



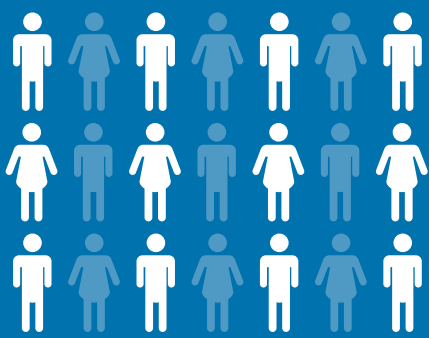
**rappor
t annuel
2014**

worldline
e-payment services



17
pays

+ de
7300
talents



•••••
**Worldline : 40 ans
de connexions
et d'interactions**

Worldline occupe une position de leader en Europe dans le secteur des paiements et des services transactionnels. Worldline met en place des services nouvelle génération permettant à ses clients d'offrir au consommateur final des solutions fluides et innovantes.

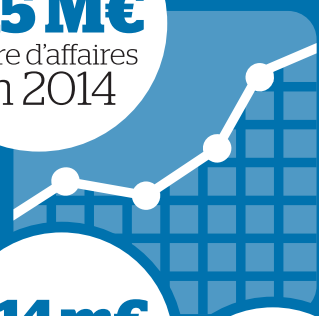
Acteur clé du B2B2C et fort de plus de 40 ans d'expérience, Worldline soutient et contribue au succès de toutes les entreprises et administrations, dans un marché en perpétuelle évolution. Worldline propose un modèle économique unique et flexible, élaboré autour d'un portefeuille d'offres évolutif et global permettant une prise en charge de bout en bout.

Les activités de Worldline sont organisées autour de trois axes : Merchant Services & Terminals, Mobility & e-Transactional Services, Financial Processing & Software Licensing. Worldline emploie plus de 7 300 talents dans le monde entier et a généré un revenu de 1,15 milliard d'euros en 2014.

1.15 M€
chiffre d'affaires
en 2014

114 m€
flux de trésorerie
disponible

215 m€
excédent brut
opérationnel





Sommaire

- ▶ 2 Message de Thierry Breton
- ▶ 3 Éditorial de Gilles Grapinet
- ▶ 6 Gouvernance
- ▶ 12 Nos collaborateurs connectés
- ▶ 14 Un entretien avec Marc-Henri Desportes
- ▶ 16 Production : au-delà de la simple excellence
- ▶ 17 « TEAM » : un programme stratégique clé
- ▶ 18 Le panorama de Worldline

▶ 22

l'innovation au cœur de **Worldline**

▶ 29



Merchant Services & Terminals

▶ 41



Mobility & e-Transactional Services

▶ 53



Financial Processing & Software Licensing

▶ 66 Informations aux actionnaires

▶ 68 En savoir plus



Message

de Thierry Breton, Président-Directeur Général d'Atos Président de Worldline

La mobilisation de toutes nos équipes a permis à Worldline de connaître une année 2014 fructueuse, non seulement dans sa gestion quotidienne de ses opérations, mais également dans la réussite de son introduction en bourse.

Cette décennie est celle du paiement. Il était important de filialiser les activités de paiement et de services transactionnels d'Atos et de coter Worldline pour s'assurer que nous tirions pleinement parti des considérables opportunités qui nous sont actuellement offertes. Cette introduction en bourse a permis à nos collaborateurs de travailler ensemble plus efficacement, en disposant d'une visibilité interne et externe sur les progrès réalisés et de consolider la performance opérationnelle de l'entreprise. Elle a également donné à Worldline la souplesse stratégique et financière requise pour se développer et confirmer sa position de leader dans son domaine.

Pionnier de l'innovation technique et doté d'une connaissance métiers depuis plus de 40 ans, Worldline saura, j'en suis sûr, répondre à nos attentes. Worldline est déjà un atout clé au sein du Groupe Atos.

Thierry Breton
Président du Conseil d'administration de Worldline

Éditorial

Gilles Grapinet

Directeur Général, Worldline

Quelles sont les raisons à l'origine de la filialisation de Worldline et de son introduction en bourse ?

Gilles Grapinet : Le secteur des paiements électroniques dans lequel intervient Worldline est un marché très spécifique qui, à ce titre, se différencie de celui d'Atos. Il était donc important que Worldline soit reconnu comme un acteur majeur dans le secteur des paiements et que l'entreprise gagne en visibilité. En lui donnant son propre statut, sa propre marque et sa propre identité en tant que société cotée, nous avons, ce faisant, adressé un signal fort à savoir qu'il existe, au sein du Groupe Atos, une entreprise spécialisée, porteuse d'un portefeuille de solutions distinctes et d'une stratégie propre, qui occupe déjà une position phare dans le secteur des paiements en Europe. Cette visibilité accrue nous permet également d'attirer des talents, davantage intéressés par le domaine des paiements électroniques et des services transactionnels que par le secteur informatique traditionnel. Une autre raison à la filialisation et à l'introduction en bourse était de donner à Worldline la flexibilité stratégique et financière nécessaire pour pouvoir participer à la consolidation du secteur européen des paiements, encore très fragmenté aujourd'hui.

La cotation de Worldline a-t-elle déjà porté ses fruits ?

GG : Cela ne fait aucun doute. En 2014, nous avons atteint l'ensemble de nos objectifs. L'introduction en bourse nous a permis de renforcer notre visibilité, mais cela a surtout été un levier formidable de motivation pour nos équipes. Elle nous force à nous mesurer par rapport à des sociétés également spécialisées dans les paiements et nous permet de concevoir de nouveaux dispositifs d'intéressement sur le long terme destinés à nos collaborateurs et à nos managers. L'introduction en bourse a répondu à toutes nos attentes, nous bénéficions notamment d'une structure financière solide qui nous permet d'ambitionner un rôle significatif dans la consolidation du secteur des paiements. A l'issue de

l'introduction en bourse, l'équipe de direction et moi-même avons reconsidéré les priorités de Worldline en conséquence et comptons utiliser ces nouveaux leviers pour envisager des acquisitions susceptibles de générer des synergies en termes de ventes, de coûts, et d'innovation.

Quels sont les enjeux fondamentaux du paiement électronique ?

GG : Depuis des siècles, l'un des défis de la conception des moyens de paiement réside dans la capacité à combiner de manière parfaite facilité d'usage et sécurité de très haut niveau. Depuis l'origine de la monnaie, un bon mode de paiement se doit d'être aisément transportable, facile à utiliser et difficile à contrefaire. De plus, le paiement doit être rapide, afin que les commerçants puissent se consacrer à la vente. Ces critères restent toujours d'actualité avec le paiement électronique. Mieux encore, travailler avec de la monnaie virtuelle est un tremplin pour

créer des paiements encore plus sécurisés et ergonomiques.

L'ergonomie ne se limite pas à la convivialité des interfaces. Il s'agit également de s'intéresser au positionnement idéal de l'acte de paiement au sein du parcours concret du client. L'objectif pour nous, chez Worldline, est que l'acte de paiement soit au service d'une expérience d'achat réussie et facile, qu'elle soit en ligne ou physique. Le but est de tout faire pour simplifier la vie des consommateurs et, ce faisant, renforcer la capacité des commerçants à vendre. Nos efforts de R&D portent sur la biométrie et toutes les autres formes d'authentification et nous mettons une attention particulière à développer des solutions de paiement mobiles qui vous suivent où que vous alliez et qui sont incorporées aux applications que vous utilisez. Améliorer constamment la convivialité, l'ergonomie et la fiabilité est un des volets essentiels de la culture de Worldline et le point central de notre feuille de route d'innovation. >>





Quel rôle va jouer Worldline dans le nouveau monde du « consommateur connecté » ?

GG : Worldline connecte les entreprises à leurs clients, notamment dans le domaine des paiements électroniques et cela depuis plus de 40 ans. Nous avons industrialisé avec succès des technologies de communication très variées. Cet héritage donne à Worldline la capacité de créer des plateformes de traitement très robustes et sécurisées. Il lui permet également de traiter des quantités considérables de données provenant de différents terminaux ou d'objets connectés de toutes natures, et ce en temps réel, ainsi que de les analyser et, potentiellement, les distribuer auprès d'éventuels utilisateurs en capacité de les exploiter. Les terminaux mobiles, de type smartphones, finiront par dominer le monde des paiements même si une telle évolution prendra beaucoup de temps car la carte de paiement est profondément ancrée dans nos habitudes et présente de nombreux atouts. Cela s'accompagnera d'un niveau de connectivité inédit, qui permettra à une entreprise d'atteindre et de communiquer avec la totalité de ses clients, à tout moment, en temps réel, où qu'ils se trouvent, pour leur proposer des offres ultra-personnalisées et adaptées au contexte spécifique de chaque client. Worldline participe à ce mouvement profond de transformation digitale de nos sociétés, en réutilisant dans de nombreux secteurs les composants technologiques, les briques logicielles, notre maîtrise de l'interactivité en temps réel et nos capacités de sécurisation des transactions qui ont été initialement mises au point pour le seul secteur des paiements. Cela concerne la voiture connectée, la maison connectée, ainsi que bien d'autres marchés.

Quelles sont les priorités de Worldline en 2015 ?

GG : Notre feuille de route en 2015 est claire. Nous continuerons à renforcer nos capacités d'innovation grâce à notre programme technologique WIPE (Worldline Integrated Payment Engine) et par la poursuite des investissements importants dans la R&D. Nous allons également développer la capacité de l'entreprise à croître à l'échelle internationale et à renforcer son efficacité grâce à notre programme de

transformation TEAM. Nous entendons également augmenter notre rentabilité et tenir notre objectif ambitieux qui vise une accélération de notre croissance par rapport à 2014.

Nous continuerons également à nous adapter aux évolutions réglementaires du secteur des paiements en Europe. Depuis des années, les institutions européennes appellent à plus de concurrence, plus de sécurité et plus d'innovation dans le secteur des paiements. Il s'agit d'atteindre un nouveau niveau d'industrialisation et de normalisation.

En 2015, la réglementation sur les Commissions d'interchange multilatérales, qui doit être officiellement adoptée par l'UE, entraînera le plafonnement du montant des commissions que les émetteurs pourront prélever pour autoriser une transaction de paiement faite avec une carte de leur enseigne. Cette réglementation obligera donc de nombreux acteurs de la chaîne de valeur des paiements à repenser leur stratégie et leur modèle économique. Cela devrait donner un fort coup d'accélérateur aux prestataires de services de paiement. Parmi les autres évolutions réglementaires en vue, celle donnant la possibilité d'un accès direct aux comptes bancaires conduit à la création de nouvelles sociétés qui offrent de nouveaux services. De nombreuses réglementations apparaissent aussi en termes de sûreté, de sécurité et d'innovation. Comme ce fut le cas avec la première vague de réglementation à propos des paiements SEPA entre 2004 et 2014, nous prévoyons que cette nouvelle vague de changements dans les réglementations entraînera une demande forte et durable de la part des établissements financiers et des commerçants.

Quel message souhaitez-vous adresser aux jeunes talents pour les attirer chez Worldline ?

GG : Bienvenue chez Worldline ! C'est l'endroit idéal si vous avez envie de découvrir un marché passionnant, le secteur des paiements et des transactions électroniques, au cœur de la révolution digitale, dans une période traversée par des bouleversements considérables. Vous travaillerez aux côtés de collègues d'un très haut niveau de professionnalisme qui démontrent depuis des décennies ce dont ils sont capables. Vous rejoindrez un authentique leader européen de son secteur. Worldline a un périmètre plus large que ses concurrents directs et nous voulons être dans les meilleurs dans tous

» A cet égard, dans quelle mesure l'innovation est-elle importante pour Worldline ?

GG : L'innovation est un élément de notre identité depuis toujours. Parallèlement à sa capacité reconnue à conjuguer technologie, expertise paiement et solide connaissance des activités métiers de ses clients, Worldline demeure incontestablement une entreprise technologique de pointe. Nous nous différencions par l'innovation. Les clients se tournent vers Worldline lorsqu'ils sont à la recherche d'évolutions innovantes qui les aideront à acquérir un véritable avantage compétitif dans leur secteur. Nos produits sont étroitement associés au succès commercial de nos clients. L'innovation est dans notre ADN et, en fournissant à nos clients des innovations robustes, éprouvées, performantes et peu onéreuses, notre ambition constante est de les aider à accélérer leur propre développement. En 2014 et 2015, nous aurons investi entre 6 et 7 % de notre chiffre d'affaires dans nos plateformes et solutions. Ce chiffre va ralentir en 2016 et 2017, mais n'en demeurera pas moins aux alentours de 4 à 5 %. Worldline est une entreprise d'ingénieurs avec un esprit d'entrepreneuriat fort, mettre de ce fait l'accent sur l'innovation dans ce rapport annuel reflète exactement notre identité, notre « code génétique ».

les domaines où nous opérons. Worldline propose aux jeunes talents de très beaux défis professionnels, au service d'une clientèle souvent très exigeante. Vous serez associés à la mise en œuvre de technologies de pointe et, en fonction de vos aspirations, pourrez développer un parcours de carrière de dimension internationale, de par notre présence dans 17 pays. Vous nous aiderez à réaliser notre ambition : faire de Worldline un des leaders mondiaux de son secteur, fort de son identité d'entreprise aux racines européennes profondes !

Quelles sont les valeurs propres à Worldline ?

GG : Worldline s'est forgé au fil des ans des valeurs très solides que l'introduction en bourse est venue renforcer. Notre valeur première réside dans le respect de nos engagements vis-à-vis de nos clients. Dans le modèle économique de Worldline,

notre rémunération est le plus souvent directement liée au succès commercial de nos propres clients. Ce modèle crée un besoin particulier de proximité avec nos clients et de compréhension profonde de leur métier.

Notre deuxième valeur est la recherche constante de la meilleure manière de combiner sécurité et innovation, car ce sont deux piliers de l'offre de services de paiement. L'innovation suppose toujours une certaine prise de risque, et en tant qu'entreprise de services de paiement, nous devons veiller à ce que nos innovations soient concrètes, robustes et totalement sécurisées. La sécurité est absolument indispensable, car nous sommes amenés à gérer des données sensibles et contribuant à des transferts financiers. La protection des données et de nos systèmes est ainsi un pivot central de notre stratégie et de nos valeurs.

La troisième valeur, d'importance primordiale, est liée au bien-être de nos collaborateurs au sein de leur environnement professionnel. En effet, c'est à travers nos collaborateurs que la valeur des solutions et des savoir-faire de l'entreprise s'exprime auprès de nos clients. C'est par eux que s'opère la convergence entre les défis de nos clients et les possibilités technologiques que nous mettons à leur disposition. Worldline, ce sont plus de 7 300 collaborateurs talentueux qui font de la société ce qu'elle est. Nous accordons la plus grande valeur à ce que leur passage ou leur carrière au sein de l'entreprise soit une expérience enrichissante, motivante et épanouissante.

Ces valeurs occupent une place centrale pour nous, au sein de l'équipe de direction, et nous veillons scrupuleusement à les promouvoir et les faire vivre au quotidien ●

Gilles Grapinet
Directeur Général, Worldline

“ Les clients se tournent vers Worldline lorsqu'ils sont à la recherche d'évolutions innovantes qui les aideront à acquérir un véritable avantage compétitif dans leur secteur. ”





Tahar Gareche

*Directeur Juridique
et de la Conformité*

Depuis 2014

avec Atos/Worldline

Patrick Degryse

*Directeur des Ressources
Humaines*

Depuis 1999

avec Atos/Worldline

Marc-Henri Desportes

*Directeur Général Adjoint
de Worldline*

Depuis 2009

avec Atos/Worldline

Wolf Kunisch

*Directeur de
Financial Processing
& Software Licensing
et de la zone
Allemagne & CEE*

Depuis 2000

avec Atos/Worldline

Gilles Grapinet

*Directeur Général
Adjoint d'Atos
chargé de la coordination
des Fonctions Globales
et Directeur Général
de Worldline*

Depuis 2009

avec Atos/Worldline

Olivier Stuckens

*Directeur de Mobility
& e-Transactional Services*

Depuis 1992

avec Atos/Worldline

Nathalie Pousin

Directrice des Opérations

Depuis 2001

avec Atos/Worldline

Bruno Vaffier

Directeur Financier

Depuis 2000

avec Atos/Worldline

Christophe Duquenne

*Directeur Technique
et Directeur de Merchant
Services & Terminals*

Depuis 1987

avec Atos/Worldline

Terry Lobel

*n'était pas disponible
le jour de cette prise de vue*

*Directeur Commercial
et co-Directeur de
la zone Latam & Iberia*

Depuis 2006

avec Atos/Worldline



Gouvernance

Comité exécutif

Le rôle du comité exécutif consiste à développer et appliquer la stratégie du Groupe Worldline tout en fournissant un service de qualité et une valeur ajoutée aux projets du Groupe dans l'intérêt de ses clients, de ses actionnaires et de ses employés. Il est également chargé d'améliorer l'interaction et la coopération entre les trois secteurs d'activité du Groupe et entre les différents marchés géographiques sur lesquels intervient le Groupe.

Les membres du Comité Exécutif du Groupe sont les suivants :

- > **Gilles Grapinet**, Directeur Général Adjoint d'Atos chargé de la coordination des Fonctions Globales et Directeur Général de Worldline
- > **Marc-Henri Desportes**, Directeur Général Adjoint de Worldline
- > **Christophe Duquenne**, Directeur Technique et Directeur de la Global Business Line Merchant Services & Terminals
- > **Nathalie Pousin**, Directrice des Opérations
- > **Bruno Vaffier**, Directeur Financier
- > **Wolf Kunisch**, Directeur de la Global Business Line Financial Processing & Software Licensing et de la zone Allemagne & CEE
- > **Olivier Stuckens**, Directeur de la Global Business Line Mobility & e-Transactional Services
- > **Tahar Garèche**, Directeur Juridique et de la Conformité
- > **Patrick Degryse**, Directeur des Ressources Humaines
- > **Terry Lobel**, Directeur Commercial et co-Directeur de la zone Latam & Iberia

Assistance de deux comités spécialisés

Le Conseil d'administration a créé en son sein un Comité d'Audit et un Comité des Nominations et des Rémunérations, qui sont chargés de le conseiller et lui fournir des recommandations dans leurs domaines de compétence.

Conseil d'administration

Composition : la diversité est pleinement appliquée au niveau du Conseil d'administration.

Le Conseil d'administration de la Société comprend 9 administrateurs, dont 2 femmes. Celles-ci représentent donc 22 % de l'ensemble des membres. La société respecte ainsi la proportion de 20 % de femmes requise par la loi n° 2011-103 du 27 janvier 2011 relative à la représentation des femmes au sein des Conseils d'administration.

Au 31 décembre 2014, le Conseil d'administration était composé des 9 membres suivants :

- > **Thierry Breton**, Président-Directeur Général d'Atos
Président de Worldline
- > **Gilles Grapinet**, Directeur Général Adjoint d'Atos chargé de la coordination des Fonctions Globales et Directeur Général de Worldline
- > **Charles Dehelly**, Directeur Général Adjoint d'Atos en charge des Opérations Globales et du programme TOP
- > **Michel-Alain Proch**, Directeur Général Adjoint d'Atos en charge des Etats-Unis, de l'Informatique et de la Sécurité
- > **Gilles Arditti**, Directeur Exécutif, Fusions & Acquisitions et Relations Investisseurs & Communication Financière
- > **Ursula Morgenstern**, Directrice Exécutive d'Atos, Royaume-Uni & Irlande, Cloud & Logiciels d'entreprise (comprenant Canopy, Yunano et blueKiwi)
- > **Susan M. Tolson**, Membre du Comité d'Audit ainsi que du Comité des Nominations et des Rémunérations
- > **Aldo Cardoso**, Président du Comité d'Audit
- > **Luc Rémont**, Président du Comité des Nominations et des Rémunérations

Donner l'exemple en termes de gouvernance

En 2014, la Société s'est engagée à appliquer les recommandations du code de gouvernement d'entreprise des sociétés cotées AFEP-MEDEF. Depuis, elle dépose régulièrement des rapports sur ses activités dans ce domaine.

En outre, lors des réunions du Conseil, des questions relatives au gouvernement d'entreprise sont régulièrement abordées à l'initiative du Président du Conseil. En effet, le Conseil a toujours exprimé sa volonté de tenir compte des recommandations visant à améliorer le gouvernement d'entreprise des sociétés cotées, voire de les anticiper, dès lors qu'elles respectent les intérêts de la Société et de ses actionnaires. Parmi ces recommandations, citons en particulier le renforcement des conditions relatives aux plans de stock options et d'actions de performance dont sont bénéficiaires les managers de la Société.



Trois piliers de compétence pour le paiement et les services numériques

Worldline fournit des services de nouvelle génération qui permettent à ses clients d'offrir au consommateur final des solutions simples et innovantes. Avec plus de 40 ans d'expérience, Worldline est idéalement positionné pour contribuer au succès des entreprises et des administrations du monde entier.

Sur un marché en constante évolution, les solutions personnalisées de bout en bout de Worldline aident les clients à anticiper les développements du marché et à optimiser les performances de leurs transactions numériques et de paiement. Worldline a pour ambition de soutenir la croissance de ses clients et de développer en permanence l'innovation comme principal moyen d'améliorer leur compétitivité. Pour renforcer sa position et optimiser ses performances, Worldline est organisé stratégiquement en trois lignes de services : Global Business Lines.



Merchant Services & Terminals (MS&T)

Une expérience client unique

La Global Business Line Merchant Services & Terminals permet aux commerçants d'améliorer l'expérience d'achat de leurs clients. L'ambition de Worldline est de renforcer l'engagement du client en proposant des services ciblés à la bonne personne au bon moment, quel que soit le canal utilisé, avant, pendant et après la vente - avec le paiement comme « point d'entrée unique ». Avec Worldline comme partenaire, les commerçants tirent parti des innovations technologiques pour améliorer l'expérience d'achat, générer des nouvelles opportunités de ventes et optimiser leurs processus commerciaux.



Mobility & e-Transactional Services (MTS)

Créer de nouveaux produits numériques contextuels

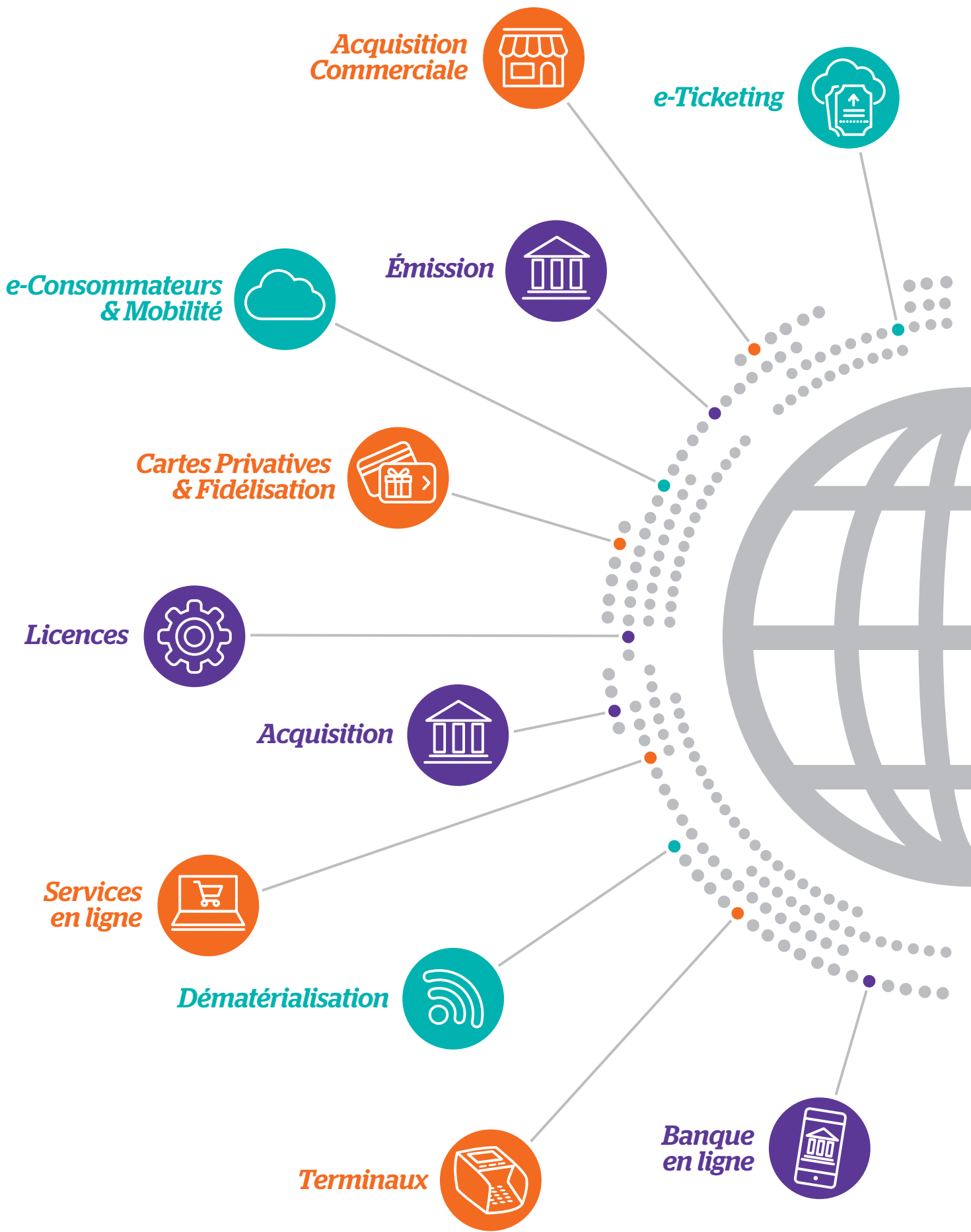
La Global Business Line Mobility & e-Transactional Services aide les entreprises et les gouvernements à développer de nouveaux services numériques. La révolution numérique réinvente les processus B2C en offrant des possibilités sans précédent pour faire plus et mieux avec moins de moyens. Les défis connexes en matière d'innovation sont considérables et les clients de Worldline ont besoin d'un partenaire de bout en bout pour les soutenir dans leur transformation numérique. Worldline crée des services numériques contextualisés et personnalisés au service de l'innovation commerciale et de l'efficacité opérationnelle.



Financial Processing & Software Licensing (FPL)

Transformer les paiements virtuels

La Global Business Line Financial Processing & Software Licensing aide les établissements financiers à gérer tous les aspects liés à leur activité de paiement. Worldline aide ses clients à anticiper les évolutions réglementaires, leur permet de profiter des technologies innovantes et d'optimiser la valeur des données. Avec ses capacités de traitement des paiements à grande échelle, Worldline façonne l'avenir de ses clients et renforce leur avantage concurrentiel.



L'histoire débute en 1973



A cette époque la monnaie fiduciaire et le chèque dominent les paiements, on assiste à l'**émergence de la carte bancaire**.



1973

Sligos, filiale du Crédit Lyonnais, remporte le **premier contrat jamais opéré** pour le traitement des transactions bancaires par carte.

Parallèlement, **les filiales de banques dans le monde des paiements par cartes bancaires se développent**, notamment avec **Sodinforg**, filiale de BNP Paribas et **Segin**, filiale du Crédit du Nord.



C'est alors que **Sligos** participe au **développement des paiements par cartes bancaires** (distributeurs automatiques, terminaux de paiement, ...).

Années 80

36 15

Segin innove dans le domaine des services en ligne avec l'apparition du Minitel.



Années 90

Segin prend avec succès la vague des services vocaux interactifs.

Au même moment **Sligos étend son champ d'action dans le paiement en Allemagne** avec la reprise d'une participation majoritaire de la banque **Banco de Santander**.

1995

La fusion de **Sodinforg** et **Segin** donne naissance à la société **Axime**. Regroupant les activités de services en ligne et de paiements.

Axime prend le virage **Internet** et crée les premiers services en ligne **BtoBtoC** accessibles sur Internet.

Axime démarre les activités de paiements Internet avec la création de la solution **Sips**.



Internet & Sips voient le jour !

1996



Axime acquiert **Sligos** et renforce son positionnement en donnant ainsi naissance à **Atos**.



Atos se structure en deux entités : **Atos Services** pour les activités de paiements et **Atos Multimédia** pour les services en ligne

2000

Atos acquiert **Origin** (branche informatique de Philips) et devient **Atos Origin**

Atos Origin, leader international des services informatiques fusionne avec **Euronext**.

Les activités d'édition de logiciels de paiements et d'intégration se développent alors progressivement au sein de la filiale **Atos Origin Euronext Payment Solutions**.

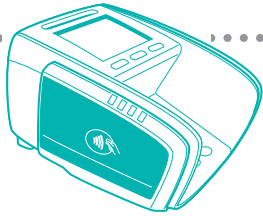
2004

L'ensemble des entités dont les activités sont liées aux services de paiements ou aux services en ligne sont regroupées : **Atos Origin Services, Multimédia et Euronext**

C'est la naissance d'**Atos Worldline**, filiale du Groupe **Atos Origin**. Un acteur de référence intégrant la chaîne de valeur du **Build & Run** au travers de ses 3 expertises :

- Services de paiement et de traitement de cartes
- Services de CRM (Customer Relationship Management)
- Multi-channel contact, incluant les services Internet et vocaux

2004 Création d'Atos Worldline



2006

Atos Worldline intègre dans son périmètre d'activité les sociétés belges **Banksys** et **Bank Card Company (BCC)**.

Banksys est alors spécialisé dans les **terminaux et l'issuing** et **BCC** dans le **commercial acquiring**.

2009

La stratégie du **groupe Atos Origin** dans le domaine des services de paiement consiste à **déployer ses activités HTTS (services transactionnels de haute technologie) à l'international**. D'abord en Europe puis avec une ouverture vers l'Asie.

2010

Atos Worldline renforce ses activités de paiements avec l'acquisition de la société **Venture Infotek**, leader dans le domaine du paiement en Inde.

Ce rapprochement vient renforcer le cœur des activités services de paiement d'**Atos Worldline** et lui permet de **pénétrer l'un des marchés ayant la plus forte croissance dans le monde du paiement**.



2011

Le **groupe Atos** procède à l'**acquisition de Siemens IT Solutions and Services (SIS), une importante SSII européenne** appartenant au groupe allemand **Siemens AG**.

Cette acquisition permet à **Atos Worldline** d'intégrer principalement **les activités de services de mobilité et de transactions électroniques**.



2012

Atos Worldline intègre la société **Quality Equipment B.V.**, un acteur clé sur le marché néerlandais du paiement électronique.

2013

Le 1er juillet 2013 **Atos** annonce la réalisation du processus de **filialisation de l'ensemble de ses activités de paiements et services transactionnels** au sein d'une entité unique, sous le nom de **Worldline**.

Worldline est organisé autour de trois Global Business Lines



Merchant Services & Terminals



Mobility & e-Transactional Services



Financial Processing & Software Licensing



2014

Le 27 juin 2014 marque la date à laquelle **Worldline réalise son introduction en bourse** sur le marché réglementé d'Euronext Paris (compartiment A).



**2014
Entrée
en bourse**

Passion et innovations, au fil du temps, ont construit et imposé Worldline.

Aujourd'hui, Worldline fait partie des leaders du marché des paiements électroniques en Europe.

Demain, Worldline sera présent pour mettre en place et soutenir toutes les perspectives futures de développement du secteur.



Nos collaborateurs connectés

Mobility & e-Transactional Services



Adepte des transports en commun, je dématérialise ma carte de transport sur mon mobile. Rien de plus simple, avec mon application mobile en quelques minutes je recharge ma carte de transport en ligne.

Merchant Services & Terminals



Je réserve mes billets d'avion en ligne et je profite de bons plans personnalisés pour ma location de voiture.

J-S. Baklouti
Ingénieur R&D

Worldline propose une solution innovante dédiée au transport : le rechargement via un mobile NFC. Avec un simple smartphone, le voyageur peut recharger sa carte de transport grâce à une application mobile dédiée, de manière intuitive et sécurisée. Ainsi, il n'a plus besoin de se rendre en guichet ou à une borne de rechargement.

- ▶ Sips Solution de paiement cross-canal
- ▶ Réduction du temps d'attente en agence lors des pics d'affluence

P. Marchal
Assistante de Direction

Worldline Data Value Factory est une place de marché d'échange et de valorisation de profils qualifiés opérés en tant que tiers de confiance. La plateforme gère à la fois les datas, les contenus ainsi que les offres afin de cibler le consommateur au bon moment.

- ▶ Offres affinitaires pertinentes, attractives & multi-canal
- ▶ Expérience client fluide
- ▶ Protection des données personnelles

Financial Processing & Software Licensing



J'achète mes places de ciné de manière sécurisée grâce au wallet de mon marchand.

C. Jozwiak
Responsable du département Services en ligne Web

Worldline propose une solution de paiement complète de bout en bout, sécurisée et éprouvée. Il est donc possible pour les utilisateurs d'effectuer des paiements en ligne, sur mobile et sur tablette.

- ▶ Données sécurisées et protégées de la fraude en ligne
- ▶ Expérience utilisateur simple et rapide
- ▶ Meilleure connaissance client
- ▶ Augmentation de la fidélité

Merchant Services & Terminals



Chez mon commerçant, je règle mes achats avec mon mobile via notre solution utilisant la technologie HCE. Et ça, sur nos terminaux NFC!

A. Khan

Ingénieur Études et Développement

Worldline fournit des terminaux de paiement qui répondent aux besoins d'une grande diversité de clients : commerces de proximité en dur ou itinérants, distributeurs automatiques, institutions financières, intégrateurs, etc. Le YOMANI™ est un terminal équipé d'un lecteur sans contact pour les paiements avec des cartes sans contact ou des téléphones mobiles.

- ▶ Paiement rapide et facile
- ▶ Sécurisé

Mobility & e-Transactional Services



Sur les salons de recrutement, je suis accompagnée de Hyve notre robot. Je présente Worldline et avec Hyve je peux montrer concrètement ce que nous faisons : le discours prend alors une autre dimension.

A. Waucquier

Chargée de recrutement, Mobilité et Relations Écoles

Un travail d'équipes entre la R&D et les Ressources Humaines de Worldline a permis de donner le jour à Hyve. Utilisé lors des forums de recrutement, Hyve permet de présenter Worldline de façon ludique et de proposer des offres d'emplois en adéquation avec le CV des candidats.

- ▶ Candidature interactive
- ▶ Dématérialisation des CV

Grâce à mon application mobile bancaire, je rembourse Paul pour le cadeau de Virginie par virement.

Financial Processing & Software Licensing



Ma voiture est une voiture connectée, ce qui me facilite la vie au quotidien, elle me parle, me fait gagner du temps en me proposant des services en fonction de mon agenda.

J. Mase

Graphiste pour la Mission Emploi Handicap

Worldline a été la première entreprise à fournir des solutions pour les véhicules connectés avec R-Link de Renault, système multimédia embarqué et connecté, qui équipe déjà de nombreux véhicules de la gamme Renault. L'offre Connected Living de Worldline fournit des solutions et des business models innovants pour :

- ▶ Véhicules connectés (automobiles et poids lourds)
- ▶ Maisons connectées
- ▶ Villes et infrastructures connectées
- ▶ Bâtiments connectés

M. Gustin

Responsable Qualité & Certification

Worldline accompagne les banques dans la définition et la conception des applications afin d'offrir à leurs clients finaux un outil complet de consultation et de gestion de leurs comptes bancaires. Ceci grâce à diverses fonctionnalités telles que le virement de compte à compte, la gestion de budget, le coffre-fort, le contrôle de son plafond carte etc.

- ▶ Consultation et gestion des comptes simple et sécurisée
- ▶ Image de marque innovante

Un entretien avec Marc-Henri Desportes

Directeur Général Adjoint de Worldline

Selon vous, comment définir le rôle et la mission de Worldline ?

Marc-Henri Desportes : La mission de Worldline consiste à aider les commerçants, les banques et toutes organisations en contact avec les consommateurs à simplifier leurs vies au quotidien. Notre mission consiste principalement à offrir des solutions de paiement, mais le paiement doit être intégré dans un flux ou une séquence qui doit être aussi efficace, simple et ergonomique que possible. Nous aidons nos clients à trouver leur

voie dans la transformation numérique de l'économie et à faire face aux grandes évolutions réglementaires qui traversent l'univers des paiements. Nous sommes un processeur de paiements électroniques, un fournisseur et un intégrateur de solutions de paiements et plus largement de services technologiques qui conjugue une connaissance approfondie du commerce de détail et des activités financières, des services de paiement et des technologies informatiques ouvertes aux consommateurs et au grand public.

De quelle manière l'innovation est-elle abordée chez Worldline ?

M-H D : Worldline est totalement orienté vers l'utilisateur final et son expérience est l'élément moteur de notre réflexion, de notre stratégie d'innovation et de la conception de nos produits. L'innovation est profondément ancrée chez Worldline. Pour l'heure, sécurité, mobilité et analyse des données sont les grands moteurs de notre feuille de route d'innovation. Nous avons mis en place des trophées internes de l'innovation qui remportent un franc succès et qui permettent à toute personne dans l'entreprise de proposer ses idées, de recevoir un soutien, de participer et d'être récompensé - car nous devons tous faire preuve d'innovation.

Pourquoi êtes-vous organisés autour de 3 grandes lignes de métier ?

M-H D : La transformation numérique est un phénomène global et les évolutions réglementaires entraînent une consolidation du marché européen. Nous devons nous concentrer sur l'international pour atteindre la taille critique dans chaque zone géographique et disposer de produits et de plateformes qui puissent croître afin de répondre aux besoins de nos clients. Avec cette nouvelle organisation, nous sommes passés d'une organisation centrée sur le pays à une organisation centrée sur les plateformes globales, qui s'articule autour de trois catégories de clients. Les décisions de développement et d'investissement dans les produits et les plateformes ainsi que les orientations stratégiques se prennent dorénavant à l'échelle mondiale.

Quels ont été les principaux événements de l'année 2014 ?

M-H D : Le fait marquant de l'année a été l'introduction en bourse. Cette démarche nous a donné la souplesse et la puissance financière requises pour procéder à d'importantes acquisitions. Nous avons également renouvelé des contrats majeurs avec la clientèle bancaire et lancé de nouveaux produits, notamment dans



“ La satisfaction des collaborateurs au travail est un sujet d'attention majeur pour tous les responsables de Worldline. ”

le domaine du portefeuille électronique. Nous avons en effet connu une très forte progression de l'utilisation des modules de notre solution « Digital Wallet » par les banques, avec plus de 20 établissements d'ores et déjà connectés.

Worldline a été très présent lors du salon CARTES à Paris, le principal événement en Europe dans le domaine des paiements. Nous en avons profité pour annoncer un nouveau partenariat avec Visa Europe, autour des paiements HCE (« Host Card Emulation »). Nous y avons également remporté un prix pour notre solution d'avis client certifié. Le marché nous a également récompensé lors du PayForum pour notre solution HCE et Société Générale a reçu le prix de la Meilleure Application Mobile, décerné par un cabinet de recherche indépendant, application développée par nos équipes.

Quelle est l'importance des programmes WIPE et TEAM ?

M-H D : Ils sont au cœur du déploiement de notre plan stratégique. TEAM vise la mise en place d'un modèle opérationnel plus transversal, plus intégré et plus efficace, qui tire profit de cette nouvelle organisation mondiale pour optimiser nos marges et notre qualité de services. WIPE est un programme technique visant à la mise en place d'une plateforme unique et intégrée pour toutes nos activités de paiements. Si nous traitons des volumes supplémentaires sur une seule plateforme, nous pouvons atteindre de meilleurs niveaux de prix et innover plus rapidement, en répartissant le coût de l'innovation sur une base élargie.

Quelle est l'orientation stratégique de Worldline ?

M-H D : Il y a bien-sûr l'acquisition d'une certaine taille sur un marché en pleine consolidation tout en augmentant notre efficacité commerciale. Ainsi, nos investissements et nos plateformes, ainsi que l'obtention de grands contrats ou l'acquisition de nouvelles entités sont

autant d'éléments qui revêtent tous une dimension stratégique majeure. Sur la base de cette croissance organique, de nouveaux services à valeur ajoutée peuvent être développés pour accélérer notre développement et dynamiser notre marge.

Nous disposons d'une présence directe dans 17 pays. Même si nous réalisons environ 90 % de notre chiffre d'affaires en Europe, nous avons une présence significative en Asie-Pacifique et en Amérique latine. Ces économies en pleine évolution offrent d'immenses opportunités de croissance rapide.

Quels avantages apporte le lien avec Atos ?

M-H D : Une expérience et une rigueur à toute épreuve dans la gestion des opérations. Nous tirons parti des nombreux processus opérationnels d'Atos en termes d'analyse du risque, de processus d'achats, etc. Worldline bénéficie du soutien d'Atos dans les zones où son implantation est plus modeste, où nous partageons les fonctions supports comme la gestion de la paye ou les autres tâches administratives. Le partage des sites immobiliers constitue un autre atout. Bien qu'autonome au niveau de ses équipes commerciales, Worldline organise des opérations communes avec Atos via des mécanismes de ventes croisées pour soutenir et assurer le déploiement des solutions et des offres de chaque entreprise. En termes d'opérations et de couverture mondiale, nous sommes présents dans 17 pays et Atos est implanté dans plus de 50. Ainsi, si nous devons nous mettre en relation avec un client dans une zone géographique dans laquelle nous ne sommes pas présents ou si nous avons besoin du soutien d'un centre de données ou d'une équipe d'intégration, nous pouvons faire appel aux capacités d'Atos.

Worldline est-elle une entreprise où il fait bon travailler ?

M-H D : La satisfaction des collaborateurs au travail est un sujet d'attention majeur

pour tous les responsables de Worldline. Nous sommes fiers du succès de notre plan d'actionnariat salarié BOOST, qui a connu un taux de participation très important. Cela prouve l'immense confiance témoignée en interne dans l'avenir de Worldline. Nous accordons également une grande attention à notre pyramide des âges et essayons d'embaucher des jeunes talents dans les différentes régions du monde où nous sommes implantés. C'est pourquoi nous avons instauré des partenariats avec des universités ou des écoles supérieures dans de nombreux pays afin d'accueillir des stagiaires avant de les recruter ou pour accompagner des étudiants dans leur formation.

Quels sont vos propres souhaits pour Worldline ?

M-H D : J'aimerais que Worldline soit le consolidateur du secteur en Europe, en gagnant en dynamisme et en rapidité au niveau de notre leadership commercial et en multipliant innovations pour nos clients et opportunités d'évolution de carrière pour nos collaborateurs ●



22 %
de taux de participation
à notre plan
d'actionnariat salarié

Boost
2014

Production : au-delà de la simple excellence

Pour une entreprise qui exerce ses activités dans le domaine des paiements électroniques, un niveau constant d'excellence dans la qualité de sa production est un minimum. Worldline porte cette excellence à un niveau supérieur : anticipant les futurs besoins et réalisant d'importants investissements pour actualiser et rationaliser ses plateformes.

Worldline gère la qualité de sa production en suivant les normes définies par le SLA (Service Level Agreement) qu'elle conclut avec ses clients. L'entreprise adopte les processus, procédures, tâches et listes de contrôles ITIL afin de soutenir la conception, la mise en œuvre, le suivi et l'amélioration de ses services informatiques.

L'investissement dans l'amélioration de la production est un cycle permanent et continu qui se traduit par le renouvellement progressif des plateformes afin d'anticiper sur les besoins et la remise à jour du matériel ou des logiciels lorsqu'ils s'avèrent obsolètes.

WIPE : UNE ÉTAPE SUPPLÉMENTAIRE

WIPE (*Worldline Integrated Payment Engine*) est notre programme stratégique qui porte sur le développement d'une plateforme de paiement unique qui ambitionne d'être la plus efficace sur le marché européen. Programme de rationalisation et de convergence au niveau transversal, WIPE permet déjà de simplifier nos solutions de paiement

entre les diverses entités de Worldline. Une fois achevée en 2017, la nouvelle plateforme sera en mesure de prendre en charge les paiements électroniques sous toutes leurs formes de la même manière et dans toutes les régions. Cette simplification s'accompagnera d'importantes économies et accélérera la mise sur le marché de solutions plus efficaces et plus innovantes.

Nous avons à ce jour investi 120 millions d'euros dans le développement de la plateforme sur une durée de 7 ans, en amont du lancement officiel du programme WIPE en 2014. Nous envisageons encore un investissement de 50 millions d'euros qui nous permettra de finaliser le développement de cette plateforme unique ●

CONTENEURS : UNE NOUVELLE APPROCHE TECHNIQUE

L'axe d'innovation de Worldline porte actuellement sur un concept informatique de nouvelle génération : la virtualisation de type conteneur. Dans ce cas, un « conteneur » est un environnement virtuel. Les logiciels développés au sein d'un environnement technique défini peuvent être « conteneurisés » et acceptés par de nombreuses infrastructures de production différentes conçues pour s'adapter aux caractéristiques du conteneur. Bâtir des solutions logicielles qui coïncident d'emblée avec les exigences de la production permet de concevoir des configurations de production tout en agilité et en souplesse.



Christophe Duquenne

Directeur Technique et Directeur de la Global Business Line Merchant Services & Terminals

SIMPLICITÉ ENTRE LES PAYS

“ Les appels d'offres que nous recevons concernaient principalement un pays donné. Une réponse fondée sur un système local suffisait amplement. Nous recevons désormais des appels d'offres de grands distributeurs et autres établissements financiers qui portent sur des services à déployer dans plusieurs pays. WIPE va radicalement transformer ce qui jusqu'alors aurait impliqué des solutions lourdes pour connecter des systèmes et protocoles de paiements locaux. ”

« TEAM » : un programme stratégique clé

Positionné sur le marché dynamique des paiements, Worldline ambitionne de profiter pleinement de cette croissance. A cet effet, Worldline lance en 2014 TEAM, un programme de transformation global sur trois ans. TEAM permet d'améliorer l'efficacité de l'entreprise en s'appuyant sur ses solutions internationales et en se concentrant en priorité sur leur intégration et leur industrialisation systématiques.

Notre programme TEAM vise à développer un solide modèle opérationnel global, qui permettra l'unification des processus, des solutions et une utilisation optimale des ressources nécessaires afin de tirer pleinement parti de notre nouvelle organisation, de notre taille et de notre envergure internationale. Nous pourrions ainsi obtenir l'efficacité nécessaire pour rester compétitifs tout en améliorant notre qualité et notre capacité de production. De même TEAM permettra de mieux définir le rôle de nos talents, leur permettant de se développer, de s'épanouir et de grandir avec Worldline. Spécifiquement conçu pour Worldline, TEAM a été construit après une analyse complète, à partir de nombreux entretiens avec nos collaborateurs afin de comprendre notre façon de travailler et d'identifier nos axes d'améliorations. Des ateliers ont ensuite permis de valider cette analyse et de mettre en place des plans d'actions conformes à l'axe de développement stratégique de Worldline.

TROIS PILIERS

Le programme s'articule autour de 13 domaines d'amélioration opérationnelle, appelés « initiatives », répartis en 3 groupes. Le premier groupe concerne notre efficacité commerciale. Il nous permet d'adopter une démarche proactive, en proposant des solutions de bout en bout, clés en main et immédiatement disponibles. Le deuxième groupe concerne l'industrialisation de nos opérations afin d'améliorer et de normaliser les pratiques internes et se concentrer sur la qualité de nos prestations. Le troisième groupe concerne l'efficacité dans l'allocation stratégique et l'utilisation globale de nos ressources en cohérence avec notre nouvelle organisation ; il cible également l'amélioration de nos processus d'achats.

Chaque « initiative » est gérée par un responsable opérationnel chargé de son contenu, de la définition de ses objectifs et de son déploiement global. Ces responsables travaillent en coordination avec les ambassadeurs de TEAM dans les pays qui en supervisent le déploiement dans leur périmètre géographique.

DES PROGRÈS RAPIDES

De nombreux éléments ont été mis en place en 2014 dans le cadre du programme TEAM. Nous tirons déjà d'importants bénéfices de ces initiatives avec notamment le lean management et avec notre « Build Box » - un dispositif mis en place qui centralise nos modèles et outils existants afin de faciliter la mutualisation des compétences par la réutilisation des « best practices » dans les nouveaux projets à délivrer. Ces « initiatives » ont également rapidement donné de bons résultats dans des domaines comme la rentabilité de nos contrats, la gestion de nos effectifs et l'alignement de notre organisation. Par la mise en œuvre de ces initiatives « d'efficacité par la transformation », nous avons fait progresser la qualité de nos prestations et renforcé la globalisation de notre activité. D'autres grandes étapes ont été introduites comme la mise en place des cinq premiers « Shared Centers » transfrontaliers qui apporteront de la visibilité et une dimension internationale aux services et solutions qui leur sont associés ●



Nathalie Pousin
Directrice des Opérations

DES « SHARED CENTERS » POUR RENFORCER LA COHÉRENCE GLOBALE

« Pour accompagner notre croissance et le partage des compétences au sein de Worldline, nous avons créé ce que nous avons appelé des « Shared Centers ». Cette nouvelle organisation orientée produit permettra de mettre en œuvre des solutions globales, en proposant des offres clés en main pour asseoir notre expansion internationale. Cette nouvelle organisation a déjà démontré ses capacités, par la vente croisée de nos solutions bancaires créées par les équipes françaises et allemandes du « Shared Center » SEPA-OBEP à un client belge et un client néerlandais. On peut également souligner le succès de notre solution Wallet ainsi que le déploiement à l'international de nos offres de Connecting Living. TEAM est un plan de transformation complet qui permet la mise en place d'un modèle opérationnel commun qui fera de Worldline une entreprise unifiée et efficace. »



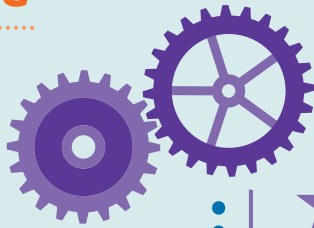
Le panorama de Worldline

Acquisition Commerciale



+ 6%

de transactions
**d'acquisition
commerciale**



Licences



Nos clients

3 des 5

plus grandes
banques Chinoises

Dématérialisation



Certification

★ ★ **NF** ★ ★

Logiciel

pour le

"Composant
Coffre-Fort
Numérique"

Terminaux

**Partenariat
avec YAPITAL**

Payez avec votre
smartphone
sur tous les
terminaux
Worldline



Mobilité

**Trophée
des objets
connectés
2014**

pour la solution
Connected Home
en partenariat
avec SOMFY





Acquisition

Emission

+ de 200
clients

+11%

Transactions d'émission



+15%

de transactions
d'acceptation
de paiement

Services en ligne



e-Ticketing

IIII + d'une IIII
douzaine
d'opérateurs
ferroviaires
au Royaume-Uni

Cartes
Privatives
& Fidélité

Banque en ligne



Meilleure
application bancaire
tout en 1 au monde
pour Société
Générale

+9%
de transactions
sur Cartes
Privatives



Merchant Services
& Terminals

Financial Processing
& Software Licensing

Mobility
& e-Transactional Services

..... Développement durable : une approche intégrée à tous les processus business

L'approche de Worldline en matière de Responsabilité Sociale d'Entreprise (RSE) est étroitement liée à son business. En définissant des priorités RSE en fonction des attentes des parties prenantes et de facteurs opérationnels clés, Worldline garantit l'alignement parfait et le renforcement mutuel de ses actions RSE et de son business.



Sébastien Mandron
Directeur de la Responsabilité
Sociale d'Entreprise

UNE APPROCHE INDÉPENDANTE

Depuis son introduction en bourse en 2014, Worldline a lancé un processus d'identification et de formalisation de ses priorités en matière de RSE. Worldline s'engage depuis des années dans ce domaine du fait de son implication dans les programmes RSE du groupe Atos. En lançant notre initiative visant à définir et formaliser notre propre approche en termes de RSE, nous avons ainsi pu capitaliser sur notre expérience acquise ainsi que sur les progrès accomplis en tant que leader reconnu dans notre secteur.

GOVERNANCE

Le Comité de direction de Worldline est associé à la mise en œuvre de la stratégie RSE et de son plan d'action. Tous les trimestres, le Directeur RSE présente l'état d'avancement des initiatives RSE au cours d'une « Session RSE » dédiée lors du Comité de direction de Worldline. Notre Comité de direction est fortement impliqué dans l'exécution des initiatives et assure un soutien local permanent en matière d'alignement et d'exécution des actions.

ÉTUDE DE MATÉRIALITÉ

La première étape importante pour Worldline consistait à identifier les priorités pour ses parties prenantes et ses activités commerciales dans le cadre d'une étude de matérialité. Les sujets identifiés comme étant les plus importants par les principales parties prenantes ont été analysés au regard de notre stratégie, de nos défis, des meilleures pratiques du secteur et des normes internationales.

Non seulement l'approche de Worldline en matière de RSE est alignée sur les priorités identifiées du groupe Atos,

mais elle traite également les sujets spécifiques liées à notre activité.

LES PRIORITÉS IDENTIFIÉES PAR LE BIAIS DE L'ÉTUDE DE MATÉRIALITÉ

1. Construire une relation de confiance avec les clients basée sur des plateformes entièrement disponibles et totalement sécurisées et Augmenter la création de valeur au profit des clients avec des solutions durables et innovantes.
2. Être un employeur responsable en développant le potentiel de nos collaborateurs : attirer, fidéliser, recruter et développer les talents nécessaires afin de fournir l'expertise attendue sur l'ensemble des activités de Worldline pour garantir notre succès et notre croissance.
3. Promouvoir notre éthique des affaires au sein de notre chaîne de valeur : continuer à appliquer et renforcer des normes éthiques à un niveau élevé dans tous les domaines où nous intervenons, nous impliquer à être réactif à l'égard de nos parties prenantes et garantir la conformité et la sécurité dans toutes nos activités.
4. Tirer parti de l'éco-efficacité de nos data-centers et des bureaux : minimiser l'empreinte écologique de nos activités, notamment en réduisant la consommation énergétique, et en fournissant des solutions durables à nos clients.

Les principales priorités de Worldline en matière de RSE identifiées lors de ce processus sont donc parfaitement intégrées à notre modèle économique et aux attentes de nos parties prenantes. Elles sont également un facteur clé d'amélioration des performances de l'entreprise.

1. CONSTRUIRE UNE RELATION DE CONFIANCE AVEC LES CLIENTS BASÉE SUR DES PLATEFORMES ENTIÈREMENT DISPONIBLES ET TOTALEMENT SÉCURISÉES ET AUGMENTER LA CRÉATION DE VALEUR AU PROFIT DES CLIENTS AVEC DES SOLUTIONS DURABLES ET INNOVANTES

Au cours de ces dernières années, Worldline a su créer une forte proximité avec les acteurs du marché, nous permettant d'anticiper les nouvelles tendances. Worldline opère dans le secteur mondial des services de paiement et des services transactionnels, qui se caractérisent par des changements rapides et majeurs sur le plan technologique, l'introduction de nouveaux produits et services, l'évolution des normes applicables, la transformation des besoins des clients et l'arrivée de nouveaux concurrents.

Worldline propose ses services aux clients grâce à des plateformes robustes où la sécurité est au cœur de nos systèmes. Afin d'optimiser l'efficacité de nos infrastructures, Worldline a mis en place une organisation dédiée dans le but de tirer profit des infrastructures internationales partagées (data-centers, Internet, stockage, virtualisation, etc.). Ceci nous permet d'offrir des solutions évolutives à coûts réduits, en mettant en œuvre des services d'infrastructure standardisés et industrialisés.

Worldline fournit des services basés sur ses propres solutions. Cette stratégie nous apporte tous les leviers nécessaires pour minimiser les impacts sur les coûts et l'environnement, avec un intérêt particulier pour les data-centers respectueux de l'environnement.

Le développement durable fait partie intégrante de notre stratégie d'innovation. Worldline s'emploie à concevoir en permanence de nouvelles solutions numériques et de paiement qui aideront les collectivités locales, les commerçants et les banques à atteindre leurs objectifs opérationnels et à suivre leur performance en matière de responsabilité environnementale et sociale.

2. ÊTRE UN EMPLOYEUR RESPONSABLE EN DÉVELOPPANT LE POTENTIEL DE NOS COLLABORATEURS

Dans le secteur de Worldline, avoir des effectifs qualifiés et favoriser la diversité culturelle sont essentiels au succès et à la croissance de l'entreprise. Nos fonctions interviennent dans

un contexte qui évolue rapidement sur les plans technologique, social, économique et réglementaire, nécessitant un capital intellectuel et des expertises très diversifiées.

Pour que Worldline puisse faire face à la concurrence et se développer avec succès, nous devons attirer, fidéliser, recruter et développer les talents nécessaires qui peuvent apporter les compétences attendues pour répondre à nos besoins.

Cet objectif est soutenu par la bonne coordination et l'optimisation efficace du recrutement, la gestion de la performance, l'apprentissage et le perfectionnement, la mobilité et la succession, orchestrée par notre Direction des Ressources Humaines.

3. PROMOUVOIR NOTRE ÉTHIQUE DES AFFAIRES AU SEIN DE NOTRE CHAÎNE DE VALEUR

Worldline reconnaît sa responsabilité en matière de promotion et de développement d'un comportement durable. En effet, nous influençons de façon positive nos parties prenantes, y compris nos fournisseurs, pour qu'ils adoptent des pratiques responsables. Les fournisseurs de Worldline sont tenus de respecter la charte des fournisseurs du groupe Atos en matière de développement durable ainsi que les principes du Pacte mondial des Nations-Unies. Les évaluations et les outils de contrôle d'EcoVadis constituent un programme clé pour gérer les risques et fournissent un niveau de visibilité élevé des performances des fournisseurs en matière de RSE.

La chaîne de valeur de Worldline englobe toutes les étapes dès la production jusqu'à la livraison aux clients : la gestion de l'innovation, la sous-traitance, les achats, la gestion des risques. Le respect des normes telles que GRI-G4, ISO 14001 et PCI-DSS, ainsi que le déploiement de programmes, tels que son Code d'éthique et l'étude des fournisseurs d'EcoVadis, attestent de la professionnalisation de ses processus.

4. TIRER PARTI DE L'ÉCO-EFFICACITÉ DE NOS DATA-CENTERS ET DES BUREAUX

En améliorant l'efficacité et en optimisant les transactions, nous aidons nos clients à réduire leur empreinte écologique. Pour ce faire, Worldline diminue la consommation d'énergie et des ressources naturelles et minimise la production de matériaux physiques qui doivent être gérés comme des déchets.

L'excellence opérationnelle et l'efficacité environnementale sont deux éléments intrinsèques à la performance durable. Une moindre consommation énergétique, par exemple, réduit les émissions de CO₂ et préserve les ressources naturelles. Elle nous permet également de proposer à nos clients des solutions durables. Avec la création de Worldline, notre priorité consiste à présent à structurer et officialiser nos efforts RSE, pour obtenir une efficacité des performances et une cohérence maximum au sein de la Société.

REPORTING RSE DE WORLDLINE

En réponse aux attentes des parties prenantes, Worldline publie chaque année ses progrès en matière de RSE dans deux documents :

- le Document de Référence est préparé conformément aux exigences de la Réglementation CE n° 809-2004 datée du 29 avril 2004 relative aux documents publiés par des émetteurs cotés sur les marchés des États membres de l'Union Européenne (« Directive sur les prospectus »), et se conforme aux exigences de la loi française Grenelle II ;
- le Rapport de Responsabilité Sociale d'Entreprise est préparé pour toutes les parties prenantes et comprend des informations sur les initiatives clés en matière de RSE, les principaux défis, les études de cas, les indicateurs clés de performance (ICP), la cohérence avec les principes AA1000, ainsi que la concordance entre les Directives GRI - G4 et les attentes Grenelle II.

PARCOURS RSE DE WORLDLINE

Worldline a préparé son premier rapport sur la responsabilité d'entreprise conformément à l'option « Comprehensive » des directives GRI - G4. Il constitue la première étape de la stratégie de Worldline en matière de RSE. En 2015, Worldline va se concentrer en particulier sur les principales tendances mondiales en matière de RSE, telles que :

- la diversité ;
- la protection des données personnelles et confidentialité/sécurité ;
- la contribution des solutions innovantes de Worldline au développement durable ;
- la conformité et la gestion des risques ;
- les engagements en matière d'environnement (y compris les audits environnementaux et la fixation d'objectifs en matière de CO₂).





.....

l'innovation au cœur de **Worldline**

Dans le domaine des paiements et des transactions électroniques, Worldline a placé la barre très haut en matière d'innovation. Fort d'une orientation client clairement définie et de plus de 40 ans d'expertise en ingénierie, Worldline fait preuve d'une capacité d'innovation exceptionnelle. Un grand nombre de ses idées, qui se voulaient pionnières, font désormais partie intégrante de notre quotidien, et ont été récompensées par des références du secteur.

Aujourd'hui, et plus que jamais, le secteur des paiements appelle à l'exploration permanente de nouvelles directions et démarches et à une remise en question constante des solutions existantes. C'est précisément là que Worldline se distingue. Notre tout premier rapport annuel présente ainsi un dossier spécial consacré à l'innovation. Nous y mettons en avant nos principaux atouts, grâce auxquels nous nous différencions et dont nous sommes, probablement, les plus fiers.



L'innovation au cœur de notre stratégie



Nicolas Kozakiewicz
Responsable Recherche,
Développement et Innovation

SORTIR DES SENTIERS BATTUS

“ Je n'ai aucune hésitation à affirmer que l'innovation est inscrite dans l'ADN de Worldline. Pour nous, c'est une question d'alimenter l'esprit « Design & Reuse » et de mettre nos stratégies en action. On peut dire qu'il existe deux types d'innovation. L'innovation de « rupture » provient d'un changement d'angle de vue et de l'application d'une nouvelle grille pour obtenir le résultat attendu. C'est toujours le produit d'une réflexion qui sort des sentiers battus. Par ailleurs, l'innovation d'amélioration continue part de l'existant pour le porter à un nouveau stade d'avancement par affinements et ajustements progressifs. Chez Worldline, nous parvenons à trouver la bonne formule qui mêle un esprit de rébellion créative, indispensable pour nous orienter sur la voie d'une pensée de « rupture » et les règles et directives inhérentes à notre rigueur scientifique. Par principe, l'innovation consiste à adopter différents angles de vue. On peut envisager l'innovation comme différents blocs que l'on peut mélanger et organiser de différentes manières. Nous ne réinventons pas tout à chaque fois. L'innovation consiste non seulement à savoir sortir des sentiers battus, mais également à réutiliser les différents blocs de manière différente pour créer de nouvelles solutions améliorées. ”

À l'ère de la transformation numérique actuellement en cours, l'innovation est une préoccupation centrale qui revêt un caractère incontournable pour Worldline, une entreprise se positionnant à la pointe de cet extraordinaire phénomène d'envergure mondiale. Worldline innove pour alimenter la transformation numérique de ses clients, par la création de nouveaux produits, processus et services qui répondent aux besoins du marché. Worldline innove également afin de créer de nouveaux business, anticiper et être la première à mettre sur le marché les nouvelles évolutions technologiques.

Malgré la mise en avant récente de sa marque, les origines de Worldline remontent à plus de 40 ans. Dans le domaine des paiements et des services transactionnels, pouvoir se prévaloir d'un tel historique tout en apparaissant comme un leader technologique n'est possible pour une entreprise, qu'à la condition d'avoir accordé, sans relâche, une priorité absolue à l'innovation.

En effet, chez Worldline, R&D et innovation font partie intégrante de la stratégie de l'entreprise qui possède une parfaite maîtrise des exigences inhérentes à celles-ci en termes de

gestion humaine, de gestion de projet et de répartition des ressources. Nous pouvons aussi souligner que chez Worldline, la R&D entretient un dialogue permanent et privilégié avec la direction générale. C'est un lien indispensable pour bénéficier du meilleur niveau d'innovation aux fins de la mise en œuvre de la stratégie de l'entreprise.

Reconnu pour l'excellence de son innovation par de nombreux trophées qui lui sont régulièrement décernés par des organismes externes, Worldline considère que sa récompense la plus valorisante provient du solide intérêt de ses clients et de la transformation d'une idée en réalité concrète.



Meilleure appli bancaire « tout en un » au monde
Application mobile pour Société Générale



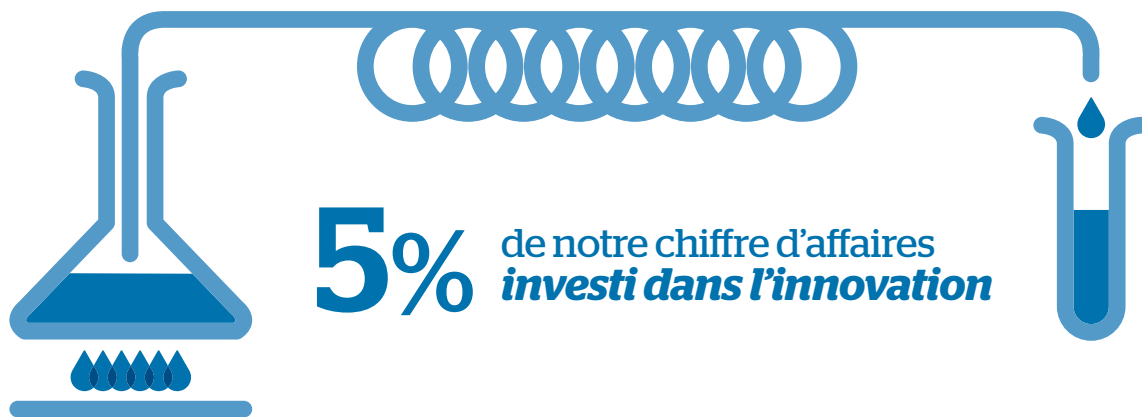
Trophée des objets connectés 2014
Solution Connected Home en partenariat avec SOMFY



SESAME award 2014
Avis Clients Certifiés



2014 PayForum award
Solution de paiement mobile NFC



5% de notre chiffre d'affaires
investi dans l'innovation

UN TRIANGLE DYNAMIQUE

L'innovation est une question de savoir et de transformation de ce savoir en services à valeur ajoutée. Pour nous, chez Worldline, l'innovation doit venir en réponse à une demande client, à un problème ou à un besoin. Elle doit être « concrète ». Elle doit également lui permettre de générer de futures ventes, de sécuriser son portefeuille de clientèle et son chiffre d'affaires sur le long terme. Le succès et le sens de la R&D s'inscrivent dans un triangle qui s'articule autour des trois composantes suivantes : technologie, besoin client et maturité du marché. Nous nous efforçons de trouver le point d'équilibre qui permettra de faire émerger des avancées concrètes.

SAVOIR ÊTRE À L'ÉCOUTE, TIRER DES LEÇONS ET DIALOGUER

Nos équipes R&D interagissent de manière soutenue avec le monde extérieur afin de réunir des informations sur les progrès technologiques, le degré de maturité du marché et les besoins de nos clients. Côté technologie, outre les actions conduites avec le monde universitaire, des analystes des start-ups, des experts et la participation à des forums, les équipes de R&D réparties à travers le monde collaborent étroitement entre elles, et nous organisons régulièrement des rencontres internationales. Ces structures de rencontre contribuent à fédérer l'ensemble des sujets et des entités dédiées à la R&D. Ceci nous permet d'avoir une vision globale de tous les sujets abordés et d'en tirer un avantage en termes d'efficacité du fait de la mutualisation des efforts. En synthèse, nous pouvons dire que nos équipes R&D à travers le monde et nos lignes de services forment une communauté véritablement solidaire.

Nous entretenons également un dialogue permanent avec les commerciaux, le

Marketing et la Communication, ce qui nous permet d'avoir accès aux informations relatives aux clients et aux marchés et de maintenir des interactions directes avec nos clients. Les « ateliers innovation » régulièrement organisés avec nos clients ou nos prospects sont un exemple concret de cette proximité et de cette interactivité entretenue avec le marché. Ils forment un forum idéal pour exposer de nouvelles idées, recevoir les retours clients et alimenter le dialogue. Mais ce n'est que la partie visible de l'interface de la R&D de Worldline qui, au quotidien, cherche à investiguer et approfondir sa connaissance des clients et du marché.

INNOVATION DESCENDANTE...

Chez Worldline, l'innovation peut aller dans le sens descendant ou ascendant. Dans le premier cas, l'impulsion tient à une décision stratégique prise au plus haut niveau de notre management qui préconise d'innover dans un domaine particulier afin de rester en tête de la course. Le processus repose alors sur la réponse à l'interrogation suivante : la non-maîtrise du sujet en question pourrait-elle constituer une menace pour notre activité et notre position à horizon de douze mois ? Si la réponse est affirmative, nous qualifions le sujet « d'axe de recherche ». Nous constituons ainsi un premier groupe de travail restreint, suivi d'un groupe élargi avant que les investigations ne prennent la dimension d'un projet à part entière, dans l'objectif de maîtriser le sujet en l'espace d'un an, de livrer des résultats concrets et de démontrer son impact évident sur l'activité. Worldline réagit ainsi, de manière rigoureusement ordonnée, aux risques et aux opportunités que nous percevons dans l'environnement de nos activités et nous nous donnons les moyens de trouver des solutions.

...ET INNOVATION ASCENDANTE

Plus les idées affluent en nombre, au travers des esprits innovants de nos collaborateurs, et plus il y a de chances d'en extraire, susceptibles d'être exploitées à des fins stratégiques et rentables. Si l'écoute prêtée à l'émergence des nouvelles idées est très importante, il est tout aussi essentiel de reconnaître et récompenser la créativité de nos collaborateurs.

LA VAGUE NUMÉRIQUE

La transformation numérique actuelle s'apparente à une vague au sens où elle touche toutes les régions du monde, sans pour autant frapper tous les pays au même moment, ni avec la même puissance. En tant qu'entreprise internationale, Worldline comprend que tous les marchés et tous les pays sont différents et qu'ils se situent à différents stades de l'évolution numérique. Worldline tire parti de son expérience multi-pays et multi-marchés pour contribuer à adoucir, accompagner et rendre plus efficace la transition des prochains marchés et pays concernés. Pour Worldline, il est capital de pouvoir envisager l'innovation d'un point de vue global et sous l'angle de chaque marché individuel. Nous tirons des enseignements en termes d'innovation sur un sous-segment de marché et nous pouvons ensuite appliquer l'expérience ainsi acquise à toutes les autres régions et sous-segments de marché.

Nous souhaitons être reconnu comme le prestataire le plus avancé et le plus efficace dans les services de paiement, ainsi que comme le leader technologique de la prochaine génération des services de paiement et transactionnels, tout comme de la transformation numérique. Se positionner à la pointe de l'innovation est un facteur décisif de la réalisation de nos objectifs complémentaires ●



CINQ PROJETS RÉCEMMENT RÉCOMPENSÉS

McDonald's

Développement de la première plateforme de commande en ligne omni-canal pour l'un des plus grands acteurs de la restauration rapide.

Rime

Un ensemble de processus et d'outils facilitant la gestion d'ensembles logiciels complexes avec un grand nombre de versions et de clients.

Connected Kitchen

Un objet connecté qui permet au consommateur de préparer en un clin d'œil sa liste de courses en ligne.

3DS-Screening

Une idée simple mais brillante pour améliorer la détection de fraude, avec effet opérationnel immédiat.

YOUKNOWWHO

Inspiré de la vie quotidienne, un concept de paiement par procuration. Par exemple : des parents à leurs enfants.



WIN AWARDS : 1 001 FAÇONS D'INNOVER

WIN Awards est un concours annuel mis en place il y a 7 ans, qui donne la possibilité à tout collaborateur de Worldline, quelle que soit sa place dans l'entreprise, de proposer et de défendre son projet innovant. Les propositions soumises couvrent un large éventail, qui va de la petite idée de génie à des projets d'envergure majeure qui finissent par trouver leur place chez nos clients. La compétition encourage en particulier, les projets

qui mobilisent des équipes transversales et internationales et réunissent des collaborateurs de différents sites et pays.

Pour commencer, les collaborateurs de Worldline ont tous la possibilité de voter pour les projets qui leur plaisent. Les vainqueurs sont ensuite évalués par un jury. En 2014, les 24 lauréats ont reçu leur prix : un trophée et un voyage à l'étranger. Le concours donne

ensuite lieu à une campagne de communication interne pendant une année entière. Le thème tourne autour des projets récompensés et des personnes qui en sont à l'origine, en soulignant le fait qu'il existe « 1 001 façons d'innover ». Le concours reçoit plus de 150 dossiers tous les ans et enregistre plus de 3 000 votes. Plus de 300 participants soumettent leurs idées d'innovation.



Les facteurs nécessaires au succès du commerce physique en 2020



Sven Gabor Janszky

Sven Gabor Janszky est un éminent futurologue et explorateur de tendances. Il est le Directeur Général de 2b AHEAD ThinkTank GmbH basé en Allemagne. Il est également l'auteur d'un certain nombre d'ouvrages et d'articles sur les tendances, les environnements de vie et les modèles économiques de l'avenir.

Au cours des prochaines années, le commerce physique va radicalement changer. En effet, précédemment, c'était ceux qui détenaient les infrastructures - production, logistique et points de vente - qui le dominaient. Aujourd'hui, Internet, cette infrastructure nouvelle qui ne génère pas de coûts, opère une redéfinition des processus sociaux et commerciaux. Ceux qui envisagent un avenir radieux dans le commerce physique vont devoir élaborer des stratégies conformes à cette évolution et infléchir l'ensemble de leur orientation.

L'IMPÉRATIF DE L'APPROCHE CENTRÉE SUR LE CLIENT

Jusqu'à présent, l'industrie était centrée sur le produit et se concentrait sur son attractivité. Sur le nouveau marché, les entreprises prospères sont celles qui seront centrées sur le client et leurs atouts les plus précieux seront l'identification et la connaissance du client. En s'appuyant sur une base d'informations détaillées sur le client, comme ses préférences et

“ Sur le nouveau marché, les entreprises prospères sont celles qui seront centrées sur le client et leurs atouts les plus précieux seront l'identification et la connaissance du client. ”

son historique d'achats, les points de vente offriront des solutions précisément adaptées à la situation individuelle d'un client. La valeur ajoutée résidera dans des idées comme offrir au client dans le magasin une tasse de son café préféré ou un catalogue spécialement élaboré pour lui.

Dans ce monde de services personnalisés, le smartphone du client sera le carrefour stratégique des actions commerciales à venir. En effet, à mesure que les smartphones joueront un rôle croissant d'assistant d'achat intelligent, cette interface décidera de qui réussira à toucher le client. Disposer d'une application mobile sera la première des priorités pour les entreprises ! Les services de type localisation et les interfaces vers des communautés sur les réseaux sociaux seront autant de fonctionnalités standards. L'application doit servir à attirer les clients dans les magasins qui se trouvent dans un périmètre proche d'eux, à leur offrir des bons de réduction et des cadeaux, ainsi qu'à les connecter à des avis sur les produits dans lesquels ils auront confiance.

DISPOSER DES DONNÉES QUI FONT VENDRE

Pour que cela marche, les commerçants devront exploiter au mieux les technologies de pointe telles que capteurs, logiciels de reconnaissance (communication NFC) ainsi que la collecte et analyse de données (gestion des points de contact). Le Big Data est particulièrement important à cet égard, car, en 2020, c'est celui qui détiendra les données qui aura le pouvoir. Les entreprises présentes sur ce marché auront besoin de bases de données centralisées qui gèrent de manière intelligente les données client afin de créer des solutions personnalisées

à valeur ajoutée. Il faudra probablement tisser des partenariats avec les sociétés en capacité de concrétiser ces systèmes.

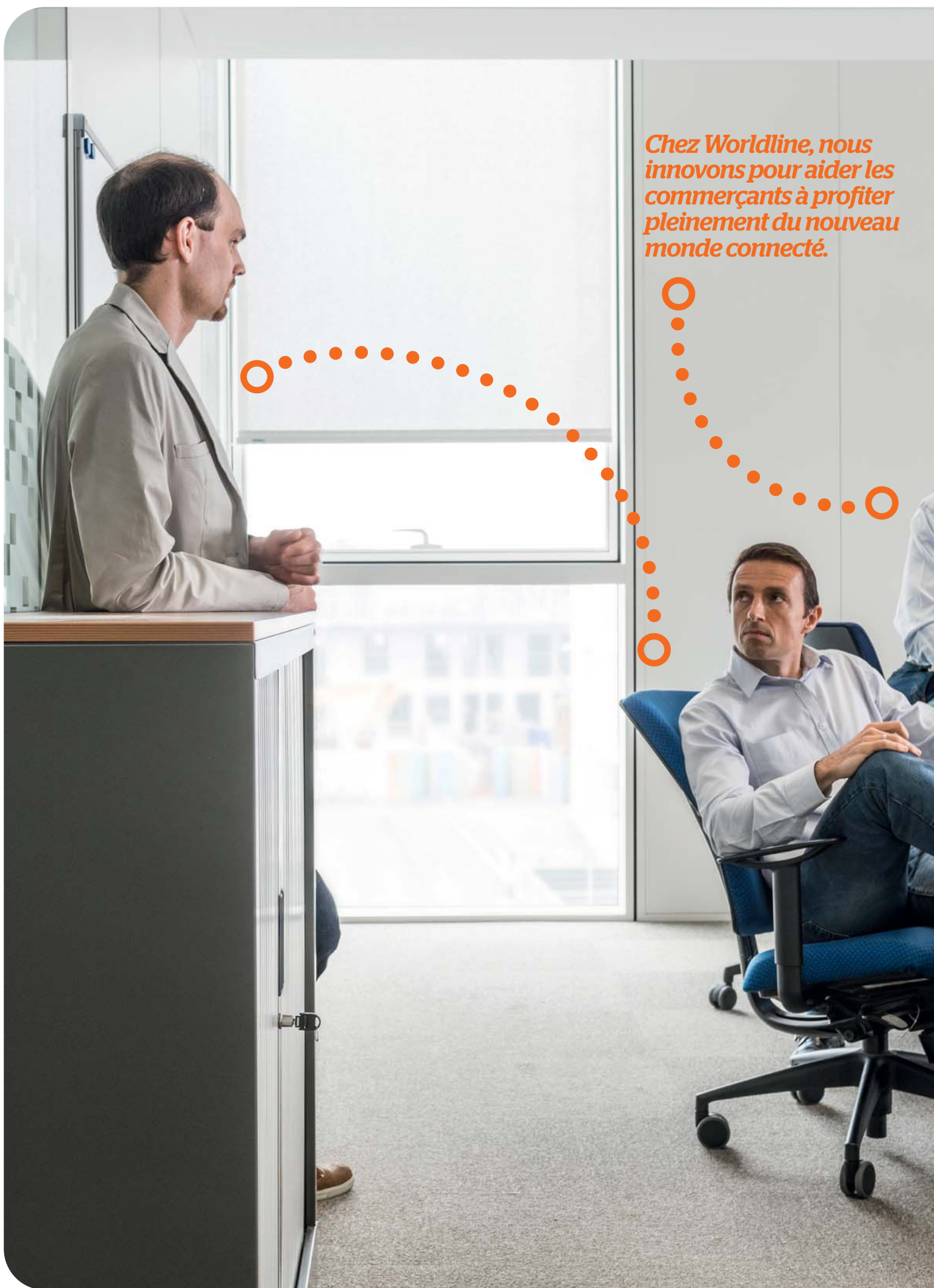
Cependant, l'objectif technologique à long terme du commerce physique sera le développement d'un logiciel d'assistance virtuelle intelligent qui agira comme un assistant clé dans de nombreux domaines de la vie quotidienne. Ces assistants utiliseront des données dynamiques pour prodiguer aux clients de précieux conseils - et leur suggérer des produits - adaptés à leur situation, en temps réel. Ces assistants électroniques, sont de véritables alliés de toutes les interactions commerciales, ils apporteront de manière générale une aide précieuse, qui renforcera la fidélité client.

LE MOMENT EST VENU

Le plus gros potentiel encore non exploité se trouve dans l'implantation de nouveaux points de vente dans les espaces publics. Actuellement, la concurrence autour des trains, des salles d'attente de médecins et des lieux de spectacle est encore modérée, mais leur potentiel stratégique est très élevé. Parmi les possibilités figure notamment l'affichage numérique intelligent qui donne une vision personnalisée d'un magasin en fonction de vos préférences s'interfaçant en continu avec votre propre terminal qui lui apporte des informations « personnelles ».

En 2020, le succès des ventes se trouvera exclusivement dans l'adaptation du commerce physique à ces nouvelles tendances. Les entreprises qui prennent le virage dès aujourd'hui peuvent être certaines de figurer parmi les gagnants de demain ●

Chez Worldline, nous innovons pour aider les commerçants à profiter pleinement du nouveau monde connecté.





Merchant Services & Terminals

À l'ère de la transformation numérique, Worldline déploie tous ses efforts pour aider les commerçants à profiter pleinement des possibilités exceptionnelles qui leur sont offertes en matière de nouveaux moyens de paiement et services à valeur ajoutée.





Merchant Services & Terminals



Transformer l'expérience utilisateur



L'INNOVATION OMNI-CANAL

“ Aux États-Unis, les personnes consultent leur smartphone en moyenne 150 fois par jour ! A l'heure actuelle ils ont, avec cet appareil, une relation plus étroite qu'avec n'importe quel autre dispositif ; le smartphone offre une fenêtre sur le monde digital. L'appareil mobile a donc toute sa place au cœur des interactions que les utilisateurs entretiennent avec les services en ligne, au point que la formule « no connection, no business » prend tout son sens. Chez Worldline, nous pensons « mobile first ». Mais nous ne pensons pas « mobile only ». En effet, les services connectés doivent servir de pivot entre les appareils et être en même temps disponibles sur n'importe quel appareil susceptible de se retrouver entre les mains d'un utilisateur : téléphone, tablette, PC, robot ou terminal de paiement. Nous vivons dans un monde multi-device et multi-connecté. ”

Guillaume Lefebvre
Responsable R&D, User Experience

En tant que leader mondial dans les secteurs des paiements et des services transactionnels, Worldline doit être résolument centré sur l'utilisateur dans son approche de la R&D et de l'innovation. Dans ce domaine, les prouesses technologiques d'une entreprise, aussi brillantes soient-elles, n'ont de valeur qu'à la condition de simplifier et d'améliorer la vie de l'utilisateur final. Pionnier du développement de services innovants, Worldline met tout en œuvre pour anticiper et garder une longueur d'avance.

Accompagnant la transformation numérique de leurs clients dans un nouveau monde de paiements et de transactions électroniques, les équipes R&D de Worldline se concentrent sur les possibilités qu'offre la révolution des smartphones, tablettes, téléviseurs connectés, terminaux de paiement interactifs et autres objets connectés. Nous travaillons à partir d'écrans digitaux, d'affichages numériques, de nouvelles technologies du Web et de la communication par les réseaux sociaux, en utilisant des technologies comme la géolocalisation indoor, la reconnaissance vocale, l'analyse d'images, la biométrie et les objets connectés ainsi que d'autres disciplines comme l'ergonomie et la conception de services.

UNE PRÉSENCE PROACTIVE

Nos équipes spécialisées dans l'expérience utilisateurs travaillent en dialogue permanent avec d'autres équipes de R&D, ainsi qu'avec nos homologues du marketing et de la communication, des opérations, de la gestion de projet, des

services techniques ou ceux en charge du développement commercial et de l'avant-vente, sans oublier nos clients. Nos solutions sont systématiquement développées en adéquation avec le métier de nos clients. La faisabilité industrielle de nos solutions est toujours avérée et elles peuvent rapidement se mettre en place en mode pilote. Ces solutions peuvent répondre à la demande d'un besoin client ou avoir été proposées, de manière proactive par nos équipes R&D. Elles suivent ainsi un processus associant une intense veille technologique et de marché, la collecte méticuleuse d'informations, un dialogue interne transversal et une réflexion créative.

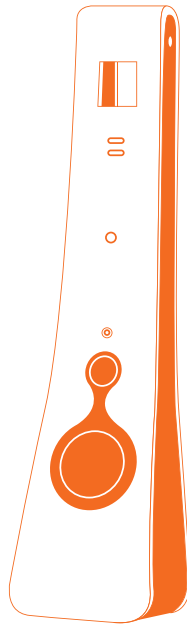
COMBINER POUR INNOVER

À la croisée entre différents secteurs, marchés et équipes, la R&D cherche à associer et faire coïncider des solutions, des technologies et de nouveaux usages afin de faire émerger de nouveaux services innovants. Ainsi, en 2014, une innovation à l'origine conçue pour le projet d'un musée a été adaptée pour une chaîne de bricolage française. Cette application visait à fournir des

informations de réalité augmentée sur le smartphone de l'utilisateur lorsque que celui-ci filme l'exposition qu'il visite. Elle permet aujourd'hui, à cette chaîne de bricolage d'apporter des informations numériques actualisées en temps réel à ses clients lorsqu'ils scannent son catalogue papier. Dans ce cas, les équipes R&D et avant-vente de Worldline ont uni leurs efforts pour aboutir à un résultat dans un délai particulièrement serré. Les trois solutions suivantes sont autant de réussites qui méritent d'être soulignées.

LA GÉOLOCALISATION INDOOR - UN NOUVEAU REGARD

Il existe différentes technologies de géolocalisation indoor dont la technologie iBeacon qui permet à un smartphone de se géolocaliser par rapport à une balise installée dans un magasin. Cette dernière est souvent employée à des fins de marketing géolocalisé (également appelé « géorepérage » ou « geofencing »). En 2014, dans le cadre des sujets autour du commerce réinventé, nous avons eu une réflexion transverse, plus globale et surtout centrée sur l'expérience client. Plutôt que d'utiliser ces technologies pour fournir aux utilisateurs des fonctionnalités de « GPS d'intérieur » et proposer un parcours optimal dans le magasin en fonction de sa liste de course, nous avons inversé le principe et proposé aux utilisateurs d'avoir le parcours dans le magasin qu'ils voulaient et qu'ils avaient l'habitude d'avoir tout en ayant une liste de course dans leur mobile qui se trie automatiquement. Ce tri se fait en fonction des rayons dans lesquels les utilisateurs se trouvent : si l'utilisateur se trouve dans le rayon surgelé, l'ensemble de ses produits surgelés se retrouve en tête de liste afin de ne pas oublier de les acheter. La première approche donne l'impression aux utilisateurs que le digital leur impose un parcours client, alors que la nouvelle approche permet d'être beaucoup moins intrusif et surtout rendre service aux consommateurs. Et c'est au travers de ce type de service, et parce que le service est utile, qu'il est possible de faire de la suggestion géolocalisée efficace de produits.



Worldline Connected Kitchen

LA CUISINE CONNECTÉE

En 2013, une session de brainstorming associant le service technique, les opérations, le développement et les forces commerciales sur « l'Internet des objets au service du commerce » a débouché sur une idée de liste de courses innovante, sous la forme d'un petit objet aimanté connecté que l'on pourrait placer sur son réfrigérateur afin qu'il soit disponible à tout moment et simple à utiliser. On l'utilise pour scanner le code-barres d'un produit pris dans le placard et le nom du produit en question apparaît directement sur la liste des courses. S'il s'agit d'un chou, dépourvu de code-barres, on prononce simplement le mot « chou » dans l'appareil.

Des fonctionnalités de liste de courses existent déjà pour le smartphone, mais l'application doit alors être ouverte et la fonction de scan doit être lancée. Connecté en permanence au réseau Wi-Fi de la maison, le dispositif « Connected Kitchen » de Worldline n'a qu'une fonction

RÉALITÉ AUGMENTÉE (RA)

Technologie qui rend possible la superposition d'animations ou d'informations numériques contextuelles sur la vidéo filmée en temps réel de notre environnement immédiat, à partir d'un appareil tel qu'un smartphone. La reconnaissance d'images et/ou la géolocalisation peuvent servir à déterminer ce que l'utilisateur est en train de scanner ou regarder.

et son usage est instantané et divertissant - tout le monde peut s'en servir à la maison ! Vous pouvez contrôler à distance ce que chacun a ajouté à la liste, en validant ce dont vous avez vraiment besoin avant de partir faire les courses ou de commander en ligne.

Une chaîne de magasins qui proposerait ce dispositif à ses clients pourrait largement augmenter le renouvellement des achats dans son magasin et s'assurer de la « présence » permanente de sa marque au domicile des particuliers. Elle pourrait également s'en servir pour réunir des données sur ses clients et leur soumettre des suggestions adaptées à leur consommation. La R&D qui a conçu un prototype du concept en 2014 n'a pas tardé à développer une solution pré-industrielle pour deux clients majeurs (METRO et Carrefour Belgique) - anticipant ainsi une éventuelle production de masse, dans le cadre d'une solution de bout en bout ●

UN AVENIR PLACÉ SOUS LE SIGNE DU ZÉRO EFFORT

Les technologies de géolocalisation indoor permettront bientôt d'initialiser un paiement sur un terminal en magasin ou dans un parking par le simple fait d'avoir son smartphone dans la poche de sa veste (après avoir, au préalable, donné son autorisation à cet établissement). Plus besoin pour l'acheteur de sortir ses courses du chariot et de les remettre dans des sacs ; nul besoin pour le motocycliste d'ôter ses gants ou pour le conducteur de baisser la vitre de sa fenêtre... la validation de la transaction électronique est totalement simplifiée pour l'utilisateur (qui laisse son smartphone dans sa poche) - autrement dit, elle est naturelle, rapide et sans couture. Avec les nouvelles expériences utilisateur, tout est une question de simplicité et de commodité.

Un monde nouveau pour les commerçants et les clients

La Global Business Line Merchant Services & Terminals de Worldline (MS&T) accompagne les commerçants en acceptant et en faisant l'acquisition des paiements électroniques effectués par leurs clients, puis en payant les commerçants. Outre ce service essentiel, MS&T aide les commerçants à gérer leurs relations avec leurs clients. Elle leur permet également de proposer une expérience d'achat entièrement nouvelle grâce aux technologies actuelles.



Christophe Duquenne

Directeur Technique et Directeur de la Global Business Line Merchant Services & Terminals

UN DÉFI POUR LES E-COMMERÇANTS

“ Les e-commerçants développent de plus en plus leurs activités à l'international. Les habitudes de paiement en ligne varient d'un pays à l'autre et les modes de paiement d'un commerçant doivent être adaptés aux habitudes de ces nouveaux clients s'il souhaite percer sur le marché international. Worldline est au service des e-commerçants. Worldline perçoit les paiements en tout lieu, limite les frais et les conflits entre les systèmes et offre une grande simplicité à l'utilisateur final. ”

L'activité de Worldline consiste avant tout à fournir des services de paiement sécurisés, efficaces et de bout en bout. La Global Business Line Merchant Services & Terminals propose un service financier complet. Elle agit comme un acquéreur commerçant, tout en gérant les aspects techniques et même matériels du paiement électronique. Toutefois, le rôle de la société évolue avec la technologie mobile qui ouvre les portes à un éventail de services de paiement innovants et d'autres services associés.

LA PUISSANCE DU CLOUD DANS LA DISTRIBUTION

Aujourd'hui, les fonctionnalités numériques bien connues des acheteurs en ligne entrent dans le monde des achats physiques. Un magasin physique peut désormais reconnaître électroniquement un client dont le smartphone se trouve à l'intérieur ou à proximité du magasin. Il est ensuite possible d'accéder aux données personnelles du profil client enregistrées lors d'achats précédents à partir d'un serveur dans le Cloud. Cela permet au commerçant de proposer au client des offres et des services ciblés (à l'aide d'un smartphone ou autre appareil connecté). Dans ce contexte, Worldline fournit des solutions en matière de technologie mobile et intègre le matériel nécessaire non seulement à la gestion des bases de données client et transactionnelles, mais également à la prestation de services à valeur ajoutée.

UNE NOUVELLE FAÇON DE FAIRE DES ACHATS

Nous nous trouvons à un stade où un client qui possède un compte chez un grand commerçant peut effectuer une présélection chez lui sur une tablette, sélectionner des produits, puis se rendre au magasin, où il est accueilli par un vendeur, lui aussi, équipé d'une tablette. Ce dernier peut accéder au profil du client et voir les articles qu'il a consulté. Le vendeur peut ensuite aider le

En 2014
Le chiffre d'affaires de
**Merchant Services
& Terminals**
s'est élevé à
373,8
millions d'euros
+2% par rapport à 2013

client à choisir ses produits et vérifier leur disponibilité. Le client peut acheter et payer sur place, librement, à partir de la tablette du vendeur.

Le client a également la possibilité de visiter son magasin préféré et de s'identifier avec une carte personnelle à l'aide d'un lecteur de codes barres sur un mur digital. Celui-ci affiche les images des produits ciblés en fonction du profil du détenteur de la carte. Le client peut sélectionner un produit sur le mur digital, vérifier qu'il se trouve en rayon, le placer sur une carte virtuelle et effectuer un paiement électronique en donnant sa carte personnelle au caissier.

DE NOMBREUSES POSSIBILITÉS

Dans le même esprit, nous avons conçu une solution pour les hôtels, appelée XperienceWall. Elle permet aux clients de découvrir les services et expériences proposés, d'obtenir des informations touristiques et de se renseigner sur les événements organisés à l'hôtel et dans les environs. Le client interagit avec un grand écran tactile et peut visualiser différentes offres, obtenir plus de renseignements sur ces offres et enregistrer les informations sur un appareil mobile à l'aide d'un code QR et d'une application dédiée. Une fois que les données sont enregistrées dans le téléphone, elles peuvent être utilisées à des fins d'information ou même pour acheter un billet ou réserver un service directement à partir de l'appareil.

Le service XperienceWall fait partie de notre solution globale « Hôtel Connecté » de Worldline, qui permet aux clients de bénéficier des services et des compétences de leur hôtel avant, pendant et après leur séjour, de façon très efficace. La solution est actuellement testée par la chaîne hôtelière Hotusa.

PISTE DE RÉFLEXION

En France, la chaîne de restauration rapide McDonald's constitue un exemple avéré et concret des possibilités proposées. Ici, nous avons fourni une solution qui permet à un client « inscrit » de passer une commande à partir d'un ordinateur ou d'un appareil mobile, de payer en ligne

à l'aide d'un système de paiement en un clic, puis de récupérer sa commande dans une file rapide du restaurant. Le fait de « connaître » numériquement le client permet à McDonald's de lui proposer des offres ciblées.

Pour les petits restaurants, nous avons développé une application de point de vente mobile pratique, grâce à laquelle les serveurs peuvent enregistrer une commande, l'envoyer en cuisine, préparer l'addition et enregistrer le paiement par carte électronique (grâce à un appareil mobile de point de vente), le tout sur une petite tablette qu'ils peuvent transporter sur eux. Simple à télécharger, l'application permet au propriétaire d'un restaurant de configurer son menu et de commander l'exécution des tâches opérationnelles en salle.

UNE SOLUTION « SUPER » PRATIQUE AU SUPERMARCHÉ

En Belgique, Worldline et les supermarchés Delhaize ont élaboré une approche nouvelle du paiement. Les clients scannent les codes barres des produits qu'ils choisissent en rayon à l'aide d'un lecteur de codes barres compact placé sur leur caddie. Au moment du paiement, le caissier récupère le lecteur (sans manipuler les produits !) et envoie les données au terminal de paiement d'un simple geste. Si un client choisit de payer avec un smartphone, il lui suffit de scanner le QR code généré sur le terminal et d'appuyer sur « payer » pour effectuer le paiement instantanément. (Voir les témoignages p. 39)

Les nouvelles technologies mobiles peuvent offrir une situation gagnant-gagnant aux commerçants et à leurs clients en leur proposant de nouveaux services, en augmentant leurs ventes et en facilitant leur vie au quotidien ●

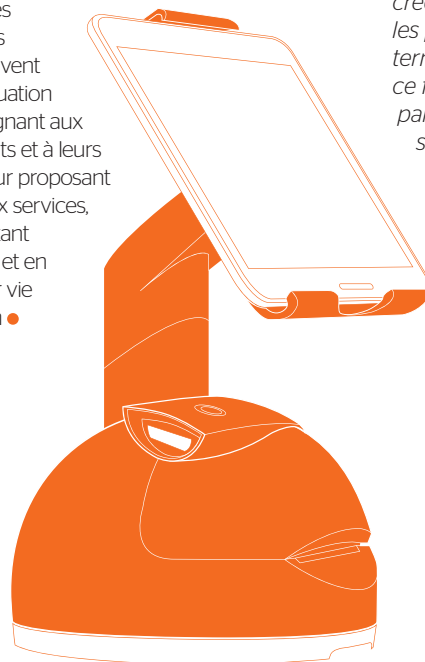


Anne Sharma
Business Development Manager

DU CHANGEMENT DANS L'AIR

« Les réglementations SEPA (Single European Payments Area) favorisent les paiements électroniques en unifiant les règles des procédures de paiement dans tous les pays de l'Union Européenne. Du fait de cette tendance, les acteurs des services de paiement locaux deviendront des concurrents à l'échelle mondiale puisqu'ils sont désormais en mesure de rivaliser sur le plan international. Les différents acteurs vont également devoir se différencier en innovant.

Une autre tendance consiste, pour les principaux commerçants, à exiger la génération de rapports communs pour les paiements par Internet et en magasin. La plateforme d'acceptation centrale créée par Worldline centralise les paiements de tous les terminaux du commerçant. Pour ce faire, elle concentre les flux de paiement tous canaux confondus sur une passerelle centrale et offre à la fois une vision de l'ensemble des paiements des clients ainsi que la génération centrale des rapports. »



PowaPOS

PARTENAIRES POUR LES PAIEMENTS

Worldline s'est associé à Powa Technologies, au Royaume-Uni (voir les témoignages, p. 36), qui fabrique un système de point de vente attractif et compact, comprenant une caisse enregistreuse, une imprimante, un lecteur de codes barres et un terminal de paiement sur tablette. Il convient parfaitement aux petits espaces de vente au détail et a un design très actuel. Worldline fournit une connectivité dans le Cloud et coordonne les composants logiciels.



Une liste de courses nouvelle génération



Carrefour

Carrefour Belgique : une grande innovation commerciale

Carrefour Belgique fait partie du Groupe Carrefour, un des leaders mondial de la grande distribution. La Société teste actuellement la solution Connected Kitchen de Worldline, un objet connecté qui permet au consommateur de scanner ou d'enregistrer vocalement n'importe quel produit pour préparer sa liste de courses numérique (voir p. 31). Arnaud Lesne, Directeur de l'e-commerce alimentaire chez Carrefour Belgique, nourrit de grands espoirs autour de ce concept :



Arnaud Lesne

Directeur de l'e-commerce alimentaire,
Carrefour Belgique

Comment la Connected Kitchen s'articule-t-elle avec votre stratégie numérique ?

Arnaud Lesne : Ayant lancé sérieusement notre activité commerciale en ligne il y a moins de deux ans, nous pouvons dire que nous sommes nouveaux sur ce marché. Mais les choses évoluent vite dans le monde numérique et en Belgique, 68 % de la population possède déjà un smartphone. On approchera vite les 100 %. En 2016, 20 % des transactions par Internet devraient s'effectuer via un smartphone. Nous nous intéressons beaucoup aux solutions numériques et dans ce domaine, la solution Connected Kitchen est parfaite car c'est une manière d'inciter les consommateurs à passer progressivement du commerce offline au commerce online. Nous travaillons aussi beaucoup sur la réalité augmentée, un outil formidable pour stimuler les ventes en ligne.

Comment pourriez-vous présenter la Connected Kitchen ?

AL : J'ai l'intention de lancer une vaste opération de marketing autour de ce concept. Je veux développer l'aspect visuel, avec éventuellement toute une gamme de couleurs, et en faire quelque chose de vraiment unique.

Quels avantages apporte la Connected Kitchen ?

AL : Elle renforce la présence du commerçant au domicile du client - bien plus qu'une simple bouteille de jus d'orange dans le réfrigérateur portant notre étiquette. Le fait de l'utiliser incitera considérablement le consommateur à acheter dans un hypermarché Carrefour, un Carrefour Market, un Express ou au Drive, ce qui nous octroiera une part plus importante du budget alimentaire du ménage. Côté consommateur, c'est la solution parfaite qui lui évitera d'oublier des produits dont il pourrait avoir besoin ! Non seulement elle simplifie énormément le processus d'achat, mais elle est également plus rapide qu'une transaction commerciale en ligne.

Comment décririez-vous votre partenariat avec Worldline ?

AL : Worldline m'a vraiment ouvert les yeux sur les possibilités que nous offre le monde numérique et m'a inspiré un grand nombre d'idées lors d'un workshop innovation dans ses locaux à Bezons. Un lien étroit a été établi entre nos deux sociétés. Nous travaillons ensemble depuis plusieurs années sur différents projets, mais le commerce numérique est une nouvelle opportunité pour Carrefour Belgique ●





METRO

METRO : la « Connected Kitchen » au service du B2B



Pascal Peltier
Directeur marketing et communication,
METRO Cash and Carry

METRO Cash & Carry France teste le dispositif « Connected Kitchen » de Worldline, un petit objet connecté destiné à créer une liste de courses numérique. À l'origine, il était conçu pour un usage domestique (voir p. 31). Explications de Pascal Peltier, Directeur marketing et communication de METRO Cash & Carry :

Pouvez-vous nous parler de METRO France et de son secteur d'activité ?

Pascal Peltier : METRO est un grossiste alimentaire, présent dans 29 pays. Le chiffre d'affaires de METRO France s'élève à 4,1 milliards d'euros. L'entreprise possède 93 entrepôts, au service de commerçants indépendants, tels que des restaurants, boulangers, pâtisseries, charcutiers, traiteurs et épiciers. METRO a pour objectif stratégique de devenir le fournisseur préféré de ses clients, de développer la distribution multi-canal et d'exploiter au maximum la technologie numérique.

Comment la Connected Kitchen va-t-elle aider vos clients ?

PP : Nous commercialisons le dispositif à de petites entreprises qui ne possèdent pas les ressources financières et de gestion d'un grand groupe. Nos clients comptent sur nous, non seulement pour leur fournir les meilleurs produits, mais également pour leur offrir une solution complète. Nous souhaitons leur proposer la meilleure expérience possible et la Connected Kitchen est un service à valeur ajoutée qui nous permet d'être au quotidien sur le lieu de travail de nos clients, à la fois d'un point de vue numérique et physique. Cela les aide à effectuer leurs achats. Nous testons actuellement la Connected Kitchen sur notre site de Lyon, auprès de 30 clients issus de diverses catégories d'activités. L'objectif est de déterminer si cette innovation, présentée à l'origine comme une innovation B2C, trouve sa légitimité dans un contexte B2B, comme nous le pensons. Ce sont finalement nos clients qui en jugeront.

La Connected Kitchen va-t-elle s'articuler avec d'autres outils numériques ?

PP : METRO est désormais multi-canalet sa transformation numérique le rapproche encore plus de ses clients. Sa communication est particulièrement cohérente et personnellement adaptée au client auquel s'adresse l'entreprise. Nous pouvons désormais communiquer et interagir avec chacun d'eux individuellement, car nous disposons de données détaillées sur leurs activités spécifiques, leurs besoins et leurs historiques d'achats. La Connected Kitchen est le point de départ du parcours d'un client et ce parcours se poursuit dans l'entrepôt. La liste de courses numérique d'un client étant liée à notre base de données, dès son entrée dans notre entrepôt, nous pouvons lui proposer des offres ou des promotions ciblées ou bien des suggestions sur des articles qu'il se procure d'ordinaire chez un autre fournisseur. Avec une solution de localisation en intérieur iBeacon, nous pouvons l'informer des offres qui concernent des articles inscrits sur sa liste, disponibles en rayon.



Comment décririez-vous votre collaboration avec Worldline ?

PP : Je pense que nous sommes naturellement voués à travailler ensemble car nous partageons les mêmes valeurs. L'innovation, par exemple, est inscrite dans l'ADN des deux entreprises. Les équipes de Worldline sont très disponibles et très motivées pour comprendre notre métier. C'est un véritable plaisir de travailler avec elles ●



Le partenariat au service de la réussite

Powa : un partenariat pour dynamiser les points de vente



Powa Technologies est un spécialiste du commerce international qui se concentre sur les technologies de transformation et de redéfinition du marché de détail. La suite Powa inclut PowaWeb, une puissante plateforme de e-commerce dans le Cloud, PowaTag, une application de paiement innovante adoptée par plus de 1100 marques, et PowaPOS, une solution de point de vente sophistiquée et entièrement intégrée pour les commerçants. Jeff Dumbrell, Directeur Général de PowaPOS, Powa Technologies Ltd., nous parle du partenariat entre Powa et Worldline :



Jeff Dumbrell
Directeur Général, PowaPOS,
Powa Technologies Ltd

Pourquoi avez-vous collaboré avec Worldline pour promouvoir et commercialiser vos produits ?

Jeff Dumbrell : PowaPOS, première solution de point de vente destinée à répondre à la demande croissante de systèmes de paiement intégrés sur tablette, offre une prise en charge universelle pour tous les systèmes d'exploitation. Elle s'appuie entièrement sur ses partenaires revendeurs pour personnaliser et livrer ses produits uniques aux commerçants, qui sont les utilisateurs finaux. Worldline est un leader européen reconnu dans le secteur des paiements. C'est la raison pour laquelle nous accordons de l'importance à notre partenariat avec la société en tant que revendeur privilégié de solutions PowaPOS.

Quelle valeur ajoutée ce partenariat vous apporte-t-il ?

JD : La solidité des portefeuilles des deux sociétés permet d'une part à PowaPOS d'étendre sa présence géographique, en particulier en France, en Belgique, en Allemagne, au Moyen Orient et en Afrique, et d'autre part à Worldline de renforcer son offre de solutions. Notre collaboration va accélérer l'adoption de caisses enregistreuses sur tablette dans toute l'Europe.

Comment décririez-vous les capacités d'innovation de Worldline ?

JD : Worldline est un leader dans le secteur des paiements à un niveau industriel. Worldline associe avec succès ses capacités de sécurisation des paiements à des solutions toujours plus innovantes ●





Les Cousines de Léon : mise en valeur du comptoir

Les Cousines de Léon, situé à Lille, est un magasin qui vend principalement des articles de créateurs, notamment des articles de décoration pour la maison, des bijoux, des accessoires pour femme, des jouets et des articles de loisirs créatifs pour les enfants. Le magasin décrit le déploiement de la solution de caisse enregistreuse de nouvelle génération Worldline en 2014 :

Pour quelles raisons avez-vous fait appel à Worldline ?

Les Cousines de Léon : Nous souhaitons améliorer notre gestion des stocks et rationaliser le stock de nos trois magasins, y compris la boutique en ligne, afin d'obtenir une vision de notre stock en temps réel et de bénéficier d'une image précise de la rotation des produits. Une autre de nos préoccupations était de gérer automatiquement le millier de produits différents que nous avons enregistrés nous-mêmes, un par un, dans notre système. Nous saisissons les références des produits manuellement pour chaque vente.

Quelle solution vous a proposé Worldline ?

LCdL : Avec la solution de caisse enregistreuse de Worldline, chaque produit est enregistré à l'aide d'un code-barres afin d'éviter les erreurs de saisie. Cette solution nous permet de créer un catalogue de produits auquel nous pouvons accéder aisément sur la tablette et présenter aux clients. Le design moderne et ergonomique du support Powa T-series convient parfaitement à notre magasin et fait bon effet sur le comptoir. Tous les ports se situent sur la base pour une gestion optimale des câbles.

Dans quelle mesure cette solution vous a-t-elle aidé ?

LCdL : Plus qu'une caisse enregistreuse efficace pour des paiements rapides, la caisse enregistreuse Worldline facilite les ventes. Elle nous aide également à surveiller notre activité et à rationaliser la gestion des stocks. La gestion des commandes a également été améliorée et nous avons été en mesure de développer le catalogue de produits de notre boutique en ligne ●





Yapital : une solution de paiement multi-canal définit un nouveau standard

Yapital est la première solution européenne de paiement multi-canal par virement adaptée à tous les canaux : en boutique, mobile, en ligne et par facturation.

Afin de devenir la référence dans le domaine des paiements mobiles dans le monde, Yapital s'est tourné vers Worldline pour un déploiement auprès d'un large éventail de commerçants de toutes tailles. Première solution de paiement électronique multi-canal en Europe, Yapital opère à travers tous les canaux transactionnels, y compris les paiements en boutique, mobile, en ligne ou par facturation. La solution de Worldline permet à Yapital de fournir des opérations simplifiées, sécurisées et rapides. Ainsi, les utilisateurs peuvent s'inscrire en ligne et effectuer immédiatement un paiement, ou bien recevoir ou envoyer de l'argent à travers tous les canaux.

Au début de l'année 2015, Worldline a élargi son portefeuille en proposant Yapital en standard sur ses propres terminaux. D'un point de vue technique, les paiements de Yapital sont gérés via l'infrastructure de paiement carte de Worldline. La solution de Worldline permet également d'effectuer les paiements par smartphone.

“ La capacité d'innovation de Worldline nous a aidés à définir de nouvelles normes en permettant aux commerçants de moderniser facilement leurs opérations sur le point de vente. La coopération intensive entre nos sociétés a amené le paiement mobile là où les consommateurs en avaient besoin : dans leur vie quotidienne et sur le point de vente. La plateforme de paiement mobile de Worldline a d'ores et déjà été adoptée par certains de nos plus importants clients. ”

Niels Lohmüller
Directeur commercial,
Yapital



Delhaize : une nouvelle expérience d'achat en supermarché



Fabrice Delbusche
Retail Improvement Manager,
Delhaize Belgium

En tant que leader des paiements électroniques Worldline est un partenaire de confiance du réseau de supermarchés Delhaize Belgique depuis de nombreuses années. Forts de ce partenariat solide, Delhaize et Worldline ont uni leurs efforts lors d'une phase de validation du concept (Proof of concept) en amenant les paiements mobiles au supermarché (voir p. 33).
Fabrice Delbusche, Retail Improvement Manager, Delhaize Belgium, commente :

Dans quel contexte avez-vous collaboré sur ce projet ?

Fabrice Delbusche : Les smartphones et tablettes sont de plus en plus présents dans la vie des consommateurs modernes. L'expérience d'achat a complètement changé ces dernières années. Pour le consommateur, pouvoir choisir de payer par carte ou à l'aide d'un smartphone à la caisse du supermarché est la prochaine étape logique de cette évolution.

Quels sont les avantages pour les clients ?

FD : Il s'agit d'un projet vraiment unique. La solution de paiement mobile de Worldline nous permet d'offrir à nos consommateurs des paiements mobiles entièrement sécurisés en magasin. Des études révèlent que les titulaires de carte sont désireux d'utiliser leurs appareils mobiles pour tous les types de paiement. Ils considèrent que ce service est innovant et efficace. En proposant ce moyen de paiement à nos clients, non seulement nous offrons le plus vaste choix de moyens de paiement possible, mais nous renforçons également l'image novatrice de nos magasins.

Pourquoi la solution est-elle si attractive ?

FD : C'est la simplicité du système qui nous a convaincus : simple, rapide et intuitif, pour une expérience utilisateur optimale. Du point de vue du commerçant, nous avons compris l'importance des deux principes de base que Worldline applique depuis le départ pour développer cette solution de paiement mobile. Ces principes consistent, d'une part, à fournir la meilleure expérience possible à l'utilisateur final tout en garantissant un paiement régulier et sécurisé et, d'autre part, à limiter l'impact sur le commerçant en facilitant l'intégration des caisses enregistreuses électroniques et le processus de réconciliation.

Enfin, pouvez-vous nous parler de Delhaize ?

FD : En juin 2014, le réseau Delhaize Belgique comptait 862 magasins (supermarchés Delhaize, AD Delhaize, Proxy Delhaize, Shop & Go, Tom & Co et Red Market). Delhaize offre une expérience d'achat unique et un service de qualité, ainsi qu'un vaste choix de plus de 20 000 produits de qualité à des prix abordables. Les clients peuvent effectuer leurs achats en ligne sur delhaize.be et delhaizewineworld.com. Delhaize Belgique, qui a réalisé un chiffre d'affaires de 5 milliards d'euros en 2013 et enregistré une part de marché de 25,5 %*, emploie plus de 15 000 collaborateurs. Delhaize Belgique fait partie du groupe Delhaize, qui est présent dans huit pays sur trois continents et emploie environ 160 000 personnes. Fin 2013, le réseau du groupe Delhaize comptait 3 534 magasins dans le monde ●

*Source: AC Nielsen



Cineworld : une fonctionnalité pour les cinéphiles



Au Royaume-Uni, Worldline a aidé la chaîne de cinéma Cineworld à vendre son programme de fidélité « Unlimited » à ses clients, qu'ils soient dans la file d'attente ou dans le hall d'entrée du cinéma.

Un vendeur muni d'une tablette peut abonner rapidement un client : il lui suffit de prendre sa photo, de créer un compte, d'émettre une carte temporaire et de procéder à un paiement sur place par carte bancaire. L'appareil mobile léger multifonction effectue toutes les fonctions d'émission et de paiement. Il se connecte au système central qui gère ensuite l'adhésion ●

« Grâce à la carte Unlimited, les passionnés de cinéma disposent d'un accès illimité aux salles et peuvent recevoir des offres liées à l'actualité cinématographique. Son succès a été un facteur décisif pour la croissance de Cineworld. Worldline nous a fourni les moyens techniques pour nous permettre d'abonner des clients dès le hall d'entrée du cinéma grâce à une tablette. Cette solution permet aux employés d'aborder les clients de manière informelle et de leur présenter le programme Unlimited. Les premiers retours à partir des tests faits sur le terrain montrent une belle progression du nombre d'adhérents. Nous avons hâte que ce dispositif, qui a fait ses preuves, soit déployé à l'échelle nationale. »

Rod MacLeod

Directeur des activités commerciales
de Cineworld





La robotique aujourd'hui et demain

“ Ce marché de « rupture », qui en est encore à ses débuts, représente une percée en terme de communication. ”

La robotique est en passe de devenir un marché de grande consommation. Il existe déjà un marché important pour les aspirateurs robots, mais le véritable décollage se produira avec des terminaux connectés en ligne à un puissant serveur. Il existera quantité de robots de types différents, d'un simple écran sur une plateforme mobile jusqu'à des formes plus humanoïdes. Toutefois, le robot majordome apte à servir le thé relève toujours de la science-fiction à ce jour - pour des raisons de coûts ! La « téléprésence robotisée » s'annonce comme la véritable prochaine grande révolution.

LE ROBOT-AVATAR

La technologie de communication est telle à ce jour que deux personnes d'un bout à l'autre du monde peuvent converser et se voir par écran interposé. La prochaine étape consiste à ajouter du mouvement, via un robot de téléprésence mobile et connecté que l'on peut piloter à distance dans la maison de la personne à laquelle on s'adresse. Un robot de téléprésence consiste, pour l'essentiel, en un écran monté sur une base mobile, connecté à un serveur. Cette dimension de mobilité accroît le sentiment de « présence » pour les deux parties. Ce marché de « rupture », qui en est encore à ses débuts, représente une percée en terme de communication. D'ici à 5 ans, nombreux sont ceux qui posséderont ce type de dispositif à la maison.

DES APPLICATIONS INFINIES

Au-delà du côté social, nous travaillons également sur des services. Par exemple, vous pouvez avoir besoin des conseils d'un architecte ou de l'aide d'un expert en cas de lave-linge en panne. « L'appel de la maison » pourrait être passé grâce au pilotage d'un robot de téléprésence. L'éducation constitue également un vaste champ d'applications. Des expériences sont actuellement menées dans des universités où des personnes

handicapées, en incapacité de se déplacer, prennent des cours et profitent d'une vie sociale par le biais de robots de téléprésence. Des essais sont également en cours dans des musées qui font appel à des robots que l'on peut piloter à distance d'une salle d'exposition à l'autre, rendant possible la visite du musée depuis son fauteuil. Dans le contexte du commerce et de la distribution, un robot piloté et connecté pourrait prendre des commandes, prendre en charge des paiements, donner des conseils et assurer la vente. Toutes ces fonctions sont actuellement testées en situations réelles. Les possibilités sont infinies.

UNE EXPERTISE FONDÉE SUR LE CLOUD

La prise en charge des paiements électroniques ou, par exemple, de services de santé impliquant des données médicales reposera sur la solidité de la sécurité et sur la fiabilité de la connexion que seules des sociétés spécialisées comme Worldline peuvent offrir. Worldline est la première entreprise du genre à avoir manifesté un intérêt pour la robotique dans le Cloud, ce qui l'a conduite, en 2011, à se rapprocher de ma start-up dans ce domaine. Depuis, nous n'avons jamais cessé d'entretenir d'étroites relations ●



Bruno Bonnell

Bruno Bonnell est le fondateur d'Infonie, premier fournisseur d'accès à Internet en France, ainsi que des sociétés ROBOPOLIS et AWABOT, respectivement spécialisées dans les aspirateurs robots et les robots de téléprésence. Il dirige le Plan Robotique du gouvernement français afin de coordonner les actions entreprises dans la robotique. Il est également Président de Syrobo, une association qui représente le secteur de la robotique.



ROBOTS UNIVERSELS DE ROSSUM

En 1920, l'écrivain tchèque Karel Čapek a écrit une pièce de science-fiction baptisée R.U.R. C'est à cette occasion que le terme « robot » a vu le jour !





C'est l'expérience utilisateur qui prime pour nous lorsque nous développons des solutions innovantes de paiements numériques.



Mobility & e-Transactional Services

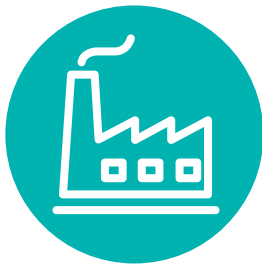
À l'heure où les technologies mobiles et du Cloud captivent le monde entier, les collaborateurs de Worldline explorent tous les moyens innovants disponibles, s'aventurant au-delà du paiement pour prendre en compte tous les aspects de la vie connectée, y compris la robotique.



Mobility & e-Transactional Services



Robotique : conserver une longueur d'avance



UNE PROUESSE TECHNIQUE

“ Pour mettre au point des robots qui interagissent sans interruption et avec fluidité avec les êtres humains, il faut mobiliser beaucoup de technologie, maîtriser de multiples compétences et sciences diverses, telles que le « Big Data ». Pour qu'une machine accomplisse ce qui paraît simple pour un être humain, il convient de réaliser un nombre considérable de calculs. Pour interagir intelligemment et faire des suggestions sous une forme acceptable par l'utilisateur, un robot doit saisir et échanger des informations très complexes, en analysant l'intégralité du contexte, y compris celui de la personne à laquelle il s'adresse. Depuis cinq ans, Worldline s'efforce de traduire cette vision pour en faire une réalité. Côté technique, les principales thématiques sont d'ores et déjà couvertes par notre R&D. Nous disposons de la base de connaissances nécessaires à toute construction future. ”

Frédéric Oblé
Responsable R&D,
High Processing and Volume

Worldline doit veiller à ce que son offre de services reste toujours « à la pointe de la technologie ». Pour la R&D, cela revient souvent à innover afin d'améliorer et d'affiner les approches et les technologies existantes. Mais cela peut également signifier prendre un nouveau virage qui peut se transformer ou pas en une réalité technologique et commerciale. C'est ainsi qu'en 2010, lorsque nous avons commencé à nous intéresser au domaine de la robotique, l'utilisation de celle-ci dans les paiements et services numériques associés avait précisément tout l'air d'une nouvelle direction. Elle ne devrait plus tarder à devenir réalité.

Pour rester compétitive sur le marché des paiements numériques et se maintenir comme l'une des forces avec laquelle il va falloir compter dans les années à venir, une entreprise doit penser à l'avenir et anticiper les changements quels qu'ils soient. Nos équipes de R&D sont donc en état d'alerte pour appréhender les nouvelles initiatives et découvertes technologiques. Nous investissons ainsi très tôt pour explorer toute nouvelle approche radicale susceptible de définir l'avenir de notre secteur et nous nous tenons prêts à intervenir dès que sonnera l'heure de mettre sur le marché une nouveauté d'un genre révolutionnaire.

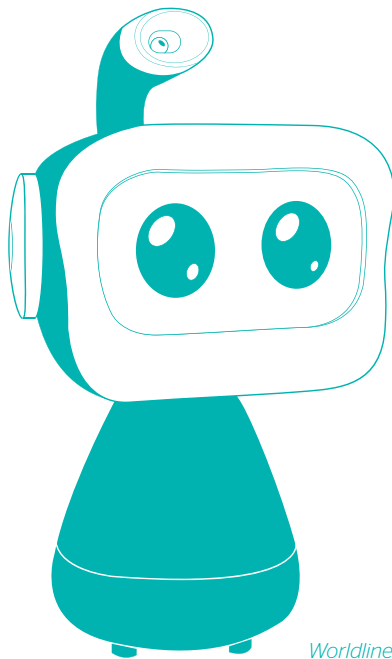
DE LA SCIENCE FICTION À LA RÉALITÉ

Il y a cinq ans, même si le marché n'était pas prêt, la capacité technologique à

effectuer des transactions de paiement sécurisées via un robot pouvait déjà s'envisager. La communication avec des terminaux connectés n'avait aucun secret pour nous, qui utilisions déjà une forme d'intelligence artificielle dans nos solutions de lutte contre les paiements frauduleux.

Tout comme les terminaux, les robots connectés eux aussi à un centre de données dans le Cloud pourraient donc exécuter, d'une nouvelle manière, les mêmes opérations qu'aujourd'hui.

L'Internet des Objets existe déjà. Mais donner à ces objets un supplément d'intelligence et des possibilités de mise en relation leur permettrait d'accéder à une nouvelle dimension. Les robots pourraient imiter les caractéristiques humaines, ou celles des animaux, en allant de manière proactive vers l'utilisateur, en exécutant des tâches, en proposant de l'aide, du conseil et des suggestions - le tout en se basant sur la capture de données de l'utilisateur en question.



Worldline Hyve

LE HACKATHON, VÉRITABLE MARATHON DES DÉVELOPPEURS DE WORLDLINE

Lors d'un « hackathon », des développeurs de tous bords se réunissent pour collaborer de manière intensive sur des projets logiciels. Du 24 au 28 novembre 2014, le Pôle PIXEL de Lyon (France) a accueilli un hackathon organisé par la R&D de Worldline, dont l'objectif était de parvenir à faire ressentir des émotions au robot Hyve afin d'enrichir l'interaction avec ses interlocuteurs. Les participants devaient ainsi l'amener exprimer des « émotions » face aux informations fournies et aux différents tons de voix qu'il analysait.

Plutôt que l'homme aille vers la machine, c'est l'inverse qui se produira, pour initier un échange ou une transaction.

UNE PREMIÈRE COLLABORATION

En 2010, la R&D de Worldline s'est rapprochée des deux gourous français de la robotique, Bruno Maisonnier d'Aldebaran Robotics et Bruno Bonnell d'Awabot. Nous cherchions des robots qui, une fois connectés à un puissant centre de données dans le Cloud, seraient capables d'interpréter des informations biométriques et d'établir une authentification forte, de façon naturelle et transparente. Comprendre les mécanismes de la robotique, et déterminer le positionnement de Worldline se sont avérés des opérations complexes.

En 2012, lors du salon innoRobo à Lyon, en France, nous avons présenté un premier prototype en collaboration avec Awabot, en toute modestie et avec succès, sur leur stand. Ce robot scannait les badges des visiteurs qui passaient sur le stand et, via le serveur vocal interactif de Worldline et une bannière sur un écran, accueillait ces personnes sur le stand en les appelant par leur nom.

CONCEPTION DE HYVE PAR WORLDLINE

Alors que nous avions au départ imaginé notre contribution uniquement dans le domaine des paiements, il nous est rapidement apparu évident que nous pouvions en toute autonomie, concevoir et fabriquer notre propre robot. Cela nous permettait en effet de monter en compétence sur le domaine

de la robotique, d'être confrontés aux problématiques des acteurs de ce secteur, le tout indépendamment d'un fournisseur. Le spécimen baptisé Hyve, a été créé au sein de notre FabLab interne, inauguré simultanément.

L'équipe des Ressources Humaines de Worldline en a fait une première démonstration publique, lors d'un forum de recrutement. Ainsi, les étudiants présents scannaient leur CV et répondaient à quelques questions, afin que le robot leur propose des offres d'emploi personnalisées. Cette initiative commune des équipes RH et R&D a été récompensée par un prix interne de l'innovation et nous avons ensuite commencé à présenter Hyve à des clients et prospects.

Dans le prolongement des travaux de développement de Hyve, nous avons identifié d'autres directions dans lesquelles nous pouvions nous engager et réaliser que nous pouvions développer d'autres objets connectés en nous appuyant sur notre expérience dans la robotique.

LE ROBOT MAJORDOME

À un stade précoce du projet, SOMFY, leader français des stores et volets motorisés et spécialiste de la domotique, a suggéré de connecter Hyve à ses objets domestiques, afin d'améliorer leur scénario et leurs possibilités d'interopérabilité.

En 2014, le démonstrateur de la solution Connected Home de SOMFY/Worldline, lauréat du trophée des objets connectés,

a suscité un vif intérêt lors de l'IFA, le salon de l'électronique grand public de Berlin. En effet, le robot apportait une nouvelle expérience utilisateur au travers d'une ergonomie plus interactive, de capteurs placés dans le robot capables de réagir au son, à la voix, à la gestuelle et à la luminosité. Connecté à une plateforme Cloud, Hyve pourrait nous aider dans notre quotidien, en commandant l'éclairage, l'ouverture et la fermeture des volets, et en exécutant différentes fonctions qui rendent la maison « intelligente ».

Convaincus de la convergence imminente des marchés de la domotique et des objets connectés, nous avons mis au point une offre de Connected Living afin de proposer de nouveaux services, pour plus de confort et de sécurité dans la maison. Il existe également un potentiel sur les marchés émergents de la télé-santé et du maintien à domicile pour les personnes en perte d'autonomie que nous avons pu identifier.

LE ROBOT CAISSIER

Des applications de paiement utilisant la robotique peuvent également s'inscrire dans le sillage de ces évolutions. Les capteurs embarqués d'un robot pourraient permettre d'identifier un utilisateur en toute certitude et réaliser une authentification forte, le tout avec le sourire ! Sur le plan technique, nous disposons déjà des compétences nécessaires pour que cela se réalise. Nous en discutons déjà avec nos clients. Cela deviendra réalité dès que le marché et les clients seront prêts ●

Les technologies digitales transforment notre vie quotidienne

Dans un monde de plus en plus « connecté », la Global Business Line Mobility & e-Transactional Services (MTS), accompagne la transformation digitale stratégique de ses clients en proposant une gamme de solutions conçues pour accélérer et améliorer les nouveaux services numériques autour du paiement. MTS est également un acteur clé de la dématérialisation des transactions et des procédures dans des domaines tels que l'administration publique, la santé, les transports, et bien d'autres encore.



Olivier Stuckens

Directeur de la Global Business Line Mobility & e-Transactional Services

NOTRE MONDE EN PLEINE MUTATION

“ L'informatique contextuelle réunit, traite et valorise des informations pour proposer des services personnalisés aux utilisateurs. L'expérience utilisateur et l'interface utilisateur connaissent un processus de transformation, à mesure que les objets connectés deviennent plus puissants et offrent un large éventail de services. Le développement des objets connectés suscite un réel intérêt de la part des consommateurs et pousse les acteurs du marché de l'industrie à entrer sur le marché et à développer une interaction permanente avec leur utilisateur. La robotique ne va pas tarder à franchir un nouveau pas dans le domaine de la vie connectée. Dans les villes connectées, les infrastructures seront gérées de manière intelligente et de nouveaux services fascinants seront proposés aux citoyens. Tout cela est déjà en marche. ”

Worldline est doté d'un positionnement unique, aucune autre société dont le cœur de métier est le paiement ne propose d'activités telles que MTS. Worldline place l'engagement utilisateur au centre de sa stratégie, ce qui lui permet de proposer des services d'avant garde, ciblés et simples d'utilisation quel que soit le canal utilisé. Ainsi MTS permet aux « consommateurs connectés » de bénéficier d'informations contextualisées qui lui facilitent la prise de décision dans de nombreuses situations. L'expérience utilisateur en est un élément clé.

DES DONNÉES CONTEXTUELLES QUI ACCOMPAGNENT LES DEPLACEMENTS

Une solution personnalisée et contextuelle peut consister à envoyer des conseils ou des informations sur un produit à un conducteur dans sa voiture connectée à la recherche d'un parking, d'un restaurant à proximité ou d'une assurance automobile. Avec la contextualisation des données disponibles sur un utilisateur, Worldline est en mesure de proposer des services personnalisés. Les voitures connectées en sont une belle illustration.

Dans une voiture connectée, les conducteurs accèdent à nos services via un tableau de bord de nouvelle génération, qui peut être programmé tactilement ou par reconnaissance vocale pour fournir des informations contextuelles. Ces informations peuvent, par exemple, se rapporter à la navigation, aux conditions de circulation, à la météo, ou à l'état du véhicule lui-même en indiquant le garage le plus proche si une intervention s'avère nécessaire. Il est également possible d'acheter et de télécharger de nouveaux services en un clin d'œil via la boutique d'applications du véhicule. Le service R-Link disponible sur certains modèles récents de voitures Renault, qui a reçu la mention « Meilleur système multimédia européen » octroyée par un cabinet-conseil indépendant, est conçu, développé et géré par Worldline.

Nous proposons également des solutions B2B de véhicules connectés destinées à des opérations de gestion de flotte - un domaine dans lequel la technologie actuelle vient à l'appui de nouveaux modèles économiques.

DES APPAREILS CONNECTÉS À SON DOMICILE

De plus en plus d'appareils électroménagers connectés sont d'ores et déjà disponibles sur le marché. Nos solutions de Connected Living conjuguent la gestion sur le Cloud de la connectivité de ces appareils et celle des services de back-office. Les utilisateurs peuvent contrôler leurs appareils ménagers via leur smartphone ou leur tablette lorsqu'ils sont absents de leur domicile afin de vérifier le contenu de leur réfrigérateur ou allumer le four pendant leur trajet de retour à la maison, etc.

Un jour viendra où les robots connectés seront monnaie courante. Ils feront office de majordome à domicile. Ils pourront exécuter des actions élaborées, notamment pour contribuer au maintien à domicile des personnes âgées ou à mobilité réduite. Nous avons chez Worldline déjà expérimenté ce domaine et nous avons développé notre propre robot à reconnaissance vocale, doté de capteurs de luminosité. Nous collaborons avec plusieurs partenaires sur cette thématique d'avenir.

NUMÉRISATION DES TRANSPORTS

Les grandes villes se développent rapidement et leurs infrastructures de transport vieillissantes sont souvent mises à rude épreuve. Worldline contribue à relever les défis qui se posent aux transports actuels en fournissant des systèmes et des technologies qui améliorent le trajet des passagers. Pour y parvenir, nous conjugons modularité et paiement, augmentant la fidélité des utilisateurs et l'efficacité opérationnelle. Nous offrons une large gamme de services comme la gestion des systèmes de billetterie, l'administration et la collecte des ventes de tickets, la gestion d'infrastructures ferroviaires ainsi que l'analyse des données des passagers.

Dans le secteur du transport, nous possédons une envergure mondiale et jouons un rôle moteur dans la livraison d'infrastructures de transport dans plusieurs régions du monde. Ainsi, au Royaume-Uni, Worldline garantit le fonctionnement de la majorité du réseau ferroviaire et des services de billetterie électronique. En Amérique du Sud, nous gérons la billetterie des réseaux de bus dans les grandes villes. En tant que pionniers du secteur du transport, nous investissons de manière significative dans les technologies de nouvelle génération.

TRANSFORMATION NUMÉRIQUE

Worldline fournit des services numériques à des instances gouvernementales leur permettant de transformer leurs interactions avec les citoyens. En numérisant les documents administratifs, Worldline améliore l'efficacité et la sécurité, au bénéfice de toutes les parties concernées. Parmi ses domaines d'expertise figurent des solutions de paiements dématérialisés, des services d'e-gouvernement, des services d'archivage et des solutions de péage automatisées.

médicales et des sites pédagogiques à vocation thérapeutique font également partie des services que nous proposons.

Worldline permet aux entreprises de dématérialiser les documents administratifs, les processus et les contrats tout en garantissant l'authentification des identités, la sécurité des transactions et des paiements, la conservation et l'intégrité des données, pour des services de numérisation sécurisés, simples et fluides.

En 2014
le chiffre d'affaires de
**Mobility
& e-Transactional Services**
s'est élevé à **379,4** millions d'euros
+5,1% par rapport à 2013

LE POUVOIR DU CLOUD

Par l'intermédiaire de nos clients tels que les opérateurs de télécommunications, la division e-Consommateur & Mobilité de MTS offre des services aux consommateurs basés sur le Cloud. Ceux-ci permettent aux abonnés de communiquer et de stocker des contenus numériques personnels, en toute simplicité et sécurité, à l'aide d'un terminal connecté.

Nous entendons également fournir des outils de contact multi-canal basés sur le Cloud pour améliorer la façon dont les entreprises gèrent leur service clientèle, leurs ventes et leurs interactions en matière d'assistance aux utilisateurs, via un centre d'appels, par SMS, par courrier électronique, par chat, par les réseaux sociaux ou via un smartphone ●

Nous fournissons également des services numériques aux établissements de santé, notamment en sécurisant les plateformes transactionnelles, à l'instar du traitement des feuilles de soins électroniques du système de la Carte Vitale en France. D'autres services tels que l'hébergement en toute confidentialité des dossiers médicaux, le partage et le stockage d'images médicales, les réseaux de partage de données





Objets et véhicules connectés : une nouvelle ère

here

HERE : améliorer l'offre pour les véhicules connectés

Leader dans le secteur de la navigation, de la cartographie et de la localisation, HERE s'est récemment associé à Worldline pour proposer des solutions de bout en bout pour les véhicules connectés. **Eric Fumat**, Vice-président des ventes de HERE, décrit cette coopération :



Eric Fumat
Vice President, Enterprise Sales

Pouvez-vous expliquer ce qu'est l'activité commerciale de HERE ?

Eric Fumat : Nous créons des cartes haute définition et les associons à la technologie du Cloud pour permettre à un grand nombre d'entreprises, de véhicules connectés et d'appareils de bénéficier de la localisation en temps réel. Notre objectif est d'offrir les meilleurs services de localisation et cartes du monde à partir de plusieurs écrans. Nous souhaitons transformer la façon dont les entreprises opèrent grâce à l'intelligence de la localisation.

Parmi vos équipes, lesquelles sont impliquées dans cette collaboration ?

EF : Worldline travaille avec nos équipes spécialisées dans les entreprises et véhicules connectés. Notre collaboration se concentre sur trois domaines. Le premier concerne les camions et véhicules utilitaires connectés. Worldline et HERE développent des produits de gestion de flotte qui fournissent aux entreprises des informations en temps réel et des statistiques. En travaillant avec Worldline, les entreprises peuvent optimiser la gestion efficace de carburant de leurs véhicules, réduire les émissions et améliorer la gestion de leurs opérations, tout en augmentant la sécurité de leurs conducteurs.

Le deuxième domaine concerne les véhicules connectés. Worldline optimise la plateforme HERE et son kit de développement logiciel mobile pour offrir une suite complète d'offres pour les véhicules connectés. Cela permet aux constructeurs automobiles de déployer efficacement les services connectés, tels que le trafic en temps réel et le stationnement, dans le monde entier. Des services tiers peuvent également être intégrés à cet écosystème de géolocalisation afin de rendre la conduite plus agréable.

Le troisième domaine se concentre sur les infrastructures connectées. En s'associant avec Worldline et HERE, les entreprises peuvent mieux surveiller leurs infrastructures fixes et mobiles, par exemple en avertissant les utilisateurs lorsque du matériel sort d'une zone définie.

Pourquoi avez-vous décidé de travailler avec Worldline sur les véhicules connectés ?

EF : Worldline et HERE se sont associés en 2013 pour développer des produits innovants et de nouveaux modèles commerciaux pour les véhicules connectés. Notre objectif est d'aider les constructeurs automobiles à se donner les moyens d'exploiter rapidement le potentiel des véhicules connectés. Les deux entreprises ont le sentiment que leurs domaines d'expertises respectifs sont très complémentaires. Worldline, en particulier, apporte une valeur nouvelle et innovante sur le marché des véhicules connectés et leur déploiement à l'échelle mondiale. Worldline apporte également une solide expérience dans le domaine des services transactionnels tels que le paiement en ligne. HERE amène 30 ans d'expérience dans la fourniture de services de cartographie et de localisation pour un large éventail de clients, y compris les principaux acteurs de l'automobile. Nos cartes sont intégrées à quatre systèmes de navigation sur cinq en usine en Amérique du Nord et en Europe.

Comment la collaboration entre HERE et Worldline s'est-elle développée en 2014 ?

EF : En 2014, Worldline a intégré les services de localisation de HERE à certains pilotes innovants développés pour les clients particuliers et professionnels du secteur de l'automobile. Ceux-ci ont été présentés lors de plusieurs événements. En 2015, nous allons bénéficier du déploiement de ces nouveaux produits auprès de nouveaux clients clés.

Comment décririez-vous les capacités d'innovation de Worldline ?

EF : Worldline apporte sa capacité à intégrer le matériel, les logiciels et le contenu dans une solution unique de bout en bout. Nous apprécions également la vision à long terme de Worldline et sa volonté d'investir pour faire évoluer les solutions intelligentes ●



MICHELIN® solutions : le camion connecté



MICHELIN est un acteur mondial de la mobilité : il fabrique des pneumatiques remarquables et offre une large gamme de services. MICHELIN® solutions a vu le jour en 2012. Son apparition tient à un désir d'innover en matière d'efficacité et de rentabilité des parcs de véhicules, en apportant des solutions qui ne se limitent pas à la fabrication de pneus.

En sa qualité de partenaire de confiance des gestionnaires de flotte, MICHELIN® solutions résout les problèmes liés à la mobilité au moyen d'une plateforme télématique mondiale unique pour véhicules de flotte connectés qui collecte et traite les données concernant le parc de véhicules de ses clients. Reconnaisant le savoir-faire technologique et l'attention que Worldline prête aux besoins de ses clients et partenaires, MICHELIN® solutions a choisi de lui confier le développement de ses solutions connectées en Europe.

L'offre innovante de MICHELIN® solutions, appelé EFFIFUEL™, vise principalement à contrôler la consommation de carburant. Elle utilise des solutions télématiques de pointe, forme les chauffeurs à l'éco-conduite et s'appuie sur EFFITIRES™ pour garantir une gestion optimale des pneus.



Avec la solution Connected Living pour véhicules de Worldline, MICHELIN® solutions peut apporter divers services à valeur ajoutée aux gestionnaires de flotte. Les données sont collectées par une unité installée dans le véhicule qui transmet des informations telles que la distance totale parcourue, la consommation de carburant, le comportement des chauffeurs (données relatives au freinage, au changement de rapports, à la vitesse et à l'accélération), la température et la pression des pneus, voire la géolocalisation. Ces informations quotidiennes revêtent une valeur inestimable pour les gestionnaires de flotte désireux d'optimiser la consommation de carburant de leur flotte ●

EEBUS : définition de normes en matière de vie connectée



En 2014, Worldline a rejoint l'EEBus Initiative e.V, la plus grande plateforme mondiale en termes de définition de nouveaux contenus pour l'Internet des objets et de prestations de services Cloud.

La plateforme à but non lucratif EEBus Initiative e.V. met en réseau les principales entreprises, associations et parties prenantes des secteurs de l'énergie, des télécommunications et de l'électricité en Allemagne et à l'international. Ses membres participent au développement conjoint d'EEBus sous la forme d'un concept de réseau ouvert, normalisé et orienté vers le consensus. En commençant par relier réseau et consommateurs, EEBus élabore une approche qui va au-delà de la maison et de l'immeuble intelligents pour proposer un concept holistique qui englobe la quasi-totalité des terminaux intelligents. La conjugaison de ses forces et de ses compétences ouvre la voie à un nouveau marché interdisciplinaire au service d'une connectivité intelligente. L'objectif est d'accroître l'efficacité énergétique, le confort et la sécurité au bénéfice des consommateurs, de la société, de l'environnement et de l'économie. Par sa participation active aux instances de normalisation, EEBus contribue à la modernité et à la durabilité des infrastructures de communication et fait la promotion des réseaux et de l'interopérabilité.

En travaillant avec EEBus, Worldline peut offrir des solutions de connexion à domicile modernes, capables de communiquer avec différents dispositifs de marque, des systèmes de sécurité et des solutions d'énergie intelligente. En d'autres termes, l'utilisateur peut facilement contrôler et surveiller tous les appareils de son domicile à l'aide d'une seule commande - par exemple, pour les allumer ou les éteindre. En se connectant à la solution d'énergie intelligente, il peut par exemple demander au lave-linge de se mettre en marche pendant les heures creuses ou lorsque le panneau solaire produit de l'énergie.

Le principal atout qui différencie EEBus tient au fait d'associer énergie, sécurité et appareils électroménagers intelligents. Par son intermédiaire, il devient, par exemple, possible de programmer une alerte en cas d'activation du système de sécurité de la maison (ce qui signifie normalement qu'il n'y a personne) en même temps que le four. L'utilisateur peut ensuite éteindre le four à distance, si nécessaire.

Worldline met ses connaissances du Cloud, du Big data et de la sécurité au profit de son offre de Connected Living et de sa plateforme d'activation de Connected Living pour l'Internet des objets. Sécurité et respect de la vie privée sont des éléments clés dans le contexte du foyer. L'expertise de Worldline dans ce domaine garantit aux consommateurs que leur maison et les informations s'y rapportant seront sécurisées.

Worldline entend se placer comme catalyseur pour permettre aux Opérateurs multi-services de proposer et monétiser les services et les applications pour la maison de différents prestataires de services. L'initiative EEBus offre des moyens d'interconnexion pour la plupart des protocoles les mieux établis tels que ZigBee, KNX et EnOcean. Elle deviendra un standard incontournable de la maison connectée et Worldline se réjouit d'en faire partie à l'échelle internationale ●





BSH : utiliser des appareils ménagers à distance

B/S/H/

En 2014, Bosch und Siemens Hausgeräte GmbH (BSH) a choisi Worldline pour déployer une solution permettant aux clients de surveiller et contrôler leurs appareils ménagers à distance. Ce nouveau service a été officiellement présenté lors du salon de l'IFA 2014 à Berlin en septembre. Il a été déployé en Allemagne et en Autriche en fin d'année.



Avec un chiffre d'affaires d'environ 10,5 milliards d'euros en 2013 et près de 50 000 collaborateurs, BSH est actuellement la troisième entreprise au monde dans le secteur des appareils ménagers. BSH possède 41 sites de fabrication et plus de 80 sociétés. Le Groupe est présent dans 47 pays à travers le monde.

La solution Home Connect permet aux clients de BSH d'utiliser leurs appareils à distance grâce aux puissants serveurs cloud et en utilisant une connexion Wi-Fi domestique classique. Cette solution offre une connectivité via des smartphones et des tablettes et repose sur un standard ouvert. Ainsi, il est accessible à de très nombreux fabricants d'appareils ménagers. Grâce à son expertise en traitement de transactions, Worldline a conçu cette solution et gère la plateforme cloud à laquelle sont connectés les appareils ménagers.

L'ambition de Worldline est de garder une longueur d'avance et d'anticiper les attentes de ses clients en matière de mobilité et de simplicité. Quel que soit le produit, Worldline peut le connecter, l'optimiser et accompagner ses clients dans leur processus de transformation numérique ●

Worldline et SOMFY : un prix de grande importance

somfy®

En juin 2014, Worldline et son partenaire SOMFY ont remporté un prix dans la catégorie « Maison connectée » lors des trophées des Objets connectés décernés pour la première fois en France. Ce prix vient récompenser le meilleur tableau de bord et le meilleur système de pilotage.

Connected Home est une démonstration de R&D dédiée à la robotique de service, via un robot qui accompagne les ménages dans leur vie quotidienne. Le robot apporte une nouvelle expérience utilisateur au travers d'une ergonomie plus interactive - son, voix, gestuelle, capteurs de luminosité - et plus intuitive pour interagir avec son domicile connecté. Le service est connecté à la plateforme domotique SOMFY Tahoma où le robot prend le relais pour commander l'ouverture des stores, le pilotage de la lumière et les différentes fonctions qui rendent la maison intelligente. Grâce au développement de capteurs et d'un Cloud robotique, son potentiel d'usage pourra s'illustrer dans les marchés émergents de la télésanté et du maintien à domicile des personnes en perte d'autonomie.

SOMFY est le leader mondial dans l'automatisation des ouvertures et fermetures de la maison et des bâtiments. Connected Home est une innovation de l'offre Connected Living de Worldline ●



DGEFP : I-milo - gestion de programmes destinés aux jeunes

En France, la Délégation Générale à l'Emploi et à la Formation Professionnelle (DGEFP) est chargée de la conception et de la mise en œuvre des politiques de l'emploi et de la formation professionnelle, en concertation avec les autres départements ministériels et les partenaires sociaux. Elle conduit et coordonne la mise en œuvre des dispositifs et en évalue les résultats. Elle assure également la gestion des programmes soutenus par le Fonds social européen en France. Worldline a fourni à la DGEFP des outils informatiques pour l'aider à gérer des programmes destinés aux jeunes, dans le cadre d'un projet baptisé « i-milo ». Laurent Durain de la DGEFP nous explique :



Laurent Durain
Responsable Mission de
l'informatique et des systèmes
d'information

Pour quel besoin avez-vous décidé de faire appel à Worldline ?

Laurent Durain : La DGEFP avait besoin de mettre en place une délégation de services public (DSP) en France. La DGEFP est rattachée au ministère de l'Emploi et c'était la première DSP dans le cadre d'un projet informatique pour le compte d'un ministère. Cette délégation concernait la mise en place d'un système informatique public pour les jeunes, destiné aux missions locales, qui sont des organismes qui accueillent les jeunes de 16 à 26 ans en demande d'insertion professionnelle. Après plusieurs mois de dialogue compétitif, Worldline a été chargé de concevoir un progiciel en mesure d'aider les 12 000 conseillers et les 500 structures du pays à assurer l'accompagnement de ces jeunes.

Quelles ont été les solutions fournies par Worldline ?

LD : Worldline a développé une application radicalement nouvelle, tout en conservant les données récupérées dans le précédent système. SIMILO, la société dédiée créée pour les besoins du projet i-milo, a pris en charge la conception, la réalisation et l'exploitation du système d'information. Des services ont également été mis à la disposition des missions locales pour leur donner accès à des applications telles que support, formation, animation de communautés d'utilisateurs, etc. La nouvelle application porte sur l'intégralité de la chaîne de valeur d'accompagnement des jeunes, depuis leur premier accueil jusqu'à la mise en place des mesures d'aide et d'emploi.

Quels ont été les résultats obtenus ?

LD : Depuis janvier, l'application est en phase de démarrage dans cinq missions locales. Nous sommes très satisfaits de ses performances, ainsi que de ses atouts en termes de conception et d'ergonomie. Nous n'allons pas tarder à la déployer à plus grande échelle pour que tous les utilisateurs puissent y avoir accès en 2015.

Comment évaluez-vous le professionnalisme de l'équipe Worldline ?

LD : Après des débuts difficiles, en raison de la complexité du projet, Worldline a mis sur pied une organisation spéciale qui lui a permis de livrer un produit de grande qualité. L'équipe technique de Worldline est d'un très haut niveau ; elle est capable de s'affranchir des barrières technologiques et de s'attacher à la valeur ajoutée au niveau fonctionnel. Notre programme a été conçu dans une perspective d'avenir et permet de décroiser les secteurs d'activité et de donner au conseiller une vision transversale sur ses dossiers ●





Le visage changeant du paiement



Kieran Hines

Kieran Hines, chef de service de l'équipe Technologie des services financiers d'Ovum, est responsable du programme de recherche dans les paiements pour les Banques de Détail, les Assurances et les Marchés Financiers.

Le secteur des paiements connaît une phase de transformation qui touche l'ensemble de la chaîne de valeur. Les progrès réalisés dans le domaine des technologies axées « consommateurs », l'exigence accrue des clients et la hausse de l'attention accordée aux évolutions réglementaires sont, entre autres, les moteurs de cette transformation. Néanmoins, les changements les plus importants se situent dans le commerce et dans l'influence de nouveaux entrants. En effet, l'utilisation de terminaux mobiles par les consommateurs a fait émerger de nouveaux modèles économiques et entraîne des changements au niveau des méthodes de commerce au sens large. Le commerce traditionnel « en personne » est en passe d'être remplacé par le commerce numérique ou par les méthodes de commerce influencées par le numérique, dans lesquels le support digital améliore l'expérience en magasin.

Ces opportunités ont conduit à l'arrivée de nouveaux entrants, porteurs de

“ Il sera essentiel de parvenir à un juste équilibre entre rapidité et sécurité pour rester compétitif. ”

nouvelles propositions de valeur pour les consommateurs, ainsi que de nouvelles perspectives pour une expérience client attractive. Les acteurs du commerce historiquement en place sont désormais contraints d'innover et de répondre aux attentes grandissantes des consommateurs, sous peine de perdre des parts de marchés. Les évolutions au niveau du wallet mobile/numérique auront un rôle décisif dans l'évolution de la chaîne de valeur sur les 5 ans à venir.

La part des transactions commerciales entièrement numériques ou utilisant des canaux numériques sur une partie du parcours d'achat progressera. La frontière floue entre les mondes physique et numérique exigera l'utilisation d'outils de paiement favorisant cette expérience, sans compter que les terminaux mobiles et autres appareils portables intelligents commenceront à représenter la majeure partie des démarches de paiement de détail.

LES NOUVEAUX ENJEUX

La gestion des risques, notamment en matière d'authentification, sera un immense enjeu. Les consommateurs utiliseront les outils de paiement les plus pratiques ou les plus économiques, notamment au niveau de l'authentification. Il sera essentiel de trouver un juste équilibre entre rapidité et sécurité pour rester compétitif.

Les développements autour de la tokenisation seront importants, particulièrement si on fait référence aux méthodes de paiement basées sur HCE

et du NFC. En effet, cela peut redéfinir entièrement l'expérience d'achat

Pour les commerçants, le rythme du changement entraînera la nécessité de disposer d'une gamme plus large d'outils de paiement afin de s'adapter à l'éventail grandissant des solutions de paiement.

LA PRÉDOMINANCE DU POINT DE VENTE

Les grandes réflexions relatives à l'univers des paiements tournent aujourd'hui autour du point de vente. Le lancement d'Apple Pay a agi en tant que catalyseur de l'évolution de la communication NFC mobile, et conduira à d'immenses changements sur le marché des paiements. Cela stimulera l'innovation au niveau des wallets mobiles/numériques avec des offres de fidélité émergentes qui seront la clef de différenciation.

L'intérêt pour les virements, particulièrement ceux basés sur les virements immédiats, est une autre tendance clé. Permettant aux consommateurs de payer en temps réel, avec des fonds disponibles, ce moyen de paiement peut changer significativement l'expérience en point de vente.

La progression du commerce numérique et la rapidité d'exécution des achats agiront sur l'authentification des paiements pour la rendre de plus en plus invisible. Les données biométriques et de localisation seront intégrées dans les processus plus larges de décision de paiement, dans une optique de rationalisation du processus de paiement ●

Aujourd'hui, nos efforts d'innovation pour le secteur financier se concentrent principalement sur le paiement mobile.





Financial Processing & Software Licensing

Le confort et la simplicité des paiements mobiles entraînent de nouveaux risques en matière de sécurité. Les experts de Worldline consacrent leur génie technologique à aider les banques et les institutions financières à relever le défi.



Financial Processing & Software Licensing



Paiement mobile : une sécurité maximale au moindre coût

L'utilisation croissante de terminaux mobiles pour s'acquitter de biens et de services est l'une des facettes de la transformation numérique. Worldline est au premier rang dans la course à l'exploitation des technologies permettant de rendre cela possible, d'améliorer la sécurité des transactions, de développer des applications innovantes et de réduire les coûts.



PLUS PROCHE DU CLIENT

« La R&D de Worldline est composée d'une équipe, flexible et très ouverte. Nous travaillons en étroite collaboration avec les équipes opérationnelles, qui sont le premier point de contact avec les clients et le marché, en les accompagnant par exemple à des réunions avec les clients. La R&D et les Opérations travaillent en étroite collaboration et ont des échanges permanents, tant de manière formelle qu'informelle, sur les besoins de nos clients et nos solutions. Cela nous aide à proposer des solutions et résoudre rapidement les problématiques. »

Jean-Claude Barbezange
Responsable R&D,
Trusted Services

Les avantages du paiement mobile s'accompagnent inévitablement de risques, qui imposent une innovation continue au niveau de l'authentification des utilisateurs afin de lutter contre les fraudeurs et de mieux sécuriser les paiements. En 2010, suite à notre participation à un projet collaboratif d'étude de l'authentification par identité numérique, nous avons entrepris le développement de notre propre solution de sécurité des paiements par authentification forte, en travaillant avec des sociétés de cartes bancaires et des établissements financiers. L'objectif était de développer un logiciel d'authentification forte, gage d'un niveau élevé de sécurité des paiements effectués à l'aide d'une application logicielle mobile en communication avec un serveur Cloud, plutôt qu'à partir d'une carte SIM. L'utilisation d'une carte SIM, « l'élément matériel sécurisé », suppose un modèle économique plus complexe.

L'authentification à partir d'un mobile implique traditionnellement un code PIN dans le téléphone - lequel peut être dérobé par un pirate. Un système dans le Cloud n'exige ni code PIN ni mot de passe stocké dans le terminal mobile. Dans la solution proposée par Worldline, lorsque l'utilisateur saisit son mot de passe, un dispositif de cryptographie le transforme et l'envoie à un serveur, qui authentifie l'utilisateur.

Notre objectif était de rendre notre solution aussi économiquement viable que possible. D'ores et déjà, l'absence de carte SIM simplifie l'écosystème. Notre

solution est facile à déployer, à améliorer et relativement peu onéreuse. Worldline a développé et breveté cette innovation dès 2012 et signé avec des clients en 2013 en vue d'un déploiement en 2014. Ceci démontre la capacité de notre R&D à s'emparer des sujets et les mettre rapidement en œuvre.

TECHNOLOGIE HCE UN DEPLOIEMENT RAPIDE

La technologie NFC permet d'effectuer des transactions « sans contact » sur simple présentation d'un smartphone à proximité du terminal de paiement.

Jusqu'à une date récente, cette possibilité nécessitait la présence d'un « élément sécurisé » (une carte SIM) dans le terminal. En octobre 2013, Google a mis sur le marché une version du système d'exploitation de son smartphone qui a rendu possible les applications sans contact en l'absence d'une carte SIM, en utilisant une API Android. Cette technologie, baptisée Host Card Emulation (HCE) ou émulation de cartes hébergées, permet aux émetteurs de l'application de gérer leurs identifiants en toute indépendance, en s'affranchissant de l'implication d'un tiers.

Dès le début 2014, nous avons déjà mis au point une solution et testé un démonstrateur HCE en conditions réelles. Au mois d'avril, notre solution a reçu un prix lors du salon PayFORUM en France. Lorsque VISA et MasterCard font paraître leur cahier des charges HCE, nous étions prêts à leur soumettre notre solution en Europe et en Asie, avant la plupart de nos concurrents et à peine 9 mois après l'annonce faite par Google.

LA SÉCURITÉ PAR LE « CONTEXTE »

Nos équipes R&D travaillant sur la sécurité du portefeuille de paiements mobiles s'attachent particulièrement à l'évaluation du risque au moment précis de la transaction. Pour cela, nous nous appuyons sur les données contextuelles en provenance du terminal mobile, dont « l'empreinte digitale » peut être reconnue à distance. Ces données illustrent le comportement habituel de l'utilisateur ainsi que des informations de géolocalisation sur le dernier achat effectué, la présence de l'utilisateur dans un lieu de « confiance » et l'éventuelle présence d'amis. Les anomalies détectées peuvent révéler le niveau de risque attribué à une transaction. Si le terminal est physiquement proche de celui du partenaire ou d'un ami de son propriétaire, il n'est probablement pas volé et le niveau de risque est faible. Si on observe une transaction à Londres le matin et une autre à Montréal le jour suivant, le risque est plus élevé que si la nouvelle transaction avait eu lieu dans le métro de Londres. Dans ce cas, plusieurs authentifications plus fortes peuvent être exigées.

Nous nous efforçons en permanence de repousser plus loin les limites de la sécurité contextuelle, tout en respectant le droit au respect de la vie privée des personnes. En Europe, de nouvelles lois

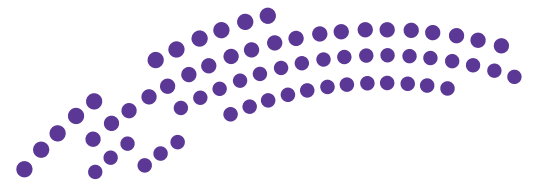
LA CRYPTO-MONNAIE

La crypto-monnaie est une forme de monnaie électronique. Cette monnaie n'est actuellement émise ni par un pays ni par une banque centrale. C'est un support d'échange qui s'appuie sur la signature cryptographique pour sécuriser des transactions et maîtriser la création de nouvelles unités de compte. Bitcoin est la forme de crypto-monnaie la plus connue.

ont été votées pour protéger la vie privée des personnes et, dans les solutions proposées par Worldline, les données personnelles provenant du terminal envoyées à un serveur sont anonymisées et ne peuvent pas être tracées ni utilisées à des fins de marketing.

L'EXPÉRIENCE UTILISATEUR

Notre R&D s'attache à permettre de simplifier les paiements, à les rendre plus rapides, plus souples et plus sécurisés dans le cadre d'une expérience utilisateur où chaque aspect de la démarche d'achat est lié. Ceci comprend à la fois le repérage sur Internet jusqu'au service après-vente et au marketing, en passant par le choix et le paiement des produits en magasin. Demain, faire la queue à la caisse ou fouiller dans son sac pour retrouver sa carte bancaire ou son smartphone afin de payer ses achats, seront des gestes du passé. L'authentification biométrique de votre corps ou votre montre vous permettront de garder les mains libres et le paiement sera instantané. Vous pourriez même vous retrouver à payer avec l'aide d'un gentil robot ●



UNE NOUVELLE APPLICATION HCE

En 2014, nous avons imaginé une application par laquelle le client d'un restaurant ou d'un hôtel peut donner son avis sur l'établissement à partir de son smartphone au moment même du règlement. Les avis des clients sur Internet peuvent en effet être fictifs et avoir été publiés par des imposteurs pour causer du tort à des concurrents ou valoriser artificiellement les mérites d'une entreprise. L'innovation de Worldline, primée lors du salon CARTES 2014 en France, garantit le caractère authentique des avis ainsi émis en faisant un lien avec la transaction, prouvant ainsi que l'auteur d'un commentaire a vraiment consommé le bien ou service évalué.



Les technologies pour un monde en mutation

Centrée sur le traitement des paiements, la Global Business Line Financial Processing & Software Licensing (FPL) de Worldline aide les établissements financiers à gérer tous les aspects liés à leur activité de paiement. Fort de ses connaissances historiques approfondies dans ce domaine complexe et d'une richesse technologique impressionnante, Worldline occupe une position de leader dans l'écosystème des paiements en Europe continentale.



Wolf Kunisch

Directeur de la Global Business Line Financial Processing & Software Licensing

TENDANCES ET OPPORTUNITÉS

“ Les tendances en faveur du paiement en ligne, du paiement par Internet et de la mobilité sont actuellement de puissants vecteurs de changement. Le paiement mobile, dont le développement nest devenu significatif qu'en 2014, sera une tendance majeure en 2015. Les évolutions réglementaires auront également une influence majeure. Les évolutions des modèles économiques qui en découlent sont en effet l'occasion pour nous de développer de nouveaux services sur la base de ce que nous avons déjà pu observer en matière de mobilité, de paiements par Internet et, par exemple, de prévention de la fraude. La fraude est davantage présente dans les contextes de paiement en ligne et de paiement mobile. Ces deux modes de paiement connaissent une progression rapide et la sensibilité au coût de la fraude est dorénavant bien plus élevée du fait de la concurrence accrue et de la baisse des commissions d'interchange. En somme, les institutions financières ont plus que jamais besoin de nos services pour survivre et résister à la concurrence. ”

Une part importante de notre activité FPL consiste à fournir la technologie complexe et l'expertise permettant aux banques d'émettre des cartes de crédit et de débit. L'année 2014 a été marquée par le renouvellement de plusieurs contrats pour plusieurs années dans le traitement des transactions de paiement en Allemagne et en Belgique.

Nous fournissons également des services de pointe aux acquéreurs. Ces derniers sont des banques spécialisées et des sociétés qui soutiennent les commerçants en acceptant et en traitant des paiements par carte émanant de banques émettrices appartenant aux schémas cartes telles que Visa, Mastercard et Diner's Club. Dans les cas concernant à la fois le traitement de l'acquisition et de l'émission, nous sommes en mesure de proposer une offre complète de services en vertu de laquelle nous nous chargeons de toutes les fonctions pour le compte de la banque. Nous proposons également à nos clients des solutions modulaires et fournissons des services à valeur ajoutée et innovants.

Worldline est un leader du traitement de l'acquisition en Inde et l'un des principaux acteurs dans les services de paiement de bout en bout, émission et acquisition, en France, dans les pays du Benelux et en Allemagne.

SERVICES DE BANQUE EN LIGNE ET PAIEMENTS EN LIGNE (OB&P)

Worldline propose des solutions de paiement permettant d'effectuer des transactions par Internet qui autorisent un consommateur à effectuer un règlement sécurisé sur un site marchand, non pas en utilisant une carte, mais en étant dirigé vers son compte bancaire en ligne afin d'effectuer un virement. Notre Global Business Line FPL est très présente dans l'univers du

En 2014
le chiffre d'affaires de
**Financial Processing
& Software Licensing**
s'est élevé à
396,1 millions d'euros
+1,4 % par rapport à 2013

paiement en ligne en France, dans les pays du Benelux et en Allemagne et notre clientèle est principalement composée de banques. Nous traitons en particulier toutes les transactions de la principale solution de paiement OB&P sur Internet aux Pays-Bas, connue sous l'appellation iDEAL. FPL gère les services de banque en ligne et fournit également des solutions pour accompagner la transformation digitale des banques.

L'ANNÉE DES PAIEMENTS MOBILES

Pour FPL, l'innovation marquante en 2014 a été le lancement réussi d'une offre complète de paiement mobile. L'atout de Worldline a consisté en l'exploitation de notre propriété intellectuelle unique en Europe en créant une seule plateforme générique pour le traitement de nos offres de wallet, d'authentification forte et de paiement mobile NFC utilisant la technologie HCE (« Host Card Emulation »). Nous avons lancé ces offres avec succès dans plusieurs pays européens en personnalisant chacune d'entre elles en fonction des spécificités des différents pays, en ajoutant le bénéfice d'économies d'échelle.

Au cours de l'année, nous avons lancé ou initié des projets de wallets de paiement dans les trois principales zones géographiques européennes, avec Paylib en

France, Bancontact/Mistercash en Belgique et MasterPass en Allemagne. Dorénavant, cette plateforme générique prend également en charge l'offre d'authentification forte de Worldline, déjà active en France et en Belgique, ainsi que l'offre Worldline Mobile NFC Payments (HCE), proposée en pilote en France et en Allemagne depuis début 2015.

NORMES ET RÉGLEMENTATION

Les évolutions réglementaires en Europe nous imposent de modifier significativement les systèmes que nous exploitons pour notre clientèle bancaire. SEPA (« Single Euro Payments Area »), l'espace unique de paiements en euros, est une initiative d'intégration des paiements au sein de l'UE qui vise à simplifier les virements bancaires en euros. L'an dernier, des normes nationales relatives aux virements et aux débits directs sont devenues des normes SEPA. Parmi les évolutions réglementaires prévues en 2015 figurent notamment la fixation des commissions d'interchange pour les transactions de paiements par carte par la Commission européenne et la Directive sur les services de paiement (DSP2), qui régit l'accès des tiers aux informations sur les comptes bancaires.

Certaines de ces évolutions obligeront les banques à repenser leur modèle économique et à imaginer de nouveaux leviers pour se démarquer et optimiser leurs revenus au maximum. Pour y parvenir, elles ont besoin d'un partenaire très réactif et innovant, qui peut les accompagner dans leurs activités en leur fournissant une technologie puissante. Nous bénéficions d'une envergure et d'un ancrage géographique qui nous permet d'apporter des innovations dans de multiples géographies à des tarifs compétitifs et dans des délais très courts.

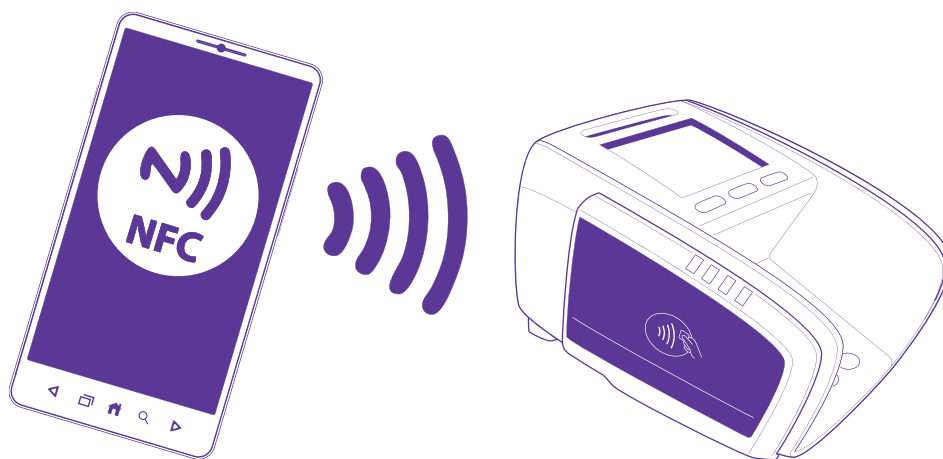
LICENCES DE SOLUTIONS DE PAIEMENT

Pour les sociétés qui veulent exploiter leur propre solution de paiement sur la base des logiciels Worldline, notre Global Business Line FPL propose des solutions globales qui sont concédées sous licence en tant que produit logiciel, par exemple sous la dénomination Worldline Pay. Dans ce domaine nous bénéficions d'une position solide en Allemagne, ainsi qu'en Europe centrale en Europe de l'Est et dans la région Asie-Pacifique. 140 entreprises et organisations à travers le monde font actuellement appel aux solutions sous licence de Worldline ●



MARGE DE PROGRESSION

Pour FPL, il existe un fort potentiel de croissance en Europe, notamment en Espagne, aux Pays-Bas, au Luxembourg, au Royaume-Uni, en Irlande, dans les Pays nordiques, en Europe centrale et de l'Est. Bien que déjà implanté dans ces pays, Worldline dispose encore d'un potentiel de développement important, en raison notamment de la transformation en cours des opérateurs existants.



Paiement HCE avec YOMANI™

GRANDS PROJETS DE R&D

Le projet d'analyse de données industrielles « Industrial Data Analytics » (IDA) est un programme cofinancé par Siemens visant l'utilisation du « Big Data » (la détection de schémas récurrents dans de très gros volumes de données). L'un des résultats attendu de ce projet est la capacité d'identifier de nouveaux schémas signalant des fraudes pour en améliorer la prévention. Les équipes R&D s'occupent également du projet de gestion de la relation client (« Customer Relationship Management ») CRM360. Celui-ci s'attache à exploiter les données de paiement en permettant aux banques de proposer à leurs clients des offres ciblées.

Tenpay : faciliter le financement du microcrédit



Gavin Du

Directeur Adjoint Produits de financement, Tenpay

En Chine, Worldline a conçu une solution personnalisée sur Internet pour la filiale de Tencent située à Shenzhen : Tenpay Network Finance MicroCredit Co. Limited.

La société propose des solutions de microcrédit, de crédit à la consommation ainsi que des produits de financement pour les chaînes logistiques d'entreprise via Internet. Elle avait besoin d'un système de gestion de compte de crédit pour son activité de microcrédit en ligne. Ce système devait être simple et flexible pour son large éventail de produits de crédit.

Gavin Du, Directeur Adjoint Produits de financement de Tenpay, a exprimé la satisfaction de sa société au sujet de la solution de Worldline.

“ L'équipe a procédé à une analyse approfondie de nos besoins ; nous avons évoqué ensemble d'éventuelles solutions et personne n'a ménagé son temps pour que le travail soit exécuté selon le calendrier prévu. Worldline est une entreprise désireuse d'explorer de nouveaux domaines, notamment celui de la finance par Internet. L'équipe nous a apporté un soutien efficace et a proposé des solutions constructives pour dépoussiérer les modèles économiques en vigueur dans le secteur financier traditionnel et leur appliquer des idées nouvelles. ”





FGDR : une solution sur mesure à caractère unique



Le Fonds de Garantie et des Dépôts et Résolution (FGDR) est un organisme d'intérêt général français, fondé sous l'égide de l'Union européenne en 1999. Sa mission consiste à protéger les clients en cas de défaillance de leur établissement bancaire, en indemnisant les déposants ou en fournissant une aide à la banque en difficulté. Worldline fournit une solution informatique pour gérer les obligations d'indemnisation des clients du FGDR. Pierre Dumas, Directeur des Opérations du FGDR, nous explique :



Pierre Dumas
Directeur des Opérations, FGDR

De quoi le FGDR avait-il besoin ?

Pierre Dumas : Les crises financières de ces 10 dernières années ont entraîné un durcissement de la réglementation qui régit l'indemnisation des déposants, notamment concernant les montants et les délais. Contraint d'adapter ses procédures et ses outils, le FGDR a lancé un appel d'offres pour trouver une solution, en s'adressant aux principaux acteurs du monde de l'informatique appliquée aux secteurs bancaires et de l'assurance. En 2013, Worldline a gagné l'appel d'offres de ce projet ambitieux. Sa proposition consistait, en partant de zéro, à bâtir une solution complète de type « Build to Run » (de la construction à l'exploitation), qui soit personnalisée et financièrement attractive, dont la livraison aurait été confiée à une équipe de projet unique et dédiée. En avançant dans les soutenances, les solutions à base de progiciels bancaires et assurance ont rapidement montré leurs limites en regard de nos besoins fonctionnels atypiques. Le système envisagé par Worldline avait la souplesse nécessaire pour répondre aux besoins fonctionnels et peu usuels du FGDR. La clarté de l'offre nous a conduits à anticiper sur la fluidité des échanges et du déroulement du projet - et nous y sommes visiblement parvenus.

Cette solution était-elle entièrement nouvelle ?

PD : Certains actifs de Worldline, déjà testés et éprouvés, ont été repris. C'est notamment le cas de SmartData, qui fournit un traitement des dossiers des déposants plus flexible et une capacité de traitement plus grande, du Worldline Push, qui permet de prendre en charge les notifications multi-canal des déposants, de la plateforme EFS pour la gestion des virements et des relations avec notre banque et, enfin, de l'offre de reporting de Worldline. La solution d'ensemble n'en demeure pas moins unique et sa conception a été tout spécialement pensée pour le FGDR.

Quelle est votre impression vis-à-vis de l'équipe Worldline ?

PD : Tout au long du projet, j'ai été impressionné par sa compétence technique et ses capacités de conception. J'ai également été très sensible à l'attention accordée à nos besoins, ainsi qu'à l'implication et au professionnalisme à toute épreuve de ses membres. L'équipe de Worldline a fait preuve d'un grand sens de l'anticipation lors de l'élaboration du cahier des charges, en proposant des solutions fortes et innovantes en termes de processus, de fonctions et d'ergonomie. Elle a su faire preuve de souplesse et de capacité d'ajustement lors des phases de conception et de développement afin de répondre aux modifications apportées au cahier des charges. Cela se reflète dans la stabilité et la flexibilité de la solution mise en place.

La gestion du projet par Worldline a-t-elle été satisfaisante à vos yeux ?

PD : Les délais ont été respectés et nous avons tous été impressionnés par la qualité de la production à toutes les étapes du projet. Conformément au planning initial, le portail est entré en production dès le mois de janvier 2014, permettant aux banques de déposer les dossiers des clients pour leur vérification par le FGDR. A mi 2014, une première version a été installée, permettant d'indemniser les plus petites structures et en février 2015, notre système industriel est entré en production et est en capacité désormais de prendre en charge d'importants volumes d'indemnisation. Une nouvelle réglementation européenne sera adoptée en 2016, induisant une évolution significative de notre SI, et c'est avec plaisir et confiance que nous poursuivrons ce projet aux côtés de Worldline ●



Bank of India : une relation inscrite dans la durée

Worldline est un partenaire de longue date de Bank of India. Cette collaboration s'opère dans le domaine du traitement acquéreurs, des cartes de crédit, des cartes prépayées et de la gestion des cartes de débit.

“ Avec plus de 4 500 agences en Inde et plus de 50 à l'étranger, Bank of India est l'une des plus grandes banques du secteur public en Inde. Nous travaillons actuellement avec Worldline à la mise en place de la solution de surveillance en ligne en temps réel ; elle permettra de contrôler plus de 250 millions de transactions par an sur l'ensemble des circuits d'acceptation et d'émission de Bank of India. Nous privilégions ces relations et espérons dans le futur travailler ensemble sur davantage d'offres innovantes, en réservant une place centrale aux besoins des clients de Bank of India. ”

V. Vishwanathan

Directeur Général, canaux de livraison alternatifs,
Bank of India





Société Générale : la banque mobile sous son meilleur jour



Créée en 1864, Société Générale est une des principales banques françaises, avec 32 millions de clients à travers le monde et près de 150 000 collaborateurs. Pionnière dans les domaines de la distribution mobile et par Internet, elle développe en permanence tous les aspects de ses solutions bancaires multi-canal. Société Générale apprécie son partenariat actuel avec Worldline pour le développement de solutions mobiles :



Olivier Chedeville

Directeur stratégie digitale,
expérience client et réseaux sociaux



**Appli Société Générale
élue meilleure application
mondiale bancaire
en 2014 dans la catégorie
des applications
« tout en un » par le cabinet
MyPrivateBanking Research**

En 2014, quel a été le fait marquant de votre collaboration avec Worldline ?

Olivier Chedeville : Après le lancement en 2010 de la première version de l'application mobile bancaire de Société Générale développée par Worldline, nous avons régulièrement ajouté des fonctionnalités, jusqu'au lancement, en 2014, de notre service Pass Sécurité. Directement intégré dans l'application, ce service simple et rapide pour réaliser des transactions via un smartphone, permet au client de valider des transactions de compte courant comme l'ajout d'un compte bénéficiaire pour un virement, un paiement 3-D Secure, l'utilisation de notre Wallet Paylib ou encore notre service « Transfert par SMS ». La sécurité étant un des piliers de notre métier, nous avons apprécié l'expertise d'un partenaire fiable, capable de nous apporter un soutien rapide et efficace.

Pourquoi avoir choisi Worldline pour vos solutions mobiles ?

OC : Worldline fait preuve de rigueur et d'une grande fiabilité dans la gestion de projets complexes. La société peut rapidement réagir aux défis qui s'imposent à nous ; en d'autres termes, elle nous aide à tenir les délais. Worldline se distingue de ses concurrents pour sa maîtrise de la sécurité de haut niveau, ce qui est fondamental dans le secteur bancaire. Worldline s'appuie sur des profils experts et des solutions techniques « maison » qu'il déploie en un temps record pour ses clients. Pass Sécurité repose sur l'une d'entre elles.

Quel effet cela fait-il de travailler avec Worldline ?

OC : Au quotidien, nos interlocuteurs chez Worldline sont des techniciens qui comprennent parfaitement nos problématiques métiers. Un directeur de projet nous est dédié depuis nos débuts en 2010, ce qui ne manque pas d'enrichir la qualité de nos échanges. Au fil des années, nous avons conçu des méthodes de travail toujours plus efficaces et flexibles. Aujourd'hui, en cas de besoin imprévu au cours d'un projet, Worldline l'intègre au processus dans les délais optimaux. La Société possède un atout considérable à cet égard : elle allie la flexibilité et le dynamisme d'une start-up, deux qualités qui ne sont pas évidentes dans les organisations de cette envergure. Dans notre secteur en pleine mutation où les banques rivalisent d'idées pour offrir les innovations les plus performantes, le partenariat avec Worldline est réellement précieux pour Société Générale. Leurs équipes, connectées en permanence à l'univers digital, nous tiennent informés des tendances. Nous sommes alors en mesure d'étudier les opportunités qu'elles peuvent nous soumettre. Nos interlocuteurs encouragent la créativité de façon proactive et privilégient des approches innovantes à tous les niveaux. Cette proximité et la fluidité des échanges entre nos équipes sont indispensables dans notre métier ●



Paylib : rationalisation du paiement électronique et mobile



Paylib est un service de paiement multi-canal pour le e- et m-commerce proposé par les banques françaises BNP Paribas, La Banque Postale et Société Générale.

Le service utilise la solution de portefeuille électronique de Worldline pour permettre à un utilisateur d'effectuer un achat par carte bancaire à partir d'un ordinateur, d'une tablette ou d'un smartphone, sans avoir à saisir les informations relatives à la carte (numéro de carte, date d'expiration et CVV). Il suffit de disposer d'un code personnel simple et d'une adresse électronique pour effectuer un paiement. Facile d'utilisation, sans-couture et sécurisé, Paylib garantit la confidentialité des données personnelles. Il offre également, pour l'utilisateur et le commerçant, le même niveau de sécurité qu'un paiement de proximité par carte bancaire.

Géré par Worldline, Paylib a été réalisé en collaboration avec les équipes opérationnelles des trois banques participantes en un temps record. Malgré sa complexité fonctionnelle, technique et sécuritaire, le projet a été concrétisé en onze mois seulement. La solution bénéficie des solides moyens opérationnels de Worldline, de son expertise en matière de portefeuille électronique et d'authentification forte sur mobile, ainsi que de sa capacité à gérer des projets de grande envergure. Paylib représente un compromis optimal entre l'expérience de l'utilisateur et la sécurité.

Quatre autres banques, Crédit Mutuel Arkéa, LCL, Crédit Agricole et Boursorama, vont bientôt proposer Paylib à leurs clients ●





VISA Europe : un paiement sans contact avant tout

En 2014, Worldline a signé un accord de partenariat avec Visa Europe pour proposer une solution de paiement mobile sans contact conviviale et sécurisée.

Cette solution basée sur les spécifications « Visa Cloud Based Payments » est compatible avec la technologie HCE (Host Card Emulation) disponible sur Android 4.4 et versions ultérieures, et prochainement sur Windows Phone 10. Cette offre innovante est testée depuis mars 2015 par quatre grandes banques françaises.

La technologie HCE permet à un smartphone NFC (sans contact) de réaliser l'émulation de carte sur un appareil compatible NFC sans qu'il soit nécessaire d'accéder à un élément sécurisé. Elle permet aux banques d'offrir des applications de paiement mobile en boutique, les données sensibles étant stockées non pas sur la carte SIM du téléphone, mais dans le Cloud et le système de stockage logiciel mobile. Un système de token sécurisé permet d'effectuer des paiements sans contact sans utiliser les données de la carte pendant la transaction.

Worldline développe, fournit et héberge le service mobile (serveur et application), qui permet à l'utilisateur de s'authentifier et de valider une transaction NFC. Grâce à sa plateforme Wallet, Worldline garantit également la gestion du cycle de vie des données carte, la gestion des clés, la sécurité des transactions, l'authentification et la sécurité du stockage local grâce à sa solution d'authentification sécurisée. La solution est couplée à un moteur de tokenisation fourni par Visa Europe permettant ainsi d'atteindre un haut niveau de sécurité.

Facilité d'utilisation, ergonomie et sécurité

Environ 400 000 terminaux sans contact sont disponibles en France et 1,8 million en Europe. Ils permettent d'effectuer des paiements par smartphone chez les commerçants. Pour utiliser la solution, il suffit à l'utilisateur de télécharger l'application, d'activer le service à l'aide d'un code à usage unique fourni par sa banque et de définir un code personnel. Pour payer, l'utilisateur approche son smartphone du terminal de paiement sans contact du commerçant. Au-delà d'un certain montant de transaction, il doit saisir un code personnel pour s'authentifier et valider le paiement. Il peut également définir des paramètres de sécurité pour sécuriser davantage les paiements. En cas de vol de l'appareil, il est possible de bloquer immédiatement l'application de paiement mobile sans empêcher l'utilisation de la carte Visa associée au service.

Sur l'application mobile, l'utilisateur peut en outre, enregistrer plusieurs cartes, définir une carte par défaut, ainsi qu'accéder à l'historique des transactions en toute sécurité.

Dans le cadre de leur partenariat et de leur investissement conjoint grâce à cette technologie, Worldline et Visa Europe ont réussi à mettre rapidement sur le marché les premières applications en France, tout en minimisant l'impact sur les systèmes informatiques des banques. Les banques participant à l'initiative ont le choix d'intégrer le service à leur propre application bancaire mobile ou de proposer une application dédiée.

Le service va prendre en charge et faciliter d'autres cas d'usage sécurisés, tels que le paiement à distance, l'achat de titres de transport ou des programmes de fidélité ●





Informations aux actionnaires

• Informations sur le titre (Euronext)

Nombre de titres	131 926 588
Classification sectorielle	Technologie de l'information
Indice principal	CAC AllShares
Autres indices	CAC Industrials, CAC Sup. Services
Marché	Euronext Paris Compartiment A
Place de cotation	Euronext Paris (France)
Code	WLN (Euronext)
Code ISIN	FR0011981968
Éligibilité PEA/SRD	oui/oui

• Les principaux codes sont :

Source	Code	Source	Code
Euronext	WLN	Reuters	WLN.PA
AFP	WLN	Thomson	WLN.FR
Bloomberg	WLN.FP		

Calendrier

- | 28 mai 2015 : **Assemblée Générale annuelle**
- | 28 juillet 2015 : **Résultats du premier semestre 2015**

Contacts

Les investisseurs institutionnels, les analystes financiers et les actionnaires individuels peuvent obtenir des renseignements auprès de :
David Pierre-Kahn,
Relations investisseurs
80, quai Voltaire
95870 Bezons

T : +33 (0)1 3434 9066
M : +33 (0)6 2851 4596

david.pierre-kahn@worldline.com

Les demandes de renseignements peuvent également être envoyées par e-mail
investor-relations@worldline.com

• Évolution du flottant

L'évolution du flottant des actions du Groupe exclut les participations détenues par l'actionnaire de référence, à savoir Atos SE détenant 70,34 % du capital. Aucun autre actionnaire de référence n'a annoncé sa volonté de maintenir un actionnariat stratégique dans le capital du Groupe. Les participations détenues par les salariés et la direction sont exclues du flottant.

Au 31 décembre 2014	Nombre d'actions	% du capital	% des droits de vote
Atos SE	92 802 579	70,34%	70,34%
Conseil d'administration	9	0,00%	0,00%
Employés	159 758	0,12%	0,12%
Flottant	38 964 242	29,53%	29,53%
Worldline SA : total des actions émises	131 926 588	100,00%	100,00%

• Politique de distribution de dividendes

Sous réserve de l'approbation de l'Assemblée Générale des Actionnaires, le Groupe prévoit de distribuer des dividendes annuels, qui représentent environ 25 % de son résultat net consolidé, dans les limites compatibles avec la mise en œuvre de la stratégie de croissance externe du Groupe. Toutefois, le versement de dividendes n'est aucunement garanti. Il dépendra des conditions économiques générales et des autres facteurs jugés pertinents par le Conseil d'administration de la Société.

Lors de sa réunion du 17 février 2015 et au regard de la priorité stratégique donnée en 2015 au développement de la Société, le Conseil d'administration a décidé de proposer à la prochaine Assemblée Générale des Actionnaires de ne pas distribuer de dividendes sur le résultat de 2014.

• Performance de l'action Worldline comparée aux indices

Le cours de l'action Worldline a terminé l'année à 16,00 euros, soit un repli de 2,4 % par rapport au prix d'introduction en bourse de 16,40 euros, une performance légèrement supérieure à celle de l'indice français de référence sur la période du 27 juin au 31 décembre 2014 (CAC 40 : -3,7 %).

La capitalisation boursière de Worldline a atteint 2 111 millions d'euros fin 2014.



En savoir plus

Rapports Worldline 2014



Contact

infoWL@worldline.com

Versions Interactives

worldline.com/rapports2014



Rapport Annuel

worldline.com/ra



Siège Social

River Ouest 80 quai Voltaire
95870 Bezons
France

Suivez-nous

 fr.worldline.com/insideworldline.html

 fr.worldline.com/twitter

 fr.worldline.com/facebook

 fr.worldline.com/youtube

 worldline.com/linkedin



Ce document a été réalisé en France par un imprimeur certifié Imprim'Vert sur un papier certifié PEFC issu de forêts durablement gérées.



A propos de Worldline

Worldline [Euronext : WLN] est le leader européen dans le secteur des paiements et des services transactionnels.

Worldline met en place des services nouvelle génération, permettant à ses clients d'offrir au consommateur final des solutions innovantes et fluides. Acteur clef du B2B2C, riche de plus de 40 ans d'expérience, Worldline sert et contribue au succès de toutes les entreprises et administrations, dans un marché en perpétuelle évolution. Worldline propose un Business Model unique et flexible, construit autour d'un portefeuille d'offres évolutif et global permettant une prise en charge end-to-end. Les activités de Worldline sont organisées autour de trois axes : Merchant Services & Terminals, Mobility & e-Transactional Services, Financial Processing & Software Licensing. Worldline emploie plus de 7 300 collaborateurs dans le monde entier et a généré un revenu de 1,15 milliard d'euros en 2014.

Worldline est une entreprise du Groupe Atos.

worldline.com