ana Carolina Fullen
11 - 3061-9596
anacarolina.fullen@fsb.com.br

FSB Comunicações
Liliana Morales
11 - 3061-9596
liliana.morales@fsb.com.br

Casa&Video e Cetelem anunciam parceria

Acordo prevê oferta de cartão de crédito co-branded a clientes da varejista. Expectativa é emitir um milhão de unidades em três anos.

São Paulo, Brasil, 17 de abril de 2006 – A CASA&VIDEO e a Cetelem Brasil anunciaram uma parceria comercial de longo prazo para a oferta de produtos financeiros aos clientes da varejista dentre os quais se destaca o desenvolvimento de um cartão CASA&VÍDEO com bandeira Aura. A expectativa é emitir um milhão de cartões em até três anos.

Com o Cartão CASA&VÍDEO Aura, os clientes poderão financiar suas compras e se beneficiar de promoções e vantagens especiais. Para a CASA&VIDEO, o uso do Cartão deverá incrementar as vendas além de fidelizar melhor os seus clientes. Este tipo de parceria permite ao varejista se focar no seu negócio sem ter que desenvolver expertise em produtos de financiamento e técnicas de fidelização. A Cetelem, além do know-how financeiro, tem uma grande expertise do varejo adquirido em 53 anos de história acompanhando seus parceiros na Europa e no mundo.

Estratégia

O acordo é parte da estratégia de crescimento da Cetelem no país. “Estamos entusiasmados por termos sido escolhidos como parceiros da CASA&VIDEO”, diz Franck Vignard-Rosez, diretor executivo de desenvolvimento e marketing da Cetelem Brasil. “A forte presença da CASA&VIDEO no Estado do Rio de Janeiro é, sem dúvida, uma grande oportunidade para a Cetelem”.

Líder global em financiamento ao consumidor a companhia apresentou forte balanço financeiro, know-how de ponta em financiamento on-line e uma presença local forte. No Brasil, o cartão Aura já é aceito em mais de 30 mil estabelecimentos comerciais dos mais diversos ramos de atuação. Com ele, o consumidor pode fazer compras nas lojas da rede credenciada, efetuar saques e ter acesso a novas linhas de financiamento. Lançado em 2002, o cartão Aura rapidamente tornou-se um sucesso: atualmente já conta com a preferência de mais de um milhão de clientes no Brasil.

Sobre a CASA&VIDEO

A CASA&VIDEO iniciou suas atividades em 1988 e em 1998 contava com 33 lojas somente no Estado do Rio. Em 2001 a empresa deu início à operação no Espírito Santo e hoje tem 7 lojas neste estado e 62 no Rio de Janeiro, estando presentes em todas as cidade com mais de 60 mil habitantes. Voltada para o varejo de auto-serviço, a CASA&VIDEO busca oferecer produtos como solução para as necessidades de nossos clientes. Com 4.000 funcionários e um crescimento médio anual de 30% nas suas vendas, a CASA&VIDEO pretende agora se preparar para expandir sua rede de lojas para outros estados.

Sobre a Cetelem

Líder em crédito ao consumo na Europa e presente em 21 países distribuídos em quatro continentes, a Cetelem integra o grupo francês BNP Paribas e foi fundada em 1953, na França. Presente no Brasil desde 1999, a Cetelem contabiliza hoje 30 milhões de consumidores no mundo portando o cartão Aura, aceito em mais de 295 mil estabelecimentos comerciais. No Brasil, a empresa operou inicialmente no varejo com o Cartão Carrefour, além de ser pioneira na oferta de cartões co-branded de varejo no mercado brasileiro. Com o lançamento do Cartão Aura em 2002, a Cetelem já estabeleceu parcerias importantes com redes de varejo como Fnac, Fotóptica, Fast Shop, Colombo e TelhaNorte, entre outras, agregando clientes de todas as classes sociais e contribuindo para a consolidação do crédito como uma ferramenta importante para o gerenciamento do consumo e do orçamento doméstico.

FSB Comunicações

Liliana Morales

liliana.morales@fsb.com.br

Ana Carolina Fullen

anacarolina.fullen@fsb.com.br

Tel. (11) 3061-9596

Submarino e Cetelem Anunciam a Criação de uma Joint-Venture de Financiamento ao Consumidor

Cetelem do Brasil, subsidiária da Cetelem, empresa líder no mercado de financiamento de crédito ao consumidor na Europa, e Submarino, empresa líder dentre aquelas que operam exclusivamente no varejo eletrônico (pure-player) no Brasil, assinaram no dia 15 de fevereiro um contrato de sociedade de 20 anos para fornecimento de financiamento aos clientes do Submarino. A sociedade terá a forma de uma Joint-Venture de partes iguais (50-50) entre a Cetelem do Brasil e o Submarino.

Uma Ambiciosa Sociedade

A sociedade une as forças da empresa líder em comércio de varejo eletrônico no Brasil e a empresa global líder em financiamento ao consumidor, com o objetivo de acelerar o crescimento de ambas as empresas no mercado brasileiro.

Como resultado, o Submarino será capaz de contar com o *know how* e *expertise* da Cetelem em disponibilizar aos seus clientes uma vasta gama de produtos financeiros, tais como: cartão de crédito, crédito direto ao consumidor, seguro de crédito (seguro sobre venda à crédito). Além disso, a Cetelem irá expandir sua presença no mercado de varejo brasileiro.

A sociedade objetiva lançar o Cartão de Crédito do Submarino no 3T06 e estima investimentos de mais de R\$ 100 milhões para os próximos anos. No mundo, varejistas com clientes semelhantes aos do Submarino foram capazes de canalizar entre 30 e 50% das vendas para os seus cartões. Essas estimativas estimularam as partes a investir no desenvolvimento de oferta de valor para atrair uma alta participação da base de clientes do Submarino. O objetivo da parceria é distribuir um milhão de cartões de créditos aos consumidores do Submarino nos próximos cinco anos.

Submarino, empresa líder dentre aquelas que operam exclusivamente no varejo eletrônico (pure-player) no Brasil

Submarino é a empresa líder dentre aquelas que operam exclusivamente no varejo eletrônico (pure-player) no Brasil com 23% de *market share* e 1,4 milhões de clientes ativos. Submarino passa por uma trajetória de rápido crescimento, tendo alcançado R\$ 574 milhões de receita bruta em 2005 e apresentando um crescimento anual de 64% nos últimos três anos.

"Iremos em breve, oferecer aos nossos clientes a possibilidade de financiamento de suas compras com o Cartão Submarino com taxas competitivas, de compra de outros produtos financeiros, e ganhar pontos de bonificação no processo" disse Flavio Jansen, CEO do Submarino. O Submarino acredita que as empresas de varejo e de comércio eletrônico em todo o mundo descobriram que oferecer opções de financiamento é muito importante para os consumidores e cartões de crédito *co-branded* é o produto de escolha. "Nós estamos empolgados com os nossos parceiros. Cetelem une a sofisticação de líder mundial em financiamento ao consumidor com uma forte presença local," completa Jansen.

Cetelem, empresa global líder no mercado de financiamento de crédito ao consumidor na Europa

Cetelem é uma subsidiária da BNP Paribas, o segundo maior banco Europeu no mercado de capitalização (47 bilhões de euros). Cetelem está presente em Europa, África, Ásia E América – e tem planos ambiciosos para Brasil e México.

A Cetelem atua no Brasil desde 1999 através da sua parceria com o Carrefour e desde 2002 através da Cetelem Brasil, sua subsidiária integral. Cetelem Brasil registrou um crescimento rápido e hoje conta com 900 funcionários. A estratégia da empresa é focada no rápido desenvolvimento dos produtos, como o cartão Aura, que oferece todas as vantagens de um cartão de crédito *co-branded*.

“A sociedade com o Submarino representa um novo passo para o desenvolvimento da Cetelem no Brasil” afirma o CEO da Cetelem Brasil, Georges Regimbeau. “Eu estou convencido de que essa sociedade será muito lucrativa para as duas partes: Cetelem vai contar com a grande capacidade de atrair clientes que o Submarino possui, graças a sua marca e qualidade do serviço, enquanto o Submarino contará com o forte conhecimento de risco e gerenciamento de crédito da Cetelem, assim como financiamento online, já desenvolvido na Europa. Além disso, Cetelem é a pioneira no Mercado online de financiamento ao consumidor na França.”

“A sociedade com o Submarino abrange duas grandes prioridades para o nosso grupo: crescer no Brasil e desenvolver tecnologia de ponta online para o financiamento ao consumidor. O comércio eletrônico tornou-se rapidamente um mercado de massa e os produtos de crédito vendem muito bem”, afirmou Marc Campi, Chefe de Desenvolvimento Corporativo na Cetelem. O Sr. Campi é membro da Diretoria da Cetelem e esteve no Brasil para divulgar a parceria.

Sobre o Submarino

Submarino S.A. (Bovespa: SUBA3), empresa líder dentre aquelas que operam exclusivamente no varejo eletrônico (pure-player) no Brasil. A Companhia construiu uma marca forte e uma base de clientes premium oferecendo um sortimento abrangente de produtos e qualidade no atendimento ao cliente. Através do site submarino.com.br, ela oferece mais de 700.000 itens, em 23 categorias de produtos, de mais de 1200 fornecedores, além de agência de viagens online e de ingressos para eventos.

Sobre a Cetelem

Líder em crédito ao consumo na Europa e presente em 21 países distribuídos em quatro continentes, a Cetelem integra o grupo francês BNP Paribas e foi fundada em 1953, na França. Presente no Brasil desde 1999, a Cetelem contabiliza hoje 30 milhões de consumidores no mundo portando o cartão Aura, aceito em mais de 295 mil estabelecimentos comerciais. No Brasil, a empresa operou inicialmente no varejo com o Cartão Carrefour, além de ser pioneira na oferta de cartões co-branded de varejo no mercado brasileiro. Com o lançamento do Cartão Aura em 2002, a Cetelem já estabeleceu parcerias importantes com redes de varejo como Fnac, Fotoptica, Fast Shop, Colombo e TelhaNorte, entre outras, agregando clientes de todas as classes sociais e contribuindo para a consolidação do crédito como uma ferramenta importante para o gerenciamento do consumo e do orçamento doméstico.

Assessoria de Imprensa Submarino

RP1 Comunicação

Rosely Santiago

roselysantiago@rp1.com.br

Fernanda Cardinali

fernandacardinali@rp1.com.br

Tel.: (5511) 5501-4655

Cetelem quadruplica operação brasileira em 2005

Com lucro líquido de R\$ 22 milhões, companhia atinge break-even e apresenta números positivos pela primeira vez no Brasil

São Paulo, 15 de fevereiro de 2006 - A Cetelem, multinacional de crédito ao consumo presente em 21 países, anunciou ontem resultados recordes para a operação brasileira no ano fiscal encerrado em 31 de dezembro de 2005. A companhia anunciou ativos totais de R\$ 1,9 bilhão, contra R\$ 500 milhões em 2004, um crescimento de 387%. O patrimônio líquido foi de R\$ 151 milhões, 275% superior ao registrado no período anterior. O principal marco foi o resultado do lucro líquido operacional, que foi de R\$ 22 milhões, um retorno de 15% sobre o patrimônio líquido.

Para o diretor-geral da Cetelem Brasil, Georges Régimbeau, os resultados de 2005 são consequência natural de nossos esforços em oferecer produtos de crédito modernos e que atendam as demandas da população brasileira. "A estratégia da Cetelem para o Brasil é de longo prazo e estamos satisfeitos em anunciar que conquistamos o break-even e registramos nosso primeiro período de lucro no país", afirma o executivo. "Trabalhamos com essa visão ao fechar parcerias estratégicas, como com a Tok & Stok, ou intensificar nossa atuação regional, caso do acordo com rede Hermol."

Sobre a Cetelem

Líder em crédito ao consumo na Europa e presente em 21 países distribuídos em quatro continentes, a Cetelem integra o grupo francês BNP Paribas e foi fundada em 1953, na França. Presente no Brasil desde 1999, a Cetelem contabiliza hoje 30 milhões de consumidores no mundo portando o cartão Aura, aceito em mais de 295 mil estabelecimentos comerciais. No Brasil, a empresa operou inicialmente no varejo com o Cartão Carrefour, além de ser pioneira na oferta de cartões co-branded de varejo no mercado brasileiro. Com o lançamento do Cartão Aura em 2002, a Cetelem já estabeleceu parcerias importantes com redes de varejo como Fnac, Fotoptica, Fast Shop, Colombo e TelhaNorte, entre outras, agregando clientes de todas as classes sociais e contribuindo para a consolidação do crédito como uma ferramenta importante para o gerenciamento do consumo e do orçamento doméstico.

FSB Comunicações

Andrea Lie Iwamizu

andrea.lie@fsb.com.br

Liliana Morales

liliana.morales@fsb.com.br

Tel. (11) 3061-9596

Cetelem e Tok&Stok anunciam acordo de oferta de crédito

Parceria inclui financiamento via crediário e aceitação do cartão Aura

São Paulo, 30 de janeiro de 2006 - A Cetelem, multinacional de crédito ao consumo presente em 21 países, e a Tok&Stok, uma das maiores varejistas de móveis e decoração no país, anunciaram uma parceria de colaboração com objetivo de oferecer aos clientes financiamento de compras nas lojas da varejista. Com o acordo, os pontos de venda passam a contar com as soluções de crédito da Cetelem.

O sistema de crédito, adotado e desenvolvido em conjunto pelas duas empresas, respeita integralmente a filosofia e o espírito do atendimento aos consumidores que é o componente diferenciador no modelo de vendas da Tok&Stok. Os clientes poderão optar pela emissão de crediário, com cheques e débito em conta corrente, e também pelo pagamento com cartões Aura como forma de oferta de condições de parcelamento a seus consumidores. Atualmente, há 1,1 milhão de plásticos embandeirados com a marca criada pela Cetelem. O cartão é aceito em mais de 30 mil estabelecimentos em todo país.

Para a Cetelem, este acordo representa o conceito de inovação, modernidade e serviço em linha com a cultura da empresa. "Para nós é uma parceria de grande significado, pois a origem da Cetelem está, justamente, no financiamento voltado a equipamentos do lar", explica Georges Regimbeau, diretor-geral da multinacional francesa. "Nossa missão de ajudar a fazer do crédito uma ferramenta moderna que pode ser usada racionalmente para controlar o consumo e o orçamento dos clientes."

Essa expertise foi justamente um dos pontos que a Tok & Stok buscou na parceria: "a Cetelem possui um *know how* mundial na concessão de crédito ao consumidor, por isso, entendemos que será uma forte aliada para alavancarmos nossas expectativas em vendas", declara Carlos Ernane Abrahão, diretor financeiro da varejista. "Desse modo, poderemos oferecer ao nosso público a oportunidade de realizar seus desejos em móveis e decorações mediante linhas de crédito altamente atrativas."

Fundada em 1978, a Tok&Stok conta hoje com 26 lojas, distribuídas pelas principais cidades brasileiras, com cerca de 78.000 m2 de superfície de vendas e mais de 8.000 itens a disposição dos consumidores, que reconhecem a rede pelo conceito inovador de suas lojas, a criatividade e modernidade no design de seus produtos, a qualidade do atendimento e o conforto das lojas.

Sobre a Cetelem

Líder em crédito ao consumo na Europa e presente em 21 países distribuídos em quatro continentes, a Cetelem integra o grupo francês BNP Paribas e foi fundada em 1953, na França. Presente no Brasil desde 1999, a Cetelem contabiliza hoje 30 milhões de consumidores no mundo portando o cartão Aura, aceito em mais de 295 mil estabelecimentos comerciais. No Brasil, a empresa operou inicialmente no varejo com o Cartão Carrefour, além de ser pioneira na oferta de cartões co-branded de varejo no mercado brasileiro. Com o lançamento do Cartão Aura em 2002, a Cetelem já estabeleceu parcerias importantes com redes de varejo como Fnac, Fotoptica, Fast Shop, Colombo e TelhaNorte, entre outras, agregando clientes de todas as classes sociais e contribuindo para a consolidação do crédito como uma ferramenta importante para o gerenciamento do consumo e do orçamento doméstico.

FSB Comunicações

Andrea Lie Iwamizu

andrea.lie@fsb.com.br

Liliana Morales

liliana.morales@fsb.com.br

Tel. (11) 3061-9596

Cetelem fecha parceria com a Rede Hermol

Rede de varejo do Nordeste passa a oferecer a seus clientes as vantagens do Cartão Hermol Aura

A Cetelem, multinacional de crédito ao consumo presente em 21 países, acaba de fechar uma parceria para oferecer crédito aos clientes da rede Hermol, referência em móveis e eletrodomésticos no Nordeste.

A parceria cria o **Cartão Hermol Aura** e oferece uma série de benefícios aos clientes da rede, que poderão financiar suas compras. "O cartão traz vantagens bastante competitivas frente às empresas concorrentes e grandes diferenciais para nossos clientes, como a concessão de dois meses a mais sem juros em relação aos prazos oferecidos pelas demais bandeiras de cartão", afirma Carlos Guimarães, diretor comercial da Hermol.

"Com esta nova parceria aumentamos nossa participação no Nordeste, região que é um dos principais focos da empresa para 2006", afirma o Diretor Geral da Cetelem Brasil, Georges Regimbeau. No Brasil, o cartão Aura já é aceito em cerca de 30 mil estabelecimentos comerciais dos mais diversos ramos de atuação. Com ele, o consumidor pode fazer compras nas lojas da rede credenciada, efetuar saques e ter acesso a novas linhas de financiamento. "O cartão Aura foi lançado em 2002 e rapidamente tornou-se um sucesso: atualmente já beneficia um milhão de clientes", completa.

A expansão também faz parte dos planos da Hermol: atualmente com 34 lojas espalhadas por Pernambuco e uma em Alagoas, a rede deve inaugurar novas filiais. "Só em 2005 abrimos 12 lojas", afirma Carlos Guimarães. "O crescimento, a partir de agora, se dará pelos demais estados do Nordeste: acreditamos no potencial de consumo da região e continuaremos a oferecer promoções periódicas e vantagens de compras para os clientes, com produtos das melhores marcas".

Sobre a Cetelem

Líder em crédito ao consumo na Europa e presente em 21 países distribuídos em quatro continentes, a Cetelem integra o grupo francês BNP Paribas e foi fundada em 1953, na França. Presente no Brasil desde 1999, a Cetelem contabiliza hoje 30 milhões de consumidores no mundo portando o cartão Aura, aceito em mais de 295 mil estabelecimentos comerciais. No Brasil, a empresa operou inicialmente no varejo com o Cartão Carrefour, além de ser pioneira na oferta de cartões co-branded de varejo no mercado brasileiro. Com o lançamento do Cartão Aura em 2002, a Cetelem já estabeleceu parcerias importantes com redes de varejo como Fnac, Fotóptica, Fast Shop, Colombo e TelhaNorte, entre outras, agregando clientes de todas as classes sociais e contribuindo para a consolidação do crédito como uma ferramenta importante para o gerenciamento do consumo e do orçamento doméstico.

Sobre a Hermol

A rede Hermol nasceu em 1979, no interior de Pernambuco, e conta hoje com 34 unidades em Pernambuco e uma em Alagoas, com cerca de 800 funcionários. O público-alvo da rede são as classes B, C e D. Os principais produtos comercializados nas lojas

*são móveis, eletrodomésticos, aparelhos eletrônicos e aparelhos de telefonia móvel -
celulares.*

FSB Comunicações

Andrea Lie Iwamizu

andrea.lie@fsb.com.br

Liliana Morales

liliana.morales@fsb.com.br

Tel. (11) 3061-9596