



Communiqué de presse

Etude exclusive Lyra : Les décideurs partagent leurs attentes, leurs enjeux et leur vision du paiement de demain

Toulouse, le 6 juin 2023 – Afin de conforter sa vision sur les parcours de paiement de demain, le groupe Lyra, leader des paiements sécurisés en e-commerce et en magasin, a réalisé une enquête auprès de 150 décideurs (retailers, enseignes, fournisseurs de services, ...), via la plateforme Spoking Polls, entre le 11 avril et le 16 mai 2023.

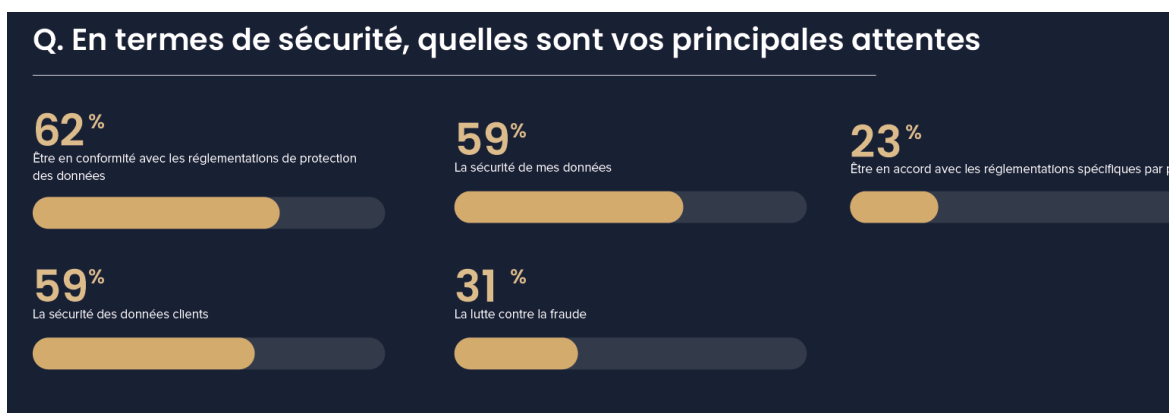
Dans un contexte de marché fortement influencé par un environnement inflationniste et technologiquement dynamique, de nombreuses opportunités d'innovation émergent. Au travers d'un état des lieux des besoins des professionnels, des enjeux auxquels ils doivent faire face et de leur vision à plus long terme, Lyra apporte une analyse éclairée. Des enseignements précieux pour les commerçants pour la conception de leurs nouveaux parcours d'achat.

Les grands enseignements de l'enquête*

- **La sécurité, de loin la priorité des marchands**

57% des répondants placent la sécurité en tête de leur préoccupation dans le choix de leur solution de paiement. Un chiffre qui vient souligner la prise de conscience chez les marchands de l'importance de sécuriser l'ensemble des données – les leurs et celles de leurs clients – pour faire face aux cybermenaces de plus en plus fréquentes.

Et en matière de sécurité, ils sont 62% à placer la conformité avec les réglementations de protection des données (RGPD notamment) en tête de leurs attentes.



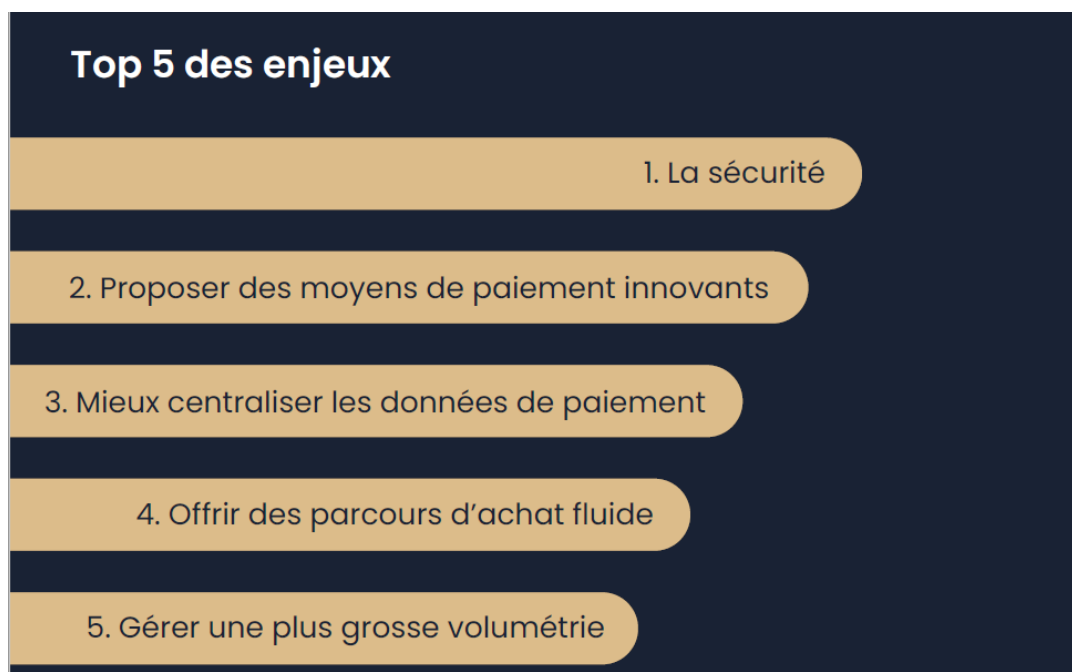
« Le fait que la sécurité soit une attente forte des décideurs confirme l'importance de la souveraineté des données, tout particulièrement à l'heure où la cybercriminalité se développe à vitesse grand V et où le cloud est omniprésent. Cependant nous constatons que ce n'est pas

*l'unique critère pris en compte. », explique **Alain Lacour, Président du groupe Lyra**. « Et c'est une bonne chose car une solution de paiement doit aussi accompagner la croissance du commerçant et lui permettre de gagner en agilité. C'est ce que nous retrouvons dans les critères liés aux moyens de paiement (29%), à la facilité d'intégration (28%), à la couverture internationale (26%) ou encore au parcours de paiement (25%). »*

- **Des enjeux constants, des enjeux structurants**

Sur le court et le moyen termes pour les décideurs interrogés, de grands enjeux émergent :

- En tête, la sécurité et l'innovation, qui sont des enjeux constants, quel que soit le type d'activité et nécessitent une veille permanente.
- Suivent alors des enjeux plus structurants, liés notamment au besoin d'omnicanalité dans le paiement. On note parmi ces enjeux la nécessité de mieux centraliser les données, d'offrir des parcours d'achat plus fluides...



*Pour **Alain Lacour**, « La fluidité des parcours d'achat fait partie des défis importants identifiés par les retailers. Et cela fait bien-sûr écho à l'omnicalité attendue par ces derniers qui veulent connecter points de vente physiques et magasins en ligne pour proposer du Web to Store, du Store to Web, du Click and Collect..., tout en bénéficiant de plus d'innovation et de mobilité. »*

- **Les moyens de paiement de demain pourraient surprendre**

72% des décideurs interrogés se disent convaincus que le contexte actuel marqué notamment par des incertitudes économiques, le changement des habitudes des consommateurs et l'accélération des évolutions technologiques, auront un impact fort sur l'avenir des paiements. Ils sont ainsi 65% à mettre les Wallets, plus sécurisés et faciles d'utilisation grâce à la généralisation des usages mobiles, en tête des principaux moyens de paiement qui seront utilisés demain ! Loin devant la carte bancaire traditionnelle, qui semble marquer le pas.

Parmi les changements à l'œuvre, accentués par l'inflation actuelle, il faut noter le besoin, pour les marchands, de renforcer leur attractivité et leur fidélisation client. D'où le fait que le paiement en plusieurs fois ou les cartes prépayées arrivent dans le top 3 des moyens de paiement qui seront le plus utilisés demain (51%).



« Les moyens de paiement qu'on pense indétrônables comme la carte de crédit pourraient perdre du terrain face à une demande accrue de simplicité, de sécurité et de mobilité. Alors que d'autres, comme le paiement par QR Code, ont de très bonne chance de prendre leur essor. », précise **Alain Lacour**. « Tout cela nous montre que l'écosystème du paiement est loin d'être figé. Au contraire, il semble vivre une accélération sans précédent, liée à de nombreux facteurs - technologiques, économiques, sociétaux - et renforcée par des réglementations majeures comme la DSP2 qui ont créé un véritable tremplin pour l'innovation au service des consommateurs. »

* Enseignements complets de l'enquête disponibles sur <https://www.lyra.com/fr/lp/etude-paiement-2023/>

NOTE METHODOLOGIQUE

L'étude a été réalisée par le département des études BtoB de Spoking Polls entre le 11 avril et le 16 mai 2023 auprès d'un panel de 150 décideurs (CEO, DSI, DAF, Directeurs e-commerce) par internet et téléphone, via la plateforme Spoking Polls. Profils des répondants : Franchises, Enseignes et pure-players e-commerce réalisant plus d'1M€ de CA mensuel dans le secteur du retail, des services, de la mobilité et du tourisme. Spoking Polls a réalisé en 2023 différentes études dans le secteur fintech (gestion des liquidités, fraudes aux paiements, évolutions des attentes en matière de gestion de trésorerie...) et sur la transformation digitale des fonctions Finances et de gestion d'épargne. La société réalise pour le compte de Finance Innovation *Le Palmarès de la Fintech 100*.

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 présente à l'international dans 11 pays (Allemagne, Argentine, Brésil, Chili, Colombie, Équateur, Espagne, Inde, Mexique, Pérou et Uruguay). Le groupe compte plus de 450 collaborateurs pour un chiffre d'affaires de 79M€ en 2022.

Le groupe Lyra en quelques chiffres :

- + de 20 milliards de paiements sécurisés et transmis en 2022 dans le monde
- + de 255 000 sites e-commerce dont 62 000 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/>

Contact presse Lyra

Amandine Ferré

amandine@asuwish.fr

Tel. : 06 15 25 88 60