

**FACILITES DE PAIEMENT : DE SOLUTION DE PAIEMENT  
À OUTIL DE GESTION BUDGÉTAIRE,  
LES USAGES ÉVOLUENT.**

5<sup>ème</sup> édition du baromètre Floa x Kantar sur les évolutions des usages de paiement en Europe<sup>1</sup>:

**Après plusieurs années d'adoption croissante, le paiement en plusieurs fois entre dans une nouvelle phase de son déploiement. La nouvelle édition du baromètre Floa x Kantar met en évidence une évolution des usages : les Français n'utilisent plus seulement ces solutions de paiement pour régler leurs achats, mais aussi pour organiser et piloter leurs dépenses. Dans le même temps, l'essor de l'IA générative commence à transformer les parcours d'achat, en apportant de nouveaux outils d'aide à la décision. L'entrée en vigueur en 2026 de la DCC2, qui renforce les exigences en matière de transparence et de solvabilité, accompagne cette dynamique.**

**L'usage du « Buy Now Pay Later » (BNPL) est désormais installé, son usage varie selon les générations**

Le paiement fractionné s'est installé durablement dans le quotidien des Français : **69 % d'entre eux y ont désormais recours**, un niveau stable qui témoigne de la maturité du marché.

Les usages diffèrent toutefois selon les générations. Il est particulièrement répandu chez les moins de 40 ans (81 %, contre 63 % chez les 40 ans et plus), traduisant une appropriation plus forte par les générations digitales natives. Il est aussi plus utilisé chez les actifs et les foyers avec enfants.

Le top 3 des catégories les plus plébiscitées pour le paiement en plusieurs fois sont toujours **l'électroménager; (50%) l'high tech (47%) et les voyages (33%)**

**Un outil adopté par les Français pour optimiser leur budget**

Cette nouvelle édition du baromètre Floa montre que le BNPL s'impose comme un outil de gestion budgétaire. Parmi ses utilisateurs français :

- **69 %** estiment qu'il leur permet de **mieux piloter leur budget**.
- **69%** l'utilisent pour étaler le paiement **d'un achat planifié**.
- **57%** l'utilisent également **pour faire face à des dépenses imprévues**.

Parallèlement, l'étude révèle que les Français sont attentifs à leurs dépenses : **79 % déclarent connaître leur reste à vivre, et 29 % d'entre eux le connaissent précisément**.

Notons que les pratiques en matière de gestion budgétaire varient en fonction des générations :

- Les plus de 40 ans déclarent connaître plus précisément leur reste à vivre (31 %, contre 23 % chez les moins de 40 ans), traduisant une gestion budgétaire plus rigoureuse. Cette population est aussi davantage utilisatrice de méthodes de suivi plus traditionnelles (31% gardent leurs tickets bancaires pour reporter leurs dépenses)
- À l'inverse, les moins de 40 ans disposent d'une vision moins précise de leur budget, ce qui renforce l'intérêt d'outils digitaux permettant d'en structurer le suivi (26% utilisent déjà une application de gestion budgétaire)

**L'IA, un nouvel outil dans les parcours d'achat**

L'intelligence artificielle s'installe dans les parcours d'achat, avec des usages encore concentrés sur des

<sup>1</sup> Etude Kantar pour FLOA « Consumption trends and usages of payment in Europe » – février 2026. Analyse de 7 pays : France, Espagne, Belgique, Italie, Portugal, Allemagne et Pays-Bas

fonctions d'assistance, en amont de la décision d'achat.

Les Français disent être prêts à l'utiliser **pour comparer les prix, trouver des produits moins chers (31 %) ou obtenir des recommandations (30 %)**. Ils sont également prêts à utiliser pour des arbitrages plus fins : 19 % pour identifier des alternatives moins coûteuses, comme des produits d'occasion ou reconditionnés.

Parallèlement, l'IA ouvre aussi des perspectives en matière de gestion budgétaire : 32% des Français souhaiteraient que l'IA leur suggère d'attendre une promotion lorsque le prix est trop élevé et 26 % que l'IA leur fasse des recommandations de produits d'occasion ou reconditionnés moins chers.

**Cette tendance est particulièrement impulsée par la Génération Z** qui s'en sert comme un outil de pilotage budgétaire :

- 40% souhaitent que l'IA leur recommande des produits d'occasion ou reconditionnés
- 37% que l'IA leur indique si un prix est anormalement haut et leur suggère d'attendre
- 23% désirent que l'IA leur propose d'étaler une dépense pour éviter un découvert

Si l'IA prend de plus en plus de place dans les parcours d'achat, la délégation totale reste un frein majeur : seuls 5 % des Français se disent prêts à laisser l'IA gérer leurs achats de façon totalement autonome.

*« Le paiement en plusieurs fois s'impose désormais comme un véritable outil de gestion budgétaire. Pleinement intégré aux décisions d'achat, il aide les consommateurs à mieux organiser leurs dépenses. L'IA vient renforcer cette dynamique en apportant de nouveaux repères pour comparer et arbitrer, traduisant l'évolution vers une consommation plus sélective et mieux informée. »* Marc Lanvin, Directeur Général Adjoint de Floa.

### **A propos de Floa**

Floa est la fintech de BNP Paribas qui développe des facilités de paiement et des services financiers innovants à destination des consommateurs, des commerçants et des fintechs. En plaçant l'innovation et l'expérience client au centre de sa stratégie, Floa accompagne les nouveaux modes de consommation et soutient l'activité des commerçants. Son expertise technologique unique lui permet de garantir des paiements simplifiés et sécurisés, pour les consommateurs et les commerçants, en ligne comme en magasin. Floa compte déjà plus de 4 millions de clients particuliers en Europe et plus de 15 000 partenaires e-commerçants et points de vente (parmi lesquels Cdiscount, Veepee Voyage, Samsung, Bricomarché, SFR, Iberia, etc.). Filiale du groupe BNP Paribas, Floa s'appuie sur son ADN de fintech 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](http://www.floa.com)

### **Contacts presse :**

Agence PROFILE – Charlotte Philippe

+33(0)6 31 18 48 94

[cphilippe@agence-profile.com](mailto:cphilippe@agence-profile.com)

Floa – Justine JUILLARD

+33(0)6 80 18 01 84

[justine.juillard@floa.com](mailto:justine.juillard@floa.com) / [contact-presse@floa.com](mailto:contact-presse@floa.com)