

Communiqué de presse
Paris, le 12 avril 2022

Étude Younited sur le paiement fractionné

L'instantanéité et la possibilité d'étaler le paiement sur de longues durées sont au cœur des attentes des consommateurs européens

Depuis la crise sanitaire, le paiement fractionné fait partie des habitudes de tous : des commerçants et des consommateurs. Ce marché en plein essor devrait atteindre, d'ici 2025, 25 milliards d'euros en France et 250 milliards de dollars au niveau mondial^[1]. **Quelles sont les attentes des consommateurs européens ? Quelles spécificités se dessinent pour la France ?** Younited, leader européen du crédit instantané, y répond dans une étude paneuropéenne inédite et dédiée aux enjeux du paiement fractionné. L'enquête a été réalisée avec l'institut d'étude indépendant MixFactory en Italie, Espagne, Allemagne, France et au Portugal^[2]. Deux grandes tendances émergent : l'intérêt grandissant des consommateurs pour des paiements étalés sur un plus grand nombre de mensualités et la nécessité de réconcilier instantanéité et protection du consommateur.

En France aujourd'hui, on constate un usage du paiement fractionné surtout en e-commerce, sur de petits montants et de courtes durées

En France, le paiement fractionné est principalement utilisé pour les achats en ligne, pour des petits montants et sur des courtes durées^[3].

Ainsi, sur l'ensemble des Français ayant eu recours au paiement fractionné :

- 61% l'ont fait pour des achats en ligne, c'est plus que les Italiens (54%) et les Espagnols (44%) mais bien loin des Allemands (78%)
- 65% pour des montants inférieurs à 800 euros, ce qui est supérieur aux autres pays (en moyenne 51%)
- 63% avec un remboursement étalé sur 2 à 4 mensualités.

Cette dernière tendance peut en partie s'expliquer par le caractère limité de l'offre de paiement fractionné proposant de longues maturités. Une période de remboursement plus étendue présente, qui plus est, de nombreux intérêts pour le consommateur, comme de plus petites mensualités avec un impact limité sur le budget, et la possibilité d'aligner la maturité du crédit avec le cycle d'utilisation du produit. D'ailleurs, chez nos voisins européens, les remboursements plus longs sont bien plus fréquents : si seulement 22% des utilisateurs de paiement fractionné français ont étalé leur remboursement sur plus de 7 mensualités, cette proportion atteint 54% en Allemagne et en Italie, 49% en Espagne et 40% au Portugal.

De la même manière, la part des achats supérieurs à 800€ est plus élevée dans ces pays (35% des utilisateurs français contre 40% des utilisateurs espagnols, 40% des Portugais, 54% des Italiens et 58% des Allemands).

De nouvelles attentes des consommateurs Français encore non satisfaites

Mais le marché français est en pleine mutation : pour les acheteurs projetant un paiement fractionné dans les 6 prochains mois, les achats d'un montant supérieur à 1 000€ devraient représenter 28% des paiements fractionnés en France contre seulement 13% aujourd'hui. Cela implique de satisfaire de nouvelles attentes. D'après Younited et MixFactory, **les Français souhaitent accéder à un plus large panel de solutions couvrant à la fois des montants plus élevés et un plus grand nombre de mensualités.**

La confiance reste le premier critère de choix. Pour les Français, c'est avant tout l'enseigne, le commerçant qui doit être connu pour rassurer

Spécificité française, 53% des consommateurs de paiement fractionné l'ont choisi parce qu'ils avaient confiance dans l'enseigne ou le site internet qui le proposait, ceci agissant comme une caution sur l'offre de paiement proposée^[4].

Le facteur « confiance » demeure le critère de décision n°1 pour 42% des Italiens et 39% des Espagnols interrogés Il est moins décisif pour 27% des Portugais et 22% des Allemands. Ainsi la notoriété de la marque de paiement fractionné est un argument nécessaire mais pas suffisant, surtout dans l'hexagone. En effet, seulement 26% des utilisateurs de paiement fractionné français ont choisi cette solution de paiement parce qu'ils connaissaient la marque la proposant, contre 53% en Allemagne et au Portugal, 43% en Espagne et 33% en Italie.

Peut-être ce chiffre est-il le reflet de l'incapacité des marques traditionnelles de crédit consommateur à se différencier les unes des autres et à susciter la confiance du client sans avoir à s'associer à la marque d'un commerçant.

Dans un avenir proche et compte tenu du nombre important de fintech se lançant sur ce créneau, la capacité d'une marque de paiement fractionné à proposer une expérience plus sécurisée car régulée, plus homogène car internationale, plus singulière car innovante, sera déterminante pour susciter cette confiance.

Un parcours client réussi est synonyme de rapidité

L'instantanéité est désormais la norme sur le marché du paiement fractionné. En France, 77% des consommateurs de paiement fractionné déclarent que le processus complet a duré moins de 3 minutes : une expérience plus rapide que dans la plupart des pays européens sondés. Néanmoins, dans la grande majorité des cas, cette instantanéité n'est pas de mise pour les paiements étalés sur de longues maturités pour lesquelles davantage d'étapes de vérification sont souvent nécessaires. L'expérience client souffre alors d'une mauvaise transformation car ces étapes découragent les consommateurs.

En Europe, dans la majorité des cas, deux documents sont demandés pour pouvoir effectuer un paiement fractionné. Cet effort pour proposer un parcours client fluide et une réponse express devrait s'accompagner d'une vérification de la solvabilité des souscripteurs pourtant elle n'est nécessaire que pour les paiements fractionnés sur de longues durées (>90 jours). Dans ce domaine, la DSP2^[5] permet une analyse plus fine et plus rapide de

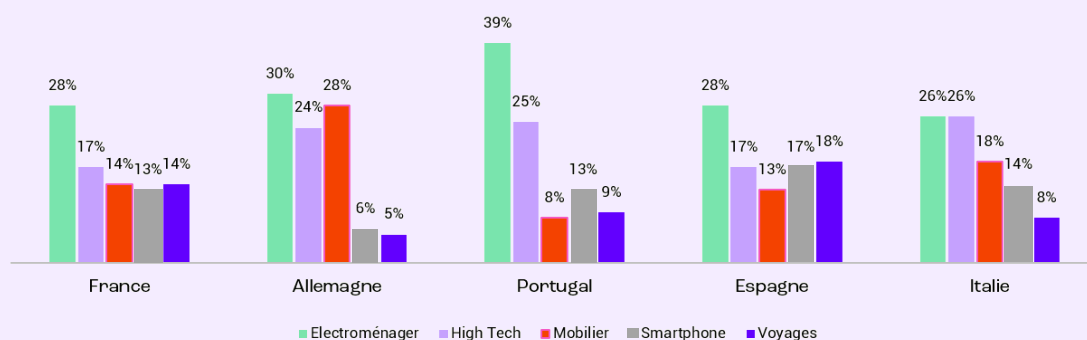
la solvabilité quel que soit le montant pour prévenir les situations de surendettement et protéger le consommateur. Malheureusement, elle n'est pas encore disponible de manière systématique dans les parcours d'achat. En effet, en France, elle n'a été proposée qu'à 26% des personnes ayant choisi le paiement fractionné contre 31% en Espagne, 32% au Portugal, 35% en Allemagne et 38% en Italie.

Chiffres clés en France

- Parmi les consommateurs de paiement fractionné, 61% l'utilisent pour des achats en ligne
- 35% y ont eu recours pour des montants supérieurs à 800€
- 48% ont effectué un paiement fractionné en moins d'1 minute
- Au cours des 6 prochains mois, un tiers des consommateurs français pourrait avoir recours au paiement fractionné pour des montants supérieurs à 1000€

Chiffres clés en Europe

- Plus de 70% des Européens connaissent le paiement fractionné.
- 1 consommateur sur 3 l'utilise (34% en France et en Allemagne, 26% en Italie, 41% en Espagne, 48% au Portugal).
- Les 3 raisons du choix d'une solution de paiement fractionné : échelonner ses dépenses dans le temps, équilibrer son budget, boucler des fins de mois difficiles.
- Les 5 catégories de produits ou services achetés grâce au paiement fractionné sont ^[6] :



[1] Source : Xerfi

[2] Méthodologie : L'étude Younited a été réalisée en juillet 2021, avec MixFactory, institut d'étude indépendant, dans 5 pays (France, Allemagne, Espagne, Portugal, Italie) à partir d'une enquête en ligne menée sur un échantillon de 2 500 personnes équitablement réparties dans les 5 pays listés et dans les trois catégories suivantes : ayant acheté un bien entre 200€ et 3 000€ en utilisant le paiement fractionné au cours des 6 derniers mois, envisageant d'acquérir un bien d'une valeur comprise entre 200€ et 3 000€, via le paiement fractionné au cours des 6 prochains mois, ouvertes à la possibilité de recourir au paiement fractionné dans un futur proche.

[3] Petite maturité : concerne le recours au paiement fractionné pour de petites sommes (entre 0 et 500 euros en moyenne) et des remboursements rapides (étalés la plupart du temps sur 3-4 mensualités). A l'inverse, des maturités dites « plus longues » concernent l'usage du paiement fractionné pour des montants supérieurs à 500€ et sur plus de 4 mensualités.

[4] Etude Younited & MixFactory sur le crédit à la consommation - juillet 2021

[5] DSP2 : La directive sur les services de paiement, dite DSP2, votée en 2015 par le Parlement Européen et entrée en vigueur en septembre 2019, vise à harmoniser la réglementation sur les paiements au sein de l'Union Européenne. Appliquée au crédit, elle permet une expérience simplifiée pour le client, y compris sur les gros montants, puisque la directive autorise un établissement à accéder en direct à ses relevés de comptes bancaires pour procéder à une analyse de solvabilité sécurisée, fiable et instantanée. Pour le marchand, le taux d'acceptation obtenu est supérieur.

[6] Sur 100 consommateurs ayant réalisé un paiement fractionné, X% l'ont fait pour un achat dans chaque catégorie

À propos de Younited

Younited est le leader du crédit instantané en Europe au service de l'économie. Innovation constante, technologie de rupture et expérience utilisateur exceptionnelle ont permis à près d'un million de consommateurs d'avoir accès à un crédit instantané, simple et transparent pour rénover leur logement, financer leurs vacances, ou acheter un nouveau smartphone. Younited propose une offre de crédit instantanée intégrée au parcours client et une interface unique, pour un paiement ou un emprunt, en ligne ou en magasin. Jusqu'à 50 000 euros. Jusqu'à 84 mois de maturité de remboursement. Instantanément.

Younited est leader dans 5 pays européens et génère plus de 2 milliards de GMV annuelle, avec près de 50% de son activité hors de France. Pionnier dans l'accompagnement budgétaire personnalisé, Younited déploie une stratégie de crédit au service de chacun pour plus de transparence et plus d'équité. Younited a initié une démarche de certification B-Corp.

Plus d'informations :

<https://www.younited-group.com>



Contacts presse
younited@rumeurpublique.fr
Hugues Morette - 06 84 51 41 59
Vanessa Marlier - 06 16 59 51 16

YOUNITED