

OITO MILHÕES DE BRASILEIROS DEIXARAM AS CLASSES D e E EM 2006

Pesquisa da financeira Cetelem, em parceria com a IPSOS, aponta migração social significativa, com mais de 10 milhões de brasileiros mudando de classes

São Paulo, 27 de março de 2007 – Mais de oito milhões de brasileiros migraram das classes DE para níveis mais altos de renda, em 2006. A classe AB recebeu seis milhões de pessoas. Essa mobilidade social foi responsável por uma mudança significativa na pirâmide social. Segundo os dados levantados pelo Observador – pesquisa anual realizada pela Cetelem, com o intuito de mapear o mercado nacional –, já se pode afirmar que a maior parte dos brasileiros pertence, agora, às classes média e altas: 54% da população figuram nos patamares AB e C em 2006, contra 49% em 2005.

O aumento de renda disponível (renda total, menos gastos essenciais) da população DE possibilitou que ela fechasse dezembro de 2006 no azul, ao contrário do que aconteceu em 2005. A região Nordeste destacou-se com crescimento de 38% de dinheiro disponível para consumo de bens e serviços considerados não-essenciais, como vestimentas, prestações de crediário e telefone fixo.

Com relação à renda familiar média, todas as regiões ganharam em 2006, quando comparadas a 2005. O Nordeste – que historicamente tem a menor renda nacional – apresentou crescimento de 12%. No Sudeste as duas rendas (familiar e disponível) também aumentaram, só que em ritmo menor do que no Nordeste: 8% de crescimento para a renda familiar média e 35% no caso da renda disponível.

Classes DE querem comprar mais

Com mais dinheiro em caixa, as aspirações de compra da população DE também mudaram. No fim de 2005, 25% desta classe tinha intenção de comprar eletrodoméstico – esta proporção aumentou para 32% no ano passado. Móveis tiveram trajetória semelhante no período. No total, de 12 itens pesquisados no Brasil todo, seis apresentaram crescimento de desejo de compra.

“Podemos perceber, com a pesquisa, que os desejos das classes DE têm incluído itens de preços mais altos e que não cabem em seus orçamentos mensais. Isso mostra uma forte disposição a fazer uso do crédito pessoal e do parcelamento”, afirma Franck Vignard-Rosez, diretor-executivo de desenvolvimento e marketing da Cetelem Brasil.

Sobre o Observador

O estudo, desenvolvido em parceria com o instituto de pesquisas Ipsos, tem como objetivo mapear o mercado local, bem como aspectos da mobilidade social, apontando tendências. É composto por dois blocos principais de dados. A primeira parte, denominada Barômetro, traz informações sobre renda, população brasileira, pirâmide social, aspirações de consumo por classe, gastos, além de análises sobre as expectativas que os brasileiros nutrem sobre o país e de um capítulo dedicado ao Nordeste – território onde as melhoras de renda foram mais visíveis.

O segundo caderno, intitulado Varejo, traz uma pesquisa realizada por segmento de consumo, com o objetivo de identificar os motivos que levam o cliente a se decidir por uma loja ou outra, na hora da compra.

Os dados para a pesquisa foram coletados por meio de 1,2 mil entrevistas, pessoais e domiciliares, realizadas entre os dias 3 e 12 de dezembro de 2006. 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 2005 e TSE 2004).

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, Submarino, Kalunga 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.

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

Mais Informações | FSB Comunicações
Cecilia Ferrarezzi
11 - 3061-9596
cecilia.ferrarezzi@fsb.com.br

Grupo BNP Paribas compra Banco BGN

Operação ocorre através da Cetelem, especializada em crédito ao consumo, por meio de troca de ações entre os grupos BNP Paribas e Queiroz Galvão

São Paulo, 18 de julho de 2007 – O Grupo BNP Paribas, por meio da financeira Cetelem, anuncia a aquisição de 100% do Banco BGN, do grupo Queiroz Galvão, uma das dez maiores instituições ligadas ao crédito consignado. A operação é o maior investimento realizado pelo conglomerado francês no Brasil e demonstra a estratégia de crescimento na região, particularmente na área de crédito ao consumo onde já tem uma forte presença.

O negócio, cujas conversações foram iniciadas no começo do ano e será submetido à aprovação das autoridades competentes, prevê permuta de ações entre os dois grupos. Hoje o banco BGN possui uma carteira de cerca de R\$ 1,5 bilhão e possui mais de 600.000 clientes ativos.

"A aquisição do BGN vem ao encontro da estratégia de expansão do grupo BNP Paribas no Brasil e posiciona a Cetelem como um *player* importante do crédito consignado, mercado que mais cresce no país e que deve continuar apresentando bons níveis de expansão", disse François Villeroy, Presidente e Diretor-Geral da Cetelem no mundo. "Com a transação, confirmamos a nossa ambição de ser, também localmente, um multiespecialista presente em todas as áreas do mercado do crédito ao consumidor."

Com a aquisição do BGN, a Cetelem amplia sua atividade de crédito consignado, antes feita principalmente por meio de parcerias de cessões de crédito. Soma ainda à operação a rede de distribuição do banco, composta por 107 lojas e mais de 1000 correspondentes espalhados pelo Brasil.

"Com o aporte de recursos humanos e *know how* em crédito consignado e no *middle market* do Banco BGN temos nesta operação uma oportunidade de expandir nossa capacidade de atuação no país", avalia Marc Campi, diretor-geral da Cetelem Brasil.

"O grupo Queiroz Galvão fica feliz em ceder o controle do Banco BGN a um grupo como o BNP Paribas com fortes ambições de desenvolvimento no país e cujas atividades existentes são complementares às atividades atuais do Banco. Esta operação permite ao Grupo Queiroz Galvão concentrar o foco e os investimentos na expansão dos demais segmentos de atuação como: construção, concessões, óleo e gás, siderurgia, alimentos e engenharia ambiental", disse Carlos de Queiroz Galvão, Presidente e fundador do Banco BGN.

Sobre o BGN

Fundado em 1994, o Banco BGN iniciou suas operações no mercado em maio de 1995, buscando estabelecer a participação do Grupo Queiroz Galvão em atividades de prestação de serviços financeiros, inicialmente com foco na Região Nordeste. Hoje é especialista na concessão de crédito consignado, trazendo soluções de crédito a baixo custo para funcionários públicos, aposentados e pensionistas, além de grande expertise no atendimento a clientes corporativos. Hoje o banco possui uma carteira de cerca de R\$ 1,5 Bilhão e possui mais de 600 mil clientes ativos.

Sobre a Cetelem

Empresa do grupo BNP Paribas, a Cetelem, pioneira no crédito ao consumo desde 1953 e do crédito pela Internet desde 1997, é líder no mercado francês e na Europa Continental. Com mais de 30 milhões de clientes e 21 mil colaboradores, a Cetelem está presente em 27 países, nos quatro continentes. A Cetelem também é referência em parcerias com o varejo, instituições bancárias e companhias de seguro às quais aporta sua expertise em crédito ao consumo. Para mais informações, visite: www.cetelem.com

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, Submarino, Kalunga 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. Acesse o site da Cetelem para obter informações adicionais: www.cetelem.com.br.

Cetelem Brasil

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

Mais Informações | FSB Comunicações

Queiroz Galvão

Cecília Ferrarezzi
11 - 3061-9596
cecilia.ferrarezzi@fsb.com.br

Cetelem fecha acordo com a Login Informática

Vantagens do Cartão Aura passam a ser oferecidas por megastore de informática nas regiões da Bahia e Sergipe

São Paulo, 31 de janeiro de 2007 – A **Cetelem**, multinacional de crédito ao consumo presente em 26 países, acaba de anunciar uma parceria para oferecer crédito aos clientes da **Login Informática**, empresa que, desde 1994, oferece ampla linha de computadores e acessórios, atendimento personalizado e excelência em serviços. O resultado da parceria é o cartão **Login-Aura**.

Pelo acordo, os clientes da loja passam a contar com uma versão *co-branded* do **Cartão Aura**, que oferece uma série de benefícios aos consumidores da rede, que poderão financiar suas compras. O cartão, que tem aprovação rápida, deve ser adquirido nas lojas Login, onde o cliente poderá comprar os produtos parcelados em três vezes sem juros.

Atualmente, a Login Informática é líder no mercado nordestino na área de informática. A empresa lançou, em 2006, o conceito de megastore nas regiões da Bahia e Sergipe, investindo em uma ação que contemplou a reforma na sede de Salvador e a construção de uma nova sede em Aracaju.

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: hoje já são mais de um milhão de clientes brasileiros beneficiados.

“A Login pretende estabelecer mais uma frente de diferenciação para seus clientes, focando numa forma ágil e moderna de venda, além do cartão **Login-Aura** ser mais uma ponte para se alcançar a excelência no relacionamento cliente/fornecedor. A grande vantagem além da proposta comercial de três vezes sem juros é que o cliente tem a liberdade para comprar no cartão Login, sem comprometer os limites de crédito de outros cartões”, afirma Jean Luís, diretor comercial da Login. O cartão **Login-Aura** é aceito em qualquer estabelecimento que aceite a bandeira Aura.

Sobre a Cetelem

Fundada em 1953, a Cetelem integra o grupo financeiro francês BNP Paribas. Presente em 26 países distribuídos em quatro continentes, é hoje o líder europeu em crédito ao consumo, tendo conquistado a preferência de mais de 35 milhões de consumidores no mundo. No Brasil desde 1999, a Cetelem foi a pioneira na oferta de cartões co-branded com o varejo e administra hoje uma base de 2 milhões de clientes gerando carteira de 2,5 bilhões de reais. Para mais informações, visite: www.cetelem.com.br

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

Mais Informações | FSB Comunicações
Caroline Novaes
11 - 3061-9596
carolina.novaes@fsb.com.br

Cetelem anuncia acordo com a F. Almeida

Especializada em materiais de construção em Manaus, empresa passa a oferecer as vantagens do Cartão Aura

São Paulo, 31 de janeiro de 2007 – A **Cetelem**, multinacional de crédito ao consumo presente em 29 países, acaba de fechar uma parceria para oferecer crédito aos clientes da F. Almeida, empresa que está entre as líderes de mercado no segmento de construção em Manaus (AM). O resultado desta parceria é o cartão **F. Almeida Aura**.

Pelo acordo, os clientes que adquirirem materiais de construção em um dos dois endereços da varejista para todas as etapas de suas obras, passam a contar com uma versão *co-branded* do **Cartão Aura**, que oferece uma série de benefícios, como por exemplo, o financiamento de suas compras. Líder global em financiamento ao consumidor, a Cetelem aposta na parceria com a F. Almeida para reforçar o objetivo de ampliar o relacionamento, fidelizar o consumidor e facilitar a compra.

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: hoje já são mais de um milhão de clientes brasileiros beneficiados.

A F. Almeida, que comercializa mais de 40 mil itens de construção, tem expectativa, com o lançamento do seu cartão próprio, de incrementar as vendas, principalmente, de materiais de acabamento - tintas, pisos, azulejos, louças e metais, auxiliando projetos industriais, comerciais e residenciais de qualquer porte em Manaus e região.

Sobre a Cetelem
Fundada em 1953, a Cetelem integra o grupo financeiro francês BNP Paribas. Presente em 26 países distribuídos em quatro continentes, é hoje o líder europeu em crédito ao consumo, tendo conquistado a preferência de mais de 35 milhões de consumidores no mundo. No Brasil desde 1999, a Cetelem foi a pioneira na oferta de cartões co-branded com o varejo e administra hoje uma base de 2 milhões de clientes gerando carteira de 2,5 bilhões de reais. Para mais informações, visite: www.cetelem.com.br

Mais Informações | FSB Comunicações

Cetelem Brasil

Ana Carolina Fullen

11 - 3061-9596

anacarolina.fullen@fsb.com.br

Caroline Novaes

11 - 3061-9596

carolina.novaes@fsb.com.br

Cetelem fecha nova parceria em Manaus

Especializada em materiais de construção em Manaus, a Ferragens Paraíba passa a oferecer as vantagens do Cartão Aura

São Paulo, 1º de fevereiro de 2007 – A **Cetelem**, multinacional de crédito ao consumo presente em 29 países, acaba de fechar uma parceria para oferecer crédito aos clientes da loja especializada em materiais de construção Ferragens Paraíba, que está presente em Manaus (AM) há dezessete anos. O resultado desta parceria é o cartão **Ferragens Paraíba Aura**.

Pelo acordo, os clientes que adquirirem materiais de construção em uma das quatro lojas da varejista para todas as etapas de suas obras, passam a contar com uma versão *co-branded* do **Cartão Aura**, que oferece uma série de benefícios, como por exemplo, o financiamento de suas compras. Líder global em financiamento ao consumidor, a Cetelem aposta na parceria com a Ferragens Paraíba para reforçar o objetivo de ampliar o relacionamento, fidelizar o consumidor e facilitar a compra.

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: hoje já são mais de um milhão de clientes brasileiros beneficiados.

O grupo Ferragens Paraíba possui um grande estoque dos mais variados produtos nas áreas de tintas imobiliárias, automotiva, acessórios de pintura, materiais elétricos, hidráulicos, ferragens, ferramentas, máquinas, equipamentos para solda, pisos, louças, equipamentos de proteção, aços para construção e serralheria e outros diversos itens na área de construção civil.

Sobre a Cetelem

Fundada em 1953, a Cetelem integra o grupo financeiro francês BNP Paribas. Presente em 26 países distribuídos em quatro continentes, é hoje o líder europeu em crédito ao consumo, tendo conquistado a preferência de mais de 35 milhões de consumidores no mundo. No Brasil desde 1999, a Cetelem foi a pioneira na oferta de cartões *co-branded* com o varejo e administra hoje uma base de 2 milhões de clientes gerando carteira de 2,5 bilhões de reais. Para mais informações, visite: www.cetelem.com.br

Mais Informações | FSB Comunicações

Cetelem Brasil

Ana Carolina Fullen

11 - 3061-9596

anacarolina.fullen@fsb.com.br

Caroline Novaes

11 - 3061-9596

carolina.novaes@fsb.com.br

Cetelem dobra operação brasileira em 2006

Iniciativas estratégicas marcaram período: anúncio da joint-venture com Submarino, publicação do Observador Brasil e lançamento de parcerias em todo o Brasil

São Paulo, 14 de fevereiro de 2007 – A Cetelem, multinacional de crédito ao consumo presente em 26 países, anuncia amanhã os resultados para a operação brasileira no ano fiscal encerrado em 31 de dezembro de 2006. Alinhada à sua estratégia de crescimento consistente no país, a companhia fechou o ano com ativos totais de R\$ 3,6 bilhões, contra R\$ 1,9 bilhão em 2005, um crescimento de 95%. O patrimônio líquido foi de R\$ 290 milhões, 92% superior ao registrado no período anterior. Já as receitas de operações de crédito totalizaram R\$ 632 milhões, um aumento de 94% ante os R\$ 326 milhões obtidos ao final do ano passado.

Para o diretor-geral da Cetelem Brasil, Marc Campi, recém-chegado ao Brasil, 2006 foi um ano de consolidação da atuação da empresa. O executivo enumera iniciativas estratégicas, como a publicação do primeiro Observador, estudo que mapeia o mercado local e entende profundamente os hábitos de consumo dos brasileiros; o anúncio da joint-venture com o Submarino - a Submarino Finance, que resultou no lançamento do primeiro cartão virtual do país; além de novos acordos com varejistas como Kalunga e Casa & Vídeo, e com parceiros, caso da Fnac, Colombo, entre muitas outras. Todos estes movimentos exigiram investimentos de curto prazo e resultaram em uma queda no lucro líquido da operação, de R\$ 21,8 milhões em 2005 para R\$ 13,4 milhões em 2006. "A estratégia e o compromisso da Cetelem com o Brasil é de longo termo. Depois de atingir o *break-even* em 2005, procuramos nos focar este ano na realização de investimentos importantes em parcerias que reforçam nosso compromisso em oferecer crédito responsável para cada vez mais brasileiros", avalia Campi.

Aura: duas vezes mais clientes

A Cetelem também alcançou sua meta de dobrar a carteira de crédito em 2006. Ao final do exercício fiscal, a companhia apresentava um volume da ordem de R\$ 3,6 bilhões, 97% superior ao montante de R\$ 1,8 bilhão em dezembro do ano anterior. A companhia possui uma carteira de crédito diversificada e distribuída em empréstimo pessoal, empréstimo cartão de crédito, cessão de crédito, capital de giro, financiamentos crediário, outros financiamentos e títulos de crédito a receber.

Outra marca importante foi o aumento de 101% no número de cartões emitidos em 2006. Ao final do ano, a Cetelem contava com 1,9 milhão de clientes em todo o país. Atualmente, mais de 30 mil estabelecimentos em todo o Brasil aceitam os cartões Aura, dentre os quais os maiores varejistas brasileiros. Há também mais de 70 cadeias emissoras, representando mais de 3 mil pontos de vendas. Em todo o mundo, a Cetelem contabiliza 30 milhões de clientes do Cartão Aura, aceitos em mais de 295 mil estabelecimentos comerciais.

Sobre a Cetelem

Fundada em 1953, a Cetelem integra o grupo financeiro francês BNP Paribas. Presente em 26 países distribuídos em 4 continentes, a Cetelem é hoje o líder europeu em crédito ao consumo, tendo conquistado a preferência de mais de 30 milhões de consumidores no mundo. 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, 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. Para mais informações, visite: www.cetelem.com.br

Mais Informações | FSB Comunicações

Cetelem Brasil

Ana Carolina Fullen

11 - 3061-9596

anacarolina.fullen@fsb.com.br

Cecília Ferrarezzi

11 - 3061-9596

cecilia.ferrarezzi@fsb.com.br

Cetelem bate metas de 2007 já no primeiro semestre

Companhia alcança a marca de mais de 2,1 milhões de cartões Aura e anuncia criação de uma divisão regional para América Latina

São Paulo, 14 de agosto de 2007 – A Cetelem, multinacional de crédito ao consumo presente em 27 países, anuncia (data) os resultados para a operação brasileira no primeiro semestre fiscal de 2007, encerrado em 30 de junho. A financeira do grupo BNP Paribas incrementou sua operação local em relação ao mesmo período do ano passado: obteve lucro líquido de R\$ 36,6 milhões, 116% maior; e receitas de R\$ 400 milhões, 42% superior.

Para o diretor-geral da Cetelem no país, Marc Campi, os números reforçam a estratégia de crescimento no país, com a consolidação da empresa como um importante ator do crédito responsável no Brasil. O executivo reforça a atuação em frentes distintas no país: por meio das parcerias de cartões private label e do crédito consignado. “Desde que iniciamos nossa operação no Brasil, em 1999, conquistamos uma trajetória pautada por fatos importantes, que demonstram nosso compromisso de longo prazo com a região”, avalia Campi.

O diretor-geral referencia conquistas da empresa, desde a operação conjunta com o cartão Carrefour, a parcerias com grandes redes, como Casa & Vídeo, Kalunga, Telhanorte, Colombo, Fnac, entre outras.

Somado a isso, a empresa comemora em agosto cinco anos de atuação com seu cartão de bandeira própria, a Aura, ultrapassando a marca de 2 milhões de plásticos emitidos no país e crescimento acelerado. Nesta época do ano, em 2006, a empresa emitia uma média de 25 mil cartões/mês. Hoje o índice quadruplicou: são mais de 100 mil novos plásticos mensais. Já o faturamento com cartão triplicou. Com isso, a Cetelem deve bater a meta anual de novos clientes agora no início do segundo semestre

Importância regional

Com seu crescimento marcante, o Brasil já ocupava a quarta posição em um ranking de 27 países em que a Cetelem atua e acaba de ganhar mais relevância ainda para a matriz com a aquisição de um dos cinco principais bancos brasileiros especializados no crédito consignado: o Banco BGN. A aquisição, que é o maior investimento realizado pela França no Brasil, deu fôlego renovado para a empresa manter seu crescimento na casa dos dois dígitos. A Cetelem viu seus ativos praticamente dobrarem: de R\$ 3,8 bilhões para R\$ 6,8 bilhões. E sua carteira saltar de R\$ 3,7 bilhões para R\$ 5,4 bilhões. O investimento marca a posição da França em apostar na região latino-americana. Por isso, a companhia anunciou a criação de uma nova zona geográfica que compreende todas as operações da região e será sediada no Brasil, com Marc Campi à frente, acumulando as duas posições.

“Isso demonstra a força do continente e nos propicia importante cenário para conseguir entender ainda mais profundamente as especificidades da região e trazer cada vez mais produtos que tenham a inovação e a qualidade reconhecidas da Cetelem, mas o jeitinho de cada localidade”, resume.

Sobre a Cetelem

Empresa do grupo BNP Paribas, a Cetelem, pioneira no crédito ao consumo desde 1953 e do crédito pela Internet desde 1997, é líder no mercado francês e na Europa Continental. Com mais de 30 milhões de clientes e 21 mil colaboradores, a Cetelem está presente em 27 países, nos quatro continentes. A Cetelem também é referência em parcerias com o varejo, instituições bancárias e companhias de seguro às quais aporta sua expertise em crédito ao consumo. Para mais informações, visite: www.cetelem.com

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, Submarino, Kalunga 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. Acesse o site da Cetelem para obter informações adicionais: www.cetelem.com.br

Mais Informações | FSB Comunicações

Cetelem Brasil

Ana Carolina Fullen

11 - 3061-9596

anacarolina.fullen@fsb.com.br

Cecilia Ferrarezzi

11 - 3061-9596

cecilia.ferrarezzi@fsb.com.br

Cetelem atinge marca histórica de faturamento do Cartão Aura

Companhia anuncia faturamento de R\$ 1 bilhão cinco anos após iniciar a operação da bandeira Aura no país

São Paulo, 4 de setembro de 2007 –A Cetelem, financeira do grupo francês BNP Paribas e pioneira na oferta de cartões co-branded para varejo, continua acumulando recordes. Atingiu em julho a marca histórica de **faturamento de R\$ 1 bilhão**, cinco anos após iniciar a operação da bandeira Aura no país. O sucesso é resultado do aumento de crédito ao consumo, fortalecido por parcerias com mais de 70 redes no país como: Fnac, Armarinhos Fernando, Fast Shop, Colombo, Telhanorte, Submarino, Kalunga e Casa & Vídeo.

A financeira do grupo BNP Paribas também incrementou sua operação local em relação ao primeiro semestre do ano passado: obteve lucro líquido de R\$ 36,6 milhões, 116% maior; e receitas de R\$ 400 milhões, 42% superior ao mesmo período em 2006.

Como o setor de crédito ao consumidor teve um crescimento de 20%, em 2006, Franck Vignard-Rosez, Diretor-executivo de Desenvolvimento e Marketing da Cetelem no Brasil acredita num crescimento maior para este ano, o que contribui para a expansão do grupo francês no país.

Somado a isso, a empresa comemorou em agosto cinco anos de atuação com seu cartão de bandeira própria, a Aura, ultrapassando a marca de 2 milhões de plásticos emitidos no país e crescimento acelerado. Nesta época do ano, em 2006, a empresa emitia uma média de 25 mil cartões/mês. Hoje o índice quadruplicou: são mais de 100 mil novos plásticos mensais. Já o faturamento com cartão triplicou.

Sobre a Cetelem

Empresa do grupo BNP Paribas, a Cetelem, pioneira no crédito ao consumo desde 1953 e do crédito pela Internet desde 1997, é líder no mercado francês e na Europa Continental. Com mais de 30 milhões de clientes e 21 mil colaboradores, a Cetelem está presente em 27 países, nos quatro continentes. A Cetelem também é referência em parcerias com o varejo, instituições bancárias e companhias de seguro às quais aporta sua expertise em crédito ao consumo. Para mais informações, visite: www.cetelem.com

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, Submarino, Kalunga 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. Acesse o site da Cetelem para obter informações adicionais: www.cetelem.com.br

Mais Informações | FSB Comunicações

Cetelem Brasil

Dario Vedana

11 - 8383-2683

dario.vedana@fsb.com.br

Rafael Faro

11 - 8928-1503

rafael.faro@fsb.com.br

Fácil acesso de crédito ao consumo às classes mais baixas amplia crescimento da Cetelem no país

Com crédito barato para as classes C e D a companhia está expandindo sua participação na concessão de empréstimos, de forma responsável

São Paulo, 3 de outubro de 2007 – Estima-se que neste ano o crédito consumidor deva ultrapassar a quantia de R\$ 300 bilhões, o equivalente a 11,5% do PIB nacional. O IEDI (Instituto de Estudos para o Desenvolvimento Industrial) aponta que o volume de empréstimos para pessoas físicas totalizou R\$ 226,7 bilhões em agosto, com aumento de 18,2% em relação ao mesmo período de 2006.

Com o crédito cada vez mais acessível, a Cetelem, financeira do grupo BNP Paribas, possui grande potencial de crescimento neste mercado no Brasil, aproveitando cada vez mais sua ampla experiência mundial na oferta de produtos de crédito de consumo para todas as classes, de A à E.

A falta de informações centralizadas sobre os clientes atuais e potenciais prejudica o acesso ao crédito para a pessoa física. Isso não é problema para a Cetelem, que possui uma infra-estrutura notável de tecnologia para o gerenciamento de informações e análise de crédito, a partir da alimentação das bases, por meio de parcerias com varejo. Como a população de baixa renda ainda possui receios de entrar em bancos e financeiras, o varejo atua como porta de entrada de clientes potenciais para a Cetelem.

Outro fator importante para a expansão é que, com o avanço das ofertas de crédito pelas financeiras, o poder de compra das classes C e D aumentou. O crédito ao consumo passou a ser uma ótima opção para o consumidor parcelar suas compras de acordo com o seu bolso – acesso que ele não encontraria nos bancos, com a mesma facilidade.

No entanto, o país ainda precisa passar por um aprimoramento da cultura de crédito, a fim de adotar uma política responsável de concessão de empréstimos. “Pensando na segurança e entrega responsável de crédito, o foco principal da companhia em 2007 tem sido o fortalecimento das relações com os parceiros atuais para, em 2008, firmar outras parcerias e continuar crescendo”, afirma o Diretor Executivo de Desenvolvimento e Marketing da Cetelem no Brasil, Franck Vignard-Rosez.

Crescimento da Cetelem em 2007, com aquisições e resultados

No primeiro semestre deste ano, a companhia incrementou sua operação no país em relação ao mesmo período do ano passado: obteve lucro líquido de R\$ 36,6 milhões, 116% maior; e receitas de R\$ 400 milhões, 42% superior. Os números reforçam a estratégia de crescimento no país, com a consolidação da empresa como um importante ator do crédito responsável no Brasil.

O país, que já ocupava a quarta posição em um ranking de 27 em que a empresa atua, acaba de ganhar mais relevância ainda para a matriz com a aquisição de um dos cinco principais bancos brasileiros, especializado no crédito consignado: o Banco BGN. A aquisição, que é o maior investimento realizado pela França no Brasil, deu fôlego renovado para a empresa manter seu crescimento na casa dos dois dígitos. A Cetelem viu seus ativos praticamente dobrarem: de R\$ 3,8 bilhões para R\$ 6,8 bilhões. E sua carteira saltar de R\$ 3,7 bilhões para R\$ 5,4 bilhões.

Somado a isso, a empresa comemorou em agosto cinco anos de atuação com seu cartão de bandeira própria, a Aura, ultrapassando a marca de 2 milhões de plásticos emitidos no país e crescimento acelerado. Nesta época do ano, em 2006, a empresa emitia uma média de 25 mil cartões/mês. Hoje o índice quadruplicou: são mais de 100 mil novos plásticos mensais. Já o faturamento com cartão triplicou. Com isso, a Cetelem deve bater a meta anual de novos clientes agora no início do segundo semestre.

Sobre a Cetelem

Empresa do grupo BNP Paribas, a Cetelem, pioneira no crédito ao consumo desde 1953 e do crédito pela Internet desde 1997, é líder no mercado francês e na Europa Continental. Com mais de 30 milhões de clientes e 21 mil colaboradores, a Cetelem está presente em 27 países, nos quatro continentes. A Cetelem também é referência em parcerias com o varejo, instituições bancárias e companhias de seguro às quais aporta sua expertise em crédito ao consumo. Para mais informações, visite: www.cetelem.com

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, Submarino, Kalunga 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. Acesse o site da Cetelem para obter informações adicionais: www.cetelem.com.br

Mais Informações | FSB Comunicações

Cetelem Brasil

Dario Vedana

11 - 8383-2683

dario.vedana@fsb.com.br

Rafael Faro

11 - 8928-1503

rafael.faro@fsb.com.br

Telhanorte e Cetelem anunciam joint-venture

As duas empresas unem forças para oferecer soluções de crédito ao consumo para os clientes da Telhanorte. Expectativa para o primeiro produto, o cartão Telhanorte Aura, é emitir 100 mil plásticos em 2007

A Telhanorte, uma das maiores redes varejistas de material de construção do país, e a Cetelem, financeira do grupo BNP Paribas, anunciaram uma *joint-venture* inédita para oferecer uma ampla gama de soluções de crédito para os clientes da Telhanorte. O negócio é uma extensão no Brasil do acordo já existente entre as duas empresas na Europa e terá como carro-chefe o novo cartão de crédito de Bandeira Aura, que passará a ser exclusiva e disponível nacionalmente.

A meta da *joint-venture* é gerar 100 mil cartões em 2007. Esse Cartão será disponibilizado em quiosques da *joint-venture* espalhados em todas as unidades da Telhanorte. A vontade dos dois parceiros é de fornecer através desse cartão um grande diferencial ao cliente, permitindo adquiri-lo de maneira rápida, usá-lo logo na primeira compra e ainda poupar tempo nas próximas, já que fará todo o financiamento direto nos caixas. Conforme pesquisas realizadas pela Telhanorte, o consumidor frequenta um home center diversas vezes até a finalização do seu projeto. Além disso, o financiamento da compra é de suma importância nesse setor "Notamos que os nossos clientes usam cada vez mais cartões de crédito, por isso criamos o Cartão Telhanorte Aura para atender suas necessidade na hora de construir ou reformar", afirma Fernando de Castro, diretor geral da rede Telhanorte.

"Nosso compromisso com o país é oferecer soluções de crédito responsável que permitam aos indivíduos melhor equipar seus lares e melhorar sua condição de vida", agrega Marc Campi, diretor-geral da Cetelem Brasil. "Neste sentido, encontramos na Telhanorte um parceiro valoroso, com alto poder de capilarização dos produtos junto a seus clientes e estamos certos de que a *joint-venture* será um sucesso".

A parceria com a Cetelem faz parte do projeto de expansão da Telhanorte, que espera crescer cerca de cinco lojas em 2007, com seus esforços focados nas regiões Sudeste, Sul e Centro-Oeste. Além disso, é objetivo da empresa continuar a investir em conceitos inovadores, qualidade de atendimento e desenvolvimento de novas tecnologias.

Há ainda outras vantagens para este novo produto, como primeira anuidade gratuita, parcelamento em 10 vezes sem juros, possibilidade de saques em dinheiro nos caixas do Banco24Horas, pagamento de contas por meio do site da Cetelem (www.cetelem.com.br) e mais de 35 mil estabelecimentos credenciados à Rede Aura, nos quais o Cartão Telhanorte Aura poderá ser utilizado.

Sobre a Cetelem

Empresa do grupo BNP Paribas, a Cetelem, pioneira no crédito ao consumo desde 1953 e do crédito pela Internet desde 1997, é líder no mercado francês e na Europa Continental. Com mais de 30 milhões de clientes e 21 mil colaboradores, a Cetelem está presente em 27 países, nos quatro continentes. A Cetelem também é referência em parcerias com o varejo, instituições bancárias e companhias de seguro às quais

aporta sua expertise em crédito ao consumo. Para mais informações, visite: www.cetelem.com

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, Submarino, Kalunga 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. Acesse o site da Cetelem para obter informações adicionais: www.cetelem.com.br

Sobre a Telhanorte

Criada em 1976, a TELHANORTE, multiespecialista em construção e reforma, é uma das maiores redes varejistas de material de construção do país. Hoje, opera com 25 unidades; sendo 23 implantadas no Estado de São Paulo; em Minas Gerais, na cidade de Belo Horizonte e três unidades no Paraná, nas cidades de Londrina e Maringá, resultado da associação realizada pelo Grupo com a rede líder da região - BORDIGNON.

Suas lojas são modernas, voltadas para os melhores padrões de qualidade e abastecidas com 45 mil itens à disposição dos clientes. A rede ainda dispõe de um Centro de Distribuição em Jundiaí, interior de São Paulo, com aproximadamente 96 mil metros quadrados de área total, e uma Central de Televendas. Conta ainda com cerca de 3.400 pessoas trabalhando em suas dependências, especializadas e treinadas para atender o consumidor de forma rápida e adequada.

O diferencial da TELHANORTE no mercado brasileiro é ser um home center que sempre procura trazer novidades aos seus clientes. A rede é a única no Brasil que possui uma unidade que funciona 24 horas, a TELHANORTE Marginal; além de ser exclusiva em apresentar novos conceitos como a bandeira Pro - lojas destinadas a profissionais da construção, com uma gama profunda de produtos especializados em um mesmo local. Dentre os serviços oferecidos pelas unidades Pro Marginal e Aricanduva estão o aluguel de ferramentas; assistência técnica; entrega 24 horas; corte de fios; cursos de aprimoramento profissional e cartão fidelidade.

Mais Informações | FSB Comunicações

Cetelem - FSB Comunicações

Cecília Ferrarezzi

11 - 3061-9596

cecilia.ferrarezzi@fsb.com.br

Ana Carolina Fullen

11 - 3061-9596

anacarolina.fullen@fsb.com.br

Telhanorte - Blanco Assessoria de imprensa

Patrícia Blanco

11 - 3817-9400

Patricia.Blanco@blancorp.com

Priscilla Torres

11 - 3817-9400

priscillatorres@blancorp.com.br

Cetelem leva linha de crédito em materiais de construção para clientes do Mato Grosso

Atenta às necessidades de seus consumidores, rede Bigolin fecha parceria com financeira e lança cartão com bandeira Aura

A Cetelem, multinacional de crédito ao consumo presente em 26 países, fecha parceria para oferecer crédito aos clientes da Bigolin Materiais para Construção, rede de varejo voltada ao segmento de materiais de construção, do Mato Grosso.

O acordo faz parte da postura inovadora da rede, que sempre esteve alinhada às necessidades de seus clientes e inaugurou sua terceira loja no fim de 2006, agora na cidade de Rondonópolis, próximo a Cuiabá. Pela parceria, os clientes da Bigolin 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.

"O Cartão Bigolin Card Aura é uma ferramenta de crédito que visa criar oportunidades, facilitar as compras e fidelizar clientes por meio de novas formas de financiamento, ofertas comerciais diferenciadas e prazos alongados com isenção de juros", afirma Olivo Bigolin, diretor da rede.

Fundada em 1991, a Bigolin Materiais para Construção é referência em diversidade e exposição do mix de produtos em todo o estado do Mato Grosso. Atualmente, o grupo Bigolin possui três lojas, sendo duas em Cuiabá e uma em Rondonópolis. Com uma visão de mercado avançada, a rede foi a primeira a ter loja instalada em um shopping do estado. Com isso, a Bigolin, priorizou a comodidade de oferecer horário de atendimento diferenciado aos seus clientes.

Sobre a Cetelem

Empresa do grupo BNP Paribas, a Cetelem, pioneira no crédito ao consumo desde 1953 e do crédito pela Internet desde 1997, é líder no mercado francês e na Europa Continental. Com mais de 30 milhões de clientes e 21 mil colaboradores, a Cetelem está presente em 27 países, nos quatro continentes. A Cetelem também é referência em parcerias com o varejo, instituições bancárias e companhias de seguro às quais aporta sua expertise em crédito ao consumo. Para mais informações, visite: www.cetelem.com

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, Submarino, Kalunga 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. Acesse o site da Cetelem para obter informações adicionais: www.cetelem.com.br

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

Mais Informações | FSB Comunicações
Cetelem - FSB Comunicações
Cecília Ferrarezzi
11 - 3061-9596
cecilia.ferrarezzi@fsb.com.br