



Institut du  
**COMMERCE**  
PARTAGE & PROSPECTIVE



**Romain MEGGLE**

*Responsable LAB by CB*

*[romain-meggle@cartes-bancaires.com](mailto:romain-meggle@cartes-bancaires.com)*

# NOUVELLES TENDANCES DU PAIEMENT DANS LE COMMERCE

464

MILLIARDS €  
MONTANTS  
TRANSACTIONS

70,4

MILLIONS  
CARTES CB

11,4

MILLIARDS  
D'OPERATIONS

1,35

MILLIARDS  
TRANSACTIONS  
E-COMMERCE

2

MILLIARDS  
DE TRANSACTIONS  
SANS CONTACT

- **ANIMER** le schéma de paiement CB, en définissant les règles et modalités de fonctionnement lesquelles s'appuient sur les fondamentaux d'interbancaire et d'interopérabilité qui font notamment le succès de CB.
- **SECURISER**, en renforçant en permanence les mesures de sécurité physique et logique des cartes, mobiles, terminaux de paiement son système d'information.
- **DEVELOPPER** de nouveaux services numériques en déployant par exemple l'acceptation des Titres Restaurant Dématérialisés sur les mêmes terminaux que ceux utilisés pour la carte et le mobile chez les commerçants.
- **INNOVER** pour adapter à son temps le paiement par carte et par mobile CB et l'intégrer dans tous les parcours clients qui ne cessent de se réinventer à l'heure du digital. Le LAB by CB a été tout spécialement créé pour être l'incubateur des nouvelles tendances.
- **INTEGRER**, notamment avec sa filiale FrenchSys, les spécifications de systèmes de paiement étrangers pour permettre à leurs porteurs de payer aussi simplement qu'avec CB.
- **PROMOUVOIR** le paiement par carte et mobile pour développer l'usage et la notoriété de la marque CB.

UX-CENTRIC  
DESIGN THINKING

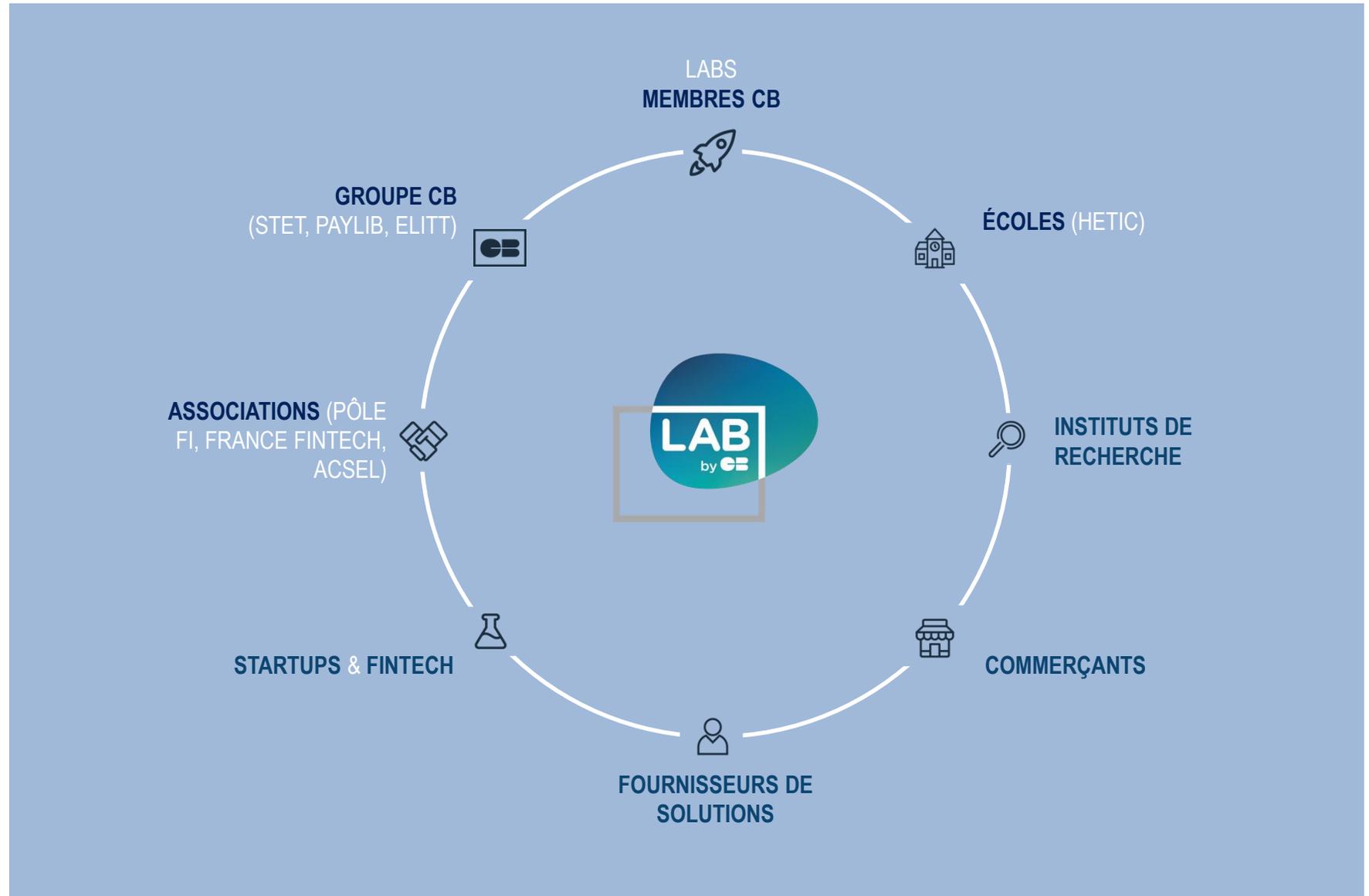
DÉMARCHE  
PROACTIVE

OPEN  
INNOVATION

POC & PROTOTYPES  
CO-CONCEPTION



TWITTER  
#LABbyCB



UX-CENTRIC  
DESIGN THINKING

DÉMARCHE  
PROACTIVE

OPEN  
INNOVATION

POC & PROTOTYPES  
CO-CONCEPTION

**DATA**  
SMARTCITY

COMMERCE  
CONVERSATIONNEL

**MAGASIN  
DU FUTUR**

COMMERCE  
VOCAL

INCAR  
COMMERCE

CARTE  
BIOMÉTRIQUE

ACCESSIBILITE

**FRENCHTECH  
RETAIL TECH**

ACCOMPAGNEMENT  
DE STARTUPS



TWITTER  
#LABbyCB

## TENDANCES EN MAGASIN

**FLUIDIFIER &  
ACCÉLÉRER  
LE PARCOURS  
CLIENT EN MAGASIN**

**MAGASIN  
AUTONOME**

**IA & DATA**

**PERSONNALISATION  
ET ACCESSIBILITE**

**PLUSIEURS EXPERIMENTATIONS SONT ACTUELLEMENT REALISEES EN MAGASIN  
POUR NE PLUS AVOIR A PAYER EN CAISSE ET SUPPRIMER AINSI LES FILES D'ATTENTE**

**VOUS PASSEZ PAR UN PORTIQUE QUI SCANNE  
AUTOMATIQUEMENT L'INTEGRALITE DE VOTRE  
PANIER SANS AVOIR A SORTIR LES ARTICLES**

ST NON

48



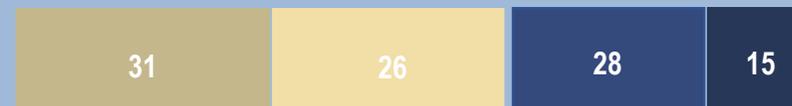
ST OUI

52

**VOUS SCANNEZ VOUS-MÊME EN RAYON AVEC  
VOTRE SMARTPHONE LES ARTICLES ACHETES  
EN MAGASIN VIA UNE APPLICATION MOBILE**

ST NON

57



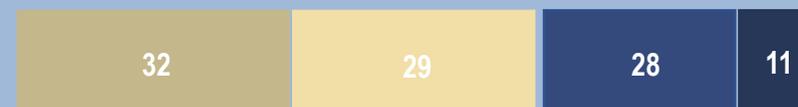
ST OUI

43

**VOUS METTEZ LES ARTICLES DANS VOTRE PANIER  
ET LE MAGASIN ENREGISTRE AUTOMATIQUEMENT  
LES ARTICLES CHOISIS GRÂCE A UN SYSTÈME  
VIDEO**

ST NON

61



ST OUI

39

LE RECOURS AU  
PAIEMENT SANS CONTACT  
VIA MOBILE ATTEINT  
PRESQUE LE QUART DES  
PORTEURS CB.  
PROFIL DES  
UTILISATEURS PLUTÔT  
JEUNE ET AISE

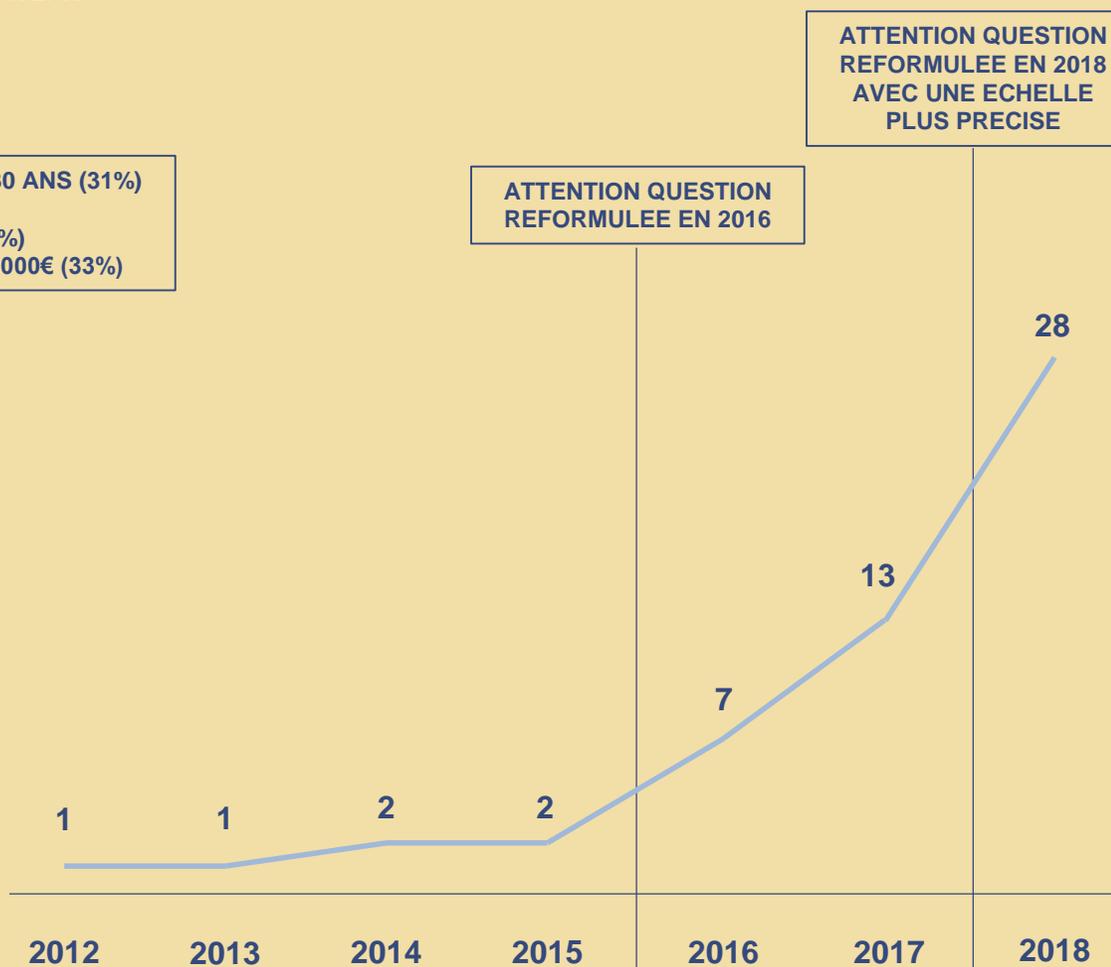
82%

D'EQUIPÉS  
SMARTPHONE

**% D'UTILISATEURS**

UTILISATEURS

- MOINS DE 30 ANS (31%)
- PCS+ (30%)
- IPHONE (32%)
- DE 1500 A 2000€ (33%)



**23%**

**UTILISENT LE  
SANS CONTACT MOBILE**

LE PAIEMENT SANS CONTACT  
PAR MOBILE EST PLUS  
SPECIFIQUEMENT UTILISE EN  
CAS D'OUBLI DE SA CARTE  
BANCAIRE OU POUR S'ALLEGER  
DE SON PORTEFEUILLE.  
UN PEU PLUS D'UN QUART DES  
UTILISATEURS A JUSTE FAIT  
QUELQUES ESSAIS A CE STADE.

**LORSQUE J'AI OUBLIE MA CARTE BANCAIRE (30%)**

**JE NE SAIS PAS, J'AI FAIT QUELQUES ESSAIS POUR LE MOMENT (27%)**

**LORSQUE JE NE SOUHAITE PAS EMPORTER MON PORTEFEUILLE AVEC MOI (23%)**

**POUR LES MONTANTS MOINS ELEVES QU'AVEC LA CARTE SANS CONTACT (21%)**

**POUR DES MONTANTS PLUS ELEVES QU'AVEC LA CARTE SANS CONTACT (14%)**

**POUR IMPRESSIONNER OU SURPRENDRE MES AMIS/PROCHES (11%)**

## TENDANCES EN MAGASIN

**IA & DATA****MAGASIN  
AUTONOME****FLUIDIFIER &  
ACCÉLÉRER  
LE PARCOURS  
CLIENT EN MAGASIN****PERSONNALISATION  
ET ACCESSIBILITE****PREDICTION D'ACTIVITÉ****MARKET FIT / ZONE DE CHALANDISE****YEELD MANAGEMENT...OPTIMISATION****MODELISATION DE TRANSACTIONS ENTRE PARIS ET D'AUTRES  
VILLES (DONNEES SPATIALES)**

MAIRIE DE PARIS



Mesurer pour comprendre



METEO FRANCE



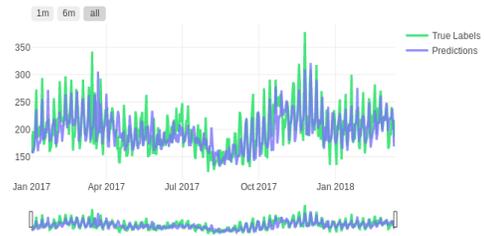
tripadvisor

apur

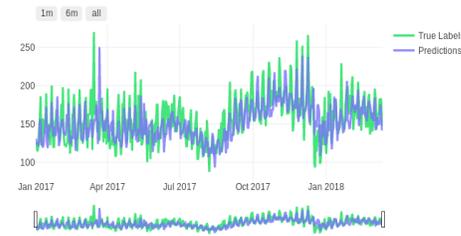


## RESULTATS TOP PREDICTIONS

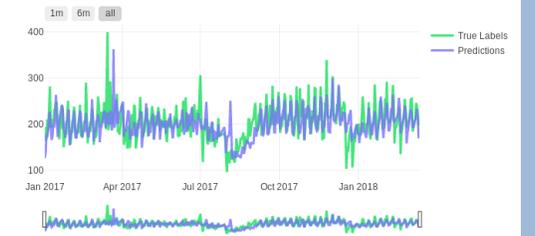
DreamQuark's Predictions for Starbucks '44533010300398', SMAPE = 0.104



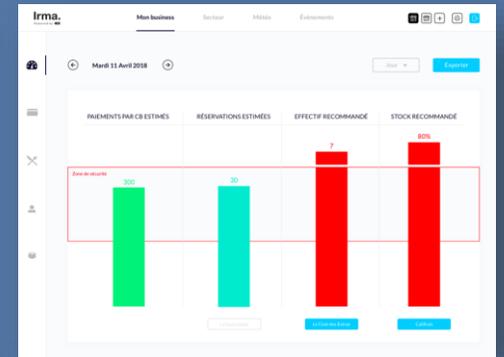
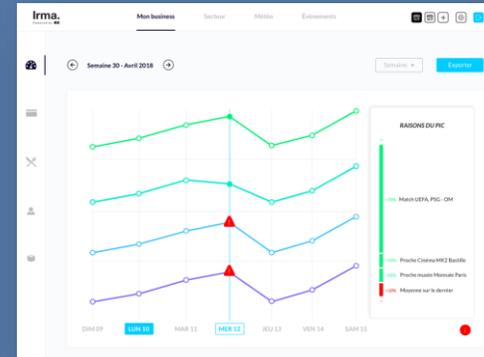
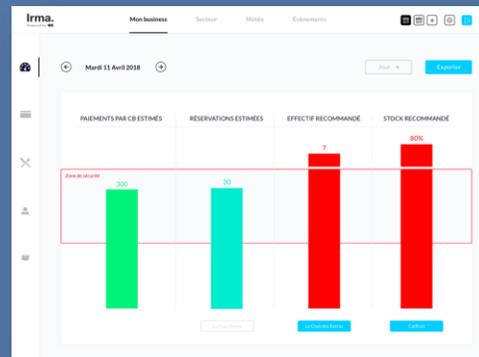
DreamQuark's Predictions for Starbucks '44533010300042', SMAPE = 0.110



DreamQuark's Predictions for Starbucks '44533010300729', SMAPE = 0.113



## PROTOTYPE IRMA



## TENDANCES EN MAGASIN

**FLUIDIFIER &  
ACCÉLÉRER  
LE PARCOURS  
CLIENT EN MAGASIN**

**MAGASIN  
AUTONOME**

**IA & DATA**

**PERSONNALISATION  
ET ACCESSIBILITE**

**INSIDE VISION** conçoit et développe des matériels (et logiciels)  
« Bridge »: pour voyants ET mal-voyants/non-voyants



Communiquer, échanger, partager avec tous. Aveugle ou voyant peu nous importe, pourvu que l'on ne vous limite pas à lire du braille. L'intérêt n'est pas votre particularité, mais que votre compétence soit la démonstration de vos capacités.

Un produit conçu pour la déficience visuelle, utilisable par nous tous, réunissant les deux mondes, visible et invisible.  
Insidevision.fr



- **INCLUSIF**  
Braille, vocal, tactile. Utilisable par voyants et non-voyants
- **SAVOIR FAIRE MATERIEL**  
Creusé du verre avec partenaire industriel, ne gêne pas l'utilisation en tablette tactile
- **SAVOIR FAIRE LOGICIEL**  
Développement des logiciels dédiés à l'interface non-voyants et technologie de « switch »
- **POUR LE COMMERCE INCLUSIF**  
Cas d'usage possible pour borne d'achats en magasin
- **POUR LE PAIEMENT INCLUSIF**  
Cas d'usage possible pour TPE , partenaires industriels
- **POUR LA BANQUE INCLUSIVE**  
Cas d'usage possible pour distributeurs de billets



I WHEEL SHARE propose sa solution **Wilson**, à destination des personnes en situation de handicap qui leur permet de trouver facilement des bons plans accessibles. Sous forme d'un assistant dans Messenger, il prend en compte l'handicap de l'utilisateur pour lui faire des recommandations de nombreux endroits adaptés.

[www.iwheelshare.com](http://www.iwheelshare.com).



### Wilson connaît ma ville

Je trouve les activités accessibles autour de moi



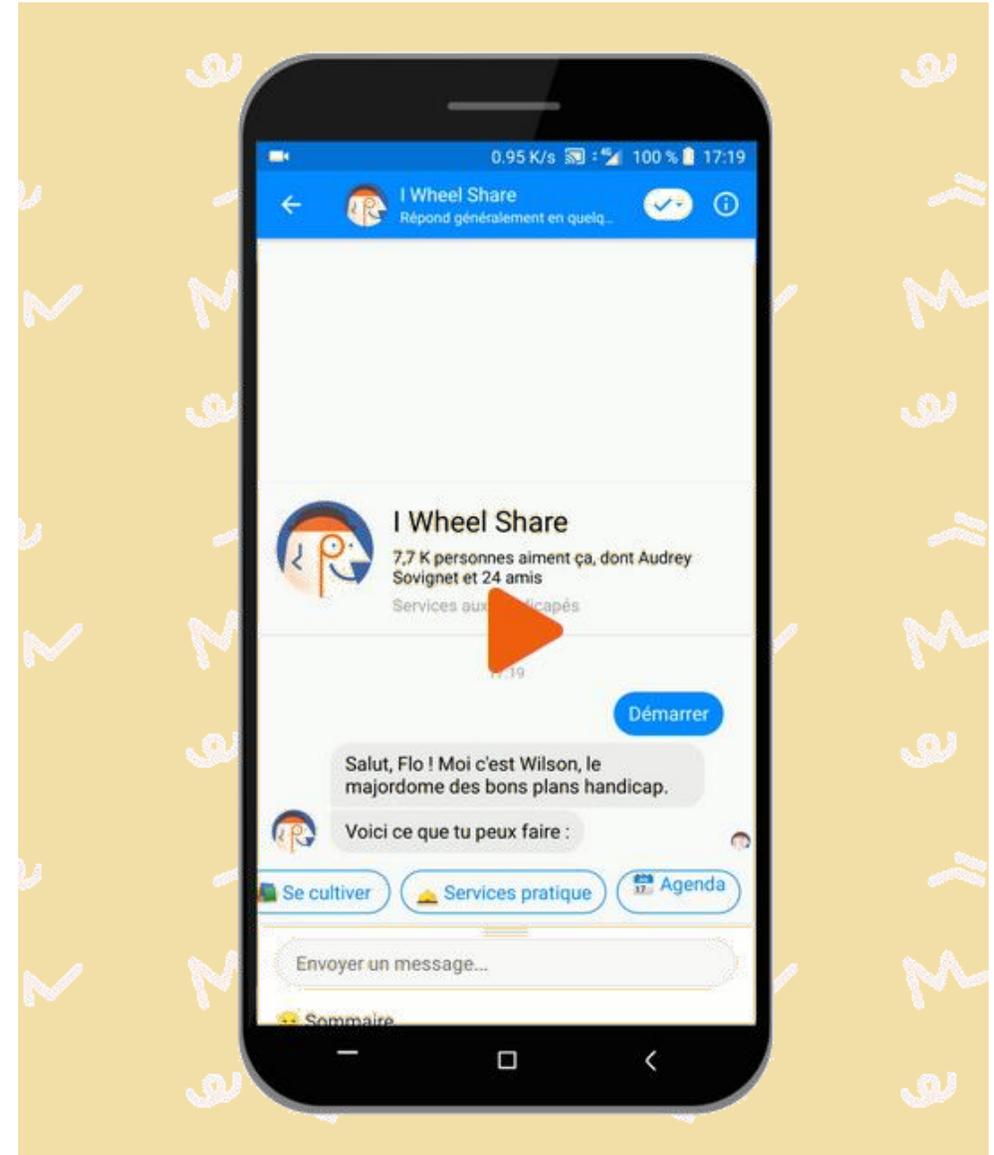
### Wilson reconnaît mes besoins

Mon handicap est pris en compte, qu'il soit moteur, visuel ou auditif



### Wilson anticipe mes envies

Il apprend à vous connaître au fil de la discussion





**NAVILENS** est une technologie de pointe pour personnes malvoyantes et valides. Contrairement à d'autres repères visuels, tels QR codes, **NAVILENS** utilise un algorithme très puissant qui s'appuie sur une vision par ordinateur capable de détecter des repères visuels à grande distance en millièmes de seconde, même en plein mouvement, sans avoir besoin de viser.

Lors des Pitches Contest VivaTech 2019 organisés chaque année par **CB**, **NAVILENS** a terminé **1er du challenge accessibilité**.



- **RAPIDITE**  
Lire des repères avec Navilens est presque instantané.
- **LONGUE PORTEE**  
La technologie permet de lire les étiquettes à une grande distance. Cela dépend des dimensions du repère à lire.
- **SANS VISER**  
Il n'est pas nécessaire de viser précisément l'étiquette.
- **EN MOUVEMENT**  
L'algorithme détecte les étiquettes quand l'utilisateur se trouve en train de marcher ou en mouvement.
- **ORIENTATION & DISTANCE PRECISE**  
Navilens détecte exactement la distance entre l'utilisateur et l'étiquette en question.
- **LECTURE MULTIPLE**  
Capacité de détecter plusieurs étiquettes simultanément, ce qui permet de les communiquer efficacement aux utilisateurs.

22 STARTUPS  
4 CATEGORIES

RETAILTECH  
& FINTECH

NEW YORK  
13-15/01/20

CB SPONSOR  
DE LA DELEGATION



TWITTER  
#NRF2020

### #STOREEFFICIENCY

- 1 [@ACTIVEVIAM](#)
- 2 [HTTP://BELIVE.AI](#)
- 3 [#IWDRETAILTHINKING](#)
- 4 [@SIMPLIFIELD](#)
- 5 [@VERTEEGO\\_FR](#)

### #OMNICHANNEL

- 1 [@AKENEOPIM](#)
- 2 [@ALKEMICS](#)
- 3 [@ONESTOCK\\_FR](#)
- 4 [@PLACE2SWAP](#)
- 5 [@PROXIMISFR](#)
- 6 [@REVERS\\_IO](#)

### #USEREXPERIENCE

- 1 [@CLOUDI\\_FI](#)
- 2 [@DATAKALAB](#)
- 3 [@EMERSYA](#)
- 4 [@SOYOOZ](#)
- 5 [@HUBSTAIRSFRANCE](#)

### #MARKETINGO2O (ONLINE TO OFFLINE)

- 1 [@ADVALOFRANCE](#)
- 2 [@ALCMEON\\_ANSWERS](#)
- 3 [@ARMIS\\_TECH](#)
- 4 [@EARLYBIRDSN](#)
- 5 [@S4MOBILE](#)
6. [@UNTIENOTS](#)



22 STARTUPS  
4 CATEGORIES

RETAILTECH  
& FINTECH

NEW YORK  
13-15/01/20

CB SPONSOR  
DELEGATION



TWITTER  
#NRF2020

## #STORE EFFICIENCY: IA & DATA INSIDE

EXEMPLE HTTP://BELIVE.AI :  
RECONNAISSANCE D'IMAGE,  
OPTIMISATION DES  
OPÉRATIONS EN MAGASIN,  
DU MERCHANDISING ET DE  
L'EXPÉRIENCE D'ACHAT

EXPÉRIMENTATIONS LAB  
BY CB:  
IRMA – PRÉDICTION  
D'ACTIVITÉ COMMERÇANT –  
CONNEXIONS LOGISTIQUES

À L'ÉTUDE: EVALUATION DE  
LA ZONE DE CHALANDISE  
POUR AIDE À  
L'IMPLANTATION DE  
COMMERCES

### .liveshop.ai

Real time monitoring of:

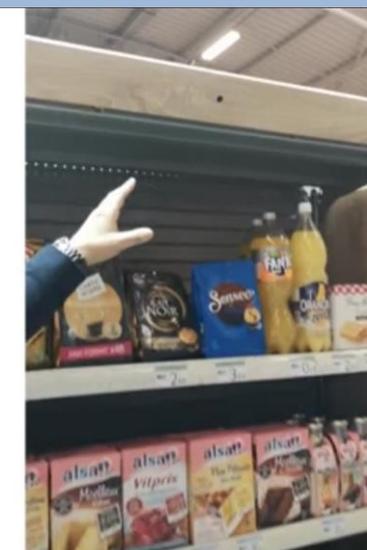
- ✓ Out of shelf
- ✓ Planogram compliance
- ✓ Labels position
- ✓ Store events



### How it works ?

A solution easy to deploy:

- ✓ Wirelless camera smoothly integrated
- ✓ Images sent to the cloud
- ✓ AI Analysis
- ✓ Alerts sent to employees



22 STARTUPS  
4 CATEGORIES

RETAILTECH  
& FINTECH

NEW YORK  
13-15/01/20

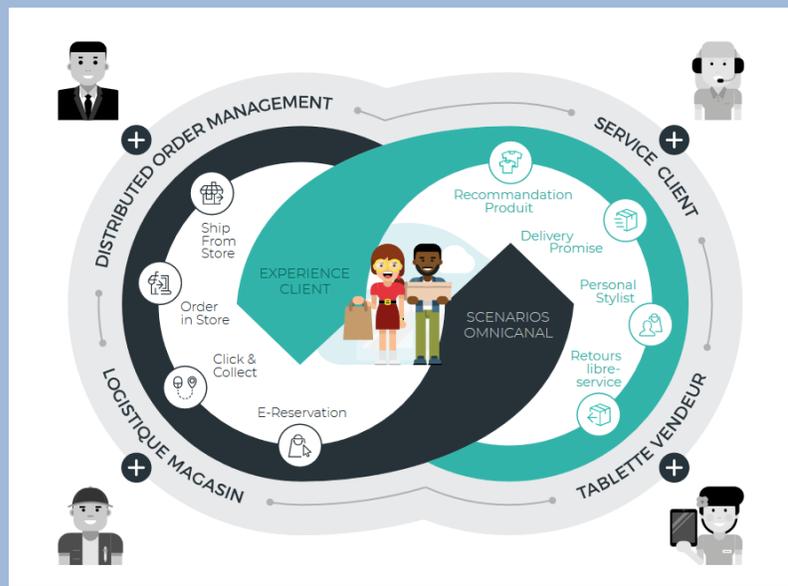
CB SPONSOR  
DELEGATION



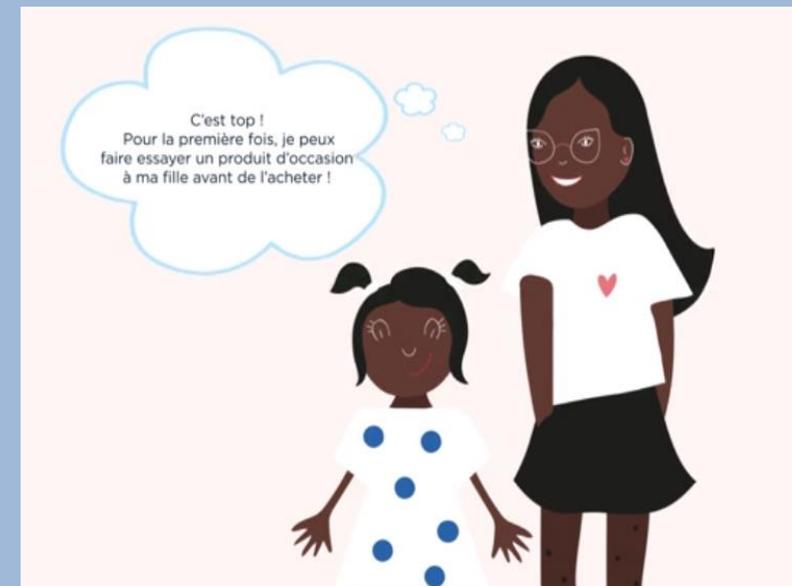
TWITTER  
#NRF2020

## #OMNICHANNEL ...AGAIN

**ONESTOCK** : CET OMS DÉDIÉ AUX RETAILERS QUI PERMET DE CAPTER PLUS DE COMMANDES, ÉCOULER PLUS RAPIDEMENT LES STOCKS, AUGMENTER LA RENTABILITÉ, OPTIMISER LES COÛTS D'EXPÉDITION ET RÉ-ENCHANTER L'EXPÉRIENCE D'ACHAT EN LIGNE ET EN MAGASIN GRÂCE À DES SCÉNARIOS OMNICHANAL.



**PLACE2SWAP** (PREMIÈRE PARTICIPATION) : CETTE PLATEFORME PERMET D'INTÉGRER L'OCCASION, LES INVENDUS ET LES RETOURS DANS LEUR MODÈLE ÉCONOMIQUE POUR EN FAIRE UN LEVIER DE CROISSANCE ET RÉDUIRE L'IMPACT ENVIRONNEMENTAL DE LA CONSOMMATION, EN MARQUE BLANCHE ET PERSONNALISABLE.



22 STARTUPS  
4 CATEGORIES

RETAILTECH  
& FINTECH

NEW YORK  
13-15/01/20

CB SPONSOR  
DELEGATION



TWITTER  
#NRF2020

## #USEREXPERIENCE – HYPERPERSONNALISATION

### @DATAKALAB

LA SOLUTION MESURE LES ÉMOTIONS ET LE COMPORTEMENT DES CLIENTS SUR DIFFÉRENTS POINTS DE CONTACT DE LA MARQUE : CONTENUS DE MARQUE, SITES INTERNET, ÉVÉNEMENTS, GRÂCE À DES OUTILS ISSUS DE L'INTELLIGENCE ARTIFICIELLE.

### LE FACIAL CODING

PERMET DE DÉTECTER LES MICRO EXPRESSIONS DU VISAGE ET D'IDENTIFIER LES 7 ÉMOTIONS UNIVERSELLES : LA JOIE, LA SURPRISE, LA PEUR, LA TRISTESSE, LA COLÈRE, LE DÉGOUT, LE MÉPRIS. LA TECHNOLOGIE D'EYE TRACKING PERMET DE TROUVER LES ZONES QUI ATTIRENT LE REGARD, LES ZONES D'INTÉRÊT POUR L'UTILISATEUR.



### A L'ÉTUDE LAB BY CB:

IA ET ADAPTABILITÉ AUTOMATISÉE DU PARCOURS CLIENT, AUX ÉMOTIONS PAR EXEMPLE  
PAIEMENT = STRESS → ACHAT = PLAISIR

22 STARTUPS  
4 CATEGORIES

RETAILTECH  
& FINTECH

NEW YORK  
13-15/01/20

CB SPONSOR  
DELEGATION



TWITTER  
#NRF2020

## #MARKETINGO2O (ONLINE TO OFFLINE)

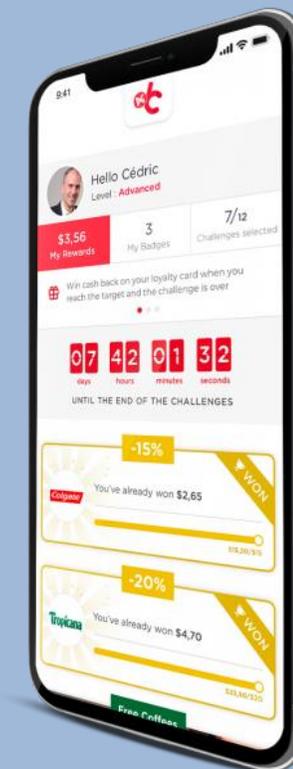
### @ARMIS TECH

BASÉE SUR L'IA, LA SOLUTION DIGITALISE LE PROSPECTUS ET LES OPÉRATIONS COMMERCIALES. L'OBJECTIF EST DE PERMETTRE AUX ENSEIGNES DE RÉDUIRE LEURS COÛTS ET D'AUGMENTER LEUR CHIFFRE D'AFFAIRES EN GÉNÉRANT DU TRAFIC EN MAGASIN GRÂCE À UNE COMMUNICATION PLUS EFFICACE ET OPTIMISÉE AU MAGASIN

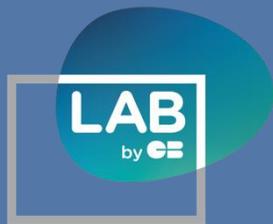


+ PERSONNALISATION → GAMIFICATION

UNTIENOTS : RÉVOLUTIONNE LA FIDÉLITÉ DANS LE RETAIL GRÂCE À L'IA, PAR LE BIAIS DE CHALLENGES ULTRA-PERSONNALISÉS POUR RENFORCER LA FIDÉLITÉ DES CLIENTS.



# CONTACT



**Ludovic FRANCESCONI**

*Responsible Marketing & Innovation*

*[ludovic-francesconi@cartes-bancaires.com](mailto:ludovic-francesconi@cartes-bancaires.com)*



**Romain MEGGLE**

*Responsible LAB by CB*

*[romain-meggle@cartes-bancaires.com](mailto:romain-meggle@cartes-bancaires.com)*



**Louis RENAUD**

*UX UI Designer*

*[louis-renaud@cartes-bancaires.com](mailto:louis-renaud@cartes-bancaires.com)*