



# La technologie dans le commerce de détail

La transformation  
numérique de votre  
entreprise

**Rapport de leadership d'opinion**  
basé sur la recherche

[www.brother.ch](http://www.brother.ch)



# Sommaire

**Introduction: acheter maintenant – la révolution rapide du commerce de détail**

## **Méthodologie et objectifs**

---

**L'évolution du commerce de détail sous l'angle de trois thèmes**

**1) La transformation numérique dans le commerce de détail**

– les nouvelles technologies permettent un changement efficace

**2) La sécurité et les données clients**

– protéger vos actifs les plus précieux

**3) La durabilité et la prise de conscience des consommateurs**

– le secret d'une réussite verte et durable

---

**Des chaînes d'approvisionnement aux rayons**

– En quoi l'impression, la numérisation et l'étiquetage peuvent-ils aider les commerçants?

**“At your side”**

– Comment Brother peut-il aider votre transition numérique?

**Résumé et principales conclusions**

# Introduction:

## acheter maintenant – la révolution rapide du commerce de détail

**Nous vivons à une époque de plus en plus complexe et qui évolue de plus en plus vite. Les commerçants sont en première ligne pour réagir aux nouveaux comportements et aux nouvelles attentes des clients. Finis les commerçants qui n'interagissent avec leurs clients que dans des magasins en dur et qui s'appuient sur une chaîne d'approvisionnement traditionnelle peu souple. Depuis l'avènement des achats sur Internet, le commerce n'est plus le même.**

Cette évolution a été fortement accentuée par une pandémie mondiale qui a nourri la révolution des achats à domicile.

La pandémie de COVID-19 sera peut-être un jour perçue comme le tournant de la maturité pour l'e-commerce. Les ventes en ligne, sur une trajectoire ascendante stable quoique modérée avant la pandémie, ont explosé. Le commerce tout en ligne prospère, alors que les exploitants de magasins physiques ont dû s'adapter de façon accélérée à des changements qui étaient déjà amorcés.

La tendance de fond reste la même: la nécessité d'une présence en ligne solide et d'une livraison rapide est plus prégnante que jamais.

Dès avant la pandémie, les consommateurs ne faisaient plus guère de différence entre les achats en magasin et en ligne, utilisant souvent les deux canaux pour un même achat. L'expérience omnicanal est donc reine. La clé est la satisfaction du client.

Comme le montre ce rapport de recherche, la technologie est le principal moteur du changement dans le secteur du commerce, mais il ne s'agit que d'une des nombreuses pièces du puzzle.

La technologie continue à ouvrir la voie à de nouveaux horizons, mais elle est aussi source de difficultés, notamment en matière de sécurité. Les commerçants qui font courir des risques à leurs clients verront rapidement ceux-ci les délaissés. Alors qu'une quantité croissante de données clients est stockée en ligne, les commerçants qui n'inspirent pas confiance et qui n'apportent pas la preuve de leur comportement éthique risquent d'être ignorés de la clientèle, en plus de risquer d'importantes amendes au titre du RGPD.

La durabilité est un autre sujet qui figure en tête des priorités du commerce. Les consommateurs demandent plus de transparence et veulent comprendre d'où viennent les produits afin de limiter l'empreinte écologique de leurs achats. De ce fait, les innovations écoresponsables ont le vent en poupe. Pour les commerçants, le coût reste un problème, qui exige beaucoup d'imagination et pousse à rechercher de plus grandes économies encore.

Dans la pratique, les actifs technologiques tels que les imprimantes font toujours partie intégrante des flux de travail des commerçants, leur environnement restant souvent très gourmand en impressions. Même dans un monde de plus en plus numérique, la nécessité d'imprimer, de numériser et de copier va perdurer avec la croissance des marchands et l'expansion des bases de clients.

Les nouvelles technologies, la sécurité, la durabilité et l'impression convergent toutes autour d'un objectif commun, la réussite. Fondé sur des recherches innovantes et sur l'expertise de Brother dans le secteur du commerce, ce rapport décrit comment les PME de vente au détail peuvent transformer leurs flux de travail pour booster leur croissance et garder une longueur d'avance sur la concurrence alors que le monde entre dans une «nouvelle normalité».

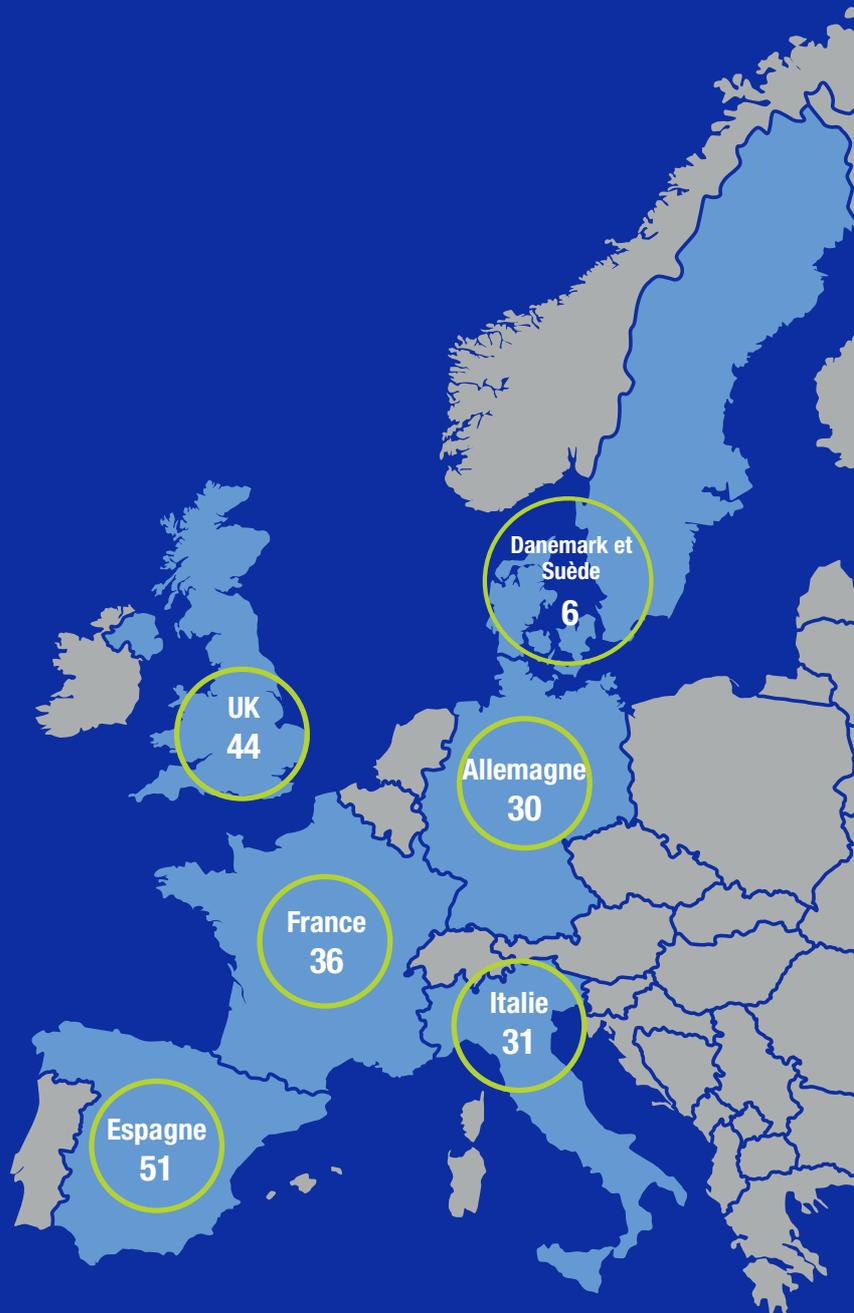
# Notre méthodologie

Ce rapport repose sur 198 enquêtes auprès de responsables informatiques et de décideurs de PME employant 10 à 499 personnes dans plusieurs marchés d'Europe de l'Ouest. Le travail de terrain a été mené en 2019 et début 2020.

Les entretiens ont été répartis entre les décideurs stratégiques (92) et les responsables informatiques (106) pour donner une vue d'ensemble.

Les recherches, menées par le cabinet d'étude de marché indépendant Savanta, portent sur les plus grands défis auxquels sont aujourd'hui confrontés les responsables informatiques et apportent de nouvelles perspectives de la part de leaders d'opinion indépendants sur la transformation numérique, la sécurité et la durabilité, entre autres.

Dans le cadre de la série Transformation numérique Brother, le rapport «La technologie dans le commerce de détail» est conçu pour aider les commerçants comme vous à se préparer à un avenir qui ne montre aucun signe de ralentissement.



## À propos de Savanta:

Basé à Londres et à New York, Savanta est spécialisé dans la collecte de données, la recherche et le conseil. La société est née de l'association de plusieurs cabinets qui ont souhaité développer ensemble une offre de recherche holistique de façon à couvrir divers secteurs et zones géographiques.

Savanta utilise des méthodes de recherche qualitatives et quantitatives pour obtenir des données et tirer des conclusions solides permettant d'agir. Son but est d'inspirer au changement et d'aider ses clients à prendre des décisions basées sur des preuves.

# L'évolution du commerce sous l'angle de trois thèmes

## La transformation numérique dans le commerce de détail – les nouvelles technologies permettent un changement efficace

Les commerçants investissent dans des solutions intelligentes pour rester compétitifs et rendre l'expérience client plus agréable.

Le commerce est un secteur qui bouge vite. Entre la génération «tout tout de suite» et la concurrence en hausse, les commerçants doivent offrir une expérience omnicanal fluide et rapide pour ne pas rester sur la touche.

Sans surprise, le troisième objectif le plus important pour les PME de vente au détail, après les recettes et la hausse de la productivité, est l'investissement dans les solutions technologiques permettant d'exécuter et d'automatiser les tâches pénibles.

Utilisées correctement, ces solutions technologiques libèrent du temps que le personnel peut consacrer à des activités plus lucratives. Elles fluidifient aussi l'expérience client en permettant de réagir plus rapidement aux demandes des clients.



### Les cinq principaux obstacles à la réalisation des objectifs des PME de vente au détail

1. Perte de temps due à la redondance du travail entre les différents systèmes 69%
2. Trop de procédures manuelles/lentes qui pourraient être automatisées 66%
3. Mise en œuvre de la durabilité de l'entreprise sans explosion des coûts 66%
4. Recherche des ressources nécessaires pour investir dans la sécurité informatique 65%
5. Organisation du télétravail pour une productivité identique à celle du bureau 63%



### Les objectifs sont clairs, mais comment y parvenir?

Pour répondre à ces demandes, les commerçants doivent prendre le virage des nouvelles technologies pour faire entrer leur entreprise dans l'ère du numérique et rester compétitifs. Près de deux tiers (62%) des commerçants en Europe de l'Ouest rapportent que leurs flux de travail sont de plus en plus numériques. Les flux de travail continueront à gagner en importance à l'avenir, et si les méthodes de travail changent, il ne faut pas négliger de les asseoir sur des bases solides.

La route est longue et le véritable potentiel de la transformation numérique est encore loin d'être réalisé. Actuellement, deux tiers (66%) des commerçants indiquent avoir beaucoup de procédures manuelles et lentes qui pourraient être automatisées, comme le classement des documents de réception des marchandises et l'actualisation des étiquettes. Dans le même temps, plus de la moitié (57%) des PME de vente au détail disent perdre du temps à des tâches administratives telles que la collecte, l'identification et l'archivage des données, alors qu'elles pourraient être automatisées avec des solutions professionnelles intelligentes.

En l'absence de telles solutions, la moitié (51%) indiquent fournir des efforts redondants sur plusieurs systèmes incompatibles entre eux. Il y a clairement une marge d'amélioration.

## Les difficultés administratives affectent la croissance des PME

Cette utilisation inefficace des ressources est un obstacle typique à la hausse des recettes et de la productivité que les commerçants appellent de leurs vœux.



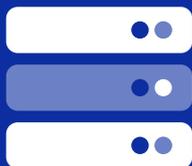
**66%**

ont des procédures manuelles/lentes qui pourraient être automatisées



**57%**

perdent du temps sur des tâches administratives qui pourraient être automatisées



**51%**

répètent leurs efforts sur différents systèmes informatiques



## Technologies clés dans lesquelles les commerçants souhaitent investir:

**1**

Identification et classement automatisés des documents numérisés

**3**

Scénarios à base de règles («si... alors...») améliorables en continu grâce à l'apprentissage machine et à l'intelligence artificielle

**2**

Reconnaissance des caractères des numérisations pour obtenir des fichiers modifiables

**4**

Systèmes tiers intégrés tels que assistants numériques

## 1. Identification et classement automatisés des documents numérisés

L'identification et le classement automatisés des documents numérisés sont les principaux domaines dans lesquels les PME de vente au détail souhaitent investir au cours des trois prochaines années, afin de pouvoir numériser beaucoup de documents physiques tels que les bons de livraison et de réception.

Près des deux tiers (65%) ont investi ou prévoient d'investir au cours des trois prochaines années. Les PME de vente au détail déclarent que l'automatisation de l'identification et du classement présente une multitude d'avantages qui mènent tous à une hausse significative de la productivité:

- Beaucoup moins d'heures de travail administratif manuel
- Diminution du nombre d'erreurs
- Réduction des frais de fonctionnement

De plus, elle renforce la sécurité et favorise les objectifs de durabilité en réduisant la quantité d'impressions.

## 2. Reconnaissance des caractères des numérisations pour obtenir des fichiers modifiables

La technologie de reconnaissance des caractères est l'étape suivante pour booster l'utilité de l'autonomisation. Elle permet aux imprimantes multifonction et aux scanners de créer des documents modifiables, facilement utilisables par les employés.

Outre le gain de temps considérable, les employés évitent de refaire deux fois le même travail et commettent moins d'erreurs. Ils peuvent se concentrer sur les tâches à plus forte valeur ajoutée et leur productivité monte en flèche.

Près de la moitié des PME de vente au détail (53%) ont déjà investi ou prévoient d'investir dans ce domaine au cours des trois prochaines années afin de profiter de ce gain de productivité.

## 3. Scénarios à base de règles et 4. Systèmes tiers intégrés tels que assistants numériques

L'intelligence artificielle et l'apprentissage machine sont des domaines d'innovation émergents qui favorisent tous deux directement l'identification et le classement automatisés des documents numérisés. L'intelligence artificielle peut utiliser des scénarios à base de règles pour trier automatiquement vos documents, et l'apprentissage machine effectue ensuite sa propre analyse et améliore le tri au fur et à mesure.

En adoptant des scénarios à base de règles de type IFTTT («si... alors...»), qui permettent de connecter toutes vos applis et tous vos appareils entre eux, vous faites un pas de plus vers l'automatisation intelligente des processus manuels.

L'apprentissage machine peut être intégré à des technologies tierces, telles que les assistants numériques, afin de fluidifier les flux de travail. L'intelligence artificielle qui alimente les assistants numériques permet aux employés d'ordonner facilement aux assistants d'assurer les tâches administratives monotones et chronophages. Elle offre aussi des suggestions utiles sur la marche à suivre à un point donné.

Dans l'ensemble, le recours aux assistants numériques libère les employés qui peuvent consacrer plus de temps à des tâches plus importantes et productives, comme le contact avec les clients.



## Les bénéfices des nouvelles technologies dans la pratique

Alors que de plus en plus de PME de vente au détail investiront dans ces technologies au cours des trois prochaines années, celles qui ne le font pas resteront sur le carreau.

La numérisation, la modification et le classement manuels de documents feront bientôt partie du passé. Le monde du travail évolue et les commerçants adeptes du numérique se contentent désormais de numériser et de laisser leur imprimante multifonction ou leur scanner s'occuper du reste.



«Tout devient de plus en plus numérique, même au niveau administratif. Les impôts et tout le reste - on nous pousse de plus en plus à passer au numérique dans la vie quotidienne, car cela facilite l'organisation et la conservation des données, qui sont triées automatiquement. Les informations se trouvent dans une base de données, et plus sur un papier classé par une personne. Ainsi, plus de risque d'erreur et de perte du document.

Dans mon environnement direct, le numérique me permet d'obtenir plus d'informations sur un client. Les tickets de caisse en magasin, par exemple, peuvent être utilisés pour faire la promotion d'offres susceptibles d'intéresser les clients. On peut faire la même chose avec les tickets envoyés par e-mail, et cela permet d'approfondir la relation avec le client.

C'est pourquoi nous informatisons le plus possible.»

**Magasin de vêtements pour enfants, France**

## La sécurité et les données clients – protéger vos actifs les plus précieux



À l'ère du RGPD, la sécurité des données constitue un risque énorme pour les commerçants, car il concerne leur ressource la plus précieuse, mais potentiellement la plus dangereuse: les données des clients.

La croissance apparemment illimitée des données impose aux commerçants un devoir renforcé de sécuriser les données de leurs clients ainsi que leurs propres données. L'avènement du RGPD en est la preuve.

Les commerçants qui font courir des risques à leurs clients verront rapidement ceux-ci les délaisser.

Toute nouvelle solution technologique envisagée doit donc être sécurisée et conforme aux dernières normes de sécurité informatique.

Avec l'émergence de nouvelles réglementations sur les données, telles que le RGPD, cette question gagne en visibilité, et à défaut de prendre des mesures pour sécuriser votre système, vous risquez des sanctions de plus en plus sévères, qu'elles soient financières, ou commerciales avec des clients qui ont le sentiment que vous avez fait peu de cas de leur vie privée.

Les commerçants traitent de grands volumes de données clients confidentielles, telles que leur adresse personnelle pour les livraisons, leurs coordonnées et leurs informations de paiement. Elles doivent être traitées avec le plus grand soin et tout incident doit être évité, car cela coûte cher et peut même faire perdre des clients.

## Quels sont les principaux objectifs pour l'amélioration de la sécurité des informations?

Dans les années à venir, il sera important pour toutes les entreprises d'adopter des procédures plus sécurisées et, pour celles qui ont déjà commencé, de poursuivre leurs efforts et d'améliorer leurs pistes de responsabilité et d'audit.

La véritable sécurité des informations passe par la sécurisation des appareils et des données. Elle poursuit trois objectifs:

**1. Confidentiality (Confidentialité)** – Protéger les données confidentielles de l'entreprise pour s'assurer qu'elles ne parviennent qu'aux destinataires voulus. Pour cela, l'authentification et les autorisations sont la clé pour demander aux utilisateurs de confirmer leur identité et leurs droits avant de les laisser accéder à une impression.

**2. Integrity (Intégrité)** – S'assurer que le micrologiciel de l'appareil est sécurisé et résiste au piratage et aux autres menaces extérieures.

**3. Availability (Disponibilité)** – S'assurer que l'appareil fonctionne et est accessible aux utilisateurs autorisés pour les tâches essentielles.

## Atteindre ces objectifs exige de l'investissement et de la compréhension

Cependant, l'un des principaux obstacles pour les PME de vente au détail est de trouver les ressources nécessaires pour investir dans la sécurité informatique. Si la technologie est la solution, réussir sa mise en œuvre exige des connaissances et une expertise hautement spécialisées pour réduire les risques.

La gestion de la sécurité du parc informatique est un défi qui doit être abordé en bloc. Imprimante, scanners et copieurs doivent être tout aussi sécurisés que les autres équipements informatiques. S'ils sont ignorés, ces appareils risquent d'offrir aux hackers une porte d'entrée facile dans l'entreprise. En effet, d'après le rapport «Global Print Security Landscape» 2019 de Quocirca, 59 % des entreprises ont connu au moins une perte de données liée à l'impression au cours des 12 derniers mois.<sup>1</sup>

La sécurité des données est le critère le plus souvent cité comme «crucial» dans le choix d'une imprimante, et trois quarts (71%) des commerçants déclarent qu'il est indispensable que leurs imprimantes, scanners et copieurs soient sécurisés, ce qui n'a rien de surprenant vu la quantité de données clients confidentielles que les commerçants traitent.

Cela signifie toutefois qu'il reste encore près d'un tiers des entreprises (29%) qui ne considèrent pas cette question comme importante. Et dans le même temps, la moitié (51%) des personnes interrogées trouvent que leur entreprise n'a pas suffisamment investi dans la sécurité du matériel d'impression.

De ce fait, un quart (28%) seulement trouvent facile de respecter les lois relatives à la sécurité des données au niveau de leurs imprimantes.



### Quelle est la place de l'impression dans le mix sécurité?



**71%**

des commerçants déclarent qu'il est indispensable que leurs imprimantes, scanners et copieurs soient sécurisés



**49%**

des commerçants trouvent que leur entreprise n'a pas suffisamment investi dans la sécurité du matériel d'impression



**28%**

trouvent facile de respecter les lois relatives à la sécurité des données au niveau de leurs imprimantes

<sup>1</sup> Rapport «Global Print Security Landscape» de Quocirca, février 2019

# Comblent les lacunes de la sécurité des impressions

Si les entreprises reconnaissent la nécessité d'investir dans la sécurité des imprimantes, pourquoi ne le font-elles pas?

**Nos recherches font ressortir deux raisons claires:**



## 1. La responsabilité de la sécurité des imprimantes n'est pas bien déterminée

Bien trop souvent, la responsabilité des individus quant à la sécurité des imprimantes n'est pas clairement établie, surtout dans le commerce de détail. Et cela crée des risques qui peuvent coûter cher. Malheureusement, c'est un problème qui semble toucher tout particulièrement le commerce de détail.

Plus de la moitié des PME de vente au détail d'Europe de l'Ouest (54%) indiquent ne pas savoir qui est responsable de la sécurité des imprimantes au sein de l'entreprise, soit plus que la moyenne des PME en général (48%).

## Quelles sont les conséquences pour votre entreprise?

Si les responsabilités ne sont pas clairement établies, il est logique que la prise de décision et la mise en œuvre de la sécurité des imprimantes en souffrent et rendent l'entreprise vulnérable.



## 2. Les normes de sécurité et la conformité sont mal comprises et connues

Ce n'est pas qu'une question de traçabilité. La connaissance et la compréhension de la sécurité des appareils et des données, d'une part, et leur respect, d'autre part, sont deux choses différentes.

La cause principale des difficultés des commerçants avec la conformité des données est une compréhension insuffisante des exigences. Et seulement un peu plus de la moitié (57%) des commerçants déclarent bien comprendre les normes de sécurité applicables.

## Quelles sont les conséquences pour votre entreprise?

Si les responsables informatiques ne connaissent pas suffisamment bien les menaces, les entreprises continueront à batailler pour mettre en place les mesures appropriées pour se protéger et protéger leurs clients.

## Que peuvent faire les entreprises pour combler ces lacunes en matière de traçabilité et de connaissances?

Souvent, le jargon est en cause. Plus de la moitié (57%) des PME trouvent qu'il y a trop de jargon utilisé dans la sécurité des impressions. Les partenaires d'impression doivent se donner plus de mal pour vous aider à décrypter les normes de sécurité et les règles de conformité applicables et à choisir la meilleure solution matérielle pour votre entreprise. Et il est vital que cette technologie sécurisée soit malgré tout facile d'utilisation, pour préserver la productivité du personnel. Il est conseillé de s'appuyer sur l'expertise et l'expérience des fournisseurs de matériel.

# La menace de la sécurité interne

**Une fois la sécurité des appareils mise en place, le travail de sécurisation des données n'est pas terminé.**

Actuellement, la moitié (51%) des commerçants disent n'avoir pas ou peu de visibilité sur les personnes qui impriment ou récupèrent les documents au niveau des imprimantes. Sans surprise, près de neuf entreprises sur dix (84%) rapportent avoir connu un incident de sécurité lié à l'impression, le plus souvent des documents confidentiels laissés sans surveillance dans l'imprimante, des impressions non récupérées ou des employés qui récupèrent des documents confidentiels qui ne leur sont pas destinés.

## Sur quoi les entreprises doivent-elles se concentrer?



l'accès non autorisé aux documents imprimés



l'absence de déconnexion après l'impression de documents confidentiels



le manque de traçabilité (qui a accédé à quels documents sur l'imprimante)

Les commerçants commencent à mettre en place des mesures pour régler les problèmes de sécurité des impressions en limitant l'accès à certaines imprimantes ou en forçant les employés à utiliser une carte d'ID ou un code PIN pour récupérer leurs impressions.

Et la majorité d'entre eux (79%) considèrent actuellement la capacité à suivre et à tracer les accès comme un critère important dans le choix d'une nouvelle imprimante, ce qui laisse à penser que ces chiffres augmenteront lorsque les commerçants renouvelleront leur parc.

Il est conseillé aux entreprises de consulter leur fournisseur d'imprimantes pour savoir si de telles fonctions sont déjà disponibles et activées.



«Quand nous numérisons, nous savons que le document que nous avons est correct. Il est dans mon cloud et mon interlocuteur voit que le document est enregistré, numérisé, et le document est disponible à tout moment, ce qui est important.

Avec les documents papier, on ne sait jamais où ils sont, on peut les perdre, les laisser traîner, les ranger au mauvais endroit... Quand les documents sont numérisés, la communication est plus claire et plus rapide.

De plus, nous nous assurons que tout est protégé par des mots de passe et que seules les personnes autorisées peuvent accéder aux documents. C'est vraiment important. Nous avons plusieurs niveaux de sécurité, appuyés sur un système d'autorisations solide.»

**Magasin de produits alimentaires et d'articles de maison, France**



## La durabilité et la prise de conscience des consommateurs

Le secret d'une réussite verte et durable

**Se «verdir» n'est pas seulement une obligation morale. Vos objectifs de durabilité peuvent vous rapporter des clients et améliorer votre rentabilité.**

Dans une société de plus en plus avide de justice sociale, l'éthique a déboulé sur le devant de la scène et suscite des débats passionnés. Les clients cherchent à avoir un impact positif et cette aspiration se reflète aussi dans les marques qu'ils achètent.

Pour les commerçants, un comportement éthique se caractérise par trois aspects fondamentaux:

- 1. L'engagement à agir contre le changement climatique**
- 2. La réduction du gaspillage**
- 3. L'égalité de traitement, de salaire et des chances pour tout le personnel**

Comme le montrent les deux premières priorités, la durabilité doit être en tête des préoccupations des commerçants actuels, et la majorité des PME de vente au détail pensent avoir le devoir d'adopter un comportement durable (68%) et que leur future réussite dépendra de leur gestion de la durabilité de leurs opérations (64%). Ceci confirme que la responsabilité sociale des entreprises (RSE) fait désormais partie de leurs priorités.

Dans le cadre de cette tendance, trois quarts des commerçants (73%) suivent désormais activement leurs performances de durabilité et cherchent à les améliorer.

L'informatisation joue un rôle moteur dans ces priorités.



«Notre entreprise a pour mission d'atteindre la neutralité carbone et nous travaillons avec des transporteurs qui nous aident à atteindre cet objectif. Nous travaillons à réduire le plastique: nous n'utilisons que du papier recyclé et nos usines utilisent des processus et des matériaux les plus écologiques possible.

Le numérique a un impact, car les serveurs émettent beaucoup de CO<sub>2</sub>. C'est pourquoi nous travaillons avec des entreprises qui vont optimiser le code de notre site Internet afin de réduire notre empreinte.

Nous allons donc réduire notre consommation de ressources serveur pour polluer moins et notre site n'en sera que plus rapide, ce qui améliorera notre performance informatique. Et nous limitons l'utilisation du papier, en n'envoyant plus de catalogues, par exemple.»

**Magasin de vêtements pour enfants, France**

# Améliorer la durabilité par le numérique

Beaucoup de commerçants ont déjà investi dans le numérique pour réduire leurs impressions. Deux commerçants interrogés sur cinq (43%) utilisent déjà la numérisation des documents physiques, tels que les bons de réception, pour faciliter la gestion et le classement.



Près de la moitié (47%) des commerçants commencent à utiliser les tickets électroniques. Ceux-ci présentent l'avantage de réduire les impressions et donc les déchets potentiels pour les commerçants. Cependant, la durabilité n'est qu'une infime partie des bénéfices.

Les commerçants peuvent aussi les utiliser pour mieux analyser qui sont les acheteurs et faire le lien entre la navigation en ligne et les achats en magasin. Ils permettent d'interagir après la vente et de donner des informations utiles sur les retours ou sur l'utilisation du produit. Et ils permettent de montrer à nouveau la marque afin d'augmenter sa notoriété.

Même avec la montée du numérique, la majorité des commerçants continuent d'imprimer beaucoup.

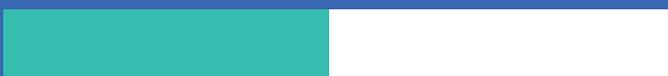
Les besoins sont nombreux, et indispensables à la vie du magasin : étiquettes pour les rayons et pour les livraisons, bons de réception, tickets et supports marketing.

Trois quarts (76%) des commerçants ont une politique de développement durable qui met généralement l'accent sur le recyclage et la consommation du matériel, mais elles abordent aussi souvent l'emballage, les achats, l'empreinte carbone et l'utilisation du plastique.

## Facettes typiques des politiques de développement durable actuelles des commerçants:



Recyclage 69%



Consommation du matériel 47%



Utilisation du plastique 44%



Emballage 43%



Empreinte carbone 39%



Achats 30%

L'imprimante, utilisée de façon presque universelle par les commerçants, est donc l'un des appareils technologiques clés que les entreprises doivent évaluer, tant en matière de consommation que de recyclage.

Les commerçants doivent analyser l'efficacité opérationnelle et les émissions sur tout le cycle de vie de leurs appareils, ainsi que la recyclabilité des cartouches d'encre et de toner utilisées.

# Réparer votre imprimante au lieu de la remplacer



La durabilité des imprimantes peut être améliorée en allongeant leur durée de vie, ce qui réduit le besoin de fabriquer de nouvelles imprimantes.

L'un des principaux moyens d'allonger la durée de vie et de réduire les déchets est d'effectuer des réparations modulaires pour corriger une panne précise plutôt que de remplacer un appareil tout entier par ailleurs parfaitement fonctionnel. Pour 76% des commerçants, pouvoir réparer ou remplacer des composants individuels d'une imprimante est un critère important pour le choix d'une imprimante.

## Quel avantage pour les commerçants?

Ceci ferait faire des économies aux entreprises en plus de réduire le nombre d'appareils produits et les matières premières utilisées à cet effet.

Alors que les commerçants commencent à demander des durées de vie plus longues, les fabricants d'imprimantes doivent effectuer une mutation radicale en privilégiant la vision de long terme sur les profits à court terme et en construisant des imprimantes pouvant durer jusqu'à dix ans.



## À quoi les commerçants doivent-ils faire attention?

Il faut s'assurer que les imprimantes sont recyclables quand elles arrivent en fin de vie. Trois quarts (75%) des commerçants pensent que les imprimantes devraient être remises à neuf/reconditionnées en fin de vie, conformément à leur engagement en faveur du recyclage dans le cadre de leur politique de développement durable.

Ceci exige un soutien clair de la part des fabricants d'imprimantes, qui doivent aider les clients à recycler les appareils en fin de vie et proposer un système simple et pratique pour le recyclage des cartouches. Les entreprises doivent travailler avec des fournisseurs d'imprimantes qui reconnaissent l'importance d'une gestion efficace et durable du parc d'imprimantes, tant pour des raisons commerciales que de responsabilité sociale des entreprises.



## Des chaînes d'approvisionnement aux rayons

En quoi l'impression, la numérisation et l'étiquetage peuvent-ils aider les commerçants?

En plus de préparer le terrain pour les futures technologies de sécurité et de durabilité, beaucoup de commerçants révisent également leurs systèmes de back-office afin d'augmenter leur productivité.



### Étiquetage – le lien essentiel entre le stock, les magasins et la réussite

L'impression centralisée des étiquettes permet de créer des modèles standardisés pour les étiquettes de prix et de gérer efficacement les produits depuis le siège. Elle soulage les magasins et évite de mettre en place plusieurs systèmes identiques.

Elle facilite aussi l'inventaire, surtout quand elle est connectée à d'autres systèmes pour fournir des informations en temps réel sur les stocks.



«Nous utilisons des systèmes d'impression d'étiquettes centralisés depuis le début. Nous avons fait appel à un consultant pour déterminer la configuration la plus efficace pour nos magasins. Nous sommes une entreprise assez petite, avec six filiales en Allemagne, et il aurait été difficile, cher et chronophage d'imprimer les étiquettes dans chaque filiale.

Cela a été un peu compliqué à mettre en place, mais nous a permis d'optimiser notre système de livraison. Les employés ne peuvent pas changer manuellement les étiquettes, donc c'est plus sûr. Et le processus est plus simple.»

**Chaîne de boulangeries, Allemagne**



## Impression et numérisation - une expérience impeccable grâce à la technologie

Les solutions d'impression intelligentes décuplent la productivité et libèrent du temps aux employés pour leurs clients, ce qui favorise la croissance des entreprises.

Trois PME de vente au détail sur cinq (59%) ont investi ou prévoient d'investir dans des solutions d'impression ou de numérisation distantes. Celles-ci permettent de mettre en place des caisses mobiles, une tendance lancée par Apple: les vendeurs peuvent encaisser et fournir un ticket n'importe où dans le magasin à l'aide d'une tablette ou d'un téléphone portable et d'un scanner mobile. Cela rend l'expérience client plus agréable et réduit les files d'attente: un avantage pour les commerçants, car cela évite de perdre des ventes.

Certains, notamment dans le commerce alimentaire, utilisent des technologies «scan-as-you-shop», où les clients scannent leurs produits eux-mêmes, paient et s'en vont. Tout comme les caisses mobiles, ce système élimine les files d'attente (un plus à l'ère de la distanciation sociale!) et évite de devoir scanner tous les articles achetés en fin de course. Côté commerçants, il libère les employés qui peuvent passer plus de temps à des activités à plus forte valeur ajoutée et il améliore encore l'expérience client en assurant le réassort des rayons ou en répondant aux questions des clients.

L'impression et la numérisation distantes permettent aussi de mettre à jour facilement et rapidement les étiquettes, en ajoutant des allergènes ou des dates de péremption, ou en modifiant des prix pour booster les ventes d'articles qui ne s'écoulent pas suffisamment vite.



«Nous avons des appareils dans les magasins, mais dans quelques magasins, nous expérimentons l'utilisation d'un iPad connecté à un terminal pour éviter aux clients de faire la queue. Ils peuvent aborder un vendeur qui est en train d'expliquer le jouet et acheter celui-ci sur-le-champ. On s'éloigne petit à petit du système avec passage en caisse. Cela réduit le risque que le client change d'avis avant d'arriver à la caisse.

Il y a parfois beaucoup de monde le week-end, alors cela permet aux gens d'acheter l'article qu'ils veulent sans trop de désagréments. Une petite imprimante mobile permet même d'imprimer un ticket. Nous ne voulons pas envoyer le client à l'accueil pour récupérer son ticket papier, cela annulerait tout l'intérêt de la chose.»

**Magasin de jouets, Royaume-Uni**

# Comment améliorer les interactions avec les clients grâce à la numérisation

Certains commerçants vont encore plus loin en adoptant les tickets et les étiquettes 100% électroniques. Les tickets électroniques devraient connaître une croissance spectaculaire, sachant que 91% des PME de vente au détail ont déjà investi ou prévoient d'investir dans ce domaine au cours des trois prochaines années.

Les tickets électroniques sont bons pour la durabilité, mais ils servent aussi à garder le contact avec les clients après la vente avec des informations utiles. Et ils évitent aussi les échanges non hygiéniques en cette période de pandémie.

Les formats électroniques permettent aux commerçants de collecter plus facilement des données clients et donc de mieux comprendre ce que les gens achètent afin de cibler leur marketing en fonction des achats passés.

Les étiquettes électroniques devraient elles aussi se généraliser. Elles peuvent être mises à jour facilement depuis un emplacement central pour refléter en temps réel les fluctuations de la demande. Elles peuvent aussi avoir une partie scannable ou «intelligente» qui renseigne les clients pendant qu'ils font leurs courses.

Alors que la majorité des consommateurs font leurs courses portable à la main, les commerçants qui sauront l'exploiter disposeront d'un avantage indéniable.





## Magasin de produits alimentaires et d'articles de maison et de loisirs, France

«Nous avons instauré l'étiquetage intelligent il y a environ un an pour nos produits. Nous n'avons plus d'étiquettes en papier dans le magasin, toutes nos étiquettes sont électroniques. Elles fournissent beaucoup d'informations et nous les trouvons extrêmement utiles, tant pour moi et mes employés que pour les clients. Et elles nous font gagner énormément de temps!

Actuellement, le système gère uniquement le stock à l'intérieur du magasin et pas dans l'entrepôt, mais ainsi, nous savons quels produits vont arriver et lesquels ne sont pas prévus, et nous savons exactement de quel stock nous disposons. Il affiche également le prix, le nombre de produits en rayon, la date de la dernière livraison et, dans le cas du click and collect, nous savons tout de suite où trouver les produits et nous ne perdons pas de temps à les chercher. À l'avenir, grâce aux étiquettes intelligentes, le client commandera sur son téléphone, s'approchera du rayon et le téléphone lui indiquera où se trouve le produit.

Cela a coûté près de 200 000 £ pour implémenter tout le système d'étiquetage intelligent, et nous n'utilisons actuellement que 5% de ses capacités. Il nous faudra sans doute 3 ans pour monter à 100% des capacités. J'aimerais que nous soyons au moins à 80% dans 2-3 ans. Cela voudra dire que nous utilisons les commandes automatiques, que nous avons instantanément toutes les informations nécessaires, par exemple les ruptures de stock, et que nous pouvons réagir sans délai.

Il faut investir dans ce type de technologies. Les choses évoluent vite et il faut suivre le mouvement. Il faut former son personnel en permanence pour que les nouvelles technologies soient bien acceptées. On peut mettre en place la meilleure technologie du monde, mais il faut que les gens qui l'utilisent l'acceptent et la trouvent pratique pour en tirer le maximum.»



## Mesurer l'efficacité est indispensable pour booster la croissance

Une fois que les entreprises ont investi dans ces technologies, elles doivent se pencher sur l'efficacité des imprimantes et des flux de travail. Des capacités d'analyse pour la compréhension de l'efficacité des imprimantes et des flux de travail peuvent contribuer à identifier les maillons faibles. La simplification et la corrélation efficaces des données font gagner du temps et augmentent la productivité des employés.

«Nous voulons réduire les coûts en utilisant des outils qui simplifient le flux d'informations.»

**Magasin d'articles de maison et de produits alimentaires, France**

Des outils d'analyse peuvent favoriser la circulation des informations. Les commerçants gardent ainsi une longueur d'avance grâce aux données disponibles et savent toujours quand sera la prochaine livraison ou quels produits s'écoulent très vite et doivent être réapprovisionnés.

Ces capacités d'analyse associées à un flux d'informations ininterrompu permettent aussi aux commerçants de corréler les données de clients et de mieux les connaître. Suivre leurs clients tout au long du parcours d'achat et mieux les comprendre permet aux commerçants de mieux prédire les produits qui les intéresseront, de mieux les cibler en magasin comme en ligne, et d'avoir toujours un stock correspondant à la demande.

## Un résultat maximal pour un effort minimal

Qu'elle soit utilisée pour imprimer, pour copier ou pour numériser, l'imprimante est un pilier des flux de travail efficaces au sein des entreprises et elle peut considérablement alléger la charge administrative. Il est donc particulièrement important d'investir dans les bonnes technologies afin de mettre en place les bons appareils et les bons services pour répondre aux exigences spécifiques des flux de travail.

Il faut s'assurer que l'imprimante s'intègre facilement aux systèmes existants et dispose des toute dernières technologies. Abstraction faite du coût, ce sont les deux critères de choix les plus importants pour les PME de vente au détail.

### Principaux facteurs de choix d'une imprimante

- 1 Facilité d'intégration
- 2 Technologie la plus moderne
- 3 Sécurité des données
- 4 Stockage dans le cloud
- 5 Fonction de surveillance de la consommation des employés

Alors que la technologie progresse, les écosystèmes numériques deviennent de plus en plus complexes et souvent, ces systèmes exigent une expertise propriétaire spécifique pour donner le meilleur d'eux-mêmes. Il n'est pas évident pour les entreprises de savoir gérer les exigences de multiples systèmes et cela peut les éloigner de leur cœur de métier.

## Quel est le rôle de votre fournisseur d'imprimantes

Votre fournisseur d'imprimantes est le mieux placé pour procéder à une évaluation complète des besoins de votre entreprise et vous recommander l'appareil et les services répondant le mieux à vos attentes.

Il peut aussi assurer la maintenance correcte des systèmes d'impression plus complexes. En effet, plus ils offrent de fonctionnalités, plus ils sont complexes à gérer.

## Une imprimante toujours à jour

Au-delà du fait de se faire conseiller une solution adaptée, il devient de plus en plus difficile de rester à la page, avec les nouvelles technologies qui débarquent sur le marché à un rythme effréné.

Traditionnellement, les entreprises investissent dans leur matériel en amont et s'occupent elles-mêmes de la maintenance. Mais elles sont de plus en plus nombreuses à se tourner vers des modèles OpEx (Operational Expenditure ou dépenses d'exploitation), où elles louent le matériel et laissent le fardeau de la maintenance au fournisseur.

Plutôt que d'entretenir un appareil qui se dévalorise rapidement, les PME de vente au détail qui louent leurs appareils bénéficient d'un matériel automatiquement mis à niveau et disposent donc toujours d'une solution optimale.

Nos données montrent que plus de la moitié (54%) des PME de vente au détail louent désormais au moins une partie de leur matériel technologique.

Les PME de vente au détail qui louent leur matériel constatent trois avantages nets: de grandes économies, des gains de temps sur les flux de travail et une solution optimale offrant la technologie la plus sécurisée et la plus moderne.

## Les 10 principaux avantages de la location du matériel technologique

### Économies

1. Ne payez que ce que vous consommez
2. Réduction des coûts
3. Étalement des paiements pour soulager la trésorerie

### Gain de temps et simplicité

4. Gain de temps sur la maintenance du matériel
5. Moins d'ennuis liés à la maintenance du matériel
6. Experts disponibles pour résoudre les problèmes de matériel
7. Concentrez-vous sur votre métier et externalisez les activités qui ne relèvent pas de votre compétence

### Solution optimale

8. Conseils d'experts pour le choix du meilleur matériel
9. Technologie automatiquement mise à niveau à la sortie de nouveaux modèles
10. Matériel à la pointe de la sécurité



«Dans nos bureaux attenants à l'entrepôt, nous louons des imprimantes. C'est là que nous imprimons nos supports pour les points de vente, et tous les supports promotionnels. Ils doivent être de très grande qualité pour être à la hauteur de nos magasins, mais cela signifie aussi que les machines sont plus complexes et qu'il y a plus de risques d'erreurs.

C'est pourquoi nous avons décidé de louer des imprimantes. Nous avons souvent besoin d'assistance, car nous imprimons des supports pour les points de vente et des supports promotionnels pour les magasins, tels que d'immenses affiches, et ce genre de choses.

La location et la gestion déléguée des impressions rendent le tout beaucoup plus facile.»

**Magasin de jouets, Royaume-Uni**

## “At your side” – Comment Brother peut-il aider votre transition numérique?

Alors que trois quarts des PME de vente au détail (76%) ont un contrat en cours avec leurs fournisseurs d'imprimantes, elles ne reçoivent majoritairement qu'un service basique couvrant le matériel, l'entretien et/ou le réapprovisionnement automatique en encre, en toner ou en autres consommables.

Pourtant, demander à votre fournisseur d'imprimantes d'évaluer vos besoins, de vous louer le matériel et de l'entretenir pour vous permet de bénéficier d'imprimantes parfaitement adaptées à vos besoins sans consacrer de ressources internes ni de temps à la maintenance.

La majorité des commerçants s'accordent à dire qu'un facteur essentiel pour atteindre les objectifs d'efficacité est l'intégration aisée de la technologie et des processus.

**83%**

trouvent important que leur imprimante s'intègre aux technologies existantes.

**36%**

bénéficient d'une évaluation de leurs besoins par leur fournisseur d'imprimantes.

Pourtant, un tiers d'entre eux (36%) seulement reçoivent en amont une évaluation personnalisée qui s'assure qu'ils disposent de la bonne technologie pour leur entreprise et que celle-ci est facilement intégrée. Pour Brother, c'est un facteur clé que le secteur de la vente au détail ne doit pas ignorer.

Vous tourner vers votre fournisseur de confiance pour obtenir des solutions intelligentes de flux de travail intégrés permet à votre entreprise et à vos collaborateurs de se concentrer sur les tâches à forte valeur ajoutée.

# L'approche Brother

Brother peut fournir à votre entreprise des solutions d'impression complètes qui s'intègrent aisément à vos flux de travail existants et s'adaptent pour vous aider à réduire le temps passé aux tâches administratives. Ainsi, vos employés sont plus épanouis et plus productifs.

Brother offre une approche multi-solutions qui répond aux besoins spécifiques de votre entreprise pour toutes vos opérations de vente, qu'il s'agisse de l'étiquetage en rayon, des supports de haute qualité pour les points de vente, de l'impression centralisée d'étiquettes ou de l'impression de grands volumes pour le back-office.

Avec sa méthodologie de gestion déléguée des impressions en trois étapes, Brother s'assure que vous avez le bon appareil et les bons services pour réduire la complexité des processus et améliorer la productivité. Chaque étape est conçue pour modeler le service en fonction de vos besoins et répondre à vos attentes.

## Analysephase: Den perfekten Managed Print Service konzipieren

In der Analysephase geht es hauptsächlich darum, die Bedürfnisse Ihres Unternehmens und die Druckgewohnheiten der User zu verstehen. Ziel ist, eine nachhaltige, optimierte, massgeschneiderte Lösung zu konzipieren, mit der sichergestellt ist, dass in Ihrem Unternehmen die richtigen Drucker am richtigen Ort zur Verfügung stehen. Wir führen einen Asset-Audit durch, um die Benutzerproduktivität und die aktuelle Druckflotten-Infrastruktur zu bewerten.

In diesem Audit werden Elemente wie Gesamtbetriebskosten, Sicherheitsanforderungen und Druckrichtlinien, Benutzerproduktivität und Druckernutzung, CSR-Richtlinien und Nachhaltigkeitsziele untersucht. Auf Basis unserer Erkenntnisse entwickeln wir schliesslich eine Lösung, die genau auf Ihre Bedürfnisse abgestimmt ist, die Effizienz in Ihrem Unternehmen maximiert und versteckte Kosten auf ein Minimum reduziert.

## Phase de transition: Tout mettre en place

Nous savons que les changements informatiques à l'échelle de l'entreprise peuvent être un véritable terrain miné et entraîner toutes sortes de problèmes et de risques. Nous avons développé une suite de services exceptionnelle dans notre phase de transition pour vous permettre de passer aux MPS Brother sans accroc et sans risque.

Notre équipe s'occupe de tout: livraison, installation, configuration, implémentation, formation du personnel et fourniture des supports associés. Nous mettons au rebut vos vieux appareils conformément à la législation en vigueur et nous intégrons les processus de l'assistance des MPS à votre propre assistance. Ainsi, le projet est extrêmement bien géré et la transition vers les MPS Brother est fluide pour tous vos collaborateurs.

## Phase d'optimisation: S'assurer que tout fonctionne parfaitement

L'optimisation consiste à s'assurer que tout fonctionne du mieux possible. Elle implique une aide préventive et réactive de Brother. Dans le cadre de nos bilans périodiques, notre équipe passe en revue avec vous les exigences opérationnelles au quotidien. Nous évaluons en continu la disponibilité, la capacité et l'utilisation des appareils pour vérifier si vos MPS vous donnent le maximum, même quand vos besoins changent. Cette évaluation permanente de vos besoins nous permet de garantir que vos MPS vous soient aussi utiles à la fin du contrat qu'elles l'étaient au début.



# Résumé et principales conclusions

La révolution du commerce de détail était amorcée bien avant le coup d'accélérateur dû à la pandémie.

Il aura fallu un état d'urgence mondial pour forcer les commerçants à moderniser leur technologie afin d'être réellement en ligne avant tout. Pour y parvenir, ils doivent s'appuyer sur la transformation numérique, sur la sécurité et sur la durabilité.

Maintenant, les commerçants doivent réellement investir dans les technologies pour optimiser les flux de travail et réduire la charge administrative. Ils peuvent ainsi booster leur productivité et libérer leur potentiel pour répondre aux exigences de la génération «tout tout de suite» avec une expérience client inspirante.



## Technologies clés dans lesquelles les commerçants progressistes souhaitent investir:

### Identification et classement automatisés des documents numérisés

Les PME de vente au détail déclarent que l'automatisation de l'identification et du classement présente une multitude d'avantages qui mènent tous à une hausse significative de la productivité: moins d'heures de travail administratif manuel, réduction du nombre d'erreurs et baisse des frais de fonctionnement.



### Reconnaissance des caractères des numérisations pour obtenir des fichiers modifiables

Outre le gain de temps considérable, les employés évitent de refaire deux fois le même travail et commettent moins d'erreurs. Ils peuvent se concentrer sur les tâches à plus forte valeur ajoutée et leur productivité monte en flèche.



## Systemes tiers integres tels que des assistants numeriques

En adoptant des scenarios a base de regles de type IFTTT («si... alors...»), qui permettent de connecter toutes vos applis et tous vos appareils entre eux, vous faites un pas de plus vers l'automatisation intelligente des processus manuels.

Dans l'ensemble, le recours aux assistants numeriques libere les employes qui peuvent consacrer plus de temps a des taches plus importantes et productives, comme le contact avec les clients. Mais la technologie a ses limites. A l'ere du RGPD, la securite des donnees constitue un risque enorme pour les commerçants, car il concerne leur ressource la plus precieuse, mais potentiellement la plus dangereuse: les donnees des clients.



**La veritable securite des informations passe par la securisation des appareils et des donnees.**

**Elle poursuit trois objectifs:**

- 1** Confidentialite – Protéger les données confidentielles de l'entreprise pour s'assurer qu'elles ne parviennent qu'aux destinataires voulus
- 2** Integrite – S'assurer que le micrologiciel de l'appareil est securise et resiste au piratage et aux autres menaces exterieures
- 3** Disponibilite – S'assurer que l'appareil fonctionne et est accessible aux utilisateurs autorises pour les taches



**N'oubliez pas l'importance de demontrer votre legitimite ecologique**

**Pour les commerçants, un comportement ethique susceptible de leur attirer les faveurs des clients se caracterise par trois aspects fondamentaux:**

- 1** L'engagement a agir contre le changement climatique
- 2** La reduction du gaspillage
- 3** L'egalite de traitement, de salaire et des chances pour tout le personnel



**brother**  
at your side

[www.brother.ch](http://www.brother.ch)

**Brother (Suisse) SA**

Täferenstrasse 30, Case postale, CH-5405 Dättwil

Tél: 0844 484 111

[info@brother.ch](mailto:info@brother.ch)