



Le NFC Mobile entrera dans nos quotidiens... sur la pointe des pieds

Le NFC Mobile deviendra à court terme concret pour le grand public, mais ne va impacter en réalité nos vies que très progressivement. Le développement de ces nouveaux usages ne se fera en effet dans un premier temps que par opportunisme, en s'associant à des nouveaux services simples ou issus d'innovations de niche, à l'image de services d'informations sur les produits chez les commerçants, de la domotique, ou encore de nouveaux canaux de distribution comme les « murs de produits » dans les grandes zones urbaines. Les services plus complexes et la dématérialisation de services historiques existants, à l'image du paiement, ne pourront par leur complexité s'intégrer réellement dans notre quotidien que dans un deuxième temps à horizon 2015.

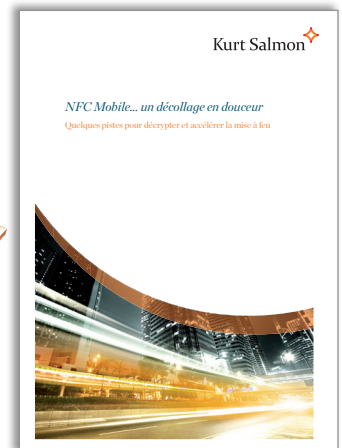
Technologie sans contact, le NFC Mobile est embarqué à l'intérieur des téléphones mobiles et permet de faire communiquer 2 éléments à très faible distance (environ 10 cm) par onde radio. Son intégration dans le mobile permet, au delà de la fonction « passive » (le mobile fonctionne comme une carte sans contact) de proposer aussi des fonctions de « lecture » (possibilité de lire et intégrer intelligemment des informations venant d'une autre puce NFC) ou bien de « Peer To Peer » (échanges d'informations entre 2 terminaux NFC).

Ces dernières années, les médias se sont de plus en plus agités autour de cette nouvelle technologie. Mais est-ce seulement un effet un buzz ou cela annonce-t-il un réel décollage des services ? Pour y répondre, parcourons les différents sujets qui font l'actualité du NFC :

- **Le dilemme technique du « Secure Element »** : la technologie NFC s'appuie sur une puce communicante sans contact à faible portée, ajoutée à un « Secure Element » dont la mission est de piloter et sécuriser les communications entre les appareils NFC et ainsi pouvoir proposer des services de transactions sécurisés. Or l'emplacement du « Secure Element » est soumis à débat, autour de 4 principaux choix principaux d'intégration :
 - dans la Carte SIM, solution préconisée par les opérateurs mobiles qui souhaitent avoir un poids important sur la chaîne de valeur. Cette solution est aujourd'hui la plus aboutie et sera vraisemblablement la norme de demain
 - dans une carte SD, solution soutenue notamment par certaines banques pour accélérer la mise en place de services de m-paiement sans attendre les accords entre opérateurs et constructeurs.
- Intégré dans le mobile, solution proposée notamment par certains constructeurs mobiles comme Blackberry ou acteurs Web comme Google
- dans le « Cloud » : la sécurisation est alors déportée hors du terminal et est gérée à distance. Ce concept est cependant très récent et n'a pas la maturité des autres solutions

Découvrez dès maintenant l'intégralité de l'étude consacrée à la NFC Mobile en la téléchargeant

sur le site internet Kurt Salmon : kurtsalmon.com



- **Les nouvelles possibilités de services** : les acteurs des différents secteurs sont aujourd'hui sensibilisés au NFC, et une galaxie de services est aujourd'hui en cours de conception et d'expérimentation, laissant percevoir les usages de demain :
 - Dans la distribution : des couponing virtualisés dans les rayons (expérimentation Franprix), la mise en place de « murs de produits virtuels » permettant de commander ses courses à partir d'une affiche incrustée dans le mobilier urbain (expérimentation Casino), ou encore la carte de fidélité sur mobile (offre de la chaîne de restauration Chido en partenariat avec Airtag)...
 - Dans les transactions bancaires : du m-paiement pour des produits dans les magasins (offre Citizy à Nice), ou des services à l'image de la location de places dans les parkings (offre Vinci Park avec PayByPhone en région parisienne)
 - Dans les transports : du ticketing, mis en place dans les nombreuses expérimentations dans les transports urbains et inter-urbains (Veolia, RATP, Keolis, SNCF...)
 - Dans le tourisme : d'outil mobile offrant des services d'information, de booking et d'Access Control dans les lieux et hébergement touristiques (expérimentation de Telio Sonera avec la chaîne Choice Hotels Scandinavia en Suède).

• **L'évolution de la maturité du marché**, qui a vu les pré-requis se mettre progressivement en place ces dernières années :

- Des consortiums d'opérateurs (à l'image de l'AFSCM avec son offre Citizy en France, et la future offre inter-opérateurs Isis aux Etats-Unis), soutenus par l'organisation mondiale GSMA
- Des investissements publics en France avec la Caisse de Dépôt qui a mis à disposition une enveloppe de 25 millions d'euros pour amorcer le financement de projets NFC majeurs par les collectivités. Neuf projets ont été aujourd'hui retenus dans ce cadre avec un investissement total de 43 millions d'euros
- L'intégration du NFC dans les smartphones phares des principales marques de terminaux depuis 2012 : Samsung Galaxy, Blackberry, LG, HTC, Nokia... Ce dynamisme reste à nuancer par l'absence de fonctionnalités NFC dans l'iPhone 5 d'Apple lancé en septembre 2012, et par l'augmentation des forfaits ne proposant que des mobiles non subventionnés, ceci allongeant la durée entre 2 renouvellements de mobile (Sosh, Free, B&You, Red...)
- L'éducation du Grand Public à l'utilisation du sans contact avec des supports cartes (badge d'entreprise, pass transport, carte de paiement...).

Au-delà de ces actualités, il reste pour les acteurs de l'écosystème à franchir deux principaux obstacles avant de pouvoir démocratiser les services NFC :

• **La rentabilité des services :**

- Comment monétiser un service qui n'apporte aux yeux du client que peu de valeur ajoutée, au regard des services existants ? (ex. : ticketing, paiement...)
 - Comment réussir à éduquer la population sur les services NFC s'il existe une barrière à l'entrée qui est le prix d'accès au service ?
- Les acteurs pourront orienter leur stratégie autour de 2 axes :
- Lorsque cela est possible, rentabiliser le service non pas par une facturation au client final, mais par un évitement de coûts, à l'image du gain en coût de fabrication de billets physiques que peut apporter une application de ticketing
 - Proposer dans un premier temps des services « d'évangélisation » de l'usage NFC mobile avec peu de barrières à l'entrée, à l'image des services d'informations, et attendre à moyen terme pour lancer à grande échelle les services plus complexes et coûteux dans leur mise en place, comme le paiement.

• **La difficulté ou résistance des professionnels à la dématérialisation de produits physiques existants :**

- Liée tout d'abord à une difficulté à monétiser le service, comme nous l'avons détaillé précédemment. Un client d'une banque utilisant une Carte Bleue risque ainsi de ne pas être séduit par une offre payante lui offrant un service équivalent à ses yeux
- Liée ensuite à l'impact que la dématérialisation peut avoir sur les modèles économiques existants. A titre d'illustration, le couponing, présenté comme application NFC phare de demain, demandera une évolution du modèle. Le couponing papier est aujourd'hui rentable grâce en partie à la visibilité sur la marque et le produit que permet le coupon papier auprès des coconsommateurs. Or cette dématérialisation risque de réduire les revenus issus à la visibilité du coupon, celui-ci étant embarqué dans une application numérique. Les seuls consommateurs à être exposés à la marque seront donc les utilisateurs de coupons, avec une forte proportion d'opportunistes, et le modèle économique s'en trouvera déséquilibré. Il est donc probable que les acteurs avancent prudemment afin de s'assurer que la rentabilité est toujours au rendez-vous

- Liée enfin à une difficulté que nous pourrions appeler « culturelle ». Elle peut concerner par exemple les services NFC de micro-paiements qui ont objectifs de transformer la monnaie physique en monnaie électronique. Au delà du fait que la circulation de la monnaie physique entre particuliers et professionnels est hors circuits bancaire et ne subit donc pas de facturation de transaction, elle a aussi ses spécificités propres :

- Elle supporte le poids des habitudes, à l'image du chèque qui est toujours aussi présent malgré l'existence des cartes de paiement et des possibilités de virement simplifié
- Elle peut être utilisée pour donner des pourboires lors du rendu de monnaie (le célèbre « Gardez la monnaie »)
- Enfin, et surtout, elle est « invisible » d'un point de vue fiscal... certains professionnels recevant aujourd'hui de la monnaie de leurs clients peuvent ainsi optimiser fiscalement leurs revenus (déclaration des gains sur des périodes différentes afin d'optimiser les charges fiscales, non déclaration d'une partie des gains...).

Les acteurs NFC devront donc anticiper un temps d'adaptation nécessaire pour faire adopter des nouveaux services.

Depuis longtemps annoncé et au regard de ces actualités, nous allons donc enfin voir décoller le NFC Mobile en 2013... mais il faudra attendre encore quelques années pour que l'ensemble des freins soit levé, et que cette nouvelle technologie fasse partie intégrante de notre quotidien.

Pour plus d'informations, vous pouvez contacter :

Cédric Peltier, Manager, cedric.peltier@kurtsalmon.com Tél.: +33 (0) 1 55 24 34 36

 @KurtSalmon_TME

Plus d'informations sur l'expertise Stratégie,
Telecom & Médias de Kurt Salmon :



Kurt Salmon est un cabinet de conseil en transformation des entreprises. La vocation des 1400 consultants de Kurt Salmon est d'apporter aux dirigeants des entreprises le conseil et les idées originales qui ont un impact direct et concret sur la réussite de leurs projets et, en particulier, sur leurs projets de transformation. Kurt Salmon accompagne les dirigeants dans l'exploration de nouvelles voies pour les entreprises. Nos équipes de conseil interviennent à leurs côtés pour mieux comprendre les attentes du marché, pour les aider à discerner les facteurs d'évolution de leur secteur d'activité et à trouver la différenciation compétitive qui leur permettra d'exprimer leur leadership.