

Communiqué de presse

Bâle, 24 juin 2025

L'influence des moyens de paiement sans espèces sur les pourboires

Le pourboire fait toujours partie intégrante de l'équation lorsque l'on va au restaurant en Suisse – même à une époque où les prix augmentent et où le paiement numérique se démocratise. La dernière étude menée par la ZHAW School of Management and Law pour le compte de la Banque Cler démontre un changement du comportement lorsqu'il s'agit de laisser un pourboire. Aujourd'hui encore, la majorité des clientes et clients laissent (presque) toujours un pourboire dans les restaurants avec service – mais la manière, le montant et la forme de ce pourboire ont considérablement évolué avec la numérisation. L'argent liquide reste la forme de prédilection pour les pourboires, mais elle perd cependant en pertinence, surtout chez la clientèle plus jeune. Les moyens de paiement numériques gagnent quant à eux en importance.

L'argent liquide en tête du classement malgré les paiements numériques

69% des clientes et clients préfèrent donner leur pourboire en espèces. Fait particulièrement frappant: même plus de la moitié de celles et ceux qui paient l'addition par carte ou avec leur téléphone portable donnent quand même le pourboire en espèces. La carte de débit est utilisée à 16% pour laisser un pourboire, la carte de crédit à 10% et les moyens de paiement mobiles comme le smartphone ou la smartwatch sont utilisées à 4%. Pour 27% des personnes interrogées, l'élément déterminant dans le choix du moyen de paiement est que le montant aille directement à la personne qui a assuré le service. Ce besoin de contrôle et de transparence est particulièrement répandu dans un contexte dépourvu d'espèces. En effet, nombreuses sont les personnes qui craignent que les pourboires numériques ne soient pas répartis de manière juste, voire gardés au profit de l'établissement.

On constate également des différences régionales: au Tessin, les pourboires en espèces représentent 82%, contre 67% en Suisse alémanique. Les personnes plus âgées ont elles aussi davantage tendance à utiliser des espèces, et les femmes plus que les hommes.

Les jeunes sont moins généreux – pour des raisons financières

Tandis que 72% des plus de 50 ans indiquent laisser toujours ou presque toujours un pourboire, cette part se réduit à 43% chez les 18 à 29 ans. 26% des personnes de cette même tranche d'âge ne donnent que rarement ou jamais de pourboire. Les raisons principales sont les prix déjà élevés des restaurants (22%) et des moyens financiers limités (18%).

C'est cependant une image contrastée qui ressort de cette enquête: un tiers environ des 18 à 29 ans donnent aujourd'hui plus de pourboires qu'il y a quelques années, notamment parce que leur situation financière s'est améliorée entre-temps (26%) ou encore que leur estime pour le service a augmenté (20%). Cette part y est donc nettement plus élevée que dans les autres catégories d'âge.

«Le résultat montre clairement que la réticence des jeunes générations à donner des pourboires est souvent liée à leurs moyens financiers et non à une autre conception de la rémunération du service ou de l'estime», déclare le CEO Samuel Meyer.

Des différences régionales et un comportement situationnel viennent influencer le montant du pourboire

Après avoir apprécié un moment passé dans un restaurant avec service, 31% des personnes laissent env. 5% du montant de la note en pourboire et 28% en laissent env. 10%. En Suisse alémanique, le montant du pourboire se situe généralement entre 5% et 10% tandis qu'en Suisse romande et au Tessin, il penche plus franchement du côté des 5%. Plus d'un quart indiquent ne pas définir le montant du pourboire en se basant sur un pourcentage fixe mais plutôt décider en fonction de la situation. Ce qui est intéressant, c'est qu'un tiers de la clientèle payant en espèces a tendance à laisser des pourboires plus importants tandis que cette part ne s'élève qu'à 8% chez la clientèle payant autrement.

Des pourboires sans espèces: la clientèle préfère la liberté aux suggestions

Tandis que les paiements en espèces se font plus rares, laisser des pourboires numériques est un processus qui gagne en importance. La clientèle préfère indiquer un montant total incluant le pourboire, que le personnel de service va saisir sur le terminal: 75% des personnes interrogées ont qualifié cette façon de faire de positive. Cela pourrait parfois s'expliquer par la familiarité avec ce processus. Les propositions de pourcentage prédéfinies sur les terminaux de cartes sont moins bien accueillies. 62% des personnes interrogées ont une opinion négative à leur sujet. Les raisons principales: elles ne veulent pas appliquer un pourcentage ou se sentent infantilisées par les propositions. La demande directe de pourboire par le personnel est également considérée comme particulièrement critique – elle obtient les valeurs d'approbation les plus basses de toutes les variantes testées. «Laisser un pourboire, même sans espèces, doit rester un choix libre», souligne le CEO Samuel Meyer. «Si la clientèle se sent obligée, elle perd le plaisir associé au fait de laisser un pourboire.»

Conclusion: la numérisation est une opportunité, à condition qu'elle ne perde pas de vue le facteur humain

L'étude démontre qu'en Suisse, le pourboire est bien plus qu'une reconnaissance financière volontaire pour un bon service – il reste un élément solidement ancré dans les normes sociales et l'expression de l'estime. «L'important, c'est que les processus d'attribution des pourboires soient simples et transparents. L'argent liquide reste prédominant, mais les options sans espèces gagnent en importance», souligne Samuel Meyer. Parallèlement, les attentes changent: la clientèle veut décider librement comment et combien elle donne – sans pression ni automatismes.

Pour les restaurateurs et les prestataires de paiement, cela signifie que les solutions numériques doivent être axées sur les besoins des clientes et clients – en mettant l'accent sur le caractère volontaire, le contrôle et la simplicité. Dans ce cas, la numérisation peut non seulement améliorer les processus, mais aussi renforcer la motivation à donner un pourboire.

Dans son «Petit guide du pourboire», la Banque Cler a dressé une liste détaillée des pourboires que l'on donne habituellement à l'étranger: cler.ch/pourboire

Détails concernant l'enquête

L'enquête est représentative de la population suisse et a été réalisée par la ZHAW à la demande de la Banque Cler. Pour la présente étude, 1000 personnes âgées de 18 à 81 ans, domiciliées en Suisse alémanique, romande et au Tessin, ont été interrogées en avril 2025 via le panel en ligne «espacedopinion.ch» sur le thème des pourboires dans les restaurants avec service. L'évaluation par tranche d'âge a été divisée en trois catégories: 18–29 ans, 30–49 ans et 50 ans et plus.

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.