

IDEMIA fournit la nouvelle carte de crédit métallique black d'HSBC

IDEMIA, leader mondial de l'Identité Augmentée, fournit la toute nouvelle et exclusive carte noire d'HSBC – une carte plaquée en métal disposant d'une double interface (contact et sans contact) imaginée pour offrir des expériences de voyage et de mode de vie uniques à ses détenteurs.

PAIEMENT
POSTÉ LE 16.04.18

Les cartes en métal d>IDEMIA s'ajoutent aux cartes de crédit proposées par HSBC aux Émirats arabes unis. La nouvelle "Black Credit Card" d'HSBC est conçue pour une clientèle haut de gamme et offre des avantages exclusifs tels que le gain de 200 000 AirMiles dès l'inscription, 100 000 Air Miles à chaque anniversaire, des récompenses accélérées pouvant atteindre 2,5 Air Miles par 1 diham dépensé sur la carte, un accès gratuit et illimité au salon lounge pour les détenteurs de la carte et les invités, un accès gratuit au programme HSBC Entertainer comprenant l'option « Fine Dining » et « Cheers », un accès gratuit au golf, service de conciergerie international, et bien plus encore.

La nouvelle carte se présente avec un design contemporain et une finition luxueuse en métal, associée à des capacités sans contact.

IDEMIA est enthousiaste de fournir ce produit premium et haut gamme à HSBC dans le cadre de notre aventure commune qui s'inscrit dans la continuité de notre partenariat de longue date. L'objectif majeur de cette alliance est de fournir les dernières innovations qui permettent de répondre à la demande accrue de produits et de services haut de gamme pour les clients de HSBC. Nous sommes fiers d'offrir un large panel de cartes métal aux banques qui cherchent à attirer ou préserver des clients premium.

Muzaffar Khokhar, président de la région Moyen Orient et Afrique d>IDEMIA

HSBC est ravi d'avoir conclu ce partenariat avec IDEMIA pour proposer cette carte métallique innovante à nos clients. La carte black HSBC, avec son design unique et ses avantages sur-mesure, va offrir des expériences inoubliables à nos clients. Du voyage aux expériences culinaire, culturelles et shopping, il n'y a aucune limite aux bénéfices apportés par cette carte.

Kunal Malani, responsable régional gestion des relations clients, Moyen-Orient et Afrique du Nord, Turquie, HSBC Moyen Orient

À propos d>IDEMIA - OT-Morpho devient IDEMIA, le leader de l'Identité augmentée dans un monde de plus en plus digital, et a l'ambition de donner, aux citoyens comme aux consommateurs, la possibilité d'interagir, de payer, de se connecter, de voyager et de voter en tirant profit d'un environnement désormais connecté.

Sécuriser notre identité est devenu essentiel dans le monde dans lequel nous vivons. En nous engageant pour l'Identité augmentée, nous réinventons notre manière de penser, de produire, d'utiliser et de protéger cet atout, que ce soit pour les individus ou pour les objets. Nous assurons la confiance et le respect de la vie privée en garantissant que l'ensemble des transactions soient sécurisées, authentifiées et vérifiables pour des clients internationaux des secteurs financiers, des télécommunications, de l'identité, de la sécurité publique et de l'Internet des Objets.

IDEMIA est le résultat du rapprochement d'OT (Oberthur Technologies) et Safran Identity & Security (Morpho). Avec près de 3 milliards de dollars de chiffre d'affaires et 14 000 employés dans le monde, IDEMIA sert des clients dans plus de 180 pays.

Pour plus d'informations, rendez-vous sur www.idemia.com/fr et suivez @IdemiaGroup sur Twitter



votre contact presse.

IDEMIA - HAVAS PARIS AGENCE DE PRESSE

+ 33 6 63 73 30 30

idemia@havas.com