

Les échos de l'atelier GS1 Mobile Partenaires, une invitation à l'innovation

compte rendu de la réunion du 11 décembre 2009

Le 11 décembre 2009, GS1 France a organisé son troisième atelier consacré aux usages du mobile dans le commerce. Baptisé « Le mobile pour inventer la nouvelle relation consommateur », cet événement a permis à une trentaine d'entreprises de découvrir plusieurs solutions mobiles impliquant l'utilisation des standards GS1 et destinées à développer la relation des marques avec le consommateur.



A propos des travaux de GS1

Depuis 2 ans, GS1 France prépare l'intégration du mobile dans la relation avec les consommateurs, en s'inscrivant comme un véritable lieu de partage des pratiques innovantes dans les échanges B to B dans le commerce. GS1 est au service des marques (nationales comme distributeurs) qui souhaitent comprendre comment les technologies influent sur les comportements de leurs clients et anticiper les usages de demain.

C'est dans ce cadre que ses actions et ses missions sont menées et contribuent à créer un contexte favorable au développement des services mobiles :

- Concertation : GS1 anime depuis deux ans des groupes de discussion utilisateurs en France et au plan international pour cibler les services et infrastructures techniques d'avenir ;
- Mutualisation : le service CodeOnline de GS1 a été mis au point pour permettre aux marques de réaliser simplement des services basés sur les standards de marché afin de valider leur stratégie mobile ; Sélectionné dans le cadre de l'appel à projets Proxima Mobile, le projet Proxi-Produit mené par SBW, l'AFNIC et GS1 France va permettre aux possesseurs d'information (industriels, distributeurs) de communiquer via le service CodeOnline les informations relatives à la nutrition, aux allergènes vers les

consommateurs/citoyens directement vers leur mobile (notamment grâce aux codes-barres présents sur les produits de grande consommation).

- Facilitation : GS1 France met en relation les marques et l'offre de services mobiles, notamment par le biais d'ateliers, afin de permettre la concrétisation de projets.

Bilan de l'atelier

Ce troisième atelier Mobile Commerce avait pour objectifs :

- d'appréhender les impacts du mobile sur le Commerce
- d'anticiper les usages pour préparer sa stratégie mobile

Cet atelier dont le thème était « le mobile pour inventer la nouvelle relation consommateur » a eu un impact positif auprès des membres de la communauté GS1 Mobile Partenaires, qui ont une nouvelle fois manifesté leur enthousiasme pour ce format d'événement.

Voulu comme un moment de partage des pratiques innovantes en matière de services mobiles pour le commerce, cet atelier a permis à cinq «GS1 Mobile Partenaires» (Alcatel-Lucent, Atos Worldline, Buongiorno, Lynkware et Orange Business Services) de présenter leurs solutions en impliquant les participants par petits groupes.

A l'issue de l'atelier :

- Les participants ont apprécié la possibilité d'interagir avec les offreurs. Ceux-ci ont également souligné la bonne complémentarité des solutions proposées pour favoriser la relation avec le consommateur (couponing et carte de fidélité dématérialisés, authentification, détection d'événements sonores, etc.)
Les participants ont salué la pertinence des solutions présentées, adaptables au contexte de l'entreprise.

- Les exposants ont apprécié la possibilité de recueillir un avis métier sur les solutions proposés (marques), ainsi que la visibilité générée par ce format d'événement. Cet atelier leur a également permis d'envisager une coopération avec d'autres exposants.

Les participants ont mis l'accent sur les points suivants :

- Les marques sont optimistes quant au potentiel du mobile pour améliorer la relation avec les consommateurs, en témoigne le développement de masse des Smartphones de l'internet mobile.

- La question de l'interopérabilité et des standards est de plus en plus prise en compte dans le développement de nouvelles solutions. A ce propos, les participants confirment le rôle de GS1 dans l'accompagnement des offreurs de solution à l'intégration des standards d'identification et de partage d'information produit.

- Les participants ont insisté sur la nécessaire prise en compte du multi-canal (internet fixe et mobile, magasins...) dans les futurs développements des standards pour le Mobile Commerce.

GS1 donnera donc à son activité de 2010 les orientations suivantes :

- Travailler à la reconnaissance de standards dans le Mobile Commerce (Codes à barres, RFID, Format de donnée...)
- S'inscrire dans une démarche internationale
- Accompagner le marché français dans la mise en place de solutions mobiles (définition de logo, d'un programme de certification, etc.)

Les sociétés «GS1 Mobile Partenaires» exposantes :

- **Alcatel-Lucent** : propose une solution qui permet d'exploiter les informations provenant de l'interaction entre les mobiles et les objets du commerce.
- **Atos Worldline** : propose un outil qui dématérialise la carte de fidélité et permet au client de disposer à tout moment des services proposés par une marque, à partir de son téléphone.
- **Buongiorno** : concepteur d'une plate-forme de couponing permettant de générer des coupons à partir d'un contenu SMS.
- **Lynkware** : éditeur d'une solution proposant un système complet d'authentification forte mobile pour la génération de mot de passes à usage unique
- **Orange Business Services** : propose plusieurs outils comme la détection d'événements sonores permettant l'envoi automatique d'informations sur mobile, ou encore la réalité augmentée.



Contact : Marc Benhaim
marc.benhaim@gs1fr.org

GS1 France
2 rue Maurice Hartmann
92137 Issy les Moulineaux cedex

www.gs1.fr

GS1, les échanges intelligents