



La lettre de GS1 France sur le Marketing Mobile • N°11 mai 2010

La rencontre des acteurs du commerce et du multimédia mobile

• Editorial

Depuis de nombreuses années, les personnes déficientes visuelles souhaitent, comme tout un chacun, bénéficier d'une information claire et fiable sur les produits proposés par les marques.

Elles se trouvent cependant aujourd'hui dans l'impossibilité d'identifier en toute autonomie ces produits de consommation. Le code à barres constitue un excellent moyen d'accès à l'information pour les personnes handicapées, qui, grâce à un équipement vocal adapté, peuvent consulter les caractéristiques d'un produit figurant dans une base de données. Mais l'enjeu réside aussi dans la fiabilité de ces données, résultant autant de leur authenticité que de leur mise à jour.

A ce titre, Proxi-Produit, le service d'informations produits soutenu par les pouvoirs publics, nous semble porter les conditions d'une réponse à l'absence d'étiquetage en braille ou en caractères agrandis sur la plupart des produits de consommation. Mais le succès de cette initiative passe par une implication des marques et un enrichissement régulier de la base utilisée.

Manuel Pereira
Responsable des Relations
Publiques, CECIAA (Aides
Techniques et Prestations de
Service Déficience Visuelle)

• ProductOnLine, l'interface de Proxi-Produit

A quelques jours de la sortie de l'application sur l'iPhone (fin juin 2010 et en octobre sur les autres plateformes mobiles), le service Proxi-Produit commence sa collecte d'informations produits auprès des marques.



Proxi-Produit est un service soutenu par le gouvernement destiné à mieux informer les consommateurs sur les produits qu'ils consomment.

[Pour plus d'information](#)

Lors de la parution du service Proxi-Produit, et pour respecter les impératifs de temps du projet, le service s'appuiera sur de l'information collectée sur Internet (site des marques, services spécialisés, etc.). Puis, l'information sera progressivement remplacée par celle des marques partenaires du projet. Pendant cette phase transitoire, GS1 France met à disposition, gratuitement, l'interface ProductOnLine donnant la possibilité aux marques de publier l'information de manière simple et rapide.

A court terme (2^{ème} semestre 2010), le but de GS1 France est bien entendu de s'appuyer sur les catalogues électroniques utilisés afin d'éviter toute ressaisie d'informations et de capitaliser sur les solutions en place.

Avec Proxi-Produit, les marques trouvent une réponse adaptée à l'émergence des sites d'avis consommateurs et valorise une démarche citoyenne et responsable.

Accédez à [l'interface ProductOnLine](#).

• Auchan valorise sa démarche d'entreprise responsable avec CodeOnLine

Auchan adopte une démarche innovante en proposant une nouvelle façon d'aborder et d'accompagner la lecture de son rapport d'activités.

En effet, Auchan donne la possibilité aux lecteurs d'accéder à une série de vidéos (hébergées sur l'espace YouTube d'Auchan) sur les différentes thématiques de l'engagement du distributeur en scannant des codes à barres GS1 DataMatrix à l'aide d'un téléphone portable connecté à Internet.

[Lien vers le rapport d'activités d'Auchan](#)

> Testez
ProductOnLine !

Demandez vite vos accès à
l'interface Proxi Produit.

> contactez **Marc BENHAIM**
(marc.benhaim@gs1fr.org)

Plus d'informations sur votre mobile

Pour accompagner votre lecture, vous avez la possibilité d'accéder à une série de films sur les différents thèmes du rapport via pages 5, 6, 18, 26, 30, et 44. Pour cela, connectez-vous sur <http://www.codeonline.fr/> et téléchargez l'application mobile GS1 CodeOnLine. L'application est également disponible sur l'Apple store et l'Android market. Une fois installée, lancez l'application et visitez le code sur le document pour lire et voir une vidéo.



Repérez
le tag



Visitez le
tag



Accédez à
la vidéo



> GS1 à l'international

Un inventaire des initiatives internationales Mobile Commerce soutenues par GS1

GS1 vient de publier un rapport international sur les différents pilotes ayant été menés en collaboration avec GS1 dans plus de 15 pays. Ce document a pour but d'inventorier les initiatives exemplaires. Une mise à jour régulière est prévue.

Lien vers le « [GS1 MobileCom Pilot Inventory](#) »

Le MobileCom Day, une opportunité de comprendre les usages du mobile dans le monde

Le 15 juin, GS1 organise le 1^{er} MobileCom Day ! A cette occasion, de nombreux événements locaux vont être organisés dans plus de 40 pays, telles que des réunions interprofessionnelles, des conférences sur les habitudes des Mobinautes,... Par ailleurs, trois séminaires sur plusieurs initiatives d'entreprises impliquées dans le Mobile Commerce seront organisés et accessibles à tous.



[Retrouver toutes les informations sur l'évènement](#)

• Les chiffres du mois : les applications mobiles

Les détenteurs de Smartphones sont de plus en plus consommateurs d'applications. En effet, d'après une étude de la Médiamétrie, 8,6 applications en moyenne ont été téléchargées via un magasin d'applications au cours du 1^{er} trimestre 2010, soit un total de 65 millions d'applications, dont 13 % de payantes.



Quel que soit le secteur d'activité, les marques sont de plus en plus nombreuses à disposer d'une application mobile. Les enseignes de la grande distribution, par exemple, misent sur des services de listes de courses ou de recettes de cuisine, ou encore de nouvelles tendances.

> [Lien vers l'article](#), source JDN
> [Créer une application iPhone : combien ça coûte ?](#), source JDN

• La menace Google products ?

Depuis 2002, Google cherche à développer son offre autour du commerce en ligne en référençant un maximum de produits dans un outil baptisé Google products search, disponible sur PC et Smartphones. Ce module permet d'accéder à une fiche technique, des avis utilisateurs et à un service de comparaison de prix.



La base de données peut être alimentée gratuitement par le fabricant via son compte Google. Le business model de Google repose uniquement sur des liens sponsorisés. Ce service n'est aujourd'hui disponible que dans 3 pays (UK, US, Allemagne). [Vidéo de présentation](#)

Dans ce contexte où la donnée devient un enjeu majeur de la promotion de vos produits, le service ProductOnLine propose une démarche où les données publiées par les marques sont maîtrisées et fiables grâce aux processus de synchronisation de données.

• Les nouvelles cartes de visite GS1

Les membres de GS1 France disposent désormais d'une carte de visite électronique, interactive, utilisant les codes à barres GS1. Grâce à *CodeOnLine*, vous pourrez accéder aux informations de vos contacts GS1. Vous pourrez même consulter nos actualités, ainsi que nos pages personnelles.



Evénements !

• GS1 MobileCom Day 2010 15 juin 2010

A cette occasion, GS1 propose 3 webinars animés par des représentants d'entreprises impliquées dans le Mobile Commerce :

- IBM : « The Smarter Shopper » par l'Asie-Pacifique ;
- L'Oréal : « The mobile consumer » et Ogilvy : « Advertising 2010 » par l'Europe/EMEA ;
- Kraft : « iFood App » et Deloitte : « Informing Shoppers » par l'Amérique/Europe.

Les webinars sont ouverts à tous. Pour plus d'information, www.gs1.org/mobilecomday2010

• Nouveau ! Formation Marketing Mobile 22 et 24 juin 2010

Pour accompagner ses adhérents dans la mise en place de services mobiles basés sur les standards (codes à barres, fiches produits,...), GS1 France propose deux nouvelles formations thématiques d'une journée, la première axée sur des aspects marketing, la seconde sur des aspects techniques.

> Pour retrouver le programme complet et vous inscrire, [cliquez ici](#)

Cette lettre est écrite et produite par Cédric Houlette, Marc Benhaïm, Caroline Mesnard et les services Marketing et Communication de GS1 France. N'hésitez pas à la diffuser autour de vous.

> Pour vous abonner ou vous désabonner : marc.benhaim@gs1fr.org

GS1 France
2, rue Maurice Hartmann
92137 Issy-les-Moulineaux cedex
T +33 (0)1 40 95 54 10
F +33 (0)1 40 95 54 49
E infos@gs1fr.org
www.gs1.fr

GS1 - The global language of business