



Information presse

Le 06 octobre 2020

## Leader français des facilités de paiement, Banque Casino part à la conquête de l'Europe et devient FLOA

**Avec plus de 3 millions de clients, une croissance annuelle supérieure à 20% et une progression soutenue de sa rentabilité, Banque Casino affiche aujourd'hui une nouvelle ambition : devenir le leader européen du paiement fractionné. Pour accompagner cette stratégie ambitieuse de développement, Banque Casino change d'identité et devient FLOA.**

### UNE NOUVELLE MARQUE POUR CHANGER DE DIMENSION

Déjà leader français du paiement en plusieurs fois, **FLOA** se fixe deux objectifs d'ici 2025 : franchir le cap des 5 millions de clients et être présente dans 10 pays. Après l'Espagne et la Belgique en 2020, FLOA sera présente dès l'année prochaine dans 5 pays européens. Ce changement d'identité constitue une nouvelle étape nécessaire pour accélérer son développement en Europe.

*« Nous avons choisi de poursuivre notre développement à l'international sous une nouvelle marque qui reflète pleinement ce que nous sommes aujourd'hui : une banque 100% digitale, ouverte et innovante. »* indique Catherine Vidal, Directrice Générale de FLOA.

### L'INNOVATION AU CŒUR DE LA STRATEGIE DE FLOA

Depuis sa création en 2001, l'entreprise développe des produits et services parmi les plus innovants du marché pour répondre toujours mieux aux besoins des consommateurs et accompagner les nouveaux usages nés du digital.

Pionner du mini-prêt instantané avec son offre Coup de Pouce, **FLOA** a mis cette innovation au service du plus grand nombre à travers des partenariats avec des fintechs de premier plan comme Lydia et Bankin'. Ces collaborations font de **FLOA** un acteur aujourd'hui incontournable de l'écosystème des fintechs.

FLOA développe en effet sans cesse de nouveaux services financiers comme les solutions de paiement fractionné (paiement x3, x4, x10, x36, différé) qu'elle met au service d'(e-)commerçants issus de secteurs variés allant du voyage au sport en passant par la maison ou la mode. Parmi ses partenaires (e-)commerçants figurent notamment Cdiscount, Oscaro, Selectour, Misterfly, ou encore Pierre et Vacances.

Pour accompagner la consommation de ses clients, FLOA propose aussi une large gamme de crédits à la consommation et de cartes bancaires. Cette activité est restée très dynamique même pendant le confinement avec 150.000 nouvelles cartes de crédit souscrites sur les six derniers mois. La promesse de FLOA est de simplifier la banque pour faciliter la vie à travers des parcours de souscription 100% dématérialisés et multicanaux qui requièrent un minimum de justificatifs, et la garantie d'une réponse immédiate.

**FLOA** s'articule autour de 2 marques : **FLOA Bank** pour ses 3 millions de clients BtoC et **FLOA Pay** pour ses partenaires BtoB.

*« Banque Casino devenue FLOA a su s'imposer comme le partenaire incontournable des fintechs et des (e-)commerçants pour son expertise en matière de paiement et son approche orientée client. C'est ce qui explique le succès de la banque ces dernières années »,* ajoute Marc Lanvin, Directeur Général Adjoint de FLOA.

## **CAPITALISER SUR LA DEMANDE CROISSANTE DES CONSOMMATEURS POUR LE PAIEMENT FRACTIONNE**

Ces derniers mois ont confirmé une tendance de fond, les consommateurs utilisent de plus en plus les facilités de paiement. Selon un récent sondage Opinion Way<sup>1</sup>, 1/4 des Français utilisent le paiement en plusieurs fois. Parmi eux 77% d'entre eux prévoient de l'utiliser à nouveau dans les prochains mois et 78% seraient même prêts à changer d'enseigne pour en bénéficier. *« Les solutions de financement et de paiement FLOA sont des moteurs puissants de différenciation de l'expérience client »* poursuit Marc Lanvin, Directeur Général Adjoint FLOA. *« Nos solutions sont innovantes mais surtout simples : elles sont conçues pour être facilement intégrées chez les (e-)commerçants et pour répondre aux nouveaux usages et besoins des consommateurs de façon intuitive. »*

### **POURQUOI FLOA ?**

Un nom court, évoquant la fluidité que recherchent les consommateurs dans leur expérience d'achat et simple à prononcer quelle que soit la langue.

Un univers graphique créé autour de la marguerite, un symbole populaire et chaleureux, une marguerite dont les pétales représentent les solutions de paiement fragmenté et dont l'effeuillage illustre les petits et grands plaisirs de la vie... un peu, beaucoup, passionnément.

Enfin, une marque qui reprend les codes actuels des fintechs et qui s'apparente à un prénom pour incarner la relation et l'innovation.

---

<sup>1</sup> \*Étude Opinion Way réalisée en juin 2020 auprès de 1077 répondants en France.

## À PROPOS DE FLOA

Leader français des solutions de paiement sur web et mobile, FLOA facilite la vie des consommateurs à travers des facilités de paiement, des crédits instantanés, des crédits à la consommation, des cartes bancaires et des assurances. FLOA est également partenaire de grands (e-)commerçants (Cdiscount, Oscaro, Vide dressing...), d'acteurs clés du voyage (Selectour, Misterfly, Cdiscount Voyages, Pierre et Vacances...) et de fintechs (Lydia, Bankin') pour lesquels elle développe des services sur-mesure. **FLOA** s'articule autour de 2 marques commerciales : **FLOA Bank** pour ses clients BtoC et **FLOA Pay** pour ses partenaires BtoB. Les produits et services FLOA se distinguent par leur simplicité d'utilisation pour les clients et d'intégration rapide pour les partenaires. FLOA compte plus de 3 millions de clients et finance chaque année plus de 2 milliards d'euros de biens et services. Déjà présente en France et en Espagne, FLOA a pour ambition de devenir le leader européen des facilités de paiement.

Pour en savoir plus : [www.floa.fr](http://www.floa.fr)

### CONTACT PRESSE :

Aurélia Buron – 06.87.98.80.66 - [Aurelia.buron@banque-casino.fr](mailto:Aurelia.buron@banque-casino.fr) - [Contact-presse@banque-casino.fr](mailto:Contact-presse@banque-casino.fr)