



Communiqué de presse
Paris, le 16 mars 2026

Alma franchit le cap de la rentabilité en 2025 et confirme la solidité de son modèle de *pure player* du paiement fractionné

- 2,5 milliards d'euros de volume d'affaires en 2025, en croissance de +30 %
- 114 M€ d'ARR (*annual recurring revenue*) au 31 décembre 2025, en hausse de +32 %
- Résultat net 2025 positif
- Plus de 5 000 nouveaux commerçants signés, portant le réseau à 23 000 partenaires en Europe
- 2,3 millions de nouveaux consommateurs sur les 12 derniers mois
- Forte accélération européenne en Italie, Espagne, Allemagne et Benelux

Alma, leader français "pure player" du paiement en plusieurs fois, annonce ses résultats pour 2025, marqués par une croissance soutenue de son activité, une forte accélération de son développement à l'échelle européenne et l'atteinte d'un résultat net positif sur l'exercice.

Cette réussite confirme la robustesse du modèle d'Alma dans un secteur en pleine accélération et démontre qu'un acteur dont le paiement fractionné constitue le cœur de métier peut conjuguer dynamique de croissance, discipline financière et approche responsable du crédit.

L'année 2025 valide les choix opérés depuis la création de l'entreprise pour mettre au cœur de sa stratégie la performance de sa solution. Elle affiche aujourd'hui le taux de conversion le plus élevé du marché, générant pour les commerçants une hausse significative du panier moyen et du volume d'affaires. Cette capacité à garantir un fort retour sur investissement a permis à Alma de s'imposer durablement face aux acteurs historiques du financement sur des appels d'offres comme ceux de La Redoute ou ManoMano.

Une croissance rentable et un changement d'échelle

L'atteinte de la rentabilité en 2025 constitue une étape majeure dans la trajectoire d'Alma. Elle s'inscrit dans la continuité d'une marge opérationnelle positive depuis plusieurs années, et garantit à l'entreprise une croissance indépendante pérenne, sans besoin de nouveaux capitaux ou actionnaires pour financer son activité.

Avec 2,5 milliards d'euros de volume d'affaires générés sur l'exercice 2025 et 114 M€ d'ARR, Alma change d'échelle. Le succès rencontré auprès de nouvelles enseignes qui ont rejoint Alma sur les 12 derniers mois, telles que La Redoute, LDLC, KLM, ManoMano, King Jouet ou Vente-unique, illustre la capacité d'Alma à accompagner des acteurs de toutes tailles, dans des secteurs variés et à forts enjeux de transformation, sur plusieurs marchés européens.

Un modèle responsable et durable

Alma prouve qu'un modèle de paiement fractionné peut être rentable sans dépendre des frais de retard. Contrairement à certains acteurs dont une part significative des revenus provient de ces pénalités facturées aux consommateurs, Alma a fait le choix stratégique de ne jamais y avoir recours.

Les taux d'impayés sont restés à un niveau très faible en 2025 malgré l'expansion géographique, le lancement de nouveaux produits et l'intégration de plus de 5 000 nouveaux commerçants. Cette stabilité reflète la qualité de ses algorithmes d'évaluation des risques et l'expertise des équipes.

Une adoption consommateurs en forte accélération

En 2025, 2,3 millions de nouveaux consommateurs en Europe ont choisi Alma pour financer leurs achats, confirmant l'ancrage du paiement fractionné dans les usages européens. Cette dynamique s'est particulièrement illustrée pour le marché du bien-être, dont le volume de transactions progresse de 57%, ainsi que dans le voyage, en forte augmentation de l'ordre de 53%. Les secteurs de l'électronique et des télécoms enregistrent également une croissance soutenue, en hausse de 40%, confirmant la pertinence du paiement fractionné sur des paniers élevés et l'extension de son utilisation à des secteurs et achats à plus forte valeur.

L'expérience proposée repose sur des principes clairs : transparence totale, absence de frais cachés, aucun frais de retard et autonomie complète dans la gestion des échéances. Dans un contexte de renforcement du cadre réglementaire, cette approche constitue un avantage compétitif durable, et fait d'Alma la solution de paiement fractionnée la plus appréciée des consommateurs, notée 4,8/5 par plus de 72 000 avis sur Trustpilot.

Une dynamique européenne confirmée

L'année 2025 confirme également l'accélération du développement international d'Alma. L'entreprise est désormais présente dans 10 pays et enregistre une forte croissance en Italie, en Espagne et au Benelux, ainsi qu'une montée en puissance particulièrement forte en Allemagne.

Cette expansion repose sur une stratégie localisée, axée sur l'adaptation aux attentes des consommateurs et des commerçants. Elle permet à Alma d'accompagner des enseignes multi-pays avec une solution unifiée et performante, renforçant son positionnement d'acteur européen indépendant de référence.

Perspectives 2026 : accélération et consolidation du leadership européen

Alma aborde 2026 avec un fort momentum commercial et international. L'entreprise entend poursuivre sa croissance supérieure à 30 %, renforcer sa présence dans ses marchés prioritaires - Benelux, Allemagne, Italie, Espagne et Portugal - et approfondir sa relation directe avec les consommateurs au-delà du moment du paiement.

A l'occasion de cette annonce, Louis Chatriot, cofondateur et CEO d'Alma, a déclaré : « Nous avons toujours considéré que le paiement fractionné se devait d'être à la fois performant et durable, et s'imposer comme un standard de marché, à condition d'être piloté avec exigence et discipline. Les résultats que nous publions aujourd'hui le confirment. Depuis la création d'Alma, nous avons fait le choix de proposer un modèle centré sur la performance pour les commerçants, sans frais de retard pour les consommateurs, avec une gestion rigoureuse du risque. Cette cohérence guide notre trajectoire et continuera de structurer notre développement autour d'une ambition claire : accélérer notre leadership européen et continuer à transformer le paiement en plusieurs fois en une infrastructure simple, transparente et performante au service de l'économie réelle, portée par une croissance maîtrisée et une rentabilité pérenne. »

À PROPOS D'ALMA

Alma est une société de services spécialisée dans le paiement fractionné. Fondée en 2018, Alma s'est imposée comme le leader français « pure player » du paiement fractionné, en rompant avec les modèles bancaires traditionnels pour offrir une solution simple, transparente et véritablement utile aux 23 000 commerçants que l'entreprise accompagne – incluant des acteurs comme La Redoute, SNCF ou Maisons du Monde. Elle se distingue par un engagement éthique fort : aucun frais de retard n'est appliqué aux consommateurs. En leur permettant de régler leurs achats en plusieurs fois sans frais cachés, Alma favorise particulièrement la montée en gamme, notamment dans des secteurs où la qualité prime sur la fréquence d'achat. L'entreprise détient deux agréments bancaires et est supervisée par l'ACPR (Banque de France) sous le numéro 90786.

Alma est également présente à l'international, avec plus de 9 millions de consommateurs dans 10 pays depuis sa création, dont la Belgique, l'Espagne, l'Allemagne, ou encore l'Italie. Avec un volume d'affaires de 2,5 milliards d'euros en 2025, son modèle repose entièrement sur une rémunération transactionnelle, sans frais fixes ni frais d'installation, garantissant ainsi une offre accessible et alignée avec la performance des commerçants. Plus d'informations : almapay.com



CONTACTS MEDIAS

Alexandra van Weddingen
Alva Conseil
avanweddingen@alvaconseil.com
+33611011791

Bérénice Weiss
Alva Conseil
bweiss@alvaconseil.com
+33 6 83 35 63 11