

# Zoom sur

**Arnaud LE GALL**

Directeur des Partenariats chez Cofidis France

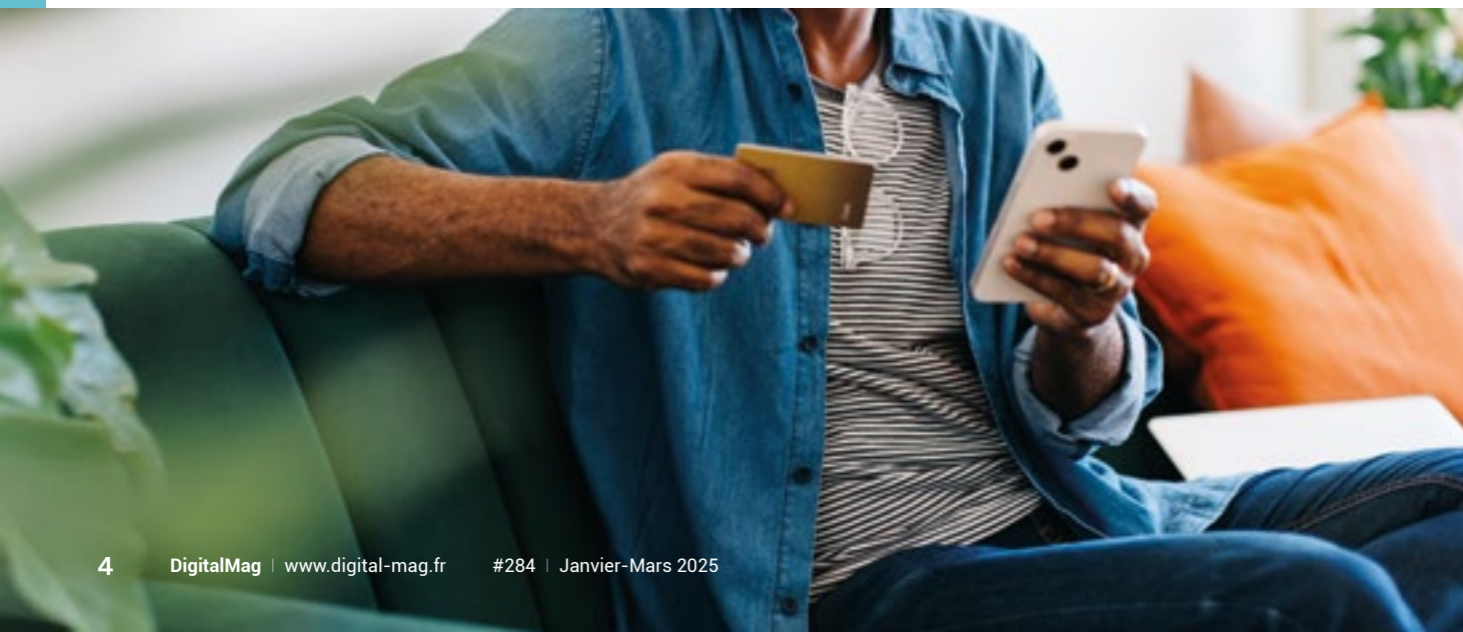


## Le paiement fractionné, un phénomène structurel ancré dans les usages

Expert du crédit et du paiement fractionné depuis plus de 40 ans, Cofidis accompagne plus de 15 000 partenaires marchands dans 9 pays d'Europe. En plaçant l'expérience client et la technologie au cœur des parcours d'achat, Cofidis propose des solutions innovantes et sécurisées pour améliorer la conversion et accélérer le business de ses partenaires. Cofidis conçoit des parcours personnalisés et met la relation client au centre de son approche partenariale.



Zoom sur



### Pouvez-vous nous présenter brièvement les activités B2B de Cofidis France ?

Cofidis est l'un des principaux organismes de crédit en France et en Europe, expert du crédit à distance depuis plus de 40 ans. Nous accompagnons les commerçants et e-commerçants en leur proposant des solutions de paiement fractionné, financement et garanties affinitaires qui optimisent l'expérience client et maximisent la conversion. Nos offres sont pensées pour s'intégrer aux parcours d'achat des enseignes et répondre aux nouveaux comportements des consommateurs. Notre mission est d'optimiser l'expérience d'achat et d'améliorer la conversion pour dynamiser l'activité des commerçants et e-commerçants. Nos solutions de paiement fractionné et de crédit allient fluidité, sécurité et technologie avancée. Notre objectif est de booster les ventes des enseignes tout en renforçant la satisfaction et la fidélisation des clients. Par ailleurs, parce que les Français privilégient de plus en plus des modes de consommation durables, en intégrant des critères environnementaux et éthiques dans leurs décisions d'achat, nous mettons un point d'honneur chez Cofidis à faire dorénavant du crédit responsable au sein de notre activité, et nous nous engageons à répondre aux attentes croissantes des Français, en alliant innovation et responsabilité dans le financement de leurs achats.

### Quelle dynamique observez-vous sur le marché des facilités de paiement et du crédit ?

Le marché du crédit évolue rapidement, porté par le succès grandissant des solutions de paiement en plusieurs fois. Ces dispositifs sont désormais incontournables, aussi bien pour les consommateurs que pour les commerçants, devenant un véritable phénomène structurel ancré dans les usages. Le "Buy Now Pay Later" illustre parfaitement cette dynamique.



En 2024, notre dernière étude révélait que 73% des consommateurs jugent le "Buy Now Pay Later" pratique et 77% l'utilisent pour mieux gérer leur budget.

Nous constatons également une tendance croissante à recourir au paiement fractionné sur des périodes supérieures à trois mois. Les utilisateurs semblent avoir intégré ces facilités de paiement comme un outil du quotidien. Chez Cofidis, notre ambition est

de les accompagner en leur donnant les clés d'une gestion responsable et maîtrisée de leurs dépenses.

Chiffres issus de l'étude Cofidis x Harris Interactive sur l'usage des facilités de paiement par les consommateurs européens.

### Comment les consommateurs ont-ils fait évoluer leurs habitudes d'achat ces dernières années, dans une situation économique qui les contraint ?

Face à l'inflation, les Français ont réduit leurs dépenses, un phénomène que l'on observe également à l'échelle européenne, où 73 % des consommateurs déclarent surveiller de près leur budget. Aujourd'hui, près de 9 Français sur 10 réfléchissent longuement avant de finaliser un achat.

Cette prudence a entraîné un changement dans leurs habitudes de paiement, notamment chez les jeunes de 18-34 ans, qui se tournent de plus en plus vers les solutions de paiement fractionné. Ces dispositifs leur permettent de mieux gérer leur budget tout en continuant à se faire plaisir grâce à un étalement des dépenses.

Chiffres issus de l'étude Cofidis x Harris Interactive sur l'usage des facilités de paiement par les consommateurs européens.

### La réglementation évolue autour du BNPL. Quel est son ou ses objectifs ? Comment vous y adaptez-vous ?

La réglementation évolue pour moderniser les services de paiement et renforcer la protection des consommateurs contre la fraude. Elle vise à sécuriser et rendre plus transparentes les données partagées par les consommateurs, tout en élargissant l'offre de services et en harmonisant les pratiques des établissements financiers en Europe.



Zoom sur

L'objectif principal est de prévenir le surendettement en garantissant une meilleure compréhension des conditions de remboursement. Parallèlement, elle responsabilise les acteurs du marché en imposant des critères plus stricts d'évaluation de la solvabilité. Chez Cofidis, nous avons anticipé ces évolutions et appliquons déjà des standards plus rigoureux que la réglementation actuelle. Nos offres, études de solvabilité et conditions sont pensées pour garantir une pratique éthique et responsable. Nous exploitons également les technologies pour fluidifier et fiabiliser les parcours clients auprès de nos partenaires.

### Les technologies permettent d'ouvrir le champ des possibles. Pourriez-vous nous expliquer les enjeux, résultats et perspectives ?

La technologie joue un rôle clé dans l'évolution du crédit et des facilités de paiement, avec un double objectif : simplifier et sécuriser les parcours d'achat grâce à des offres adaptées aux besoins des consommateurs.

Chez Cofidis, nous innovons en développant par exemple l'open banking, qui permet une analyse fine et sécurisée des données clients. Chaque utilisateur reste libre d'y recourir ou de choisir une autre méthode. Cette technologie améliore l'expérience utilisateur en renforçant transparence et sécurité, garantissant ainsi des décisions de financement mieux adaptées et une prévention accrue du surendettement. Toutefois, son adoption reste encore timide, avec seulement 49 % des consommateurs européens qui lui font confiance.



L'avenir offre également de nombreuses perspectives : des parcours d'achat ultra-simplifiés, où le paiement devient quasi invisible grâce à l'intelligence artificielle et aux API ouvertes, ou encore des avancées en cybersécurité avec l'authentification biométrique et le machine learning pour des transactions plus sûres et rapides.

Chez Cofidis, nous défendons un crédit responsable, qui passe par une innovation responsable. Notre approche repose sur un équilibre entre excellence relationnelle et nouvelles technologies pour renforcer et améliorer l'expérience client.

### Cofidis est une entreprise engagée dans le domaine RSE. Comment se traduit cet engagement ?

Tout à fait ! L'impact sociétal et environnemental est aujourd'hui aussi essentiel que l'innovation technologique pour les consommateurs. Chez Cofidis, nous nous sommes engagés depuis plusieurs années en faveur d'un avenir plus durable et inclusif, avec l'ambition de conjuguer performance économique et responsabilité.

Sur notre activité B2B, nous nous positionnons entre les marchands et les consommateurs, ce qui nous offre une vision privilégiée des défis de chacun face à cette transition. D'un côté, les marchands doivent adapter leur modèle économique, de l'autre, les consommateurs attendent des offres plus responsables. Conscients de ces enjeux, nous avons déjà lancé plusieurs initiatives pour accompagner cette évolution.



*Nous développons des solutions de paiement transparentes qui encouragent des pratiques commerciales durables et une consommation plus respectueuse de l'environnement.*

Par exemple, nous proposons des crédits à taux zéro pour faciliter l'achat d'un vélo électrique et promouvoir la mobilité douce, en partenariat avec Feu Vert, Look, Décathlon et Giant.

Enfin, nous travaillons sur des services visant à prolonger la durée de vie des produits, avec des solutions d'assurance et de réparation en cas de casse, évitant ainsi un rachat systématique et favorisant une consommation plus durable.

## Cofidis et Boulanger

*Des garanties innovantes au service d'une consommation responsable.*

Dans un contexte marqué par une prise de conscience accrue des enjeux environnementaux et une demande croissante des consommateurs pour des solutions durables, les garanties se positionnent comme une réponse innovante et adaptée. Ces programmes, conçus sur mesure pour répondre aux besoins spécifiques des secteurs de l'électroménager, du multimédia et des télécommunications, permettent de prolonger la durée de vie des produits tout en offrant une expérience client fluide et sécurisée. Le partenariat entre Cofidis et Boulanger, avec leur offre Boulanger Le Club Infinity, illustre parfaitement cette approche.

### Les garanties : une réponse aux nouveaux usages des consommateurs

Aujourd'hui, les consommateurs sont de plus en plus attentifs à la durabilité et à la réparabilité des produits qu'ils achètent. Selon une étude récente de l'Explorateur, 67 % des consommateurs prêtent attention à l'indice de réparabilité des appareils électroniques. Cette tendance reflète une volonté de consommer autrement, en privilégiant la réparation au remplacement et en réduisant l'impact environnemental.

Cofidis et Boulanger ont donc développé des offres sur mesure pour répondre à cette demande. Ces dernières permettent aux clients de souscrire à des abonnements tout inclus, couvrant la réparation des appareils, qu'ils soient neufs ou reconditionnés. En plus des réparations en cas de dysfonctionnement, ces programmes incluent souvent une intervention préventive annuelle pour vérifier l'état des produits, anticiper les pannes et prolonger leur durée de vie.

### Le secteur de l'électroménager : un exemple avec Boulanger

Lancée en 2022, l'offre Boulanger Le Club Infinity propose une couverture complète pour les appareils électroménagers, multimédias et image & son. En cas de panne, les clients bénéficient d'une prise en charge intégrale (diagnostic, réparation, suivi), sans restriction sur l'âge ou l'origine du produit. Un atout majeur qui renforce la satisfaction et la fidélisation des clients.

L'un des points forts de cette offre est l'intervention préventive annuelle, qui permet de vérifier l'état des appareils et d'anticiper les pannes. Cette

initiative s'inscrit dans une logique de consommation responsable, en cohérence avec les engagements RSE des deux entreprises. Selon Hakim Naili, directeur de l'offre de services chez Boulanger, « l'objectif est de prolonger la durée de vie des produits en offrant un service de réparation tout inclus, que l'appareil ait été acheté chez Boulanger ou ailleurs ».

### Une approche gagnant-gagnant pour toutes les parties prenantes

Les garanties proposées par Cofidis pour ses partenaires marchands s'inscrivent dans une vision à long terme. Elles permettent d'aligner les intérêts des consommateurs, des entreprises et de la planète autour d'un modèle économique plus durable et plus vertueux. En proposant des solutions circulaires, ces programmes répondent aux attentes des consommateurs tout en renforçant la fidélisation client.

Arnaud Le Gall, directeur des partenariats chez Cofidis France, souligne l'importance de cette démarche : « Nous offrons aux consommateurs une alternative concrète au tout-jetable et nous créons également de la valeur pour nos partenaires avec des résultats qui parlent d'eux-mêmes : taux de réparation élevé, une satisfaction client record, et un modèle plus durable pour tous. »

### Perspectives et évolutions futures

Face au succès des premières offres, des fonctionnalités servicielles et personnalisées pourraient enrichir ces programmes pour répondre aux besoins émergents des consommateurs. Ces évolutions s'inscrivent dans une vision globale visant à accompagner les clients et à encourager des pratiques de consommation plus responsables.

Le partenariat entre Cofidis et Boulanger représente une approche innovante pour conjuguer satisfaction client, responsabilité sociale et engagement en faveur d'une consommation plus responsable. En misant sur des solutions sur mesure et en plaçant l'expérience client au cœur de leur stratégie, Cofidis démontre qu'il est possible de créer de la valeur tout en répondant aux enjeux environnementaux et sociaux contemporains. Ces programmes, qui s'inscrivent dans une logique d'économie circulaire, sont une réponse concrète aux attentes des consommateurs.