

[Étude Younited] Le paiement fractionné trouve sa place dans l'univers du luxe

Paris, le 30 septembre 2026 - Longtemps perçu comme réservé aux achats du quotidien, le paiement en plusieurs fois trouve progressivement sa place dans l'univers du luxe. Selon une étude menée par Younited auprès de 3 000 consommateurs en France, en Espagne et en Italie, les acheteurs de produits de luxe y voient avant tout un moyen de gagner en flexibilité au moment de l'achat plutôt qu'une réponse à une contrainte budgétaire. L'étude met également en évidence son impact sur la fidélisation et l'image des enseignes.

Les principaux chiffres à retenir

- 55% des acheteurs français de produits de luxe ayant utilisé le paiement fractionné ont choisi de rembourser leur achat en 2 à 4 mensualités
- 42% des achats concernés portent sur des montants compris entre 300€ et 999€
- Seuls 19% déclarent avoir utilisé cette solution parce qu'ils ne pouvaient pas régler leur achat en une seule fois, contre 31% de l'ensemble des Français
- 77% affirment que cette option les encourage à revenir sur le même site ou dans le même magasin
- 69% déclarent qu'elle améliore leur perception de l'enseigne qui la propose

Un outil de flexibilité davantage qu'une solution de financement

L'utilisation du paiement fractionné pour les achats de produits de luxe progresse en France, passant de 3% en 2023 à 9% en 2026. Une évolution qui témoigne de son intégration progressive dans les parcours d'achat premium.

Contrairement à certaines idées reçues, son utilisation ne semble toutefois pas répondre principalement à une contrainte budgétaire. Seuls 19% des acheteurs de produits de luxe déclarent y avoir eu recours parce qu'ils ne pouvaient pas régler leur achat immédiatement, contre 31% de l'ensemble des Français.

Les motivations les plus citées sont l'absence de frais (41%), la possibilité d'étaler le coût de l'achat dans le temps (41%) ainsi que la flexibilité qu'offre cette solution de paiement. La sécurité constitue également un facteur différenciant : 17% des acheteurs de luxe considèrent le paiement fractionné comme un moyen de paiement plus sûr, soit plus du double de la moyenne observée auprès de l'ensemble des Français.

Les échéances courtes s'imposent comme la norme

L'étude montre que les consommateurs de produits de luxe privilégient très majoritairement des remboursements de courte durée.

Ainsi, 55% des utilisateurs optent pour des échéances comprises entre 2 et 4 mensualités, contre 40% en 2023. À l'inverse, les financements longs reculent : la part de ceux étalés sur 13 à 24 mensualités passe de 20% à 9%.

Cette tendance se reflète également dans le montant des achats financés. Les usages se concentrent principalement sur des paniers compris entre 300€ et 999€ (42%) et entre 1 000€ et 2 999€ (36%), confirmant que le paiement fractionné s'inscrit davantage dans une logique d'optimisation des dépenses que dans celle du financement d'achats exceptionnels.

Une expérience désormais aussi importante que le produit

L'étude met en évidence l'impact du paiement fractionné sur la relation entre les enseignes et leurs clients.

Près de huit acheteurs de luxe sur dix (77%) déclarent que la possibilité de payer en plusieurs fois les encourage à revenir dans le même magasin ou sur le même site marchand. Ils sont également 69% à considérer que cette option améliore leur perception de l'enseigne qui la propose.

Le paiement fractionné accompagne également l'évolution des parcours d'achat. En 2026, les achats réalisés avec cette solution se répartissent désormais de manière relativement équilibrée entre magasins physiques (42%), achats en ligne avec livraison à domicile (36%) et click & collect (22%), signe que le service s'intègre progressivement à l'ensemble de l'expérience commerciale.

Des attentes croissantes pour des services à valeur ajoutée

Au-delà du paiement lui-même, les consommateurs interrogés expriment un intérêt croissant pour des services complémentaires.

73% se déclarent intéressés par des programmes de remise ou de cashback proposés par leur banque ou leur organisme de crédit. Sept sur dix souhaitent bénéficier d'options de paiement personnalisées adaptées à leurs habitudes d'achat, tandis que 69% se montrent favorables à des dispositifs de reprise permettant d'obtenir une remise sur un nouvel achat.

Ces attentes témoignent d'une évolution du paiement fractionné vers un rôle plus large de service à valeur ajoutée, au croisement de la fidélisation, de la personnalisation et de l'expérience client.

« Le paiement fractionné trouve progressivement sa place dans l'univers du luxe. Notre étude montre qu'il répond moins à une contrainte budgétaire qu'à une recherche de flexibilité et de liberté de choix. Pour les marques, l'enjeu n'est plus seulement de proposer une solution de paiement : il s'agit désormais de l'intégrer avec fluidité et cohérence dans une expérience client toujours plus exigeante. » **Anne-Gaëlle Fauchon, Directrice Marketing B2B, Younited**

Méthodologie

L'étude BNPL 2026 de Bamboo Research a été réalisée en ligne en France, Espagne et Italie auprès d'un échantillon de 3000 répondants (1000 par pays) âgés de 18 ans et plus, avec une

répartition équilibrée hommes/femmes et des profils variés). Les participants avaient soit acheté, soit envisagé d'acheter un bien compris entre 200 et 50 000 € en utilisant le paiement en plusieurs fois de 2 à 84 x. Les résultats ont été analysés statistiquement.

¹ La comparaison avec 2023 pour le marché français s'appuie sur une base plus restreinte (n=25 acheteurs de luxe ayant eu recours au paiement fractionné cette année-là) ; les écarts observés doivent donc être interprétés comme des tendances indicatives plutôt que comme des mesures de précision statistique élevée.

À propos de Younited

Younited est une fintech européenne de premier plan spécialisée dans le crédit instantané, proposant des solutions de financement simples, transparentes et responsables. Grâce à des technologies de pointe et à l'analyse de données, Younited permet aux consommateurs d'accéder au crédit de manière fluide - en ligne, en magasin, via des partenaires marchands ou des institutions financières. L'entreprise propose des prêts à la consommation instantanés via une plateforme entièrement digitale, conçue pour offrir une expérience rapide, fiable et simple d'utilisation. Présente en France, en Italie, en Espagne et au Portugal, Younited est agréée établissement de crédit par la Banque centrale européenne et supervisée par l'Autorité de contrôle prudentiel et de résolution (ACPR).

Pour en savoir plus, visitez le site www.younited.com

Contacts presse

- Rumeur Publique - younited@rumeurpublique.fr
- Vanessa Marlier - 06.16.59.51.16
- Amanda Libercier-Saldaña - 06.18.98.49.37