



Communiqué de presse

## Développement international et paiement **Zoom sur la collaboration Lyra / Hypnia :** **le paiement comme élément de réassurance client**

**Toulouse, le 22 mars 2021 – Aujourd’hui, plus de 50% des e-commerçants français vendent à l’étranger et affichent une réelle volonté de se renforcer à l’international. Car pour une entreprise, cet axe de développement constitue un fort levier de croissance. Mais pour y parvenir, il est important de comprendre et de maîtriser les clés de succès et indubitablement, le paiement en est une brique essentielle.**

**Alors, quelles sont les questions à se poser ? Comment adapter sa solution de paiement à sa stratégie internationale ? Zoom sur l’exemple d’Hypnia, première marque française en ligne de matelas à mémoire de forme « bed-in-box » qui s’appuie sur Lyra, spécialiste des paiements sécurisés en e-commerce et en magasin.**

### **Le paiement au cœur de sa stratégie commerciale**

Depuis son lancement en 2013, Hypnia a anticipé son développement pour devenir une marque reconnue à l’international. Et pour accompagner son succès, le pure player a misé sur le paiement comme élément essentiel de sa stratégie et a choisi la solution de paiement en ligne développée par Lyra. *« Nous voyons le paiement comme un élément de réassurance pour le client qui permet de limiter les abandons de panier et d’optimiser la transformation »*, explique **Samuel Galloo, Directeur Général d’Hypnia**. *« C’est pour cela que nous nous sommes appuyés sur la solution de paiement de Lyra dès l’origine : fiable et facile à intégrer, c’est une solution évolutive en fonction des nouveaux besoins en modes ou moyens de paiement »*.

Présent aujourd’hui en Espagne et en Italie, Hypnia réalise déjà 10% de son chiffre d’affaires hors de l’hexagone. Et la start-up ne compte pas s’arrêter là, puisque d’autres ouvertures sont prévues cette année.

### **Proposer le bon moyen de paiement dans la bonne localité**

Pour se développer à l’étranger, même dans un pays limitrophe, il faut évidemment s’intéresser aux caractéristiques des différents marchés : cela passe par des traductions adéquates, l’utilisation de moyens de livraison connus des clients localement mais également par la prise en compte des préférences en matière de paiement, souvent différentes d’un pays à l’autre.

Et la difficulté est de proposer les moyens de paiement les plus adaptés. *« S’il y a toujours la possibilité d’ouvrir des comptes bancaires dans chaque pays cible, c’est une démarche qui reste très contraignante. Le moyen le plus efficace et sûr, c’est de s’adresser à un prestataire de paiement établissement de paiement qui s’occupe de tout. Avec Lyra, c’est du « clé en main ». Pour chaque nouveau moyen de paiement, il suffit de signer un avenant au contrat et c’est ajouté. Donc de par sa capacité d’évolution, c’est une solution de paiement durable ! »*, précise **Samuel Galloo**.

### **Diversité des moyens de paiement, paiement embarqué et sécurité**

Aujourd’hui grâce à Lyra, le paiement de son matelas Hypnia peut se faire via CB, Visa, Mastercard, American Express, Paypal, virement bancaire. Le site propose aussi le paiement en plusieurs fois, un atout clé pour permettre au consommateur d’accéder à un produit haut de gamme sans exploser son budget.

Les paiements sont réalisés sur son site, sans bascule de l'acheteur sur une plateforme tierce pour limiter les perturbations dans le tunnel d'achat. « *En e-commerce, on constate qu'environ 70% des paniers sont abandonnés lors du checkout. Le principal frein concernant l'étape du paiement sur internet, c'est la confiance de l'acheteur. L'enjeu pour tous les acteurs est donc la sécurité afin de rassurer le client jusqu'au bout du process. Cependant à chaque fois qu'une évolution réglementaire ou une couche de sécurité sont ajoutées, le taux de transformation des marchands baisse... il faut donc anticiper les refus de paiement des banques en proposant des alternatives ou en sachant s'adapter. Et pour cela, que ce soit au niveau français ou européen, nous sommes très bien accompagnés par Lyra !* », conclut **Samuel Galloo**.

### **Développement international et paiement : les clés du succès**

Au même titre que les problématiques d'expédition, de logistique, de service client ou d'évolution du site web, la question de l'encaissement et de la comptabilité se doit d'être réfléchi et pensée dès l'élaboration de sa stratégie de développement. Car en fonction de l'orientation stratégique, les choix à faire sur le parcours de paiement ne concerneront pas nécessairement les mêmes sujets.

Les principales questions à se poser portent sur :

- **Les moyens de paiement**

*Quels sont les moyens de paiement indispensables pour le lancement d'un nouveau marché/pays ?*

*Quels moyens de paiement dois-je absolument proposer pour optimiser mes ventes dans un pays ?*

- **La zone hors Euros :**

*Quelles sont les bonnes pratiques en termes de gestion des devises ?*

*Comment réduire mes frais tout en m'assurant un parcours de client optimal ?*

- **Le choix de la solution de paiement**

*Quels sont les critères importants à prendre en compte pour faire mon choix ?*

*Comment être sûr de respecter les contraintes réglementaires de chaque pays ?*

***A noter dans vos agendas !***

**Lyra et Hypnia reviendront sur toutes ces questions**

**à l'occasion d'un Webinar le mardi 23 mars à 11h.**

**Inscription : <https://www.lyra.com/fr/webinar-ecn-paiement-international/>**

### **À propos d'Hypnia**

Fondée en 2013, la marque Hypnia est spécialiste du matelas à mémoire de forme. Pure Player, Hypnia a été la première marque Française à disrupter le marché du matelas en France en livrant ses matelas compressés et roulés dans des cartons (bed in box) afin de simplifier la livraison du dernier kilomètre. La marque propose une gamme de 9 matelas adaptés à chaque profil de dormeur et ce sont aujourd'hui des centaines de milliers de clients qui dorment sur des matelas Hypnia.

La marque Hypnia a été acquise par le groupe industriel Willefert, fabricant de couettes et d'oreillers made in France (marque Bleu Câlin), en octobre 2019. L'internationalisation de la marque a ensuite été accélérée et Hypnia est aujourd'hui présente en Italie, Espagne et très prochainement aux Pays-Bas.

Hypnia en quelques chiffres :

+ 130% de CA en 2020 à 26 M€

+ 10% du CA réalisé hors de France

+ un entrepôt à rêves de 6 000 m<sup>2</sup>

+ une #DreamTeam de 17 personnes à fin 2020

+ Client Lyra depuis 2014

<https://www.hypnia.fr>

### **À propos du groupe Lyra :**

Fondée en 2001 par Alain Lacour, Lyra sécurise les paiements en e-commerce et proximité et développe des services à valeur ajoutée pour gérer au quotidien les transactions et les équipements. Basée à Toulouse, Lyra est présent à l'international dans 10 pays (Algérie, Allemagne, Brésil, Chili, Espagne, Inde, Mexique, Argentine,

Colombie et Pérou). Le groupe compte plus de 350 collaborateurs pour un chiffre d'affaires de 70M€ en 2020 (en taux de change constant).

Le groupe Lyra en quelques chiffres :

+ de 20 milliards de paiement sécurisés et transmis en 2020 dans le monde

+ de 250 000 sites e-commerce dont 40 000 en France

+ de 4 000 000 de terminaux de paiement dans le monde

Ses services sont certifiés PCI DSS, PCI 3DS, Visa, MasterCard et agréés par le GIE Cartes Bancaires.

<https://www.lyra.com/>

**Contacts presse Lyra : Agence RP au carré**

Amandine Ferré – [amandine@asuwish.fr](mailto:amandine@asuwish.fr)/ 06 15 25 88 60

Carine Lennuyeux – [carine.lennuyeux@rp-aucarre.com](mailto:carine.lennuyeux@rp-aucarre.com)