



*Information presse
2 avril 2024*

Ancré dans les usages quotidiens des consommateurs, le *Buy Now Pay Later* arrive à maturité

3^{ème} édition du baromètre FLOA¹ - Kantar sur les évolutions des usages de paiement en Europe

Face à la volonté croissante de consommer mieux et dans un contexte économique encore incertain, les paiements fractionnés s'imposent. La dernière étude menée par FLOA et l'institut Kantar confirme l'adoption généralisée et désormais stabilisée du *Buy Now Pay Later* en France et Europe, illustrant le stade de maturité atteint par le marché.

Le BNPL, une pratique désormais courante en France et en Europe

Après avoir profondément transformé les habitudes de consommation, l'usage du "Buy Now, Pay Later" (BNPL) se stabilise.

- Selon le dernier baromètre FLOA, **70% des Français utilisent des facilités de paiement**, parmi lesquels 44% en font un usage récurrent, signe d'une intégration profonde dans le quotidien des consommateurs.
- La France fait partie des pays européens où l'usage du BNPL est le plus développé, ce qui confirme un marché national mature.

Cette nouvelle édition révèle des dynamiques différentes concernant la croissance et l'adoption des facilités de paiement à travers l'Europe :

- En France et en Espagne, le paiement en plusieurs fois est toujours aussi populaire avec 1 utilisateur sur 3 qui l'utilise régulièrement (respectivement 38% en France et 32% en Espagne)
- À l'inverse, en Allemagne et aux Pays-Bas, c'est le paiement différé qui reste plébiscité, avec 58% des Allemands et 40% des Néerlandais qui l'utilisent régulièrement.
- Alors que la majorité des pays voient leur taux d'adoption se stabiliser, l'Italie et les Pays-Bas se démarquent par une croissance plus marquée : +14% d'utilisateurs du paiement fractionné en Italie et +11% d'utilisateurs du paiement différé aux Pays-Bas en 2023. Ce contraste souligne la diversité des marchés européens.

Le BNPL est désormais ancré dans le quotidien des consommateurs, considéré comme un outil de gestion budgétaire, notamment en période d'incertitude économique.

¹ *Etude Kantar pour FLOA « Consumption trends and usages of payment in Europe » – décembre 2023. Analyse de 7 pays : France, Espagne, Belgique, Italie, Portugal, Allemagne et Pays-Bas.*

- La fréquence d'utilisation du paiement en plusieurs fois continue d'augmenter. **41% des utilisateurs français font plus de 8 achats par an payés en plusieurs fois** (40% des utilisateurs européens).
- Si tous les secteurs sont concernés, le top 3, notamment en France, comprend **l'électroménager, les produits high-tech et le voyage**.
- Dans un contexte encore marqué par l'inflation, plus de la moitié des Français (52%) envisage de maintenir ou d'utiliser davantage le BNPL, 58% en Espagne, jusqu'à 60% en Italie et 46% en moyenne en Europe.

Les données recueillies en France (comme en Europe) révèlent également une **utilisation plus générale du BNPL parmi les actifs CSP+** : 51% d'entre eux sont des utilisateurs réguliers (vs 44% sur l'ensemble de la population française).

Le BNPL est un atout majeur de l'expérience client au service d'une consommation plus responsable.

Pour les commerçants, l'intégration du BNPL dans les modes de paiement proposés est un levier stratégique, qui influence directement le choix des consommateurs :

- Pour près d'1/3 des Français (29%), les moyens de paiement proposés sont un critère déterminant dans le choix d'une enseigne, aussi important que les avis.
- L'intégration du BNPL aux habitudes quotidiennes est telle que **plus de la moitié de ses utilisateurs (59% des utilisateurs français, 54% à l'échelle européenne) seraient prêts à changer d'enseigne pour en bénéficier**.
- De même, le refus d'une facilité de paiement ou l'obligation de télécharger une application restent des freins majeurs pouvant entraîner un abandon de panier (pour près d'un Français sur deux interrogés).

Le BNPL n'est pas seulement un outil de gestion financière au quotidien, il apparaît aussi comme un levier clé pour soutenir une consommation plus responsable et plus durable :

- **56% des Français qui l'utilisent le considèrent comme un moyen d'acheter des produits de meilleure qualité ou plus responsables**, un sentiment partagé en Europe (55%).
- Les facilités de paiement peuvent activement participer au développement du marché de la seconde main, puisque 43% des Français (1/3 des Européens) déclarent être plus enclins à acheter des produits d'occasion plutôt que neufs s'ils peuvent bénéficier de solutions de BNPL.
- 27% des Français qui utilisent le BNPL l'ont déjà utilisé pour acquérir des articles de seconde main, 23% des Européens confirment cette pratique.

“Le marché du BNPL atteint une certaine maturité en France et plus largement en Europe. Les consommateurs sont de plus en plus avertis mais également de plus en plus exigeants en termes d'expérience de paiement. Nous continuons d'innover pour les accompagner au quotidien avec des services financiers fluides et fiables, répondant à leurs modes de consommation actuels, et pour soutenir une consommation plus responsable.”, déclare Marc Lanvin, directeur général adjoint de FLOA.

A propos de FLOA

FLOA développe des **facilités de paiement** et des services financiers innovants à destination des consommateurs et des commerçants. Plaçant **l'expérience client et l'innovation technologique** au centre de sa stratégie, FLOA s'adapte constamment aux nouveaux usages de paiement des consommateurs. Acteur pionnier des facilités de paiement en 3 et 4 fois, FLOA a acquis **une maîtrise unique en matière de data et de scoring**. Cette expertise assure un **niveau de sécurité maximal** pour toutes les transactions et permet également d'offrir des parcours on et off line qui se distinguent par leur simplicité d'utilisation. FLOA satisfait déjà plus de **4 millions de clients particuliers en Europe** et plus de **15 000 partenaires** e-commerçants et points de vente. Fintech du groupe BNP Paribas, FLOA peut s'appuyer sur son **ADN** et sur la **solidité financière de son actionnaire** pour devenir un **acteur incontournable du « Buy Now Pay Later » en Europe**. Pour en savoir plus : www.floa.com

Contacts presse :

Agence PROFILE – Charlotte Philippe
+33(0)6 31 18 48 94
cphilippe@agence-profile.com

FLOA – Cecilia Chudet
+33(0)6 08 99 05 82
cecilia.chudet@floa.com / contact-presse@floa.com