

ÉDITION 2024

PAIEMENT FRACTIONNÉ

Le secteur se restructure autour des grands acteurs,
tout en diversifiant ses marchés et canaux de vente

PAIEMENT FRACTIONNÉ

Le secteur se restructure autour des grands acteurs, tout en diversifiant ses marchés et canaux de vente

Après l'envolée des valorisations financières des acteurs du paiement fractionné, la hausse des taux d'intérêt est venue interrompre cette dynamique. Un recentrage s'opère en faveur des start-up les plus solides financièrement, qui doivent à présent viser la rentabilité plutôt qu'une croissance soutenue par un crédit devenu trop coûteux. Le marché reste quant à lui prometteur, porté par l'essor de l'e-commerce, malgré une inflation aux effets contrastés sur les habitudes des consommateurs.

La consolidation du secteur s'opère au bénéfice des acteurs traditionnels, en premier lieu bancaires, qui réalisent des acquisitions de start-up et enrichissent leur offre de services financiers. La récente évolution réglementaire du secteur favorise également les banques face aux fintech. Le paysage concurrentiel se transforme aussi avec l'arrivée de nouveaux entrants, proposant des services connexes, tandis que les logiques de plateformes généralistes montent en puissance.

En dépit d'une conjoncture mitigée, les sociétés du marché du paiement fractionné ont des raisons de rester optimistes. Les taux d'intérêt devraient baisser durant l'année 2024, réduisant leurs coûts d'emprunt, et les opportunités de diversification et de partenariats demeurent importantes pour les spécialistes du domaine. L'encadrement réglementaire, s'il complexifie certaines procédures, vient également amoindrir les critiques quant au risque de surendettement des clients.



DANS CE DOSSIER

RECOMMANDATIONS	4
UN MARCHÉ EN PLEIN ESSOR FREINÉ PAR LA HAUSSE DES TAUX ET LA RÉGLEMENTATION	5
Une solution facilitant la gestion de trésorerie des ménages et des entreprises.....	5
Le paiement fractionné se développe et affiche un potentiel prometteur	6
Des levées de fonds considérables avant une chute brutale liée au contexte financier	9
La réglementation évolue vers un encadrement plus strict	12
UNE CONSOLIDATION DU SECTEUR EN FAVEUR DES ACTEURS TRADITIONNELS	14
Un paysage concurrentiel mouvant renforcé par la profusion de services connexes ..	14
Les banques et les acteurs bien capitalisés se déploient grâce aux acquisitions	15
Les partenariats semblent incontournables pour se développer	17
Plusieurs modèles pour se positionner	18
Une expansion internationale marquée	19
UNE MUTATION DU MARCHÉ ENTRE BTOB ET DIVERSIFICATION	20
Le BNPL destiné aux professionnels prend de l'ampleur.....	20
Une normalisation croissante du BNPL au sein de l'offre financière.....	23
PRINCIPALES SOURCES UTILISÉES	24

RECOMMANDATIONS

- Les perspectives de croissance du marché du paiement fractionné ont connu **un essor fulgurant** ces dernières années, conduisant à **des valorisations colossales** pour les spécialistes du secteur. La hausse récente des taux d'intérêt a stoppé cet élan et mené le *Buy Now Pay Later* (BNPL) dans une zone de turbulences.
- Les acteurs sont en effet doublement dépendants de l'évolution des coûts d'emprunts. D'une part, ils ont **multiplié les levées de fonds** pour accélérer leur développement et la conquête de nouveaux marchés face à une vive concurrence. D'autre part, **leur modèle économique repose sur l'obtention régulière de financements** pour traiter les volumes de transactions effectués chez leurs commerçants partenaires.
- Ce nouveau contexte a provoqué des difficultés chez certaines sociétés et a **amené le secteur à se recentrer sur les fondamentaux**, c'est-à-dire la recherche de rentabilité. Le potentiel du marché avait été la source d'**acquisitions d'entreprises du BNPL par des concurrents ou des acteurs extérieurs** ; la chute des valorisations favorise elle aussi la concentration du secteur au bénéfice des acteurs fortement capitalisés. **Les groupes bancaires rachètent également des start-up du paiement fractionné**, alors que les hausses de taux améliorent leurs perspectives de profits et donc leurs capacités financières.
- Les nouvelles contraintes réglementaires viennent quant à elles **normaliser la situation du paiement fractionné**, auparavant dans une zone grise sur le plan juridique. Le risque qu'elles freinent le marché n'est pas à négliger, et cette évolution **favorise les acteurs les plus avancés dans les analyses de solvabilité**.
- En pleine reconfiguration, le secteur présente **à la fois des risques et des opportunités** pour les entreprises en place et les éventuels nouveaux entrants. Face à la double contrainte financière (rentabilité et coût de la dette), les stratégies focalisées sur la croissance et un déploiement rapide à l'international doivent être **remplacées par des approches moins consommatrices de capitaux**.
- **Le pivot du segment BtoB apparaît comme une tendance majeure** et une occasion à ne pas rater : la taille du marché et le manque de solutions dans le domaine en font **un segment moins concurrentiel** que celui du BtoC, sans doute proche de la saturation. Outre un besoin accru en financements, **il se montre toutefois plus risqué** : analyser la solvabilité d'une entreprise est une opération plus complexe que pour un particulier.
- Alors que les écosystèmes numériques sont déjà solidement constitués, **s'imposer en tant que "super app" semble difficile, à moins d'identifier une niche** où l'agrégation de services apporte une réelle plus-value à l'utilisateur. **L'existence de leaders hégémoniques sur leur créneau** représente un autre facteur pouvant pénaliser un tel positionnement.
- La situation est différente **au niveau des plateformes de services financiers**, qui se développent fortement, notamment sous l'impulsion d'**une diversification des entreprises** du secteur, que ce soit des fintech ou des acteurs historiques des paiements. Le paiement fractionné ne devient qu'un élément parmi d'autres, perdant son caractère différenciant. Il reste toutefois **possible pour les spécialistes de nouer des partenariats** avec ses différents acteurs, afin de s'imposer comme un fournisseur incontournable.

UN MARCHÉ EN PLEIN ESSOR FREINÉ PAR LA HAUSSE DES TAUX ET LA RÉGLEMENTATION

Une solution facilitant la gestion de trésorerie des ménages et des entreprises

“Pour l'e-commerçant, c'est un modèle de conquête de clientèle, car le paiement fractionné augmente la valeur du panier moyen.”

Élodie Balland, responsable des activités de marché, des solutions de paiement et cash management à CIC Sud-Ouest, 2023

“L'intérêt du BNPL BtoB est de libérer de la trésorerie sur les factures qui sont dues aux entreprises, pour la remettre au travail.”

Roland Jais Nielsen, fondateur et CEO de Hero, 2022

- Pour un acheteur, le paiement fractionné (ou BNPL, pour *Buy Now Pay Later*, “achète maintenant et paye plus tard”) consiste à **échelonner le paiement d'un bien ou d'un service en plusieurs fois**. La part non payée lors de l'achat représente donc une dette de l'acheteur vis-à-vis du vendeur.

- L'intérêt pour l'acheteur réside dans **l'impact réduit de l'achat dans son budget**. L'étalement des dépenses dans le temps lui permet de procéder à des achats relativement onéreux sans déstabiliser sa situation financière.

- Du côté du vendeur, le paiement fractionné lui offre la possibilité d'**augmenter à la fois le panier moyen et le taux de conversion**. Les clients se permettent des dépenses plus élevées, et hésitent moins avant de réaliser la transaction : l'écart se réduit donc entre les intentions d'achat (mesu-

rées avec la sélection de produits en ligne) et les achats effectifs. **Les ventes peuvent s'accroître de 10 % à 20 %** chez un commerçant grâce à l'introduction du paiement fractionné (source : *Les Échos*).

- En accroissant le besoin en fonds de roulement, le paiement fractionné peut sembler néfaste pour la trésorerie du commerçant. C'est pourquoi ce dernier peut **déléguer le recouvrement de cette dette à une société d'affacturage**.

- Système ancien permettant de **se protéger des problématiques liées aux délais de paiement**, l'affacturage consiste, pour le commerçant, à revendre ses factures à un spécialiste du recouvrement. Moyennant une commission, le vendeur peut **recupérer immédiatement les sommes dues par les clients**. La société d'affacturage avance l'argent, puis s'occupe du recouvrement auprès des clients.

- Dans le cas spécifique du BNPL, **le commerçant n'assume donc pas les risques** liés à un mauvais payeur ou à la gestion de la trésorerie. Il transfère la dette contractée par l'acheteur à la société d'affacturage. Il peut en outre **répercuter en totalité ou en partie les frais** que lui facture cette dernière.

- La société d'affacturage **s'appuie sur ses fonds propres ou lève de la dette** pour financer les commerçants, et peut facturer au consommateur **des pénalités en cas de retard** de paiement.

Le paiement fractionné se développe et affiche un potentiel prometteur

Des perspectives de croissance élevées

Le paiement fractionné prend une place croissante en Europe

10 % des paiements en ligne en Europe en 2023

BNPL présent chez **23 %** des commerçants en Europe en 2021

Marché européen du BNPL en milliards de dollars, et part dans l'e-commerce en %

4	57	162	391
0 %	8 %	14 %	22 %
2015	2020	2025	2030

Traitement IndexPresse. Sources : Alvarez & Marsal, Les Échos

“Pendant longtemps, il fallait convaincre les distributeurs. Maintenant, c’est l’inverse, nous croulons presque sous les demandes.”

Marc Lanvin, directeur général adjoint de Floa Bank, 2021

- Le marché du paiement fractionné a représenté **5 milliards d’euros en France** en 2023, soit 10 % de celui des crédits à la consommation (source : Les Échos). D’autres estimations tablaient sur un montant similaire en 2020, pour **un marché devant atteindre 18 milliards d’euros** en 2024 (source : Alvarez & Marsal).

- Au niveau mondial, le marché du paiement fractionné s’est élevé à **80 milliards de dollars** en 2020, soit quatre fois plus qu’en 2018 (source : Kaleido Intelligence). Il atteindrait 250 milliards à l’horizon 2025.

- Le développement du *Buy Now Pay Later* (BNPL) s’inscrit dans **la dynamique plus générale du marché des paiements**, qui devrait passer de 1 500 milliards de dollars à l’échelle mondiale en 2021 à

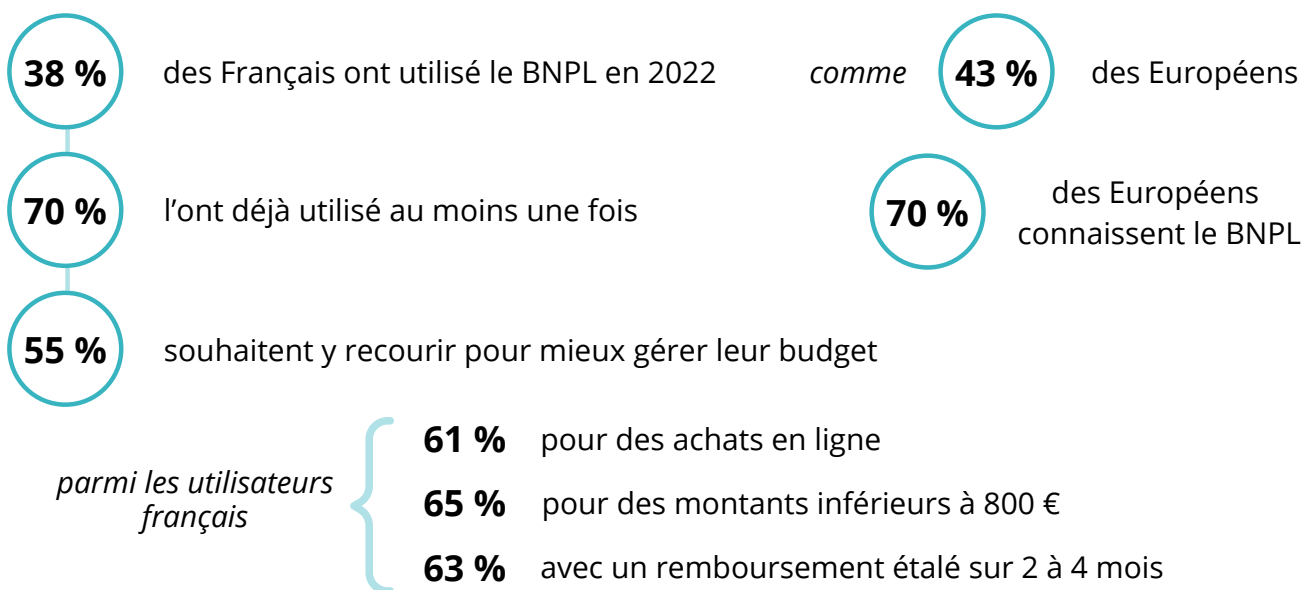
2 900 milliards en 2030 (source : Boston Consulting Group).

- Le paiement fractionné demeure minoritaire dans les achats en ligne en France, avec seulement **4 % de parts de marché** en 2020 (source : Les Échos). La marge de progression est donc importante, d’autant plus que **les achats en ligne ne cessent de croître** : 147 milliards d’euros en 2022, en hausse de 14 %.

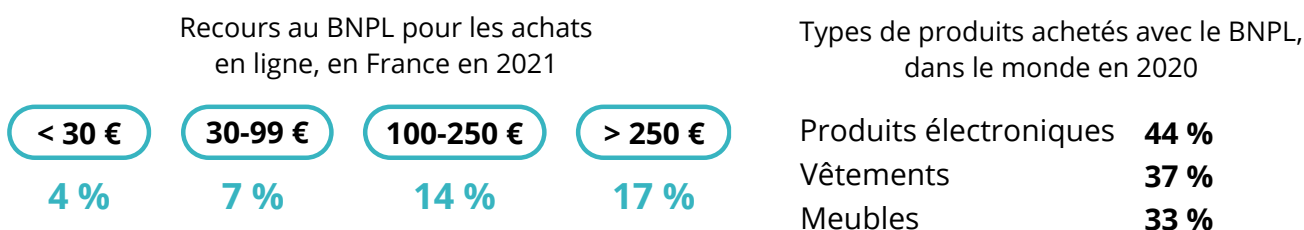
- Un potentiel considérable réside également dans le déploiement plus massif des solutions de paiement fractionné auprès des commerçants. **Seuls 12 % avaient adopté le BNPL** en France en 2021 (source : Payments Europe). Cette proportion s’avérait **plus faible que dans la plupart des pays européens**, qui affichaient alors une moyenne de 23 % de commerçants équipés. Dans certains pays comme la Suède et la Pologne, le taux d’acceptation du paiement fractionné par les vendeurs atteignait même environ 40 %. **L’Hexagone rattrape toutefois son retard** : 72 % des marques présentes en ligne ont désormais adopté le BNPL (source : Benchmark KPI E-commerce 2024).

Une approche de plus en plus prisée des consommateurs

Une pratique de paiement qui se banalise

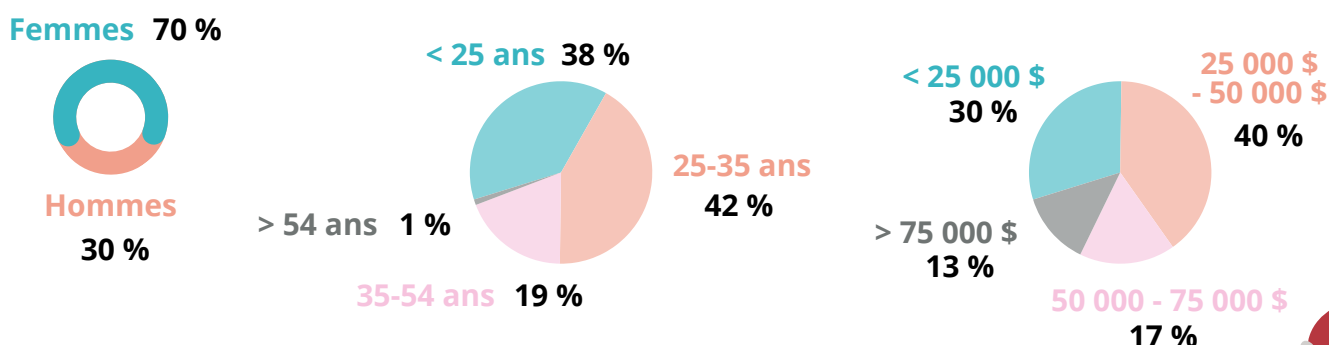


Le BNPL davantage utilisé à mesure que le prix d'achat augmente



Le profil type : une jeune femme de la classe moyenne

utilisateurs du BNPL dans le monde en 2020, selon le sexe, l'âge et le revenu annuel



Traitement IndexPresse. Sources : Alvarez & Marsal, Mediametrie, Younited, Kantar



UN MARCHÉ EN PLEIN ESSOR FREINÉ PAR LA HAUSSE DES TAUX ET LA RÉGLEMENTATION

“C’est une demande des clients. Non pas qu’ils vont nécessairement payer en fractionné, mais ils veulent avoir cette liberté. Les sites adoptent cette offre comme ils ont un jour adopté Paypal.”

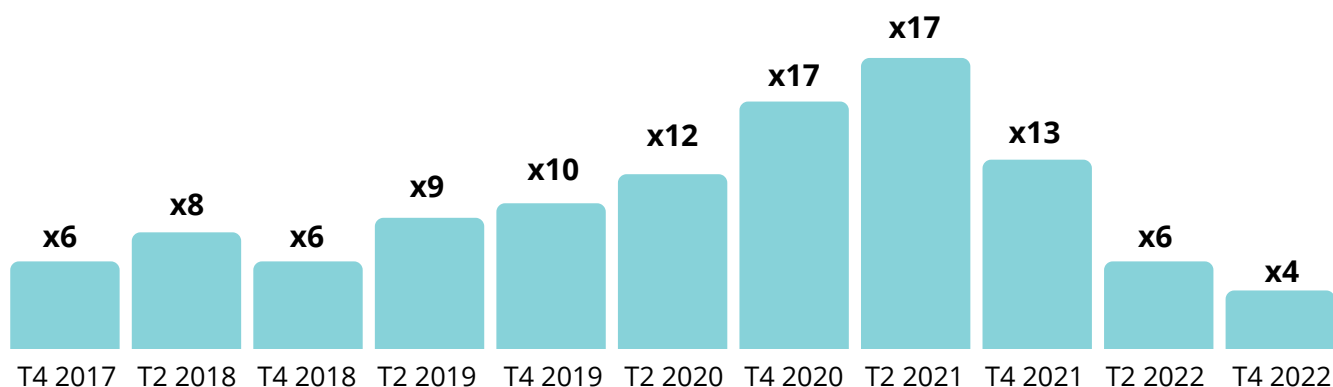
Marc Lolivier, délégué général de la Fédération du commerce en ligne (Fevad), 2021

- **Le paiement fractionné fait de plus en plus d’adeptes, y compris en France**, où le nombre d’utilisateurs augmente : ils représentaient 38 % des consommateurs en 2022, contre environ un tiers l’année précédente (sources : Kantar et Younited).
- **Équilibrer son budget demeure la principale raison** de recourir au *Buy Now Pay Later* (BNPL) en 2023, qu’il soit encouragé par l’absence de frais (pour 38 % des utilisateurs français), parce que le consommateur n’a pas de fonds disponibles (34 %), ou encore pour éviter une fin de mois difficile, une raison évoquée par 30 % des sondés (source : Younited).
- **Plus l’achat est onéreux, plus le paiement fractionné est plébiscité**. Sa part atteint 17 % des transactions pour les achats d’un montant supérieur à 800 euros, contre seulement 4 % quand la dépense est inférieure à 30 euros (source : Médiamétrie).
- Le paiement fractionné est **principalement utilisé pour les achats en ligne**. Le développement de l’e-commerce constitue ainsi un facteur de croissance pour le secteur.
- **Les catégories de produits** achetés par le biais du paiement fractionné **s’avèrent variées**. Les produits électroniques, les vêtements, l’ameublement, l’équipement de la maison, les courses ou encore les articles culturels sont tous concernés par le paiement fractionné.
- **Les jeunes sont les principaux utilisateurs** du BNPL. Les moins de 35 ans représentaient 80 % des transactions au niveau mondial en 2021 (source : Alvarez & Marsal). En France, en 2023, **28 % des acheteurs** envisageaient un recours au paiement fractionné pour les fêtes de Noël, **contre 43 % pour les moins de 35 ans** (source : Fevad-Toluna Harris Interactive). Cette différence peut s’expliquer par les écarts de niveau de vie entre les générations et une plus grande appétence des jeunes pour les achats en ligne.
- Certaines données divergent concernant le profil des utilisateurs. Au niveau mondial, il semblerait que le recours au BNPL se diffuse à la fois **dans les classes populaires et moyennes**. La catégorie la plus importante (40 % des utilisateurs) perçoit un revenu annuel compris entre 25 000 et 50 000 dollars (source : Alvarez & Marsal).
La Banque des règlements internationaux estime quant à elle que **les principaux utilisateurs du BNPL ont de faibles revenus**. De son côté, la Financial Conduct Authority (instance de régulation britannique) indique que **les personnes se retrouvant au chômage ou ayant des problèmes de santé** ont davantage recours au paiement fractionné. Ce dernier constitue donc un moyen pour les publics défavorisés de consommer sans devoir épargner au préalable.

Des levées de fonds considérables avant une chute brutale liée au contexte financier

Une forte volatilité financière dans la fintech mondiale

Valorisation des fintech cotées, en multiples des revenus annuels



- 50 %

fonds levés par les fintech entre 2021 et 2022

- 60 %

baisse moyenne de valorisation des fintech entre 2021 et 2022

- 48 % à - 72 % pour les levées de fonds destinées à accélérer la croissance

Le paiement fractionné a reçu le soutien des investisseurs...

levées de fonds

Klarna 🇸🇪

1 milliard de dollars 2021
800 millions de dollars 2022

Affirm 🇺🇸

500 millions de dollars 2020

Zip 🇦🇺

43 millions de dollars 2022
150 millions de dollars 2023

Alma 🇫🇷

49 millions d'euros 2021
210 millions d'euros 2022

Pledg 🇫🇷

80 millions d'euros 2021

Scalapay 🇮🇹

150 millions de dollars 2021
497 millions de dollars 2022

... avant de subir le retournement des marchés financiers

parts des effectifs licenciés

Klarna 🇸🇪

10 %

Block 🇺🇸

10 %

Affirm 🇺🇸

19 %

Zip 🇦🇺

20 %

Simpl 🇮🇳

25 %

Traitement IndexPresse. Sources : Boston Consulting Group, presse

Un brusque retournement après une phase d'euphorie financière

"[Pour] les spécialistes du BNPL, c'est la double peine car leurs coûts de refinancement augmentent et ils font face à plus de défauts, à cause de la crise."

Maxime Mandin, directeur d'investissement chez BlackFin Tech, 2023

"On assiste à un dégonflement de la bulle du BNPL."

Marc Lanvin, directeur général adjoint de Floa Bank, 2023

"Ces chiffres reflètent l'exubérance qui a caractérisé le secteur [des fintech] ces dernières années."

Yann Sénant, directeur associé senior au Boston Consulting Group, 2023

- La faiblesse des taux d'intérêt ces dernières années et les opportunités de marché ont conduit à **une envolée des levées de fonds et des valorisations** des start-up de la finance (ou fintech), dont font partie les nouveaux acteurs du *Buy Now Pay Later* (BNPL). Le suédois Klarna a ainsi connu **une multiplication par neuf de sa valorisation** entre 2019 et 2021. Sur la même période, le cours de Bourse d'Afterpay est passé de 15 à 130 dollars australiens.

- Le retour de l'inflation et les hausses subséquentes des taux d'intérêt marquent **une rupture de cette dynamique**, affaiblissant les perspectives commerciales et limitant les capacités financières des acteurs.

- Le renchérissement du coût du crédit vient en effet **compresser les marges des entreprises** du paiement fractionné, qui doivent pour compenser **augmenter les commissions** prélevées auprès des commerçants. Ces derniers peuvent à leur tour **répercuter ces hausses sur leurs clients**. Cette

situation peut donc conduire à un désintérêt des commerçants pour une solution devenant trop onéreuse, ou à **un recul du recours au BNPL** de la part des clients, du fait des frais supplémentaires.

- Couplé aux éventuelles hausses de tarifs pour le BNPL, **le ralentissement économique provoqué par l'augmentation des taux d'intérêt et l'inflation** représente une menace pour le développement du secteur. Si la dégradation de la situation financière de certains ménages peut les conduire à utiliser davantage le paiement fractionné, elle risque également de **générer plus de défauts de paiement**. Les périodes d'incertitude entraînent de plus **une épargne de précaution**, réduisant la consommation. Dans le même temps, **le surendettement des ménages augmente à nouveau**, retrouvant un niveau standard après un recul exceptionnel lié aux aides Covid. La chute de 22,8 % des prêts personnels (une catégorie de crédits à la consommation) en 2023 plaide pour l'hypothèse du regain de prudence des ménages.

- Ces difficultés ont provoqué **un recul massif des valorisations des acteurs du BNPL**. Entre 2021 et 2022, Klarna a vu sa valorisation passer de **45,6 à 6,7 milliards de dollars**. Ses pertes ont été multipliées par quatre sur la période, à près de 600 millions d'euros. L'américain Affirm a lui connu **une baisse de sa valorisation de 70 %**. L'australien Zip (-90 %) ou l'américain Block (ex-Square), dont le cours de Bourse a été divisé par trois entre 2021 et 2024, ont été confrontés à des situations similaires.

- Ce repli du soutien des investisseurs est **également perceptible au niveau du financement** des start-up. L'afflux de capitaux diminue alors que les sociétés d'investissement sont contraintes de sélectionner plus strictement les projets soutenus.

- Ce retournement a conduit les acteurs du paiement fractionné à **licencier une partie de leurs effectifs**. Certaines sociétés se sont par ailleurs retirées de la Bourse, comme Zebit, Payright ou Splitit, tandis que d'autres ont cessé leur activité, à l'image d'Openpay ou IOUPay. La française Mansa a été **placée en liquidation judiciaire** puis rachetée par une société britannique en 2023.

La nécessité d'un pivot stratégique

“Le modèle économique de certains acteurs peut s'avérer viable avec une politique d'expansion moins coûteuse. Ces acteurs se sont concentrés sur les volumes d'opérations et le nombre de sites marchands servis. Aujourd'hui, la nécessité est de démontrer un modèle de rentabilité pérenne.”

Amine Belaïcha et Gauthier Labalette, experts au cabinet Alvarez & Marsal, 2023

“Si le coût du refinancement se stabilise, progressivement, nous pourrions réintégrer le coût du risque et redresser les marges.”

Franck Oniga, président du directoire de La Banque Postale Consumer Finance, 2023

- Ne disposant pas du statut d'établissement de crédit, les entreprises du paiement fractionné sont **contraintes de lever des fonds propres ou de la dette** pour effectuer leurs opérations de prêts.

- En parallèle, **les faibles marges de cette activité les poussent à privilégier les stratégies de croissance** afin d'augmenter les volumes et de s'imposer sur le marché avant leurs concurrents.

- Ces caractéristiques ont **favorisé la recherche de levées de fonds d'envergure** au détriment de la rentabilité. Accumulant les pertes, les entreprises du paiement fractionné sont à présent

obligées **d'optimiser leurs dépenses et leur fonctionnement** afin d'améliorer leurs performances opérationnelles. En 2022, la gestion des coûts figurait ainsi parmi les priorités des dirigeants de fintech, à égalité avec l'acquisition de nouveaux clients (source : Boston Consulting Group).

- Malgré les difficultés, **la situation semble s'améliorer** pour les acteurs du Buy Now Pay Later (BNPL). **La rationalisation des coûts porte ses fruits**, sans trop affecter la croissance du secteur. Klarna comme Zip ont ainsi annoncé des résultats opérationnels positifs début 2024. Le premier a notamment **réduit ses pertes nettes de façon drastique** : celles-ci sont passées de 29 % à 0,4 % de son chiffre d'affaires. Les acteurs affichent également **de très faibles niveaux de défaut de paiement** sur les prêts : 1 % pour Afterpay, 1,9 % pour Zip (source : *Financial Review*). Les cours de Bourse des sociétés cotées du BNPL remontent (+ 6 % pour Block sur l'année 2023), sans pour autant retrouver leur niveau passé, jugé à présent excessif.

- **La perspective d'une baisse des taux d'intérêt durant l'année 2024** s'avère également positive pour le secteur, lui permettant d'améliorer ses marges sans avoir à augmenter les prix.

- **Le retrait des acteurs les plus fragiles** tend par ailleurs à réduire l'intensité concurrentielle du marché, et donc la nécessité d'investir toujours plus pour s'imposer. **La dynamique de création de start-up dans le secteur devrait se stabiliser** et permettre aux acteurs installés de se focaliser davantage sur le renforcement de leur modèle économique.

La réglementation évolue vers un encadrement plus strict

Un secteur critiqué au sujet du surendettement

“Pour nous, un client qui se met à faire régulièrement des prêts de petits montants ou bien qui retire régulièrement de petites sommes d’argent, c’est le signal qu’il est en train de glisser vers le surendettement.”

Un spécialiste français du crédit, 2023

- Plusieurs dérives du paiement fractionné ont été soulignées par des régulateurs, des entreprises ou des associations de différents pays. Elles ont été **permises par une réglementation restée longtemps favorable** au secteur. La directive européenne DSP2 de 2015 a ainsi facilité l'accès aux données bancaires des clients par un tiers. Le BNPL n'était à l'origine pas considéré comme un prêt à la consommation et donc non soumis aux mêmes exigences réglementaires, tant qu'il ne s'appliquait pas à des montants supérieurs à 200 euros ou pour une durée supérieure à trois mois.

- Le BNPL a notamment été visé pour son **manque de transparence concernant les tarifs** pratiqués. Parfois qualifiés de “négligeables” compte tenu des faibles montants impliqués, les frais peuvent en réalité représenter **une forte part de la somme empruntée**. En mai 2021, le taux effectif global (TEG) moyen pour un paiement fractionné de 200 euros remboursé sur 90 jours s'élevait à 19,64 % (source : Autorité de contrôle prudentiel et de résolution). Le taux d'usure, soit le taux maximal applicable à un prêt, était alors fixé à 21,16 %, un niveau proche.

- Le secteur a également été critiqué pour son **contrôle insuffisant de la solvabilité des clients**.

Outre les lacunes dans les données collectées pour la fourniture d'un unique emprunt, les acteurs du BNPL n'étaient **pas en mesure de savoir si un consommateur avait déjà contracté d'autres crédits** à la consommation en parallèle. Ce faible contrôle a constitué un facteur de développement du marché, les clients pouvant rapidement et simplement souscrire un crédit sans avoir à réaliser de lourdes procédures administratives.

- Le secteur a ainsi été accusé de **favoriser le surendettement**. Il a été noté par plusieurs organismes de régulation financière (aux États-Unis, au Royaume-Uni, en Allemagne...) que les ménages pauvres tendent à recourir au paiement fractionné pour réaliser **de petits achats réguliers, y compris leurs courses**. La société Affirm a même lancé une carte de débit spécifiquement dédiée à l'alimentaire. Dans les pays anglo-saxons, **des partenariats entre les sociétés de paiement fractionné et les fournisseurs de carburant** ont été noués pour régler ce type d'achat à crédit. Un acteur français du crédit juge sévèrement ce phénomène : “Le crédit, c'est pour les extras et les coups durs, pas pour manger. Les Américains nous ont déjà donné les subprimes et maintenant ça.” **D'autres éléments attestent de ce risque**, comme la forte proportion (40 %) de jeunes Allemands réalisant des achats par BNPL alors qu'ils n'en ont pas les moyens (source : Schufa [régulateur allemand du crédit]).

- Les acteurs du secteur ont **pris des initiatives pour réduire ces risques**. Klarna a annoncé en 2022 fournir ses données aux bureaux britanniques de suivi du crédit. Django, la filiale dédiée au BNPL de La Banque Postale, s'est associée avec l'association de prévention du surendettement Crésus et **limite à deux fois par mois le recours au paiement fractionné**. Alma a de son côté anticipé l'évolution de la réglementation et renforcé le contrôle de la solvabilité des clients.

Le paiement fractionné devient un crédit à la consommation

“C’est une bonne chose de réguler le BNPL. Il faut cependant garder une forme de proportionnalité. (...) Si l’on veut éviter le surendettement, il faut surtout ouvrir les données bancaires qui appartiennent au client et permettent de connaître immédiatement sa solvabilité.”

Louis Chatriot, fondateur d’Alma, 2023

“Nous voudrions un régime proportionné, c’est-à-dire ajusté en fonction du montant, de la durée, du risque et de la complexité du crédit.”

Françoise Palle-Guillabert, directrice générale de l’Association française des Sociétés Financières (ASF), 2023

- Face aux critiques et aux risques de surendettement, le régulateur européen a **incorporé le crédit fractionné dans la catégorie des crédits à la consommation**. La transposition dans le droit français reprend cette logique et devrait être finalisée en 2025, pour une entrée en vigueur à partir de 2026.

- Les acteurs proposant ce mode de paiement doivent **fournir davantage d’informations au consommateur**, comme le taux effectif global (TEG) du crédit, et mener un contrôle plus abouti de sa solvabilité. Ils sont notamment obligés de consulter le registre des incidents de remboursement (FICP) et d’alimenter le fichier en cas de

défaut de paiement d’un client. **“Cela pourrait complexifier la première souscription** car le client devra fournir davantage d’informations”, avertit Julien Cailleau, directeur général adjoint d’Oney, filiale de BPCE spécialisée dans le crédit à la consommation, dont le paiement fractionné.

- Les entreprises positionnées dans le BNPL ne sont pas opposées à la nouvelle régulation. Elles estiment que celle-ci peut **rassurer les consommateurs et éviter des dérives préjudiciables** à l’ensemble du marché. “Le fait de réguler va permettre de **sortir le marché de sa zone grise** et donc de rassurer les acteurs économiques”, confirme Julien Maldonato, du cabinet Deloitte. Elles souhaitent néanmoins en limiter la portée. Les acteurs craignent notamment **des restrictions et des démarches trop lourdes** qui décourageraient les consommateurs. Des critiques ont également été émises sur les conditions plus souples accordées aux plateformes d’e-commerce (pas d’obligations pour les crédits de moins de 14 jours), qualifiées de “distorsion de concurrence”.

- En limitant les risques de surendettement, **la réglementation réduit les pénalités de retard** (un revenu pour les acteurs), **mais aussi les défauts de paiement**. Elle peut donc se montrer bénéfique pour la rentabilité du secteur.

- Le secteur du paiement fractionné serait en outre intéressé pour **accéder directement aux données bancaires des consommateurs** et ainsi pouvoir évaluer plus finement leur situation financière et leur solvabilité. De leur côté, les banques se révèlent **peu enclines à diffuser ces informations, jugées stratégiques, à des tiers**.

UNE CONSOLIDATION DU SECTEUR EN FAVEUR DES ACTEURS TRADITIONNELS

Un paysage concurrentiel mouvant renforcé par la profusion de services connexes

“L'affacturage est un métier traditionnel qui manque de fluidité et de digitalisation pour être suffisamment adapté au monde de l'e-commerce. Il y a une place pour une nouvelle génération d'acteurs.”

Un spécialiste du secteur, 2023

- Le potentiel du marché du paiement fractionné a attiré **une multitude d'acteurs venant de différents horizons**. De nombreuses start-up spécialisées se sont notamment positionnées dans le secteur, à l'instar des françaises **Alma** (fondée en 2017) et **Pledg** (2016). À l'international, la société suédoise **Klarna**, lancée dès 2005, rivalise avec les entreprises américaines **Block** (ex-Square, 2009), **Affirm** et **Afterpay**, créées respectivement en 2012 et en 2014.

- Des sociétés **historiquement positionnées dans le crédit à la consommation** se revendiquent comme leaders sur le marché. C'est le cas d'**Oney Bank**, fondée en 1983, et de **Floa Bank**, lancée en 2001. D'autres acteurs de ce segment s'y sont implantés, tels que **Cetelem** et **Cofidis**. De nouveaux acteurs du crédit à la consommation comme **Younited** (fondé en 2009) enrichissent aussi leur offre avec le paiement fractionné.

- **À la frontière de plusieurs marchés** des services financiers, le paiement fractionné affiche **une porosité favorable aux nouveaux entrants** venant de secteurs connexes. Le géant américain **PayPal** cherche par exemple à se positionner dans le *Buy Now Pay Later* (BNPL). Il a lancé une offre en France en 2020.

- Les **néobanques** s'intéressent également à ce marché. La société allemande **N26** s'est ainsi lancée sur ce créneau, en proposant notamment **une fonctionnalité de crédit rétroactif** : l'établissement rembourse un achat passé, qui est ensuite payé en plusieurs fois par le client.

- Autre service connexe, le paiement différé, ou crédit instantané, peut constituer **une voie d'accès vers le paiement fractionné**. Initialement centrée sur cette activité, la fintech française **Defacto** (fondée en 2021) **souhaite se développer dans le domaine** pour élargir sa palette de services dans les facilités de paiement.

- Les **entreprises du numérique** représentent également une typologie d'acteurs cherchant à s'implanter sur le marché du BNPL. En 2023, **Apple** a lancé son service Pay Later aux États-Unis pour les utilisateurs d'Apple Pay. Le groupe **Iliad**, maison-mère de l'opérateur Free, dispose de sa filiale Stancer, dédiée aux paiements. Au départ dévolue à gérer les flux liés à l'activité de Free, elle a **ouvert son service à des tiers** en 2023 et prépare la mise en place du paiement fractionné.

- **Ce type de phénomène**, où un acteur financier émerge d'un groupe sans lien avec le domaine, **pourrait se reproduire** à l'avenir. À l'origine, Oney Bank était ainsi une filiale du groupe Auchan. **D'autres grands groupes possédant des sociétés financières** pourraient notamment se tourner vers le paiement fractionné BtoB. Daimler Trucks et Caterpillar ont par exemple **des filiales dédiées à l'affacturage**, membres de l'Association françaises des sociétés financières (ASF).

Les banques et les acteurs bien capitalisés se déploient grâce aux acquisitions

“Pendant longtemps, les banques ont délaissé le paiement, qu’elles considéraient comme un centre de coût. La digitalisation et l’évolution de la réglementation, directive DSP2 notamment, ont permis à de nouveaux acteurs de se lancer avec des logiciels capables de générer beaucoup de revenus. Les banques se sont rendu compte qu’elles ne peuvent ni laisser passer ces pertes de revenus, ni laisser filer les données qui sont associées à ces transactions.”

Grégoire Hermann, analyste paiement chez AlphaValue, 2023

- L'évolution du contexte financier et réglementaire **profite aux acteurs bancaires traditionnels** et aux entreprises ayant précédemment levé des sommes conséquentes.

- **La hausse des taux d'intérêt bénéficie globalement aux banques**, leur permettant de générer des revenus plus conséquents. Les cinq principaux acteurs du secteur en France ont **vu leurs résultats nets augmenter de 8 %** en 2023 (source : *Le Monde*). Les entreprises n'ayant pas besoin de lever davantage de fonds et disposant d'une trésorerie confortable peuvent de leur côté **procéder à des placements plus lucratifs**.

- L'intégration du paiement fractionné dans la catégorie du crédit à la consommation constitue **un autre atout pour les acteurs traditionnels**. Habités aux études de solvabilité, mieux outillés pour gérer les risques et les questions de conformité, ces derniers disposent d'un avantage face aux start-up du secteur.

- La fragilisation des acteurs émergents du paiement fractionné, causée par les hausses des taux d'intérêt, **affaiblit les valorisations et facilite les**

rachats par des acteurs plus solides financièrement. Outre les banques, **des grands groupes et certaines start-up bien financées** ont également recours à la croissance externe pour se positionner ou renforcer leur activité.

- **Les banques sont attirées par l'essor du secteur**, qui peut s'apparenter à un segment spécifique du crédit, mais **aussi par les données clients** liées aux différentes transactions. Ces flux présentent une grande valeur marketing et peuvent permettre de commercialiser d'autres services.

- Pour les start-up du *Buy Now Pay Later* (BNPL), **se rapprocher d'un acteur traditionnel** constitue un moyen d'accéder à des financements moins coûteux et de **disposer d'un soutien de poids**, notamment au niveau commercial et de la gestion.

- **Les acquisitions par les banques** de sociétés présentes dans les paiements **se multiplient** :

- Crédit Agricole avec la SFPMEI ;
- Société générale avec PayXpert ;
- La Banque Postale avec Joe, incubée au sein de la banque ;
- JPMorgan avec la néobanque grecque Viva Wallet ;
- Mediobanca avec la suisse HeidiPay.

- Les deux acteurs majeurs du secteur **appartiennent à présent à des groupes bancaires**. **BPCE** avait racheté la majorité des parts d'Oney Bank en 2019, tandis que Floa Bank a été acquise en totalité par **BNP Paribas** en 2021. Ces deux sociétés ont en commun le niveau de leurs parts de marché en France (environ un tiers chacune) et le fait d'avoir été **soutenues par de grands acteurs avant leur rachat** : le distributeur Auchan pour Oney Bank, l'enseigne Casino et le Crédit Mutuel pour Floa Bank.

UNE CONSOLIDATION DU SECTEUR EN FAVEUR DES ACTEURS TRADITIONNELS

- **Crédit Agricole** a quant à lui réalisé début 2024 l'acquisition de la start-up **Pledg**, fondée en 2016 et spécialisée dans le BNPL. Cette dernière vient **renforcer les solutions dans le domaine de la filiale Sofinco**, positionnée dans le crédit à la consommation. Pledg a noué des contrats avec plus de 200 commerçants et généré 220 millions d'euros de transactions (contre 1,9 milliard pour Oney Bank en 2020). Malgré une levée de fonds de 80 millions d'euros en 2021, la start-up connaissait **des difficultés de financement du fait de la hausse des taux**. "L'adossement bancaire était l'issue qui s'imposait et Crédit Agricole Consumer Finance est l'acquéreur de prédilection", a indiqué le fondateur de Pledg, Nicolas Pelletier.

- Au-delà du monde bancaire, **la consolidation du secteur fait intervenir d'autres types d'acteurs**. Le spécialiste des paiements **PayPal** a ainsi racheté en 2021 la société japonaise Paidy, leader du paiement fractionné dans le pays. La multinationale avait déboursé 2,7 milliards de dollars pour conclure la transaction.

- **La dynamique s'observe au niveau international**, avec par exemple le fournisseur américain de services financiers aux particuliers **Upgrade** rachetant en 2023 la start-up Uplift, là encore à une valorisation relativement faible : 100 millions de dollars, alors que la société avait levé plus de 700 millions en capital et en dette. En Inde, le groupe de services financiers non-bancaires **DMI** a fait l'acquisition début 2024 de la start-up ZestMoney.

- Les acquisitions sont également **le fruit des acteurs du paiement fractionné**, qui rachètent des concurrents pour s'imposer sur le marché ou faciliter leur expansion internationale :

- un rachat emblématique concerne l'américain **Block** (ex-Square), qui a fait l'acquisition en 2022 de l'australien Afterpay ;

- l'entreprise américaine **Affirm** a racheté la société canadienne PayBright en 2020 ;

- la même année, **Zip** (fondée en Australie) a procédé à l'acquisition de Quadpay, puis de Spotii et Twisto l'année suivante. Twisto a depuis été racheté par la société turque de services financiers Param.

Les partenariats semblent incontournables pour se développer

- Les acteurs du *Buy Now Pay Later* (BNPL) doivent **s'intégrer dans divers écosystèmes** pour parvenir à pérenniser et faire croître leur activité. Les collaborations peuvent **prendre des formes différentes**, en fonction des acteurs impliqués et des finalités.

- **Les partenariats commerciaux**, c'est-à-dire les contrats avec les commerçants, constituent le maillon clé de l'activité du secteur. Les entreprises doivent **se positionner auprès des acteurs générant le plus de transactions** afin de convertir une partie des flux en paiements fractionnés :

- **Affirm s'est associée à Amazon** en 2023 afin de bénéficier du poids de ce dernier dans le commerce en ligne ;

- la start-up française **Alma a noué un accord avec la SNCF** en 2023 et peut donc proposer aux acheteurs de billets de train un paiement en plusieurs fois ;

- **Pledg a conclu un partenariat avec La Banque Postale**, liée grâce au groupe La Poste aux 200 000 e-commerçants de l'Hexagone ;

- lors de son rachat par Upgrade, Uplift possédait comme atout **l'intégration de son service auprès de centaines d'acteurs** de l'hôtellerie et du transport aérien.

- D'autres partenariats visent à **s'appuyer sur la complémentarité** de chaque protagoniste pour proposer une offre de services diversifiée. C'est notamment le cas **des accords noués entre fintech** :

- Klarna a **intégré la plateforme de services financiers de Mangopay**. Cette société luxembourgeoise fournit une infrastructure de paiement aux entreprises, offrant une variété de services dont le paiement fractionné. Klarna s'est aussi rapprochée de la fintech américaine Stripe. Ce fournisseur de services financiers a

incorporé la solution de la société suédoise dans son offre, cette dernière lui apportant des flux de paiements supplémentaires à gérer ;

- la société Adyen, rivale de Stripe, s'est lancée dans ce type de partenariat **avec la start-up allemande Billie**. Celle-ci est spécialisée dans le BNPL à destination des professionnels. L'accord permet aux deux partenaires de **développer leur activité en Europe**, notamment dans les pays germanophones, en France et au Royaume-Uni ;

- la start-up américaine de BNPL Splitit a initié **une collaboration mondiale avec le groupe français Ingenico**, spécialisé dans les solutions de paiement. Il s'agit de créer **une offre unique PaaS (platform as a service)** combinant les solutions cloud des deux membres du partenariat ;

- **Alma s'est associée à la fintech spécialisée dans les terminaux de paiement Smile&Pay**, lui permettant de se développer chez les petits commerçants. Smile&Pay s'implante principalement auprès d'acteurs tels que les hôtels et restaurants, les magasins sous franchise, les taxis, les associations ou les professionnels de santé.

- Les partenariats sont également noués par des acteurs plus importants. Deutsche Bank a lancé un projet pilote avec **la start-up autrichienne de paiement fractionné Credi2**.

- De leur côté, **Oney Bank, PayPlug et le créateur de boutiques en ligne PrestaShop** ont conclu un partenariat pour renforcer leurs positions sur le marché européen. Faisant tous deux partie du groupe BPCE, Oney et PayPlug ont créé **une offre commune de paiement en trois ou quatre fois** spécifiquement destinée à être intégrée dans la solution de PrestaShop, et proposée dans plusieurs pays européens.

Plusieurs modèles pour se positionner

Développer sa propre marque

“Le parti-pris de l’agence, c’est d’adopter une stratégie BtoCtoB. On veut ‘faire comme si’ on s’adressait au grand public.”

La Réclame, agence de publicité ayant travaillé pour Alma, 2023

- Une première approche peut consister à **imposer sa marque auprès des consommateurs** afin de devenir une référence, voire un réflexe, pour les utilisateurs du BNPL. C’est la stratégie suivie par la société française **Alma**.

- La start-up a cherché à gagner en visibilité auprès des consommateurs, notamment **en nouant des partenariats** avec la SNCF et Apple (ce dernier a toutefois rapidement pris fin). Elle a en outre **ciblé directement les particuliers** avec une campagne publicitaire.

- L’intérêt de ce choix réside en particulier dans la **maîtrise des données associées aux transactions**. Elles peuvent ensuite être exploitées pour leur valeur marketing.

Opérer en marque blanche

“C’est notre modèle. Contrairement à tous nos concurrents, nous ne voulons pas priver notre client de ses marchands, ni des données de paiement. La Banque Postale nous les confie uniquement pour nous permettre de faire le scoring nécessaire des consommateurs et, le cas échéant, le travail de recouvrement.”

Nicolas Pelletier, cofondateur de Pledg, 2023

- À l’inverse, opter pour un développement en marque blanche signifie privilégier **une approche centrée sur le démarchage des professionnels**. Cette voie a été notamment choisie par **Pledg**.

- De prime abord, **cette stratégie présente des inconvénients** : il n’est ni possible de s’appuyer sur la popularité d’une solution auprès des consommateurs, ni de garder le contrôle des données. **Plus flexible et attractive pour les commerçants**, elle peut toutefois permettre de convaincre plus facilement de grands acteurs. C’est le choix de la marque blanche qui a conduit La Banque Postale à préférer Pledg à Alma. Pledg a également signé avec Decathlon, Jules ou ManoMano.

Devenir une “super app”

“Agréger, autour du paiement, tout un tas de services du quotidien et s’imposer comme guichet unique auprès des utilisateurs. Mais pour l’instant, en Occident, il s’agit plus d’une ambition que d’une réalité.”

Nicolas Miart, expert au cabinet Galitt, 2021

- Inspiré par les applications chinoises de type WeChat, le modèle de la “super app” vise à **simplifier le quotidien des utilisateurs en regroupant un maximum de services** au sein d’un seul outil. La société suédoise **Klarna** s’est par exemple engagée dans cette voie.

- En développant un outil agrégeant une diversité de plateformes d’e-commerce, Klarna peut **capter une grande quantité de données et massifier les flux** susceptibles de générer du paiement fractionné. La société offre en effet cette possibilité même pour les sites n’ayant pas noué de partenariat direct avec elle. Elle a également **racheté PriceRunner en 2021**, un spécialiste de la comparaison de prix entre plateformes.

Une expansion internationale marquée

“À la rentrée 2022, nous allons lancer nos solutions de paiement fractionné en Italie et au Portugal. Par la suite, notre ambition est d’ouvrir deux pays par an en Europe.”

Catherine Vidal, directrice générale de Floa Bank, 2021

- Les acteurs du paiement fractionné cherchent à **se déployer en dehors de leurs frontières pour atteindre une taille critique**. Le but est de s’imposer sur les différents marchés nationaux avant qu’un concurrent plus important ne s’y implante, et d’augmenter ses flux de transactions afin d’atteindre une croissance rentable.

- Cette internationalisation est **facilitée par les levées de fonds considérables** menées par certains acteurs avant la remontée des taux d’intérêt, et **le soutien des grands acteurs** réalisant des acquisitions de start-up.

- Lors de son rachat en 2021 par BNP Paribas, **Floa Bank a ainsi accéléré son expansion à l’étranger**, en se focalisant sur l’Europe. Elle était alors présente en Espagne et en Belgique et prévoyait de s’installer dans une dizaine de pays à l’horizon 2025. **“BNP Paribas a les implantations et les partenariats nécessaires** pour permettre à Floa de s’étendre rapidement à l’étranger”, soulignait un collaborateur de Floa Bank cité par *Les Échos*.

- **Alma s’est aussi déployée en-dehors de l’Hexagone** grâce à une succession de levées de fonds : 12,5 millions d’euros en 2020 et 49 millions l’année suivante. En 2022, la société avait investi l’Espagne, l’Italie, la Belgique et l’Allemagne.

Cette même année, une nouvelle opération de financement de 115 millions d’euros devait lui permettre de poursuivre cette expansion. **“Alma prévoit d’ouvrir de nouveaux marchés**, notamment aux Pays-Bas, au Luxembourg, au Portugal, en Irlande et en Autriche”, indiquait alors un communiqué de presse.

- Parti de Suède, **le leader Klarna a fortement misé sur l’international**, proposant à présent ses services dans 45 pays. Il a pu s’appuyer sur presque 2 milliards de dollars levés, dont 800 millions en 2022.

- L’australien **Zip s’est déployé à l’étranger, grâce notamment à ses acquisitions**. Le rachat de Quadpay lui a permis d’intégrer le marché américain, tandis que la société tchèque Twisto lui ouvrait le continent européen. Quant à l’entreprise émiratie Spotii, rachetée en 2021, elle lui offrait de nouvelles opportunités au Moyen-Orient. Zip avait levé près de 57 millions de dollars en 2021.

- **D’autres acteurs ont suivi cette logique** de déploiement international rapide. En 2020, soit quatre ans après sa création, **Pledg** était déjà présente dans neuf pays européens. C’était également le cas pour l’italienne **Scalapay** en 2022. Celle-ci pouvait **s’appuyer sur son financement massif** : près de 650 millions de dollars levés entre 2021 et 2022.

- Les difficultés récentes du paiement fractionné ont cependant pu conduire à **un ralentissement de l’internationalisation chez certains acteurs**. Zip a notamment revendu Twisto, et Clearpay (la marque d’Afterpay en Europe) s’est retirée de la France, de l’Espagne et de l’Italie.

UNE MUTATION DU MARCHÉ ENTRE BTOB ET DIVERSIFICATION

Le BNPL destiné aux professionnels prend de l'ampleur

Le segment BtoB connaît une forte dynamique

“Le marché d'e-commerce B2B est en pleine expansion. Mais contrairement au marché des particuliers, les solutions de paiement différé type BNPL (Buy Now Pay Later) ne se sont pas encore développées. Nous voulons combler ce retard.”

Mickaël De Sa, responsable de l'accélération digitale chez Allianz Trade France, 2023

- Le marché du paiement fractionné entre entreprises s'élèverait à **700 milliards de dollars en 2022**, soit un niveau six fois supérieur à celui du BNPL pour les particuliers (source : Bloomberg).

- La part de l'e-commerce dans les ventes entre entreprises devrait passer **de 24 % en 2020 à 33 % en 2025** (source : Allianz Trade / Pledg). Seuls 27 % des TPE-PME disposent d'au moins une solution de vente en ligne en 2022 (source : Baromètre France Num).

- L'importance du potentiel de marché du BtoB, combinée à **la difficulté à percer sur un segment BtoC très concurrentiel** et pénalisé par l'inflation, amènent les acteurs à se tourner de plus en plus vers ce premier segment. Certaines entreprises se positionnent même uniquement dans ce domaine.

- Le paiement fractionné dans le monde professionnel vient s'ajouter à d'autres solutions financières afin de **limiter les conséquences problématiques des délais de paiement sur la trésorerie** des entreprises. En France, ces derniers atteignent environ 60 jours en 2022 et sont la cause de 25 % des défaillances de PME (source : *L'Usine digitale*). Les solutions de BNPL dans le domaine visent ainsi à **accélérer le recouvrement des créances** par les professionnels et à faciliter le paiement des fournisseurs.

- **L'assureur Allianz s'est positionné** sur ce segment via des partenariats. Sa filiale Trade, dédiée à l'assurance crédit, a développé **une offre commune avec Pledg** pour les e-commerçants et les plateformes BtoB. La start-up s'occupe de la partie paiement, tandis qu'Allianz se charge de l'analyse de risque, de la couverture assurantielle et de l'éventuel recouvrement.

- En 2023, Allianz a également conclu un accord avec la banque espagnole Santander et **la fintech norvégienne Two, spécialiste du BNPL BtoB**. L'offre s'adresse aux multinationales et s'appuie sur les forces de chaque partenaire : le financement pour Santander, le paiement pour Two et l'assurance contre le risque d'impayés pour Allianz. “Dans le monde BtoB aujourd'hui, pour payer sur Internet, **les professionnels ne disposent que d'un moyen de paiement unique, c'est la carte de crédit**”, explique François Burtin, responsable de l'e-commerce chez Allianz Trade. “Or, **la carte de crédit corporate**, qui n'offre quoi qu'il en soit que des termes de paiement très

courts, **est assez peu développée en Europe**. Le salarié finit donc par utiliser sa carte personnelle et doit ensuite faire une note de frais à son entreprise." Allianz envisage de nouer d'autres partenariats dans le domaine à l'avenir.

- **Certaines banques traditionnelles disposent de leurs propres services** de paiement fractionné à destination des professionnels, à l'instar de PayPlug (groupe BPCE) et de Up2Pay, entité faisant partie du Crédit Agricole.

- **Des acteurs des services financiers** se tournent vers le paiement fractionné :

- Younited (crédit à la consommation) a réalisé une levée de fonds de **142 millions d'euros en 2021 spécifiquement pour accélérer dans le BtoB** ;

- Fintecture a **élargi sa gamme de services** de paiement BtoB, le fractionné s'ajoutant aux virements classique et instantané. **Elle a levé 26 millions d'euros** fin 2022 pour se renforcer sur le marché ;

- Lydia, positionné dans les paiements entre particuliers, se diversifie également vers les professionnels.

- **De nombreuses start-up spécialisées** se lancent dans le domaine :

- les allemandes Billie et Mondu ;
- la franco-britannique Hokodo ;
- la britannique Tranch ;
- l'américaine Resolve ;
- la française Hero.

- Fondée en 2021, **Hero** propose trois types de paiements aux professionnels : au comptant, en différé ou en trois à quatre fois. Elle avance les fonds à ses entreprises clientes et se rémunère en prélevant **une commission allant de 1 à 4 %** du montant. Un an après son lancement, la start-up disposait de 200 clients. Afin de contourner les lenteurs des procédures des entreprises, Hero a décidé de **se développer davantage par la vente indirecte**, via des agences, des *brokers* et des plateformes de paiement en ligne. Ce canal devrait représenter entre 20 et 30 % de l'acquisition client à terme.

- Certaines sociétés différencient leur offre **en se focalisant sur les abonnements**. La start-up **Tranch** permet à ses clients de bénéficier de prix réduits liés aux abonnements annuels, tout en évitant un décaissement important grâce au paiement fractionné.

- **Les acteurs du BNPL initialement centrés sur le BtoC** se déploient également sur le segment des professionnels. La levée de fonds d'**Alma** en 2022 (115 millions d'euros en capital et 95 millions en dette) devait notamment lui permettre d'accélérer sur le segment BtoB. Elle avait en outre noué **un partenariat avec la marketplace Ankorstore**, dédiée aux professionnels.

- **Klarna** a pour sa part conclu en 2021 **un accord avec la fintech Billie**, afin de se lancer dans le paiement fractionné à destination des entreprises. Le partenariat intègre la solution de Billie dans les interfaces et les procédures de Klarna, facilitant la gestion pour les commerçants. La fintech suédoise a donc adopté **un positionnement différent que sur le segment BtoC**, où elle propose sa propre solution.

Des contraintes spécifiques à prendre en compte

“Pour connaître la solvabilité des entreprises, il faut non pas se connecter à un mais à plusieurs comptes bancaires. Cela implique que le client donne son accord à chaque fois, ce qui dégrade forcément l'expérience client. Et il faut aussi se connecter à d'autres sources de données.”

Camille Tyan, responsable de Logic Founders, 2021

- Si le segment professionnel peut paraître attractif, il n'en demeure pas moins **risqué et complexe** pour les acteurs du *Buy Now Pay Later* (BNPL). Étudier la solvabilité d'une entreprise **fait intervenir une multitude d'informations**, ce qui rend l'évaluation plus longue et difficile que pour des particuliers. Dans ce domaine, **les banques traditionnelles disposent d'un avantage**, car elles ont l'expérience et la maîtrise des procédures afférentes à ce type d'activité. Préserver à la fois un faible niveau de mauvaises créances et une fluidité dans la fourniture du service peut donc constituer un défi.

- Vendre en direct sa solution se révèle également plus difficile et fastidieux sur le segment BtoB. Les acteurs sont donc **obligés de s'intégrer à des plateformes et des outils de gestion** financière pour espérer s'implanter sur le marché.

- Du fait des montants plus élevés en jeu, les acteurs du paiement fractionné doivent **disposer de davantage de capitaux** lorsqu'ils se positionnent sur le segment des entreprises. Ce soutien financier est nécessaire pour gérer les importants volumes de transactions et pour **obtenir de nouveaux emprunts à des taux compétitifs**. La situation s'annonçait favorable en 2022 : 80 % des fonds dédiés aux fintech de paiement devaient alors se diriger vers le segment BtoB (source : Forrester). **La hausse des taux** sur la période 2022-2023 a toutefois rendu le contexte plus incertain, en particulier pour le segment BtoB, plus dépendant de l'apport de nouveaux capitaux.

- Malgré son attractivité, **le segment professionnel ne protège pas les acteurs du BNPL des déconvenues**. Le français **Mansa**, fondé en 2019, s'était spécialisé dans différentes formes de crédit **pour les indépendants et les TPE**, dont le paiement fractionné. L'entreprise avait **levé 18 millions d'euros** en 2021 et avait développé dès sa création un outil d'analyse de solvabilité focalisé sur les petites entreprises. Cette même année, 60 % de sa clientèle était constitué de sociétés d'un à trois salariés. Elle s'était par ailleurs **déployée au Royaume-Uni**. Mais des difficultés financières l'ont conduit à être placée en liquidation judiciaire en 2023, puis rachetée par une société britannique spécialisée dans le crédit aux particuliers.

Une normalisation croissante du BNPL au sein de l'offre financière

“Avec la super app, nous voulons que PayPal devienne un véritable hub de services financiers pour les consommateurs. Nous proposons aujourd’hui de l’épargne, du trading, du paiement par QR Code, du paiement en 4 fois sans frais, des points de fidélités, des outils de shopping en ligne.”

Cameron McLean, vice-président Europe et Australie de PayPal, 2021

- Le paiement fractionné se transforme et **se rapproche du crédit à la consommation plus traditionnel**. En France et Espagne, la part des paiements en 3 ou 4 fois a reculé au premier semestre 2023, au profit de prêts davantage échelonnés (de 5 à 12 paiements). Le BNPL est **plus utilisé qu’auparavant pour des produits onéreux** : 3 % des acheteurs y ont eu recours pour des produits de luxe, une part qui pourrait grimper à 6 % sur l’ensemble de l’année 2023. À terme, elle pourrait atteindre 12 % en France et 19 % en Espagne. **La praticité d’usage** (avec 45 % des sondés, + 9 points par rapport à 2021) constitue à présent le premier facteur de recours au BNPL, devant l’absence de frais (source : Younited Credit).

- Le BNPL perd peu à peu sa spécificité digitale pour être **mis en place au sein des magasins physiques**. En France en 2023, 52 % des paiements fractionnés ont été initiés en boutique, une proportion en hausse de 17 points en deux ans (source : Younited Credit).

- Un autre aspect de la transformation du marché concerne **la porosité croissante entre les différentes formes de services financiers**. Avec la mutation du paysage concurrentiel, le BNPL s’immisce dans les offres de nombreux acteurs à l’origine non spécialisés dans le domaine. **Les logiques de “super app” ou de plateformes** de services financiers atténuent le marqueur différenciant du paie-

ment fractionné, et reconfigurent le secteur à la faveur des fournisseurs de solutions apportées par des tiers :

- acteur majeur des services de paiement, PayPal a ainsi **diversifié son offre** en y incluant notamment le BNPL ;

- Klarna s’est positionnée en ce sens avec **son outil de galerie commerciale numérique**, et a été imitée par Alma ;

- Qonto élargit sa palette de services dans la réduction des délais de paiement ;

- l’enrichissement de l’offre se constate aussi chez Libeo, spécialiste du paiement différé en BtoB, qui a réalisé **l’acquisition de TrackPay** (limitation des délais de paiement pour les TPE-PME) **et de Rubypayeur**, acteur du recouvrement de créances ;

- la fintech Kresus, positionnée dans la simplification de l’escompte commercial, envisage également de se muer en plateformes de services financiers.

- À l’inverse, les entreprises du paiement fractionné **étendent leur service à des méthodes de paiement plus classiques**. Alma comme Klarna proposent par exemple le paiement standard en une seule fois.

- Cette transformation peut avoir des conséquences significatives pour les acteurs du marché. **Elle étend toujours plus le spectre de la concurrence** entre des entreprises englobant un nombre croissant de services financiers. Ce dynamisme du secteur des paiements ne devrait toutefois **pas venir bousculer les leaders** que sont Visa et Mastercard. Le projet European Payments Initiative (EPI), soutenu par 16 banques européennes, a ainsi connu plusieurs déconvenues et a abandonné cette ambition. La multiplication des plateformes et des acteurs généralistes offre en revanche **de nombreuses opportunités de partenariats** pour les acteurs restant spécialisés dans le BNPL.

PRINCIPALES SOURCES UTILISÉES

- Benhamou Éric, "Qonto relance la bataille des 'pros' avec une offre de paiement fractionné", *latribune.fr*, 26 mars 2024
- Bianchi Frédéric, "De plus en plus de Français accros au paiement fractionné, un risque de surendettement ?", *bfmtv.com*, 17 novembre 2023
- Chardenon Aude, "La fintech Mansa lève 18 millions d'euros pour sa solution de crédit pour indépendants", *usine-digitale.fr*, 1^{er} mars 2021
- Cotte Rachel, "Le nombre de ménages surendettés est reparti à la hausse en 2023", *lesechos.fr*, 8 février 2024
- Cotte Rachel, "Klarna accuse les plus grosses pertes de son histoire en 2022", *lesechos.fr*, 28 février 2023
- El Hassani Jamal, "Stancer : la révolution du paiement promise par Free se fait attendre", *lsa-conso.fr*, 27 juin 2023
- Eyers James, "Buy now, pay later is pulling off the improbable – a comeback", *afr.com*, 1^{er} mars 2024
- Gueugneau Romain, "La Banque Postale veut généraliser le virement instantané gratuit", *lesechos.fr*, 6 avril 2022
- Gueugneau Romain, "Fintechs : une valorisation en chute libre depuis le pic de 2021", *lesechos.fr*, 23 mai 2023
- Guinebault Matthieu, "Le paiement fractionné gagne du terrain en magasin et dans le luxe", *fashionnetwork.com*, 9 juin 2023
- Guinebault Matthieu, "Le paiement fractionné : une tendance montante, même dans la mode", *fashionnetwork.com*, 30 septembre 2021
- Guinebault Matthieu, "Paiement fractionné : Klarna se mue en plateforme d'achats", *fashionnetwork.com*, 5 novembre 2021
- Heilmann Marion, "Fin du partenariat entre Apple et Alma sur le paiement fractionné", *lesechos.fr*, 20 novembre 2022
- Heilmann Marion, "Paiement fractionné : Allianz Trade et Santander lancent une offre BtoB pour les grands groupes", *lesechos.fr*, 9 janvier 2023
- Heilmann Marion, "Apple lance son service de paiement fractionné aux Etats-Unis", *lesechos.fr*, 29 mars 2023
- Heilmann Marion, "Paiement fractionné : un quart des utilisateurs ont dû payer des pénalités au Royaume-Uni", *lesechos.fr*, 3 janvier 2024
- Heilmann Marion, "La SNCF autorise désormais le paiement de ses billets en trois fois", *lesechos.fr*, 10 août 2023
- Heilmann Marion, "Inflation, hausse des taux : les acteurs du paiement fractionné affrontent des vents contraires", *lesechos.fr*, 7 avril 2023
- Heilmann Marion, "Le paiement fractionné va devenir un crédit à part entière", *lesechos.fr*, 19 octobre 2023
- Karayan Raphaële, "Après avoir conquis le commerce B2C, le BNPL s'attaque au B2B", *usine-digitale.fr*, 30 mai 2022
- Laghrari Mehdi, "Paiement fractionné : les autorités financières pointent les manquements du secteur", *lesechos.fr*, 17 août 2022
- Lederer Édouard, "Paiement fractionné : Crédit Agricole va mettre la main sur Pledg", *lesechos.fr*, 15 février 2024
- Lederer Édouard, Madelin Thibaut, "Le crédit à la consommation est repassé dans le rouge en 2023", *lesechos.fr*, 14 février 2024
- Méritan Charlotte, "'Règlement en trois fois sans frais' : le paiement fractionné, une pratique répandue mais pas sans risques", *bfmtv.com*, 8 avril 2024
- Nédélec Gabriel, "Pourquoi la bataille des 'super app' fait rage dans le paiement", *lesechos.fr*, 7 novembre 2021
- Nédélec Gabriel, "Sur le point de rejoindre BNP Paribas, Floa Bank accélère à l'international", *lesechos.fr*, 6 octobre 2021
- Nédélec Gabriel, "Plus d'un commerçant sur dix accepte le paiement fractionné en France", *lesechos.fr*, 6 décembre 2021
- Nédélec Gabriel, "Les banques repartent à l'offensive sur le marché des paiements", *lesechos.fr*, 10 février 2022
- Nédélec Gabriel, "La Banque Postale change de stratégie dans le paiement fractionné", *lesechos.fr*, 1^{er} mars 2022

Nédélec Gabriel, "Inflation : quand le paiement fractionné sert à payer les courses alimentaires", *lesechos.fr*, 24 mai 2022

Nédélec Gabriel, "La folie du paiement fractionné en sept questions", *lesechos.fr*, 10 août 2021

Nédélec Gabriel, "Après les particuliers, le paiement fractionné convoite le marché des entreprises", *lesechos.fr*, 8 septembre 2022

Nédélec Gabriel, "Bruxelles veut durcir la réglementation du paiement fractionné", *lesechos.fr*, 11 juillet 2021

Nédélec Gabriel, "BNP Paribas muscle son offre de paiement fractionné en mettant la main sur Floa", *lesechos.fr*, 27 juillet 2021

Nédélec Gabriel, Perreau Charlie, "Stripe et Klarna s'allient dans le paiement fractionné", *lesechos.fr*, 26 octobre 2021

Perreau Charlie, "La fintech Kresus dépoussière l'escompte", *lesechos.fr*, 30 mai 2022

Perreau Charlie, "Younited passe à l'offensive sur le paiement fractionné", *lesechos.fr*, 8 juillet 2021

Perreau Charlie, "Les start-up se ruent sur le paiement fractionné destiné aux entreprises", *lesechos.fr*, 11 novembre 2021

Perreau Charlie, "Scalapay, la star italienne du paiement fractionné, devient licorne", *lesechos.fr*, 23 février 2022

Perreau Charlie, "Fintecture, la start-up qui s'attaque au paiement BtoB", *lesechos.fr*, 3 novembre 2022

Perreau Charlie, "Defacto s'attaque au paiement différé dans le BtoB", *lesechos.fr*, 10 novembre 2021

Perreau Charlie, "Hero, la plateforme de paiement tout en un pour les entreprises", *lesechos.fr*, 13 juillet 2022

Perreau Charlie, "Face à la hausse des taux, les bonnes et mauvaises affaires des fintechs", *lesechos.fr*, 27 juin 2023

Rousseau Yann, "Au Japon, PayPal s'offre le leader du paiement fractionné pour séduire les accros au cash", *lesechos.fr*, 8 septembre 2021

Steiwier Nathalie, "Paiement fractionné : les 'dettes Klarna' des jeunes inquiètent l'Allemagne", *lesechos.fr*, 22 septembre 2022

Thompsett Louis, "Adyen & Billie: Delivering BNPL to More European Businesses", *fintechmagazine.com*, 20 février 2024

Vialatte Hubert, "Les PME à la traîne face aux nouveaux défis de l'e-commerce", *lesechos.fr*, 13 novembre 2023

Wong Camille, "Les start-up s'engouffrent dans l'e-commerce BtoB", *lesechos.fr*, 12 juin 2023

"Étude sur le paiement fractionné", *Younited*, 12 avril 2022

"Klarna voit de la lumière au bout du tunnel", *revue-banque.fr*, 18 septembre 2023

"Zip Expands into Europe and the Middle East, with the Acquisitions of European BNPL Provider Twisto and UAE-based Spotii", *businesswire.com*, 23 mai 2021

La collection IndexPresse *Business Etude*

Comment accéder à des données fiables, pertinentes et surtout synthétisées, alors que l'information n'a jamais été aussi accessible en apparence ?

Voilà une question à laquelle sont confrontés quotidiennement les décideurs dans les entreprises lorsqu'il s'agit de prendre les bonnes décisions.

C'est pourquoi nous avons créé la collection **IndexPresse Business Etude**, des études sectorielles complètes, réalisées à partir des plus grands titres de la presse

économique et professionnelle. En s'appuyant sur des informations fiables et de qualité, les études d'IndexPresse offrent des synthèses analytiques et éclairées sur les secteurs d'activité émergents ou en mutation.

Vous aurez ainsi toutes les clés en main pour accompagner votre réflexion stratégique, en vous appuyant sur l'examen des enjeux de votre marché, afin d'anticiper ses évolutions et valider, ou modifier, votre positionnement dans le jeu concurrentiel.

IndexPresse *Business Etude*

Date de parution - avril 2024.



Renaud HAMMAMY

renaud.hammany@indexpresse.fr

Auteur

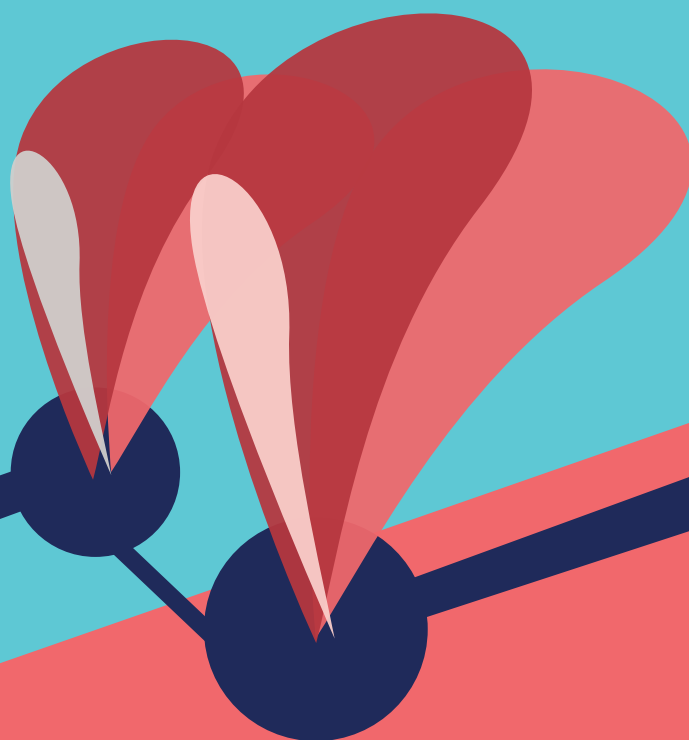


Photo de couverture : © Ifri Digital



IndexPresse

IndexPresse
19 rue René Thomas
38000 Grenoble
Tél. 04 76 92 05 25
indexpresse@indexpresse.fr