

## Les facilités de paiement : un engouement européen

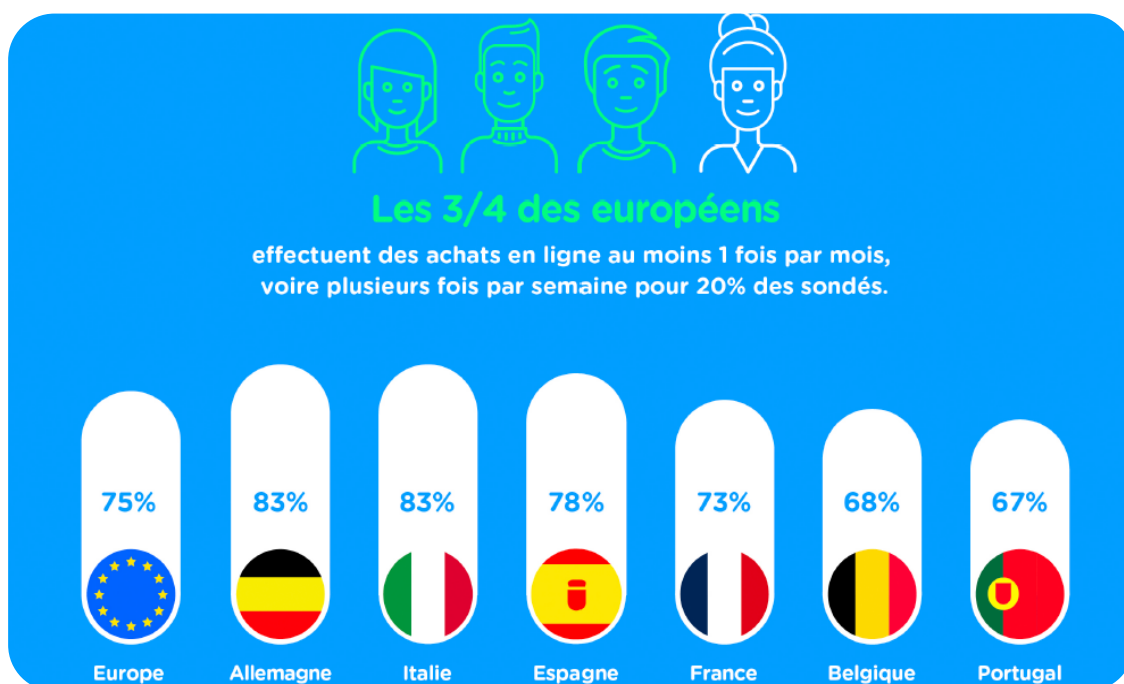
Étude FLOA - Kantar sur les évolutions des usages de paiement en Europe<sup>1</sup>

Cette première étude réalisée par l'institut Kantar pour FLOA illustre l'installation des facilités de paiement dans les usages quotidiens de nos voisins Européens (en Allemagne, Belgique, Espagne, France, Italie et Portugal). Ces nouveaux modes de financement rencontrent un succès grandissant auprès des consommateurs qui les utilisent pour leurs achats du quotidien.

### L'explosion du e-commerce transforme les usages des Européens en matière de paiement.

Depuis deux ans avec la crise sanitaire mondiale, la digitalisation des habitudes de consommation s'est accélérée. Désormais :

- **3 Européens sur 4 effectuent des achats en ligne au moins 1 fois par mois**, et pour 20% d'entre eux plusieurs fois par semaine.
- Parmi les pays les plus avancés : **l'Italie et l'Allemagne, où plus de 80% des personnes interrogées réalisent des achats en ligne plusieurs fois par mois** et ce, quelle que soit la catégorie de produits.



Mais l'étape du paiement suscite encore de nombreux irritants :

- 66% des personnes interrogées ne sont pas favorables à devoir télécharger une application mobile pour finaliser le paiement. Ils sont 71% en Espagne.
- 65% des répondants craignent de se voir refuser une facilité de paiement. 73% des allemands et 76% des Espagnols redoutent une réponse défavorable.

<sup>1</sup> \*Étude réalisée par l'institut indépendant Kantar en novembre 2021 auprès de plus de 4000 répondants représentatifs des populations de 6 pays européens : France, Allemagne, Belgique, Espagne, Italie, Portugal.

Dans ce contexte, l'enjeu pour les commerçants est de fluidifier au maximum l'étape du paiement avec des solutions totalement intégrées. Les facilités de paiement ainsi proposées, sans rupture dans le parcours de vente deviennent alors un **levier de conversion**.

*« Chez FLOA, nous observons depuis plusieurs années l'engouement croissant pour les facilités de paiement. Cette accélération est due aux avancées technologiques qui permettent une intégration de plus en plus fluide de ces dernières dans les parcours clients. De plus en plus utilisées par les consommateurs, les facilités de paiement constituent désormais un levier de conversion incontournable pour tous les commerçants. »* déclare **Marc Lanvin, directeur général adjoint de FLOA.**

## Les facilités de paiement sont désormais installées dans les usages quotidiens des Européens.

Que ce soit pour régler un achat en ligne, ou en point de vente, les facilités de paiement sont de plus en plus utilisées : **plus d'1 Européen sur 3 (35%) a déjà payé en plusieurs fois ou en différé** (« Buy Now, Pay Later »).

Des **disparités d'usage subsistent toutefois selon les pays** :

- **28% des Français et 29% des Portugais déclarent utiliser le paiement en plusieurs fois**, qu'ils préfèrent au différé.
- Tandis que **28% des Belges utilisent le paiement en différé** qu'ils privilégient largement par rapport au paiement fractionné.

L'étude FLOA Kantar souligne que les Européens ont davantage recours aux facilités de paiement dans 4 secteurs : **l'électroménager, les produits high-tech, les meubles/déco, et les voyages.**

- **Les Français sont plus utilisateurs du paiement fractionné (28%)** que la moyenne des européens (22%) et ce, quelle que soit la catégorie de produit.  
En France (69%) comme en Europe (63%), les consommateurs envisagent le recours au paiement en plusieurs fois pour des achats inférieurs à 500€.
- Si la moitié des personnes qui utilisent les facilités de paiement le font pour équilibrer leur budget, 19% européens utilisent aussi le *BNPL* pour se faire plaisir et 13% pour faire plaisir. **En France et en Italie (28%)**, et dans une moindre mesure **en Espagne (24%)**, la dimension « **achat plaisir** » est significative.

*« Les facilités de paiement sont véritablement entrées dans le quotidien des consommateurs européens. Chez FLOA, le montant moyen d'un achat en plusieurs fois, en France, est de 175 euros, ce qui montre bien qu'elles ne sont pas réservées aux dépenses les plus importantes. »* confirme **Marc Lanvin, directeur général adjoint de FLOA.**

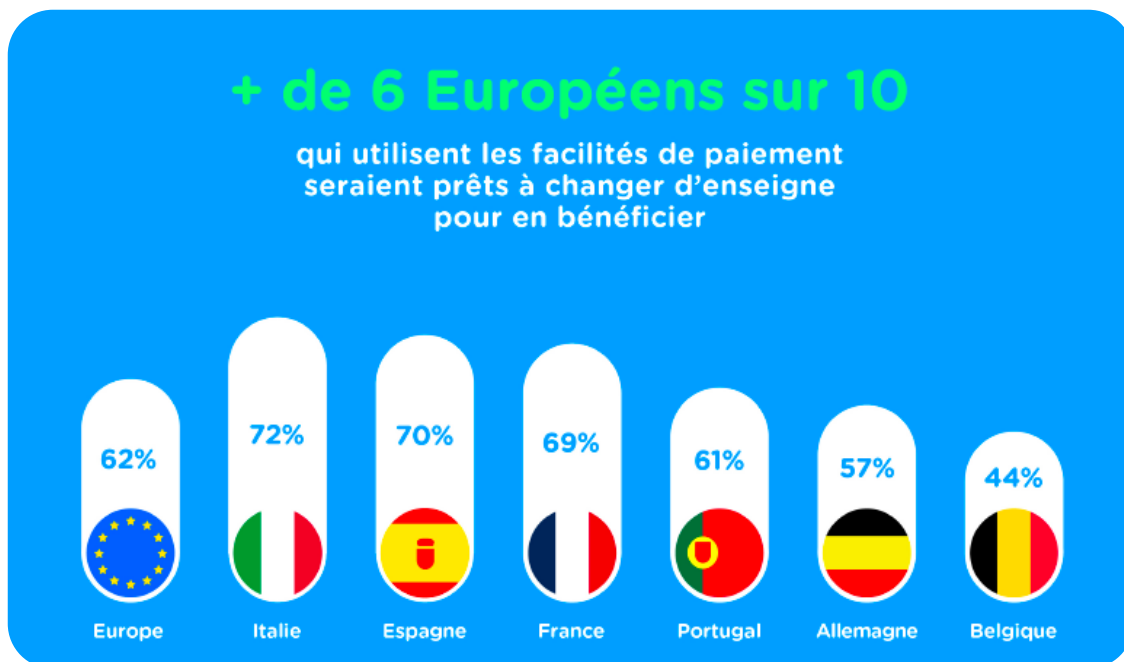
## A l'heure de l'omnicanal, le choix en matière de solution de paiement devient un critère essentiel pour nos voisins européens.

La digitalisation des usages de paiement en Europe s'illustre aussi par le développement et l'adoption de **nouveaux modes de paiement, notamment le paiement mobile** :

- 53% des Européens interrogés déclarent effectuer des paiements via des applications ;
- cette tendance s'observe **particulièrement chez les consommateurs les plus jeunes**, qui se tournent de plus en plus vers des moyens de paiement dématérialisés : paiement mobile via une carte bancaire dématérialisée (43% d'utilisateurs chez les moins de 39 ans), montre connectée (9% d'utilisateurs sur la même tranche d'âge) ou encore PayPal (plus de 30% d'utilisateurs fréquents sur cette même cible).

Le paiement est devenu un enjeu majeur de l'expérience d'achat, les Européens estiment que les **solutions de paiement**, sont le **3<sup>ème</sup> critère de choix d'enseigne** juste après le prix et la notoriété de l'enseigne !

- Plus de la moitié des Européens utilisateurs de facilités de paiement en sont **satisfaits** et seraient **prêts à changer d'enseigne** pour pouvoir en bénéficier.



« Les consommateurs européens sont exigeants et ils attendent une expérience d'achat agréable, efficace et fluide. Le paiement, point d'orgue du parcours client, ne doit pas être un problème, mais bien une solution pour permettre de faire face à un besoin, qu'il soit anticipé ou non. En ce sens les facilités de paiement deviennent un enjeu de service de plus en plus indispensable pour les commerçants. » analyse **Catherine Vidal**, directrice générale de FLOA.

---

#### A propos de FLOA

Leader français des facilités de paiement, FLOA facilite la vie des consommateurs à travers des paiements fractionnés, des mini crédits, des cartes bancaires. FLOA est partenaire de grands (e-)commerçants (Cdiscount, Oscaro, SFR, Vide dressing...), d'acteurs clés du voyage (Selectour, Misterfly, Cdiscount Voyages, Pierre et Vacances...) et de fintechs (Lydia, Bankin, Joe) pour lesquels elle développe des services sur-mesure. Les produits et services FLOA se distinguent par leur simplicité d'utilisation pour les clients et leur rapidité d'intégration pour les partenaires. FLOA compte plus de 3 millions de clients et finance chaque année plus de 2,5 milliards d'euros de biens et services. FLOA a été élu Service Client de l'Année 2022.

Déjà leader en France, présente en Espagne, en Belgique, en Italie et au Portugal, FLOA a pour ambition de devenir le leader européen des facilités de paiement. Depuis février 2022, FLOA a rejoint le groupe BNP Paribas pour accélérer sa croissance et devenir un champion européen des facilités de paiement. Pour en savoir plus : [www.floabank.fr](http://www.floabank.fr)

#### **Contacts presse :**

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

FLOA – Cecilia Chudet  
+33(0)6 08 99 05 82  
[cecilia.chudet@floa.fr](mailto:cecilia.chudet@floa.fr) / [contact-presse@floa.fr](mailto:contact-presse@floa.fr)