

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

5e édition du Baromètre Digital & Payments de BPCE L'Observatoire : la consommation des Français, marquée par un nouveau boom du e-commerce et du paiement mobile, s'ancre dans une ère de rationalisation

Paris, le 21 janvier 2026

Le Groupe BPCE dévoile la cinquième édition de son Baromètre Digital & Payments qui analyse les tendances de consommation en 2025 à partir des données anonymisées de plus de 20 millions de cartes bancaires. Cette édition met en lumière un engouement de plus en plus marqué des Français pour le e-commerce (30% de leurs dépenses) et le paiement mobile (un paiement sur cinq). Les Français rationalisent leur consommation en arbitrant leurs dépenses de nécessité pour s'offrir des plaisirs (ultra)discountés et préserver certaines envies d'évasion et de convivialité.

La consommation en 2025 : une progression en trompe l'œil

L'évolution des dépenses par carte bancaire (yc retrait) progressent de +1,1%, une croissance alignée sur l'inflation annuelle de +0,9% selon l'Insee, malgré un climat d'instabilité et une confiance des ménages fragile. Cependant, cette vision agrégée cache des évolutions plus structurantes. 2025 est, hors parenthèse exceptionnelle du Covid, la première année où la consommation globale ne progresse pas plus vite que l'inflation depuis 2020. Ce constat révèle une contrainte budgétaire désormais ancrée dans les comportements des ménages.

Le digital, moteur de la consommation

Le e-commerce répond aux exigences des consommateurs : arbitrer finement et comparer sans effort pour décider rapidement dans un contexte de contraintes multiples. **En 2025, 30% des dépenses par carte bancaire sont réalisées en e-commerce**, contre 27% en 2022, signe que le e-commerce s'impose dans les pratiques de consommation. Cette progression de la part e-commerce de +3pts en 3 ans est similaire au boom du COVID (+4pts de 2019 à 2022). La consommation des moins de 35 ans est encore plus marquée par le digital qui représente 38% de leurs dépenses, quand les plus de 55 ans ne sont qu'à 20%.

Dans ce même mouvement, le paiement mobile poursuit son déploiement : **en 2025, plus d'un paiement sur cinq est réalisé via mobile**, soit plus du triple par rapport à 2022. La transition du portefeuille au smartphone est déjà bien engagée.

La hausse des dépenses de nécessité est contenue

Les dépenses auto/moto (carburant, entretien, péages) sont en recul de -2% en 2025. Le prix moyen d'un passage à la pompe est de 46€, en recul de 2€ par rapport à 2024, en partie due à la baisse du prix des carburants.

Les dépenses d'alimentation, en hausse de +1,5%, se fractionnent : le nombre de passages en caisse a augmenté de +5%. Le panier moyen s'établit à 36€, en baisse de 1€ par rapport à 2024 et de 2€ par rapport à 2022, aussi bien dans les enseignes traditionnelles que discount, ce qui traduit une appétence des Français pour les bons plans.

Mode et aménagement de la maison sont ultra-discountés

Les dépenses de prêt-à-porter au global sont en baisse de -1,5%. Le secteur se recompose autour du digital qui capte 35% des dépenses en 2025, contre 26% en 2022. **La seconde main tire son épingle du jeu : les dépenses progressent de +13% par rapport à 2024 avec un panier moyen stable de 22€.** La fast-fashion classique, en recul de -0,5% en montant, doit se réinventer pour rester pertinente face aux plateformes digitales d'ultra-fast-fashion. Ces dernières connaissent néanmoins un ralentissement sur le second semestre (-2% de dépenses en 2025).

L'aménagement de la maison est en ralentissement. Les formules fondées sur le prix bas, voire ultra bas, sont celles qui résistent le mieux : les plateformes digitales d'ultradiscount explosent, avec une augmentation des dépenses de +69% pour un panier moyen de 32€.

Quand d'autres envies sont axées sur l'émotion et l'expérience

Le divertissement digital gagne la partie : **les dépenses de streaming vidéo et musical augmentent de +10% en 2025, avec un panier moyen de 15€.** Un consommateur sur trois souscrit à une offre du secteur.

L'envie d'évasion se maintient avec une approche plus réfléchie. **Les dépenses pour les voyages croissent timidement de +2,5%, tandis que des alternatives comme le camping et les activités touristiques et culturelles connaissent une forte augmentation, respectivement de +10% et de +9%.** Les Français cherchent à voyager davantage tout en optimisant leur budget et en privilégiant les expériences locales.

Les dépenses de bien-être (salons et cosmétiques) en hausse de +2,5% témoignent du soin apporté à l'image de soi à l'heure des réseaux sociaux. Les paniers moyens sont stables : 45€ en salons et 50€ pour les achats de cosmétiques.

Yves Tyrode, Directeur général Digital & Payments du Groupe BPCE, souligne : « *En partageant les analyses du Baromètre Digital & Payments, le Groupe BPCE réaffirme son engagement à accompagner ses partenaires économiques, notamment les marchands, dans cette période de transformation des comportements de consommation. A travers le boom du e-commerce et l'adoption des paiements mobile, et demain le commerce agentique, le digital poursuit sa diffusion dans les usages des Français.* »

Myriam Dassa, directrice du Baromètre Digital & Payments du Groupe BPCE, explique : « *Dans un contexte où les repères économiques, sociaux et commerciaux se recomposent rapidement, cette cinquième édition va au-delà du constat pour expliquer les mutations à l'œuvre, à commencer par un nouveau boom du e-commerce observé depuis trois ans, comparable à celui déclenché par le Covid. Grâce au digital, les Français sont à la fois chasseurs de prix et chercheurs d'émotions : ils articulent leurs envies de convivialité, d'évasion et de mode, tout en bénéficiant de l'offre compétitive et pléthorique en ligne.* »

Retrouvez l'ensemble des données de ce baromètre dans la présentation complète.

Toute utilisation des données de ce baromètre doit s'accompagner de la mention « Baromètre Digital & Payments de BPCE L'Observatoire ».

À propos du Baromètre Digital & Payments de BPCE L'Observatoire

À la croisée de l'évolution des modes de paiement et de la transformation des comportements de consommation, le Baromètre Digital & Payments de BPCE L'Observatoire est basé sur les transactions anonymisées de 20 millions de cartes bancaires émises par les Banques Populaires et les Caisses d'Epargne et gérées par BPCE Payment Services. Âge, catégorie socioprofessionnelle, localisation des achats, montant des dépenses : ce Baromètre est le seul en France à disposer d'une si large représentativité de la population française, ce qui en fait un outil d'une grande richesse pour analyser les tendances de la consommation en France. BPCE L'Observatoire recouvre l'ensemble des publications et des études réalisées par les économistes et les experts métiers du Groupe BPCE sur les sujets d'économie et de société, en lien avec nos activités de banquier et d'assureur.

À propos du Groupe BPCE

Le Groupe BPCE est le deuxième acteur bancaire en France et le quatrième de la zone euro par les fonds propres. Avec 100 000 collaborateurs, il est au service de 35 millions de clients dans le monde, particuliers, professionnels, entreprises, investisseurs et collectivités locales. Il est présent dans la banque de proximité et l'assurance en France avec ses deux grands réseaux Banque Populaire et Caisse d'Epargne ainsi que la Banque Palatine et Oney. Il déploie également au niveau mondial les métiers de gestion d'actifs et de fortune, avec Natixis Investment Managers, et de banque de grande clientèle avec Natixis Corporate & Investment Banking. La solidité financière du Groupe est reconnue par quatre agences de notation financière avec les notes LT de rang senior préféré suivantes : Moody's (A1, perspective négative), Standard & Poor's (A+, perspective stable), Fitch (A+, perspective stable) et R&I (A+, perspective stable).

Contacts presse Groupe BPCE

Mélissa Bourguignon : melissa.bourguignon@bpce.fr / 06 17 56 95 37

Christophe Gilbert : christophe.gilbert@bpce.fr / 06 73 76 38 98

groupebpce.com

