



COMMUNIQUE DE PRESSE

AEROPORTS de LYON choisit ADELYA pour lancer sa nouvelle carte de fidélité MALYS « sans contact » NFC

Premier déploiement NFC en aéroport. Avec Malys, carte de fidélisation NFC multi-enseignes, Aéroports de Lyon mise sur l'interactivité et la proximité client. Nette augmentation du panier moyen pour les porteurs de carte.

Toulouse, le 8 Décembre 2009 – La Start-up française ADELYA, spécialiste de la fidélisation fondée sur les technologies mobiles et sans contact NFC, annonce ce jour que la société Aéroports de Lyon a déployé la plateforme de fidélisation et relation Client Loyalty Operator sur l'ensemble des boutiques, restaurants et cafés de l'aéroport Lyon-Saint Exupéry. Baptisée Malys, la nouvelle carte de fidélité « sans contact » d'Aéroports de Lyon est disponible chez tous les commerces de l'aéroport aussi bien en zone publique qu'en zone réservée.

Une carte de fid' high tech pour conquérir une nouvelle cible client

Aéroports de Lyon affiche une réelle volonté de développer son offre commerciale. Plus de quarante points de vente (restaurants, cafés, mode, parfumerie, locations de voitures etc) proposent des produits et services de qualité, diversifiés et disponibles 7j/7. Néanmoins, le renforcement des contrôles de sécurité en aéroports a considérablement réduit le temps passé en zone publique par les passagers, ces derniers préférant se rendre directement en salle d'embarquement. Face à ce constat, la société Aéroports de Lyon a choisi de conquérir une nouvelle cible client susceptible de consommer en zone publique : les 5300 personnes travaillant quotidiennement à Lyon-Saint Exupéry.

Aéroports de Lyon a donc lancé un appel d'offres au printemps 2009 afin de remplacer son système de fidélisation. L'objectif était d'inciter le personnel à effectuer ses achats sur son lieu de travail. Ainsi, Aéroports de Lyon souhaitait un programme de fidélisation interactif, multi-enseignes, couplé avec de la remise en points de vente.

La plateforme Loyalty Operator éditée par ADELYA et disponible en mode SaaS a été retenue. Déployée depuis Octobre 2009, près de 3000 cartes de fidélité NFC ont été distribuées, une nette évolution du panier moyen pour les porteurs de carte a été notée, garantissant ainsi aux commerces de la zone publique de faire évoluer leur chiffre d'affaires. Les boutiques de mode, parfumerie et bijouterie ont mesuré la plus forte incidence du programme de fidélisation sur leur chiffre d'affaires.

« Nous souhaitons proposer à nos points de vente le meilleur de la technologie pour conquérir, fidéliser et animer leur clientèle. Les solutions de fidélisation utilisant la NFC permettent une grande interactivité et proximité avec le consommateur que ce soit en point de vente, sur internet ou via un téléphone mobile » explique Virginie Gauthier, Chargée de Clientèle et de Promotions Commerciales, Aéroports de Lyon *« Nous avons sélectionné ADELYA car c'était la meilleure combinaison : innovation, fonctionnalités, intuitivité et prix. Avec la plateforme ADELYA Loyalty Operator, nous pouvons aller plus loin en terme de*



COMMUNIQUE DE PRESSE

fidélisation et proposer à notre client une relation personnalisée, choisie, interactive. Une des clés pour capter et séduire nos diverses populations en aéroports : passagers, collaborateurs, riverains, accompagnants.»

Aujourd'hui, les clients fidélisés s'identifient simplement en taggant leur carte de fidélité sur le lecteur NFC disponible en caisse. Demain, ils pourront s'identifier à des bornes interactives pour suivre leurs points fidélités, profiter des promotions personnalisées, parrainer des collègues et/ou choisir de télécharger depuis le site Aéroports de Lyon ou leurs mobiles les bons plans du moment.

Un programme de fidélisation unique pour de multiples enseignes

Le challenge de la fidélisation en Aéroport est similaire à celui de la galerie marchande ou du centre commercial : proposer un programme de fidélisation commun à de multiples enseignes à partir d'une plateforme unique pour permettre des animations interactives et un reporting efficace.

Conçue pour les réseaux de commerçants, la plateforme ADELYA s'adapte parfaitement à cette typologie de points de vente : simple d'utilisation, plateforme web unique, multicanal, reporting temps réel, etc.

« Notre stratégie est de donner aux commerçants des outils de fidélisation simples, interactifs et innovants » cite Jean-François Novak, président d'ADELYA *« Nous sommes fiers de compter Aéroports de Lyon parmi nos clients. Aider des commerces aussi variés que Pizza Hut, Relay Tabac Presse, Beauty Unlimited, Payot Librairie à conquérir et fidéliser leurs clients nous procure une réelle satisfaction. Nous démontrons ainsi notre capacité à traiter tout type d'organisation commerciale, mono ou multi-enseignes, mono ou multi-programmes. »*

Vers une carte de fidélité dématérialisée sur téléphone portable

Convaincu que le téléphone mobile est le support le plus proche du consommateur, notamment du passager, Aéroports de Lyon s'est résolument orienté vers une solution de fidélisation capable de proposer des cartes de fidélité mobiles. Ainsi, en temps voulu, le client fidélisé Aéroports de Lyon recevra sur son téléphone mobile sa carte de fidélité dématérialisée, rendant possible son identification en point de vente ou ailleurs via le même lecteur NFC utilisé aujourd'hui pour les cartes de fidélité NFC.

La gestion de projet a été menée par la société LOGICA, acteur majeur de services informatiques.

Aéroports de Lyon est en pleine réflexion pour étendre ce programme fidélité aux riverains : une communauté de plus de 48 000 consommateurs potentiels.



COMMUNIQUE DE PRESSE

A propos d'ADELYA

www.adelya.com

Société innovante créée en 2005 par des pionniers du CRM, ADELYA propose aux Enseignes une plateforme web de Fidélisation et de Relation Client fondée sur les technologies mobiles et sans contact NFC.

Véritable opérateur de fidélisation, ADELYA aide les Enseignes et leurs points de vente à instaurer une relation client plus libre, plus participative et plus interactive.

Disponible en locatif (SaaS) et multi-canal, la plateforme Loyalty Operator propose des services marketing innovants et interactifs: carte de fidélité, campagnes marketing, couponing, cartes cadeaux, promotions, statistiques et analyses. Elle permet de toucher le consommateur sur son lieu d'achat favori (Point De Vente, vente en mobilité, eCommerce) en utilisant son canal de communication privilégié : sms, emailing, courrier, téléphone mobile, réseaux sociaux.

Plus de 700 points de vente utilisent quotidiennement la plateforme en ligne ADELYA pour leurs programmes de fidélisation. Parmi eux : Aéroport de Lyon, bars&co, Body One, Carlson WagonLit Voyages, Marco Serussi, Optical Discount, Tape à l'œil...

Loyalty Operator est une marque déposée de la société ADELYA. Tous les autres noms de sociétés ou produits appartiennent à leurs propriétaires respectifs.

Contacts

Cécile MOREL – ADELYA - 05 62 24 93 04 – cecile.morel@adelya.com