

Communiqué de presse

Bâle, 30 septembre 2025

Les pourboires sont généralement partagés en Suisse – la transparence crée la confiance auprès de la clientèle et du personnel

Bien que depuis 1974, le pourboire soit inclus dans le prix pratiqué par les restaurants suisses, nombre de clientes et clients continuent volontairement d'en laisser un. Cette somme, qui avoisine chaque année le milliard de francs, constitue une source de revenus importante pour le personnel. Pour la première fois, une étude de la Banque Cler et de la ZHAW School of Management and Law met en lumière de manière systématique comment les pourboires sont partagés dans les entreprises de restauration suisses et quelle influence cette répartition exerce sur la motivation et l'atmosphère de travail. L'enquête présente également les personnes dont les clientes et clients souhaitent gratifier le travail. Les résultats sont sans appel: si les pourboires sont distribués de façon transparente, la satisfaction et la motivation des équipes augmentent, et même la clientèle est prête à donner davantage.

Pourboires au restaurant: absence de règles claires au sujet du partage

En Suisse, les pourboires reviennent en principe au personnel. Toutefois, aucune disposition légale ne régit leur répartition au sein d'un établissement, par exemple entre le service et la cuisine. Dans la pratique, cette lacune est souvent source d'incertitudes et de discussions. Sous la direction de Marcel Stadelmann, professeur à l'Institute of Marketing Management de la ZHAW School of Management and Law, une enquête menée auprès du personnel a permis d'évaluer pour la première fois la situation dans les établissements de restauration suisses.

Le partage des pourboires: une réalité dans la plupart des entreprises

L'enquête menée auprès du personnel travaillant dans la restauration a révélé que les pourboires ne profitent plus uniquement au personnel de service. Ainsi, dans 95% des entreprises, d'autres corps de métier, notamment en cuisine, en reçoivent une partie. Plus de 50% des établissements appliquent même un pourcentage: près de la moitié attribuent 80% ou plus au service, tandis qu'une entreprise sur cinq répartit le pourboire de manière égale entre le service et les autres fonctions. Le versement est majoritairement mensuel, la plupart du temps dans le cadre du décompte du salaire.

Le personnel en cuisine voudrait la moitié du gâteau

En ce qui concerne la répartition équitable du pourboire entre le personnel de service et les équipes qui ne travaillent pas en contact avec la clientèle, 63% des personnes interrogées estiment que le personnel de service devrait recevoir plus de la moitié. Pour 24%, en revanche, le partage égal semble plus juste. Toutefois, on constate un écart entre la répartition privilégiée par les brigades de cuisine et celle qui recueille les faveurs du personnel en salle: le premier groupe estime en majorité qu'un partage 50/50 est approprié, tandis que le second préconise une répartition 70/30 à son avantage. «Il est intéressant de noter que le personnel de service serait prêt à céder une plus grande

partie des pourboires qu'il ne le fait actuellement. Aujourd'hui, en moyenne, 75% des pourboires ou plus récompensent le service, mais de nombreux serveurs et serveuses se contenteraient tout à fait de 70%, déclare Marcel Stadelmann, expert en moyens de paiement à la ZHAW School of Management and Law.

Le partage du pourboire satisfait plus le service que la cuisine

La perception de l'équité est étroitement corrélée à la motivation et à la satisfaction des équipes. Au total, 74% des personnes interrogées considèrent que la répartition dans leur propre entreprise est à minima «plutôt équitable». Le personnel de service évalue les pratiques de répartition actuelles de manière plus positive, tandis que le personnel de cuisine se montre davantage critique. En effet, ce dernier contribue de façon significative à l'expérience de la clientèle, or il reçoit généralement moins de la moitié des pourboires souhaitée par la majorité.

Néanmoins, sachant qu'en règle générale, les salaires dans la restauration sont considérés comme bas en Europe par rapport à d'autres branches, les pourboires constituent une part importante des revenus de nombreuses personnes, les deux tiers d'entre elles les jugeant importants, voire très importants. On notera que près de la moitié des personnes interrogées déclarent avoir déjà été confrontées à des situations où les pourboires n'ont pas été versés en intégralité, voire pas du tout.

Pour la clientèle, l'équité influe sur le montant du pourboire

L'enquête réalisée auprès de la clientèle montre que la moitié des personnes interrogées ne se sont jusqu'à présent guère demandé à qui devrait revenir leur pourboire. Lorsqu'on leur pose la question, 90% souhaitent récompenser la serveuse ou le serveur qui s'occupe de leur table, mais seulement 40% estime que la totalité de la somme doit lui revenir. Pour plus de la moitié, l'équipe qui cuisine devrait aussi en bénéficier, et 39% du panel voudrait également en gratifier le personnel chargé de la plonge. Presque personne ne souhaite que l'établissement lui-même ou la ou le propriétaire en reçoive une part.

Si les pourboires sont répartis équitablement entre l'ensemble des collaboratrices et collaborateurs, la clientèle se déclare également disposée à être plus généreuse. Ainsi, si une répartition équitable était garantie, 58% des clientes et clients laisseraient un pourboire plus élevé. Des options permettant de ventiler, au moyen d'un code QR, la somme à allouer entre les différents corps de métier sont jugées intéressantes par les plus jeunes, tandis que les générations plus âgées n'y voient guère de valeur ajoutée.

Conclusion: la transparence crée la confiance

Les résultats de ces enquêtes ont clairement mis en évidence que la répartition équitable du pourboire joue un rôle central pour les personnes travaillant dans la restauration et pour la clientèle. Les premières souhaitent des règles transparentes et compréhensibles, tandis que les convives veulent s'assurer que l'argent revient également aux équipes en cuisine, y compris à la plonge, et non aux propriétaires.

Comme le résume Samuel Meyer, CEO de la Banque Cler: «Lorsque la répartition des pourboires dans un établissement de restauration est clairement communiquée et appliquée de manière conséquente, la motivation du personnel de service s'en trouve renforcée, de même que la disposition de la clientèle à laisser une gratification.»

Pour les entreprises, cette observation signifie que le modèle de partage n'est pas le seul facteur déterminant: la transparence est elle aussi essentielle. Il est donc recommandé de consigner les règles en la matière par écrit, par exemple dans le contrat de travail ou le règlement de l'entreprise.

Des principes clairs, une participation équitable de tous les corps de métier concernés et une communication franche améliorent la confiance au sein de l'équipe et auprès de la clientèle.

Découvrez quels sont les usages en matière de pourboire à l'étranger dans le petit guide exhaustif de la Banque Cler: cler.ch/fr/pourboire.

Détails sur les enquêtes

L'enquête auprès du personnel travaillant dans la branche de la restauration a été réalisée dans le cadre d'un travail scientifique mené à la ZHAW sous la direction de Marcel Stadelmann sur mandat de la Banque Cler. Elle a pris la forme d'une enquête en ligne standardisée (Qualtrics) et s'est déroulée du 8 au 30 avril 2025. Au total, plus d'une centaine d'ensembles de données ont été collectés, principalement dans les zones urbaines de Suisse alémanique. Ils concernent principalement des personnes employées au service et des restaurants avec service à table.

Le 24 juin 2025, la Banque Cler a publié les résultats d'une étude examinant comment les méthodes de paiement sans espèces modifient les habitudes en matière de pourboires. Pour les besoins de cette étude, la ZHAW a interrogé en avril 2025, pour le compte de la Banque Cler, 1000 personnes âgées de 18 à 81 ans, résidant en Suisse alémanique, romande et italienne, au moyen d'un panel en ligne «meinungsplatz.ch», sur le sujet des pourboires dans les restaurants avec service à table. Cette enquête a également abordé la question de la répartition des pourboires. Les résultats, qui n'ont pas encore été publiés, sont pris en compte dans le présent communiqué de presse.

Lien vers l'étude complète: <https://doi.org/10.21256/zhaw-2560> (en allemand uniquement)

Pour tout complément d'information:

Natalie Waltmann

Responsable Communication

Banque Cler SA, CEO office

Téléphone: +41 (0)61 286 26 03

E-mail: natalie.waltmann@cler.ch

En bref

La Banque Cler SA est une banque suisse dont le siège est à Bâle et qui axe son offre sur les besoins de la clientèle privée et immobilière ainsi que sur le Private banking. «Cler» provient du romanche et signifie clair, limpide, évident. Le nom reflète son programme: la Banque Cler rend les opérations bancaires simples et compréhensibles et conseille la clientèle sur un pied d'égalité. Elle dispose de succursales dans toutes les régions linguistiques de Suisse. La Banque Cler a lancé par ailleurs, avec Zak, la première appli de néobanking suisse sur le marché. La Banque Cler est une filiale détenue à 100% par la Basler Kantonalbank.

Données et téléchargements importants

Sur le site www.cler.ch figurent des communiqués de presse ([lien direct](#)) de même que des informations actuelles, consultables à partir de la date de publication. Elles contiennent notamment des renseignements supplémentaires sur les activités et leur évolution.