

Étude IFOP pour Oney : “Le financement de la consommation s’installe dans les usages des Français”

Gestion du quotidien ou grands projets : près de 2 Français sur 3 ont récemment eu recours à une solution de financement



- **84 % des Français ont déjà eu recours à une solution de financement et près de 2 Français sur 3 (64 %) y ont eu recours au cours des deux dernières années.**
- **61 % des utilisateurs récents estiment que leur dernier recours au financement a eu un effet positif sur leur situation.**
- **75 % des Français envisageraient de recourir à une solution de financement dans les deux prochaines années si un besoin se présentait**

Croix, 12 octobre 2026 - Alors que le contexte économique incite les ménages à une gestion de plus en plus rigoureuse de leurs finances, **Oney**, acteur majeur du paiement fractionné et des solutions de financement du commerce en Europe, dévoile les résultats de son étude réalisée avec **l’IFOP**.

Pour plus d’un utilisateur sur deux, financer permet de mieux gérer ou préserver son budget

L’étude révèle que si le financement permet de réaliser des projets structurants ou de faire face à des imprévus (12 %), il répond avant tout à une volonté de maîtrise budgétaire.

56 % des utilisateurs récents indiquent avoir eu recours à leur dernière solution de financement pour des raisons liées à la gestion ou à la préservation de leur budget. Près d’un tiers (32 %) souhaitait étaler la dépense pour éviter de régler une somme importante en une seule fois, tandis que **24 % cherchaient à préserver leur épargne ou à conserver une réserve de sécurité.**

Cette volonté de préserver son épargne ne concerne pas uniquement les ménages les plus contraints financièrement. Elle est davantage citée par **les personnes qui parviennent à épargner chaque mois (29 %) et celles dont le foyer dispose d’au moins 3 000 euros de revenus mensuels (29 %).** Elle atteint 43 % parmi les personnes disposant d’un patrimoine financier compris entre 30 000 et 50 000 euros.



Du quotidien aux grands projets, des usages multiples

Le financement intervient dans des situations très différentes. Lors de leur recours le plus récent, **21 % des utilisateurs ont financé l'équipement de leur logement et 16 % l'achat d'un véhicule**. D'autres y ont eu recours pour faire face à **une dépense imprévue ou urgente (12 %) ou financer des dépenses courantes (11 %)**. **Les voyages et loisirs représentent également 8 %** des derniers projets financés.

Dans ce paysage, le paiement fractionné s'impose comme la première solution de financement utilisée par les Français. Lors de leur recours le plus récent, 43 % des utilisateurs ont opté pour un paiement en plusieurs fois sans frais, devant le paiement en plusieurs fois avec frais (19 %) et le paiement différé ou « payer plus tard » (12 %). Au total, les solutions fractionnées ou différées représentent 73 % des utilisations les plus récentes.

Des dépenses du quotidien aux projets plus conséquents, ces résultats dessinent ainsi des usages qui dépassent le seul achat exceptionnel. Ils témoignent également de la place prise par les solutions permettant de répartir une dépense dans le temps : **55 % des Français ont utilisé au moins une solution de paiement fractionné ou différé au cours des deux dernières années**.

Une expérience jugée positive par la majorité des utilisateurs

61 % des utilisateurs récents estiment que leur dernier recours au financement a eu un effet globalement positif sur leur situation, tandis que 34 % ne constatent pas d'effet particulier et seulement 5 % lui attribuent un effet négatif.

Parmi ceux qui en dressent un bilan positif, les bénéfices cités font largement écho aux motivations qui les avaient conduits à se financer. 60 % mettent en avant des effets liés à la gestion ou à la préservation de leur budget : 30 % estiment que le financement leur a permis de préserver leur épargne et autant de mieux répartir leurs dépenses dans le temps.

La sérénité et la stabilité financière ressortent également : 26 % déclarent que leur financement leur a apporté davantage de sérénité et 23 % qu'il leur a permis de retrouver ou de maintenir une situation financière plus stable. Enfin, 24 % estiment qu'il leur a permis de réaliser un projet ou un achat plus tôt.

Les attentes en matière de souscription varient également selon les profils et les projets. **Si le site internet arrive en tête des canaux privilégiés (51 %), le magasin fait presque jeu égal (47 %)**, devant l'application (36 %). Le digital est davantage privilégié par les actifs et les CSP+/professions intermédiaires, notamment pour le paiement fractionné ou différé, tandis que le face-à-face est davantage cité par les 65 ans et plus et pour des projets comme l'achat d'un véhicule. Des résultats qui soulignent l'importance de proposer des parcours de souscription adaptés aux différents usages et aux besoins d'accompagnement.

Pour l'avenir, le financement reste largement envisagé pour accompagner les projets

Cette place dans les usages devrait se prolonger : **75 % des Français déclarent qu'ils envisageraient de recourir à une solution de financement au cours des deux prochaines années si un besoin se présentait**, dont 41 % certainement.

Le financement trouve également sa place dans les projets à venir des Français. Parmi ceux qui prévoient d'équiper leur logement au cours des deux prochaines années, **87 % envisagent de financer au moins une partie de leur projet à l'aide d'une solution de financement**. Une proportion tout aussi



élevée pour l'achat d'un véhicule (85 %) ou la réalisation de travaux (84 %), et qui atteint 76 % pour les voyages et les loisirs.

Les motivations envisagées pour demain font écho aux usages observés aujourd'hui : **63 % des personnes envisageant de recourir à une solution de financement citent des raisons liées à la gestion ou à la préservation de leur budget**, dont 36 % pour étaler une dépense et 31 % pour préserver leur épargne ou conserver une réserve de sécurité.



« Les résultats montrent que le financement trouve sa place dans des situations très différentes, du besoin ponctuel au projet planifié. Il est aussi utilisé comme un moyen d'organiser ses dépenses dans le temps et de préserver son épargne. Pour Oney, cette diversité des usages rappelle l'importance de proposer des solutions simples et lisibles, adaptées à chaque situation et permettant à chacun de garder la maîtrise de son budget. » **Julien Cailleau, Directeur Général Adjoint de Oney**

Méthodologie

Étude Ifop réalisée pour Oney auprès d'un échantillon de **1 000 Français âgés de 18 ans et plus**. La représentativité de l'échantillon a été assurée par la méthode des quotas, avec un redressement selon le genre, l'âge, la profession de l'interviewé, la région UDA et la catégorie d'agglomération. L'enquête a été réalisée **en ligne via le panel partenaire Dynata, du 25 au 31 août 2026**, à l'aide d'un questionnaire de 15 minutes.

À propos de Oney

Partenaire de la transformation du commerce depuis plus de 40 ans, Oney conçoit des solutions de paiement, financement, assurances et lutte contre la fraude, déployées chez plus de 37 000 commerçants. Véritable allié du quotidien, nous accompagnons les achats et la réalisation des projets de 8,6 millions de clients en Europe tout en soutenant une consommation plus durable. Chaque jour, nos plus de 1 900 talents, répartis dans 9 pays, portent collectivement l'ambition de faire de Oney un acteur majeur en Europe du financement de la consommation dans le commerce. Avec le soutien de ses deux actionnaires, BPCE (50,1 %) et de ELO (49,9 %), Oney réunit le meilleur de la banque et du commerce. Pour plus d'informations : www.oney.com | Suivez toutes les actualités de Oney : [LinkedIn](#)

Contact Presse

Oney – Agence Burson – oney.presse@bursonglobal.com