

[Etude Younited] Comment le paiement en plusieurs fois a redéfini les habitudes de consommation des Européens

Paris, 05 mai 2026 – En France, en Espagne, en Italie, le paiement en plusieurs fois n'est plus une option parmi d'autres : c'est un réflexe d'achat. Un marché qui devrait atteindre 714,2 milliards de dollars d'ici 2030¹, d'après The Paypers, et dont l'édition 2026 de l'étude paneuropéenne de [Younited](#), menée auprès de 3 000 répondants, confirme la maturité. Des équipements électroménagers aux frais vétérinaires, les usages s'étendent bien au-delà du e-commerce et sont portés par une même logique : mieux gérer son budget au quotidien.

Principaux chiffres à retenir :

- **Une adoption massive :**
 - 79 % des Français, 83 % des Espagnols et 78 % des Italiens ayant réalisé un achat entre 200 € et 50 000 € au cours des six derniers mois ont eu recours au paiement en plusieurs fois.
- **Durée : le 3/4x reste important, mais n'est pas majoritaire partout**
 - 56 % des paiements en plusieurs fois sont réalisés en 2 à 4 échéances en France, contre 38% des Espagnols et 34% des Italiens
- **Motifs principaux pour recourir au paiement en plusieurs fois :**
 - France : la gratuité (44 %)
 - Espagne : la flexibilité (39 %)
 - Italie : l'étalement des dépenses (36 %)
- **Fidélisation :** 61 % des Français, 69 % des Espagnols et 65 % des Italiens déclarent que le paiement en plusieurs fois favorise leur retour chez un commerçant.

I. Le paiement à crédit : un mode de paiement largement adopté par les Européens

Un mode de paiement qui s'inscrit dans le quotidien

Les chiffres sont sans appel : 83 % des Espagnols, 79 % des Français et 78 % des Italiens ayant réalisé un achat entre 200 et 50 000 € au cours des six derniers mois ont eu recours au paiement fractionné.

Et parmi eux, 40 % des Français y recourent au moins une fois par an, tout comme près de la moitié des Espagnols et des Italiens. Et près de 30 % des Français l'utilisent plus de deux à trois fois par an. Qu'il s'agisse de s'offrir un achat plaisir ou de lisser ses dépenses dans le temps, les motivations convergent à l'échelle européenne.

Près de 50% des utilisateurs étalent leur paiement au-delà de 4x

¹ <https://www.ecommerce-nation.fr/etude-bnpl-2025-chiffres-cles/>

Si 56% des Français optent pour le 2 à 4 mensualités, ils sont “seulement” 38% en Espagne et 34% en Italie, révélant des habitudes encore distinctes selon les pays.

Même en France, les échéances de 5 fois et plus sont en hausse de 5 points en comparaison à 2023 (44% vs. 39%). Par ailleurs, contrairement aux idées reçues, ces paiements ne concernent pas uniquement les paniers élevés. Ainsi, en 2025, 34 % des Français déclarent avoir réalisé un achat de moins de 300 € avec un paiement en 13 fois ou plus. Ce chiffre s'élève à 58 % pour les paniers d'achat entre 1000 € et 2999 €.

II. Inflation, flexibilité, confiance : ce qui pousse les Européens à payer en plusieurs fois

Gratuité, flexibilité, étalement : des motivations communes, des priorités locales

Les motivations ont évolué depuis 2023. En France, la gratuité s'impose comme premier critère (44 %), devant l'étalement des dépenses (39 %), la flexibilité (34 %) et les difficultés à payer comptant au moment de l'achat (31 %). En Espagne, c'est la flexibilité qui prime (39 %), quand les Italiens privilégient avant tout l'étalement dans le temps (36 %).

Dans les trois pays, la confiance dans la solution reste un critère important, cité par 15 à 20 % des répondants.

Un filet de sécurité pour les consommateurs

Le paiement fractionné répond aussi à une réalité concrète : 27 % des Français et des Italiens, et 22 % des Espagnols estiment que payer comptant rendrait leurs fins de mois difficiles. Un chiffre qui monte à 53 % en région parisienne. Face à l'inflation, 17 % des Français et 12 % des Espagnols et des Italiens envisagent d'y recourir encore davantage dans les mois à venir.

III. Des usages qui s'étendent au-delà des biens de nécessité

Électroménager, smartphones, électronique : les piliers du paiement fractionné

Le paiement fractionné reste d'abord associé aux achats du quotidien et aux biens à valeur élevée : électroménager (35 %), smartphones (34 %), produits électroniques (25 %). Des catégories bien installées, qui confirment la maturité du marché.

Des obsèques au luxe : le paiement fractionné repousse ses frontières

L'étude révèle une extension vers de nouveaux types de dépenses. Il est par exemple envisagé pour l'entretien automobile (60 % en France et en Espagne, 59 % en Italie), les frais vétérinaires (43 % en France et en Espagne, 45 % en Italie) et les obsèques (46 % en France, 41 % en Espagne et en Italie). D'autres usages émergent, comme les formations professionnelles (37 % en France, 40 % en Espagne et 45 % en Italie), la seconde main (30 % en France, 34 % en Espagne et 38 % en Italie) ou encore le luxe et l'horlogerie (23 % en France, 32 % en Espagne et 37 % en Italie).

Le paiement fractionné s'adapte à tous les contextes d'achat

Les achats en ligne progressent : plus de la moitié des utilisateurs dans les trois pays ont eu recours au paiement fractionné sur ce canal. Néanmoins, les magasins physiques restent incontournables : en France, 39 % des paiements fractionnés ont lieu en point de vente, contre 44% en Espagne et 41 % en Italie. Ils sont majoritaires pour les achats de meubles (60 %), d'électroménager (51 %) et les produits de luxe (46 %) : des catégories où le conseil et l'expérience en magasin font la différence.

IV. Au-delà du paiement : un levier de fidélisation pour les commerçants qui nécessite un cadre réglementaire adapté

Le paiement fractionné reste un atout pour les commerçants pour fidéliser la clientèle

61 % des Français, 69 % des Espagnols et 65 % des Italiens déclarent qu'il les incite à revenir chez un commerçant ou sur un site. Mais cet effet s'essouffle, en recul de 13 points depuis 2023. Ce recul s'explique par la généralisation même de ces solutions : le paiement étalé est passé du statut d'avantage concurrentiel à celui de standard du marché.

Les attentes des consommateurs vont plus loin que le simple étalement du paiement. Plus de deux tiers des sondés se disent intéressés par des réductions, du cashback ou des offres de reprise d'un ancien équipement lors d'un nouvel achat. Les commerçants devront donc combiner plusieurs leviers pour fidéliser leur clientèle.

La réglementation arrive : entre confiance et inquiétudes

En novembre 2026, la directive européenne sur le crédit à la consommation (DCC2) entrera en vigueur, élargissant son champ à certains paiements fractionnés jusqu'ici non encadrés. Les consommateurs y voient majoritairement une bonne nouvelle : 40 % jugent ce cadre nécessaire pour mieux les protéger, et près de 30 % estiment qu'il renforcera leur confiance. Mais des inquiétudes existent : 19 % redoutent des démarches plus complexes et 18 % un accès plus difficile.

Un signal clair sur la nécessité de mieux informer et d'accompagner les utilisateurs. **Simplicité, transparence et pédagogie** seront déterminantes pour maintenir l'adoption.

« Le paiement en plusieurs fois est devenu une évidence en Europe. Avec l'entrée en vigueur de la directive DCC2 en novembre 2026, les règles du jeu vont changer pour certains paiements fractionnés jusqu'ici non encadrés. Pour les commerçants et les acteurs de l'e-commerce, la question n'est plus de savoir s'il faut proposer cette option, mais de s'assurer qu'elle est vraiment adaptée à leurs produits, à leurs clients et aux différentes situations d'achat, qu'il s'agisse d'une dépense de confort ou d'une nécessité. » **Anne-Gaëlle Fauchon, Directrice Marketing chez 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 84x. Les résultats ont été analysés statistiquement.

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 plus d'informations: 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

Méline Barbot-Cotte - 06.19.67.57.67