Comment Kusmi Tea s'adapte aux paiements en ligne en Europe

Le spécialiste du thé s'est rapproché de HiPay Group pour élargir le panel des moyens de paiement acceptés sur son site e-commerce. Répondre aux spécificités monétaires de chaque pays se révèle essentiel pour générer de la croissance.

Un site e-commerce est un bon moyen pour une marque d'attaquer un nouveau marché, sans pour autant investir dans un réseau de magasins physiques. C'est le parti pris de Kusmi Tea qui dispose de 50 boutiques en France, travaille avec des revendeurs dans 35 pays et expédie virtuellement dans le monde entier. Le site e-commerce, géré intégralement par la maison mère, a été traduit en italien, allemand et anglais pour s'implanter en Italie, Allemagne, Canada, États-Unis et Angleterre. Le groupe Orientis Gourmet, propriétaire de Kusmi Tea, y vend principalement sa marque de thé ainsi que des accessoires de service – pour le café également – sous la bannière Forlive Design. Et aussi, depuis peu de temps, sa tisane Lov Organic qui réalise les meilleures ventes, générant une hausse du panier moyen.

60 M€
de CA, dont
4 M€
sur internet
11 M€
en BtoB
50
boutiques
en France
35
pays via des
revendeurs
Source : Kusmi Tea

Une cinquantaine de moyens de paiement différents en Europe

Mais, pour commercer à l'international, le volet des moyens de paiement s'avère un enjeu clé et complexe. *« Quand nous avons voulu accepter les rémunérations en livre sterling, nous avons passé six mois à conclure les accords nécessaires avec des partenaires bancaires,* se souvient Gaël Donat, directeur technique internet du groupe Orientis Gourmet-Kusmi Tea. *Comme l'international représente un axe fort de développement pour notre activité e-commerce, nous avons pris le parti de nous faire accompagner*

Les habitudes de paiement en ligne en Europe

FRANCE ET UK
LA CARTE BANCAIRE

La carte bancaire est reine au Royaume-Uni, comme en France, pour régler les achats en ligne représentant 75 % des paiements pour le premier, 77 % pour la seconde. Les portefeuilles électroniques arrivent en second avec 21 % de part pour les Anglais, à peine 11 % pour les Français.

Kusmi Tea accepte de multiples devises sur son site pour les paiements CB.

PAYS-BAS ET POLOGNE
LE VIREMENT BANCAIRE

Les paiements e-commerce se font via un virement bancaire. La solution iDEAL assure, en Hollande, 60 % des transactions, pour un volume de 140 millions de règlements. En Pologne, 28 % des achats en ligne se font via un virement, et Przelewy24 représente 90 % de ce marché.

Rien n'est développé pour ces marchés. L'enseigne étudie la possibilité de déployer iDEAL.

PORTUGAL ET ITALIE
LES ESPÈCES

Le paiement en ligne reste dominé par l'usage des espèces. Les Italiens, dont 30 % utilisent le cash pour leurs achats en ligne, plébiscitent le service SisalPay, qui rassemble 45 000 points de vente ouverts 7 jours sur 7. Les Portugais, quant à eux, passent par le service Multibanco, (240 000 terminaux points de vente et 14 000 guichets automatiques).

Déploiement de la solution Sisal en cours sur le site Kusmi Tea.

ALLEMAGNE ET BELGIQUE
DES SOLUTIONS LOCALES

Les Belges ont recours à Bancontact ou Mister Cash, et les virements se font via les banques en ligne (ING Home'Pay, Belfius, KBC & CBC). Ces solutions représentent 52 % du marché sur les sites d'e-commerce du pays. Outre-Rhin, le transfert d'argent est plébiscité, et il est indispensable de proposer le paiement avec Sofort (100 millions de transactions annuelles) et Giropay (1 million de transactions par mois).

Kusmi Tea a installé la solution Sofort en Allemagne.

Source : HiPay Group

par HiPay Group, spécialiste des paiements en ligne. » Ainsi, pour se lancer sur le marché de la Norvège, le site Kusmi Tea devait pouvoir accepter les couronnes. Une problématique réglée en quelques semaines par le professionnel de la monétique. «*Nous avons les capacités d'aller vite sur l'ouverture d'un pays, surtout quand le marchand est connu. Le dossier peut alors être traité en deux à trois semaines,* détaille Nabil Naimy, Chief Product and Strategy Officer de HiPay Group. *Nous intervenons sur la partie technique pour gérer la monnaie de notre client et celle du marchand. Puis, nous les aiguillons sur les moyens de paiement utilisés par un pays. En Europe, il en existe une cinquantaine.* »

> « En proposant en Allemagne un paiement via la solution de virement bancaire Sofort, le taux d'abandon a chuté, passant de 50-60 % à 15 %. »
>
> **Gaël Donat,** directeur technique internet du groupe Orientis Gourmet-Kusmi Tea

À chaque pays ses usages

En effet, au-delà de l'acceptation de multiples devises, il faut aussi gérer la variété des moyens de paiement combinée à la spécificité des pays. Si en France, la carte bancaire est reine pour les achats en ligne, ce n'est absolument pas le cas dans d'autres pays d'Europe. L'Italie et le Portugal fonctionnent avec des espèces, passant par des guichets automatiques, ou des commerçants certifiés pour finaliser la transaction. Outre-Rhin, la norme est un virement bancaire, notamment avec la solution Sofort. «*Les Allemands n'aiment pas la carte bancaire, nous avions proposé la possibilité de virement en affichant en fin de parcours un RIB, mais nous avions un très fort taux "d'abandon panier", entre 50 à 60 %,* précise le directeur technique d'Orientis Gourmet-Kusmi Tea. *Nous avons fait évoluer notre système pour utiliser la solution Sofort, incontournable en Allemagne, et les abandons sont retombés à un chiffre classique de 15 %.* »

Trouver le bon curseur pour la fraude

HiPay aide aussi pour la gestion de la fraude. En France, l'usage du 3D Secure (protocole sécurisé de paiement sur internet) est répandu. Un code de confirmation, envoyé par mail ou texto, est demandé pour finaliser la transaction. «*Nous avons peu de fraude sur notre site,* commente Gaël Donat, *grâce à la mise en place d'un module de HiPay, avec un contrôle empirique, ajustant le dispositif à l'usage. Le 3D Secure est débrayable, se déclenchant au-delà de 240€.* » Là encore, il y a des particularités territoriales. «*En France, le 3D Secure génère des abandons de panier, mais il rassure l'internaute au Royaume-Uni ou en Belgique*», précise Nabil Naimy.

L'e-commerce se pense aussi au format m-commerce. Kusmi Tea a sorti son application en septembre 2015, sous un format hybride : la partie paiement bascule vers une version «responsive design» du site web. «*L'avantage est que l'on peut travailler le parcours client et améliorer l'ergonomie,* détaille Gaël Donat. *Le client mobile se révèle très réactif. Nous travaillons sur les synergies entre mobile et web, pour notamment une récupération de panier.* »

CLOTILDE CHENEVOY