



06/2011

## Sommaire

- **Au cœur des projets clients**
  - Savings Bank optimise ses coûts grâce à l'outsourcing
  - Kodak intègre le paiement Libre-service pour développer ses photos
- **Événements**
  - Baromètre IFOP/Wincor Nixdorf : les Français et l'argent liquide
  - Nouvelle plate-forme Intégration et Logistique France
- **Innovation Métier**
  - Nouvelle expérience consommateur et cross-canal
- **La Presse en parle**
  - Vu à la télé et à la radio
  - Vu dans les journaux
- **Environnement**
  - Le meilleur des initiatives environnementales de l'agence bancaire et du magasin

## Savings Bank optimise ses coûts grâce à l'outsourcing

Confier la gestion de son réseau d'automates libre-service à un prestataire externe n'arrive pas par hasard : " En 2009 lorsque nous nous sommes trouvés confrontés au renouvellement de notre gamme complète de Distributeurs Automatique de Billets (DAB), nous avons pris la décision de revoir la globalité de notre canal libre-service, y compris les services associés " confie Thorsten Reeb, responsable des technologies Libre-service au sein de la Karlsruhe Ettligen Savings Bank.

### Optimisation des coûts et flexibilité

Cohérence et optimisation des coûts, fort degré de flexibilité et de réactivité face aux évolutions de marché : pour la Karlsruhe Ettligen Savings Bank externaliser la gestion de son canal Libre-service devait être synonyme de réduction des coûts et de souplesse d'action tout en conservant une marge de manœuvre décisionnelle... " Nous désirions conserver une liberté d'action, par exemple pour faire évoluer nos DAB avec des solutions de dépôt valorisé ou avec d'autres fonctionnalités à valeur ajoutée, tout en pouvant agir rapidement une fois la décision prise ", explique Thorsten Reeb, " mais pas à n'importe quel prix ".



C'est ainsi que la Karlsruhe Ettligen Savings Bank, tout en confiant ces opérations à Wincor Nixdorf et en profitant de son expertise métier plus forte, a pu conserver le contrôle de ses process et garder la main sur ses choix stratégiques. " Cela correspondait en plus à notre volonté de faire évoluer les objectifs de nos équipes dédiées au Libre-service en agence, vers un niveau de qualité plus fort ".

Début 2010, après avoir confié à Wincor Nixdorf la gestion de l'ensemble de son parc de 250 Terminaux Libre-service, cette démarche d'amélioration de la qualité a ainsi mené la Karlsruhe Ettligen Savings Bank à vendre son parc global d'automates à Wincor Nixdorf : le but était de lui louer ensuite ce parc avec, à la clé, des engagements de services impossibles à réaliser auparavant tels que l'atteinte de 97% de taux de disponibilité des solutions, pour ne citer que cet exemple. Sans compter sur la volonté de la banque d'homogénéiser son parc dans le même temps, ce qui a participé ensuite à faciliter la tenue de ces engagements.

### Une qualité de service haut niveau

A travers l'Outsourcing et au monitoring à distance associé, au-delà de ces engagements et de l'homogénéisation du parc, la Karlsruhe Ettligen Savings Bank a également bénéficié d'un contrat unique de Services lui garantissant un niveau de sécurité élevé, en plus d'une disponibilité maximum des systèmes. Loin d'être complexe, le monitoring permet une résolution rapide des incidents : les employés de la banque sont informés par mail de la localisation de l'incident et de la procédure pour le résoudre, qu'il s'agisse d'un niveau de cash de l'automate ou tout simplement du remplacement d'une cartouche d'encre. En cas de non résolution du problème les employés peuvent ensuite se tourner vers la hotline téléphonique dédiée et gérée directement par le prestataire : « Les interlocuteurs Wincor Nixdorf associent les compétences métier et l'expertise de haut niveau nécessaire et indispensable pour assurer un support opérationnel à nos équipes sur des enjeux majeurs. » résume Thorsten Reeb « Nos collaborateurs apprécient ce service, tant pour son côté opérationnel que pour la réactivité qu'il leur apporte » conclut Thorsten.

### Carte d'identité / Karlsruhe Ettligen Savings Bank (Sparkasse Karlsruhe Ettligen)

Basée à Karlsruhe Ettligen en Allemagne, la Savings Bank compte 75 agences bancaires sur le territoire allemand, 250 automates et réalise 6,8 milliards d'euros de Chiffre d'Affaires.

### Bénéfices clients

- > Optimisation et maîtrise des coûts sur la période du contrat
- > Flexibilité de l'offre adaptée au contexte et aux spécificités de chaque client
- > Haut niveau d'engagement de qualité de service (disponibilité des systèmes, délai de résolution...)
- > Efficacité du monitoring à distance et du reporting

## Kodak intègre le paiement Libre-service pour développer ses photos



### L'innovation au service des clients

Offrir aux consommateurs un moyen de paiement aussi innovant que son kiosque photo automatique associant autonomie, rapidité et simplicité : tel était l'enjeu du projet lancé par Kodak en France, en partenariat avec Wincor Nixdorf France... Le concept de kiosque automatique Kodak, implanté dans une grande chaîne d'hypermarchés française, offrait déjà aux consommateurs un nouveau moyen innovant de développer ses photos : il propose un large éventail de produits de haute qualité, de l'édition de book cadeaux jusqu'aux tirages photos grands formats, accessibles facilement et rapidement à travers différentes fonctionnalités programmées.

### Une technologie convaincante

Dans ce contexte, l'approche Libre-Service Wincor Nixdorf a su convaincre Kodak d'associer une solution de paiement intégrant cette technologie innovante, à l'ensemble de son parc de kiosques automatiques : d'ici fin 2011 plus de 220 kiosques Kodak auront ainsi évolué pour offrir aux consommateurs finaux autonomie et flexibilité d'utilisation pour payer leurs travaux photos numériques.

En effet, en amont du projet, Wincor Nixdorf France, en tant que fournisseur officiel des solutions de caisses libre-service de l'enseigne d'hypermarchés concernée, avait fait les preuves de son expertise technique et métier en développant l'application logicielle capable de s'interfacer avec la solution globale d'encaissement du distributeur. La solution Libre-Service déployée (bornes *PayTower* Wincor Nixdorf), tout en étant connectée au système d'encaissement des magasins, assure également le lien indispensable avec l'application logicielle des kiosques Kodak, en toute transparence vis-à-vis des consommateurs.

### Une réponse positive

Le challenge en termes de développement et d'intégration logicielle fut double. Tout d'abord à travers l'adaptation de l'application logicielle des kiosques Kodak dans le but de rendre autonome et disponible la fonction de paiement libre-service en parallèle du développement photo, pour fluidifier l'utilisation des consommateurs. Ensuite, à travers le développement d'une interface logicielle reliant le kiosque Kodak et notre borne de paiement Libre-service *PayTower*.

Ces deux objectifs ont trouvé une réponse positive dès le départ au sein d'un magasin pilote en région parisienne, où la solution est totalement opérationnelle depuis plusieurs mois pour la plus grande satisfaction des clients. Ainsi, depuis 2010, les consommateurs peuvent payer avec leur carte de crédit mais pas seulement : la borne *PayTower* leur offre une souplesse et une autonomie plus fortes car, en plus de la carte bleue classique, ils peuvent utiliser leur carte de crédit de l'hypermarché ou encore une carte-cadeau...

Depuis, le déploiement lancé début 2011 sur un premier périmètre de 50 hypermarchés poursuit sa progression... Les équipes Wincor Nixdorf France se chargent d'installer, de mettre en service et de maintenir les bornes *PayTower* mais aussi d'installer les nouvelles applications logicielles sur les kiosques Kodak. Avec, au bout du déploiement, le paiement Libre-service à portée de cartes.

### Carte d'identité / KODAK

Fondée en 1881 par George Eastman, le nom de Kodak apparaît pour la première fois en 1888 au lancement des premiers appareils photo à pellicule photographique.

Le groupe Kodak emploie 26 900 collaborateurs dans le monde et réalise un Chiffre d'Affaires de 7 milliards de dollars.

### Bénéfices clients

- > Flexibilité du mode de paiement pour les consommateurs (carte de crédit, carte de fidélité, carte cadeau...)
- > Solution intégrée au système d'encaissement du Distributeur
- > Développement des flux de paiements électronique

## Baromètre IFOP/Wincor Nixdorf : les Français et l'argent liquide

Partenaire stratégique des banques et des magasins, Wincor Nixdorf a dévoilé les résultats de la seconde édition de son baromètre sur « **Les Français et l'argent liquide** » en partenariat avec l'**Ifop**. Réalisé auprès d'un échantillon de 1003 personnes, représentatif de la population française âgée de 18 ans et plus, ce sondage vise à explorer les rapports que les Français entretiennent avec l'argent liquide et leurs attentes à ce sujet. En parallèle, les filiales Italienne, Anglaise et Espagnole de Wincor Nixdorf ont également mené cette étude afin de pouvoir apporter un éclairage sur ces problématiques au niveau européen.



### Les résultats font apparaître plusieurs axes :

- 92% des Français déclarent détenir de l'argent liquide sur eux
- La somme moyenne d'argent liquide détenue par les Français augmente de 37 à 41 euros par rapport à 2010
- Les Italiens déclarent avoir en moyenne 65 € d'argent liquide sur eux contre 52 € pour les Anglais, 49 € pour les Espagnols
- La moitié des Français déclare garder de l'argent à leur domicile contre un peu plus d'un tiers en 2010
- Les Italiens retirent en moyenne 136 € au distributeur par retrait, contre 82 € pour les Français
- 59% des Espagnols retirent de l'argent au moins une fois par semaine voire plus, contre 33% des Français
- Les Français réclament l'installation de plus de distributeurs dans les lieux publics
- 87% des Français utilisent l'argent liquide pour leurs dépenses courantes
- Le montant moyen maximum pour un paiement en liquide est de 43 € pour les Français contre 143 € pour les Italiens
- Près de 4 Français sur 5 déclarent ne pas reconnaître les fausses pièces et faux billets en circulation
- La majorité des Français est favorable à la suppression de la pièce de 1 centime mais la quasi-totalité s'oppose à la suppression des pièces de 5 et 10 centimes.
- 19% des Français aimeraient voir Charles de Gaulle en effigie sur un billet d'euro

L'intégralité de l'enquête ainsi que le communiqué de presse sont consultables en ligne sur [le site Internet Wincor Nixdorf](#)

## Nouvelle plate-forme Intégration et Logistique France



"L'installation de nos services Logistique et Intégration au sein d'un nouveau site répond à nos objectifs en termes de qualité délivrée aux clients : à travers le site de **Bondoufle**, Wincor Nixdorf France se dote d'infrastructures dont les volumes et la configuration vont permettre une gestion optimisée des flux logistiques" confie Jean-Louis Chambaud, Directeur Intégration et Logistique Wincor Nixdorf France.

**Professionaliser les infrastructures et les process**, offrir une capacité grandissante de gestion logistique et d'intégration : la nouvelle plate-forme répond à un cahier des charges exigeant et orienté vers **l'industrialisation des flux de nos clients**.

"En termes de volume utile nous avons ainsi multiplié par 1,4 la taille de la plate-forme logistique centrale où 3000 machines peuvent désormais transiter : c'est aussi grand qu'un hypermarché ! Les salles dédiées à l'Intégration Retail et Banking ont, de leur côté, doublé de volume." continue Jean-Louis Chambaud.

"Les infrastructures sont conçues pour accueillir et intégrer davantage de machines, dans des conditions optimisées avec une meilleure résolution technique et prenant en compte une montée en puissance des capacités logistiques. Désormais pas moins de 500 Terminaux Points de Vente et plus de 100 Automates Bancaires pourront être intégrés chaque semaine grâce à ce changement d'infrastructures. Enfin, **la dimension sécuritaire** a aussi présidé au choix de ce bâtiment hautement sécurisé par des caméras omniprésentes et un gardiennage sur site 7J/7 et 24h/24."

Cette nouvelle plate-forme intègre enfin une logique **écologique** à travers un système de récupération et de tri sélectif des déchets en phase avec la réglementation européenne en matière de récupération et de valorisation des Déchets d'Equipements Electriques et Electroniques.

## Nouvelle expérience consommateur et cross-canal

### Nouvelles interfaces hommes/machines, solutions de mobilité, réseaux sociaux...

L'interaction des consommateurs avec les nouvelles technologies dans leur parcours d'achat se développe à la vitesse grand V : aujourd'hui **l'interactivité et la mobilité font partie du quotidien des consommateurs et participent à développer de nouveaux modes de consommation.**

**Laurent Houitte, Directeur Marketing de Wincor Nixdorf France, fait le point sur cette nouvelle expérience d'achat pour les consommateurs et ses impacts sur les entreprises.**



### Qu'est-ce qui caractérise aujourd'hui les nouveaux parcours clients ?

**Laurent Houitte :** Pour introduire le sujet je citerai ce chiffre qui prouve que les solutions de mobilité font désormais partie de notre quotidien : 80% des téléphones qui seront vendus à Noël prochain seront des Smart Phone et c'était déjà le cas pour 50% des téléphones vendus fin 2010.

Concrètement cela signifie que la personne qui utilise le Smart Phone aujourd'hui, et qui l'utilisera de plus en plus demain, c'est la "ménagère de moins de 50 ans", cœur de cible des médias.

Ainsi, les solutions de mobilité, associées à un usage du Web complètement démocratisé de nos jours, sont en train de devenir plus rapidement qu'on ne le croit un "outil" quotidien du Français "moyen", et donc du consommateur lambda.

En synthèse, le parcours clients d'aujourd'hui est devenu ce qu'on appelle cross-canal : caractérisé par l'utilisation des nouvelles technologies il s'effectue sur un mode "zapping". Nous avons face à nous des "consommateurs 2.0" qui réalisent leurs

achats en passant d'un canal à un autre entre le magasin ou l'agence d'une part, le Web d'autre part, et enfin les outils mobiles dont nous venons de parler. "Any where, Any time, Any device" : tel est leitmotiv du consommateur.

### Quelles solutions sont déjà mises en œuvre pour accompagner ces nouveaux parcours ?

**Laurent Houitte :** Aujourd'hui l'intégration des outils Web et des nouvelles technologies dans les stratégies des entreprises est une réalité, et participe à leur croissance.

Le Drive, par exemple, représente une expérience cross-canal proposée par les enseignes de distribution alimentaire qui a connu un essor grandissant vis-à-vis des consommateurs. Cette solution associe les canaux du Web et du magasin en passant par le téléphone mobile sur lequel on peut gérer sa commande, son heure de livraison, ses achats complémentaires de dernière minute... Pouvoir ajouter des articles à son panier à n'importe quel moment de la journée avant d'aller chercher sa commande après le travail, cela a du sens pour les consommateurs.

D'autres expériences de cross-canal permettent d'utiliser les outils mobiles pour débiter ses achats où que l'on soit, puis de continuer son parcours sur un autre canal plus tard : par exemple de son domicile on va scanner un produit avec son téléphone mobile grâce à un "tag" et débiter une liste de courses, que l'on achèvera dans le magasin en choisissant du Mobile Shopping pour ne pas avoir à rescanner l'ensemble des articles dès le départ.

### Quels impacts l'approche cross-canal génère-t-elle vis-à-vis des entreprises ?

**Laurent Houitte :** Pour accompagner cette nouvelle expérience consommateur, les entreprises ont besoin d'une solution qui permette au consommateur de se sentir accompagné et identifié à chaque étape de son parcours d'achat : il faut "désiloter" l'ensemble des canaux qui existent et faire en sorte qu'il y ait de l'interactivité et de la cohérence à chaque moment du parcours. Il s'agit là d'un premier impact : les entreprises adoptent des solutions technologiques capables de gérer les différents canaux avec une interactivité réelle et une cohérence en termes d'offre commerciale adressée aux consommateurs. Par ailleurs, l'approche cross-canal est aujourd'hui un puissant facteur de développement et de mise en cohérence de la relation client. Les nouvelles technologies ne sont plus des gadgets : elles contribuent fortement à la croissance en plus d'accompagner l'utilisateur de bout en bout. Pour vous citer un exemple, l'enseigne Speedy a fait appel à la société Vente Privée pour vendre un forfait "révision de véhicule" à prix cassé, utilisable dans tous les Speedy de France. Grâce à cette opération commerciale lancée sur le web et utilisable directement en points de vente, Speedy a joué la carte de la complémentarité entre les deux canaux. Résultat : en plus de développer fortement son chiffre d'affaires, l'enseigne a recruté de nouveaux clients. C'est assez impressionnant quand on sait que tout le monde n'a pas de voiture, pas de Speedy à côté de chez soi et n'a jamais été client Speedy auparavant... Ce site Web de vente privée en ligne, qui compte 9 millions de membres en France, inventeur du concept de vente événementielle sur Internet permet ainsi une interactivité entre les canaux web et magasin. L'approche cross-canal a ainsi un impact sur les dispositifs commerciaux mis en œuvre par les entreprises pour répondre aux besoins des consommateurs.

### Quel est le positionnement de Wincor Nixdorf sur ce marché ?

**Laurent Houitte :** En tant qu'intégrateur Métier pour les marchés de la Banque et de la Distribution, nous sommes experts dans la gestion des flux clients, des flux d'espèces et des flux de paiement électroniques en magasin ou sur le web. Par ailleurs nous sommes 11<sup>e</sup> éditeur européen de logiciels. Pour nous resituer dans le contexte je citerai une étude que nous avons effectuée avec l'IFOP fin 2010 sur les habitudes des Français et leurs courses. Premier point : une majorité de Français demandaient plus de technologies en magasins et sur le web, notamment pour bénéficier de plus de conseils et aller plus vite dans leur décision d'achats. Second point : ils demandaient également plus de formats de

magasins qu'il s'agisse du web, de formats sur le mobile ou de formats en dur. A cela s'ajoute vraiment le côté "3 A" dont nous avons parlé au début : le consommateur veut consommer où il veut, quand il veut, à travers le canal qu'il préfère. Par rapport à cet ensemble, l'enjeu est de faire en sorte que le consommateur reste fidèle à son enseigne, qu'il soit identifié, on l'a déjà dit, et surtout de faire le lien, de créer une cohérence avec tous les services qui lui sont proposés. Comment faire ce lien ? Notre réponse consiste à fournir une plateforme technologique qui va permettre d'avoir des canaux cohérents en termes de prix, de positionnement, en termes de messages pour s'assurer que chaque canal est complémentaire et non en compétition. Certains de nos clients internationaux ont déjà débuté des démarches dans ce sens : notre plate-forme offre une solution logicielle unique disponible dans plus de 60 pays car elle intègre les problématiques fiscales, réglementaires, de monétique... L'idée est aussi de fournir une plateforme que l'on peut piloter de manière centrale, aussi bien techniquement qu'au niveau de l'analyse des données et des ventes. Le principe est d'agréger plusieurs briques technologiques expertes dans différents domaines (tables tactile, mobile...) au sein d'une plateforme globale capable d'intégrer et de traiter tous les flux.

---

## Vu à la télé et à la radio



23/06/2011


Le baromètre Ifop/Wincor Nixdorf sur "Les Français et l'argent liquide" repris au journal de 13h de TF1 sous l'angle de l'attachement envers les espèces, témoignages à l'appui.



27/06/2011


Interview de **Philippe Dauphin, Président & CEO Wincor Nixdorf France** dans l'émission "Good Morning Business" sur **BFM** : retour sur le second baromètre du Cash IFOP/Wincor Nixdorf.


## Vu dans les journaux

 23/06/2011 - Les Français privilégient le cash

 23/06/2011 - [Les Français toujours accros à l'argent liquide](#)

 23/06/2011 - [Les Français sont attachés à l'argent liquide](#)

 20/06/2011 - TPV de demain, vers une nouvelle relation client

 10/06/2011 - Interminables files d'attente



01/06/2011 - Sécurité Informatique : le point sur les nouvelles menaces



11/05/2011 - Transport de fonds : un concept de protection



24/04/2011 - Florence Bonpaix rejoint Wincor Nixdorf



21/04/2011 - La bulle du paiement mobile



07/04/2011 - Un matériel d'encaissement toujours plus rapide et intelligent



28/02/2011 - Mon téléphone peut-il servir de carte de paiement ?



25/02/2011 - Les Français mûrs pour payer avec leur mobile

## Le meilleur des initiatives environnementales de l'agence bancaire et du magasin



Bienvenue dans le **programme environnemental winplanet.org**.

Voici un aperçu des dernières actions environnementales mises en œuvre par les agences bancaires et les magasins et recensées sur le portail Internet du programme...

**A découvrir d'un clic ci-dessous.**



[Développement durable : la CE Bourgogne Franche-Comté passe au bâtiment basse consommation](#)



[Leroy Merlin ouvre son premier magasin BBC sans compensation énergétique](#)



[BNP Paribas Fortis lance la gestion discrétionnaire 'SRI' via des investissements socialement responsables](#)



[Casino : Des panneaux photovoltaïques pour un supermarché](#)



[La Banque Populaire du Sud et la semaine du Développement Durable](#)



[E. Leclerc : Wanted « 500 000 volontaires pour nettoyer la nature »](#)



[Société Générale lance la 4e édition de la semaine de la citoyenneté](#)



[Distribution urbaine : Carrefour teste l'hybride](#)



[Crédit Agricole S.A. lance une solution de dons par e-mail pour lutter contre la déforestation avec le WWF-France](#)



[Du vin bio à Intermarché](#)

Publié par Wincor Nixdorf SAS  
6 avenue Morane Saulnier - 78140 Vélizy-Villacoublay - France  
Tél. 01 30 67 07 07 - Fax. 01 30 67 07 08  
e-mail: [wincor-nixdorf.france@wincor-nixdorf.com](mailto:wincor-nixdorf.france@wincor-nixdorf.com)  
<http://www.wincor-nixdorf.com/fr>