



Lyra, la fintech innovante et rentable, se lance dans l'initiation de paiement

L'entreprise toulousaine, qui vient de fêter ses vingt ans, est un des piliers du paysage des paiements en France et poursuit sa croissance avec méthode.

PAR ALEXANDRA OUBRIER

@AlexOubrier

+ EMAIL aoubrier@agefi.fr

Des terminaux de paiement électronique (TPE) aux *soft POS* (*software point of sale*), en passant par sa plateforme d'acceptation des paiements en ligne, Lyra sait tout faire ou presque. Cette discrète ETI française installée à Labège, près de Toulouse, propose une innovation quasiment chaque mois. La dernière en date est une application mobile, PayZen by Lyra, destinée aux commerçants clients pour leur permettre de générer depuis leur *smartphone*, leur tablette ou leur TPE Android, une demande de paiement soit à distance, soit en face à face. Un pas de plus vers le commerce unifié, autrement dit la convergence du commerce physique et du commerce en ligne, qui offre aussi aux consommateurs un moyen de régler un achat dans divers contextes, y compris la livraison à domicile, en cliquant sur le lien envoyé par le commerçant par SMS, e-mail ou un réseau social. L'application peut d'ailleurs être utilisée par les commerçants qui n'ont pas de site d'e-commerce. Elle est en cours de déploiement par une banque auprès de sa clientèle de petits commerçants.

ANTI-LICORNE

La prochaine innovation est l'initiation de paiement ou paiement *open banking*, que la DSP2 (deuxième directive sur les Services de paiement) devait rendre plus simple, mais que de nombreux prestataires peinent à mettre en œuvre. La faute aux API (interfaces de programmation) des banques françaises et aux standards

Stet mis en œuvre de façon « *minimaliste* », d'après Alain Lacour, président fondateur de Lyra, dans un *post* sur LinkedIn. Entreprise d'ingénieurs qui aime les défis technologiques, Lyra est une habituée des tests en avance de phase sur les nouveautés qui égayent les paiements. Le déploiement généralisé de l'authentification forte dans les paiements en ligne lui a donné l'occasion, notamment, de faire remonter les multiples anomalies aux intervenants de la chaîne de paiement et d'offrir à ses clients com-



merçants une migration plus fiable vers 3DSecure V2. Sur l'initiation de paiement, même programme de tests et d'identification des *bugs*, avant d'offrir ce nouvel instrument de paiement aux commerçants habitués des paniers moyens élevés qui dépassent souvent les plafonds des cartes bancaires. « *Nous travaillons sur les parcours pour rendre l'initiation de paiement plus fluide*, raconte Anton Bielakoff, directeur général de Lyra. *L'offre sera disponible en mars mais certaines banques ne facilitent pas la mise en place pour l'e-commerce* », en instaurant par exemple des barrières à l'initiation d'un virement instantané (SCT Inst), comme la facturation du consommateur.

Installée à Labège (photo), près de Toulouse, Lyra s'autofinance depuis sa création en 2001.

La suite se prépare. Les équipes techniques travaillent sur un nouveau parcours alliant les capacités d'accès aux comptes (*account information service provider*, DSP2) pour collecter l'Iban du payeur avec le processus de génération d'un prélèvement par le payé. Une combinaison complexe sur les plans technique et réglementaire, mais qui simplifiera nettement la mise en place d'un SDD (Sepa Direct Debit) pour effectuer des paiements récurrents et répondre aux besoins des plateformes de location à la demande, par exemple. L'innovation sera disponible au dernier trimestre 2022.

Lyra est une anti-licorne. Fondée en 2001 pour attaquer le marché des TPE (installation, location, maintenance) pour le compte des banques, elle a acquis sa rentabilité en quelques années. Son développement vers l'e-commerce à partir de 2009 lui a permis de gagner 30 % du marché en dix ans et de compter 300.000 marchands parmi ses clients, dont 50.000 en France, en étant notamment le fournisseur en marque blanche du groupe BPCE. Devenue établissement de paiement en 2017, Lyra a pu se positionner sur le service aux *marketplaces*, l'acceptation de multiples moyens de paiement et l'accompagnement de ses clients à l'international. Avec un chiffre d'affaires de 70 millions d'euros, resté stable en 2021 malgré la hausse du volume de transactions traitées à 20 milliards, et 450 collaborateurs, Lyra s'est toujours autofinancée. Y compris dans son développement hors de France avec douze filiales – Algérie, Allemagne, Argentine, Brésil, Chili, Colombie, Equateur, Espagne, Inde, Mexique, Pérou, Uruguay, qui représentent 45 % de son activité – et qui devrait se poursuivre. ■