



School of
Management and Law

« C'est pour le service » – Les facteurs influant sur le pourboire

Enquête auprès de la population suisse sur
les motivations et les préférences en matière

Une étude de l'Institut de Marketing
Management

par Marcel Stadelmann (Dr)

Étude sponsorisée par :

WORLDLINE 

The Worldline logo features the word 'WORLDLINE' in a bold, teal, sans-serif font, followed by a stylized icon of a globe or a series of curved lines representing a globe.

MENTIONS LÉGALES

Publié par

la ZHAW School of Management and Law

Theaterstrasse 17
Case postale
CH-8400 Winterthur
Suisse

Institut de Marketing Management
<https://www.zhaw.ch/de/sml/institute-zentren/imm/>

Direction de projet, contact
Marcel Stadelmann (Dr)
marcel.stadelmann@zhaw.ch

Novembre 2022

DOI: <https://doi.org/10.21256/zhaw-2437>

Copyright © 2022,
la ZHAW School of Management and Law

Tous les droits de réimpression et de
reproduction de ce travail sont détenus par
l'Institut de Marketing Management de la
ZHAW School of Management and Law.

Résumé

Pour la présente étude, 1179 personnes âgées de 18 à 76 ans et domiciliées en Suisse alémanique, romande et italienne ont été interrogées en septembre 2022 sur leur comportement en matière de pourboires. Il en ressort qu'en Suisse, environ 85 % des clients d'un restaurant (ayant du personnel assurant le service en salle) laissent habituellement un pourboire au moment de payer l'addition, bien que le service soit compris. La principale raison invoquée pour justifier le don d'un pourboire est de vouloir exprimer son appréciation positive envers le personnel assurant le service. En outre, les normes sociales jouent un rôle important, la culture du pourboire étant plus marquée en Suisse alémanique qu'en Suisse romande et italienne. D'une manière générale, on constate que, en matière de pourboire, les différences sont plus marquées entre les différentes régions linguistiques suisses qu'entre les sexes ou les tranches d'âge. Ainsi, la part des personnes interrogées qui laissent habituellement un pourboire dans les restaurants avec service en salle est plus élevée en Suisse alémanique (87 %) qu'en Suisse romande (82 %) et encore plus qu'en Suisse italienne (71 %).

En Suisse, c'est l'amabilité du serveur ou de la serveuse qui a la plus grande influence sur le montant du pourboire. Elle joue donc un rôle plus important que la qualité du service (en termes d'attention, de rapidité et de correction). Outre ces deux facteurs, la qualité du repas ou l'ambiance du restaurant jouent également un rôle important, indépendamment de la prestation du serveur ou de la serveuse.

Pour déterminer le montant du pourboire, les suisses ont recours à différentes « techniques ». Dans l'ensemble, l'arrondi au franc supérieur est plus fréquent que le calcul d'un pourcentage du montant de l'addition. Pour certaines personnes interrogées, la quantité de pièces disponibles dans le porte-monnaie joue également un rôle. En effet, près des trois quarts de la population suisse laissent habituellement le pourboire au restaurant en espèces. On constate même que 28 % des personnes interrogées changent de moyen de paiement pour le pourboire : alors qu'elles règlent le montant de l'addition au restaurant sans argent liquide, elles donnent le pourboire en espèces. Ce comportement est plus courant en Suisse italienne (33 %) et surtout en Suisse romande (40 %) qu'en Suisse alémanique (23 %). Plus de 20 % des personnes interrogées partent du principe que le pourboire revient au propriétaire et n'est pas versé à la personne qui encaisse l'addition, s'il n'est pas donné en espèces.

Concernant le processus de don du pourboire sans numéraire lui-même, les personnes interrogées préfèrent la méthode la plus courante actuellement qui consiste à indiquer lors de l'encaissement un montant total, pourboire compris, que le serveur saisit alors sur le terminal de paiement. Proposer un choix prédéfini de différents pourcentages pour le pourboire ou demander directement son montant souhaité au client sont des méthodes peu appréciées. Elles sont notamment critiquées parce qu'elles sont perçues comme contraignantes (ou infantilisantes) et que, le plus souvent, les clients ne déterminent pas le montant du pourboire en calculant un pourcentage du montant de l'addition. À peine 40 % des personnes interrogées savent que des frais sont prélevés sur le montant du pourboire sans numéraire auprès du commerçant. Toutefois, cette connaissance n'a aucune influence sur le choix du moyen de paiement du pourboire.

En Suisse, on donne un pourboire, avant tout et de loin, dans les restaurants ayant du personnel assurant le service en salle. Ainsi, moins de la moitié des personnes interrogées qui laissent habituellement un pourboire dans ces restaurants, le font également pour les soins de beauté et de bien-être (45,4 %), dans les bars (41,3 %) ou pour les transports (40,5 %).

Sommaire

Résumé	3
Sommaire	4
1 Introduction	5
2 Fréquence du pourboire	6
3 Motivation	8
4 Les facteurs déterminants	11
4.1. Quels sont les facteurs influençant le montant du pourboire ?	11
4.2. Comment le montant du pourboire est-il déterminé ?	12
5 Moyens de paiement	13
6 Le pourboire sans numéraire	15
6.1. Évaluation de différents processus de pourboire sans numéraire	15
6.2. Appréciation des pourcentages prédéfinis pour les pourboires en espèces	18
7 Destination des pourboires	20
7.1. Bénéficiaires des pourboires	20
7.2. Frais sur les pourboires sans numéraire	21
8 Autres situations où l'on peut laisser un pourboire	22
9 Conclusion	23
10 Bibliographie	24
11 Table des figures	26
12 Auteur	27
13 Annexe	28

1 Introduction

En 2018, le journal 20 minutes (2018) déclarait déjà que le paiement sans contact « tuait » le pourboire. Depuis lors, le volume des paiements sans espèces, et en particulier sans contact, a fortement augmenté, notamment en raison de la pandémie de Covid-19. Cela n'a fait qu'augmenter les effets néfastes sur le pourboire dans la restauration (Fueter, 2020 ; Graf et al., 2021, 2022). Cette évolution a été suivie par l'introduction d'une fonction numérique de pourboire sur les écrans de paiement, qui fournit trois propositions de pourboire, chacune correspondant à un certain pourcentage du montant de l'addition. Cela a suscité l'attention des médias et généré des comptes rendus critiques (Hässig, 2022 ; Siegert & Frühauf, 2022). Dans la présente étude, il sera question du pourboire et de l'influence que le moyen de paiement utilisé exerce sur lui. Elle offre en outre un aperçu des motivations et des préférences de la population suisse.

En Suisse, le pourboire dans l'hôtellerie-restauration a été officiellement supprimé en 1974 dans le cadre d'une nouvelle convention collective de travail et le « service compris » a été rendu obligatoire (Fischer, 2014). Malgré cela, la pratique des « overtips »¹ reste très répandue, c'est-à-dire le don d'un pourboire s'ajoutant au service déjà inclus dans l'addition (Wermelinger, 2019). D'un strict point de vue économique et en partant du principe que les consommateurs sont exclusivement égoïstes, il est difficile d'expliquer cette pratique. En effet, le montant du pourboire n'est déterminé et remis qu'au moment de partir. Il ne peut donc plus avoir d'effet positif sur la qualité du service. Une explication plausible serait que les clients réguliers espèrent être mieux traités à l'avenir grâce au pourboire, mais cette thèse n'est guère étayée scientifiquement (Azar, 2020). Au lieu de cela, Azar (2020) montre que ce sont surtout des motivations psychologiques et sociales qui jouent un rôle au sujet du pourboire. La question se pose alors de savoir si le moyen de paiement choisi a une influence sur ces facteurs et donc sur le pourboire. C'est du moins ce que suggèrent les résultats de Kakkar & Li (2022) qui montrent, en se basant sur des données concernant les restaurants de Hong Kong, que les pourboires sont nettement plus fréquents en cas de paiement en espèces.

La présente étude montre ce que la population suisse pense des pourboires et de diverses options de « pourboire numérique », quels sont les motivations et les facteurs jouant un rôle. Pour ce faire, 1179 personnes âgées de 18 à 76 ans et résidant en Suisse alémanique, romande et italienne ont été interrogées en septembre 2022 par le biais d'un sondage en ligne sur le panel en ligne meinungsplatz.ch. Les personnes qui ont déclaré ne jamais donner de pourboire ont été exclues du reste du questionnaire. L'échantillon final comprend donc 1001 personnes interrogées et est représentatif de la population suisse en ce qui concerne les trois caractéristiques sexe, âge et région linguistique². Il a été en outre tenu compte de la formation et du revenu du ménage des personnes interrogées. Les particularités relevant de caractéristiques socio-démographiques ne sont mises en évidence dans les résultats que si elles satisfont aux conditions de tests statistiques de pertinence (probabilité de 95 %).

¹ Dans ce qui suit, nous renonçons à l'utilisation du terme « overtip » et utilisons à la place la désignation plus générale de « pourboire », même lorsqu'il s'agit du don d'une somme qui s'ajoute au paiement d'une prestation « service compris ».

² À l'exception du romanche

2 Fréquence du pourboire

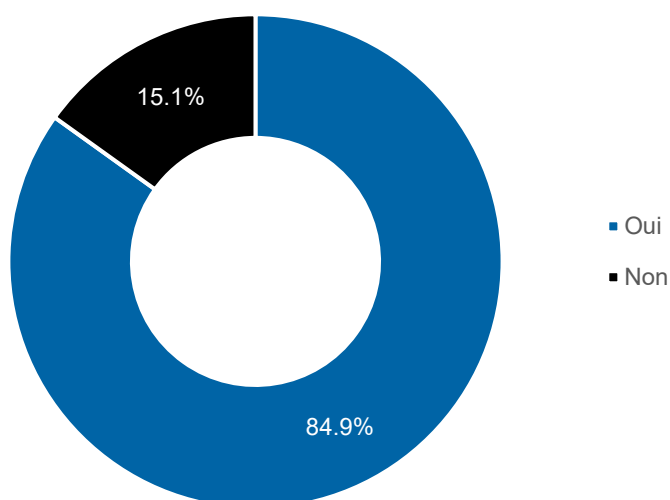
La première question qui se pose est de savoir dans quelle mesure il est courant de donner un pourboire en Suisse. L'occasion la plus habituelle de donner un pourboire, c'est dans un restaurant ayant du personnel assurant le service en salle (gfs.bern, 2022). Comme nous l'avons mentionné au début, en Suisse, le service est compris dans le prix. Le pourboire est donc facultatif (Fueter, 2020). La figure 1 montre que, en Suisse, environ 85 % des clients dans un restaurant avec service en salle laissent un pourboire au moment de payer l'addition.³

La grande majorité de la population suisse laisse donc généralement un pourboire dans un restaurant ayant du personnel assurant le service en salle, bien que la rémunération de ce service soit déjà compris dans l'addition. Des particularités apparaissent en fonction des caractéristiques socio-démographiques. La figure 2 montre que c'est en Suisse alémanique que la pratique du pourboire est la plus courante (87,3 %), alors qu'en Suisse italienne, le nombre de personnes qui laissent généralement un pourboire est nettement inférieur (71,4 %). Le niveau de formation et le revenu ont également une influence sur le comportement en matière de pourboires : Les personnes ayant un niveau de formation supérieur à l'école primaire et celles dont le revenu mensuel du ménage est supérieur à 6000 francs suisses sont plus enclines à laisser un pourboire (cf. figure 2). Comme le montrera le chapitre 3, cela pourrait s'expliquer entre autres par les possibilités financières des personnes interrogées.

Aucune particularité statistiquement significative n'apparaît entre les sexes et les différentes catégories d'âge quant à la décision de laisser un pourboire dans un restaurant avec service en salle. En revanche, la décision de donner un pourboire semble être fortement influencée par les normes sociales et le contexte culturel, deux facteurs qui diffèrent selon les régions linguistiques en Suisse et en fonction du niveau de formation.

Figure 1 : Pourcentage de personnes interrogées qui laissent un pourboire au restaurant (n= 1179). Question : « En Suisse, lorsque vous payez l'addition après le repas dans un restaurant ayant du personnel assurant le service en salle, laissez-vous généralement un pourboire ? »

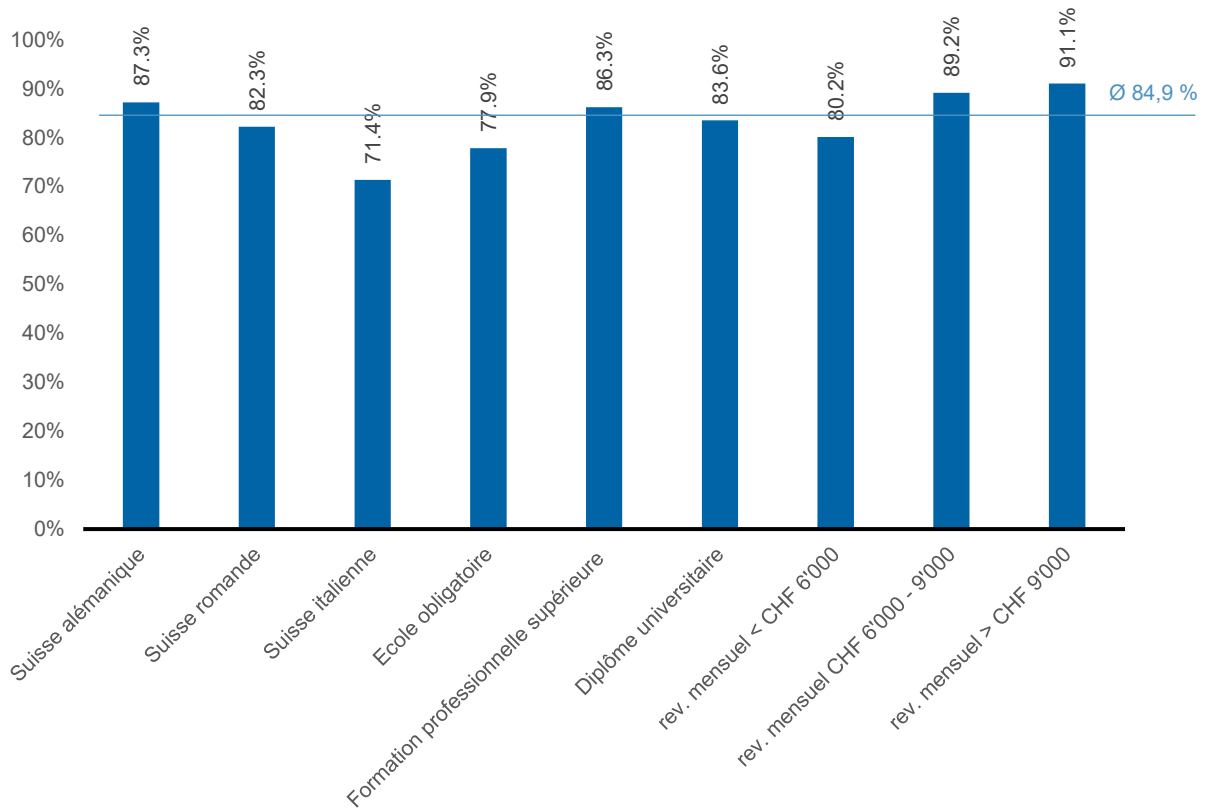
FRÉQUENCE DU POURBOIRE DANS UN RESTAURANT AVEC SERVICE EN SALLE EN SUISSE



³ Ces 85 % sont un pourcentage quelque peu inférieur à celui d'une étude récente commandée par la Banque Cler, qui incluait toutefois aussi le comportement en matière de pourboires à l'étranger (gfs.bern, 2022).

Figure 2 : Pourcentage de personnes interrogées qui laissent un pourboire au restaurant, en fonction des caractéristiques socio-démographiques (n= 1179). Question : « En Suisse, lorsque vous payez l'addition après le repas dans un restaurant ayant du personnel assurant le service en salle, laissez-vous généralement un pourboire ? »

FRÉQUENCE DU POURBOIRE AU RESTAURANT AVEC SERVICE EN SALLE – PAR SOUS-GROUPE



3 Motivation

Comme le montre Azar (2020), différents facteurs, souvent de nature psychologique ou sociale, entrent en jeu dans la décision de donner un pourboire. Sur la base des résultats d'Azar (2020), les participants à l'enquête de la présente étude ont pu choisir parmi une liste de motifs possibles justifiant un pourboire. La figure 3 présente les résultats pour les 1001 personnes interrogées qui ont indiqué auparavant qu'elles donnaient généralement un pourboire dans un restaurant avec service en salle. Il en ressort clairement que, en Suisse, la raison de loin la plus fréquente de donner un pourboire est d'exprimer sa gratitude au personnel de service. Pour quatre personnes interrogées sur cinq, ce motif est prioritaire (cf. figure 3). Environ une personne interrogée sur trois donne en outre un pourboire pour améliorer les bas salaires du personnel de service (cf. figure 3). De même, une personne sur trois indique se sentir bien lorsqu'elle peut faire plaisir à d'autres personnes et près d'un tiers de la population suisse considère le fait de donner un pourboire comme une norme sociale (cf. figure 3). Le non-respect d'une norme sociale pourrait être la raison pour laquelle 14,6 % des personnes interrogées seraient gênées, et une personne sur dix aurait mauvaise conscience, si elles ne laissaient pas de pourboire (cf. figure 3).

La crainte d'être moins bien traité lors de la prochaine visite si on ne donne pas de pourboire ne joue guère de rôle au sein de la population suisse (cf. figure 3). Cela confirme les résultats d'Azar (2020), à savoir que le motif économiquement rationnel de donner un pourboire pour améliorer la prestation de service future n'est pas très courant. Les personnes interrogées ont encore moins souvent choisi « montrer mon aisance financière » comme seule raison de laisser un pourboire généreux (cf. figure 3). Des études scientifiques menées dans d'autres pays ont montré que ce motif pouvait tout à fait jouer un rôle (Bluvstein Netter & Raghuram, 2021 ; Kakkar & Li, 2022).

Concernant les motifs de donner un pourboire, les hommes et les femmes se différencient à peine. En revanche, il existe des différences selon les régions linguistiques et les catégories d'âge, comme le montrent respectivement les figures 4 et 5.

Figure 3 : Pourcentages des raisons citées pour donner un pourboire (n= 1001). Question : « Pourquoi donnez-vous un pourboire ? » (plusieurs réponses possibles)

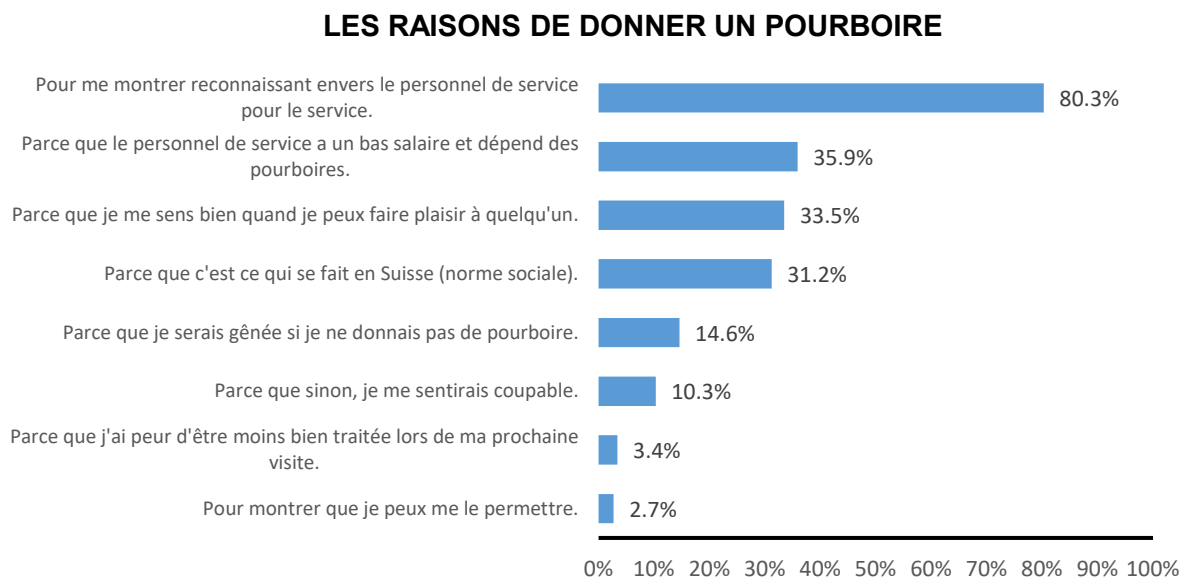


Figure 4 : Pourcentages des raisons citées pour donner un pourboire selon la région linguistique (n= 1001). Question : « Pourquoi donnez-vous un pourboire ? » (plusieurs réponses possibles)

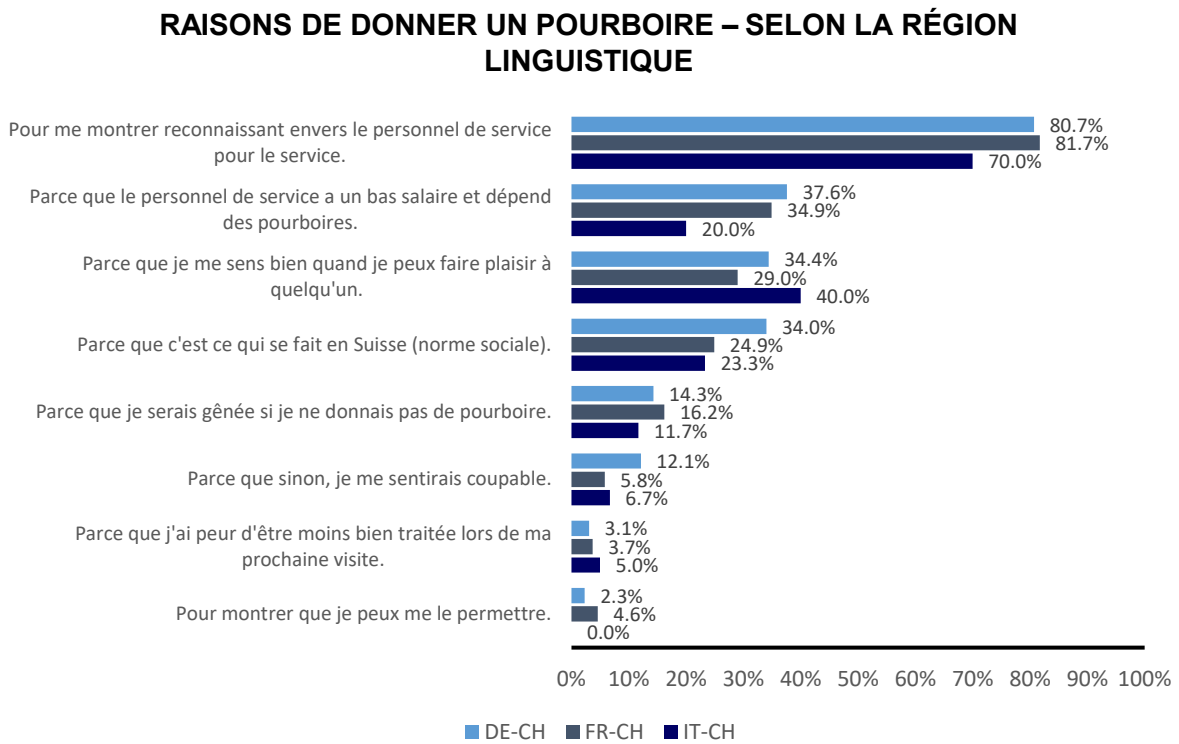
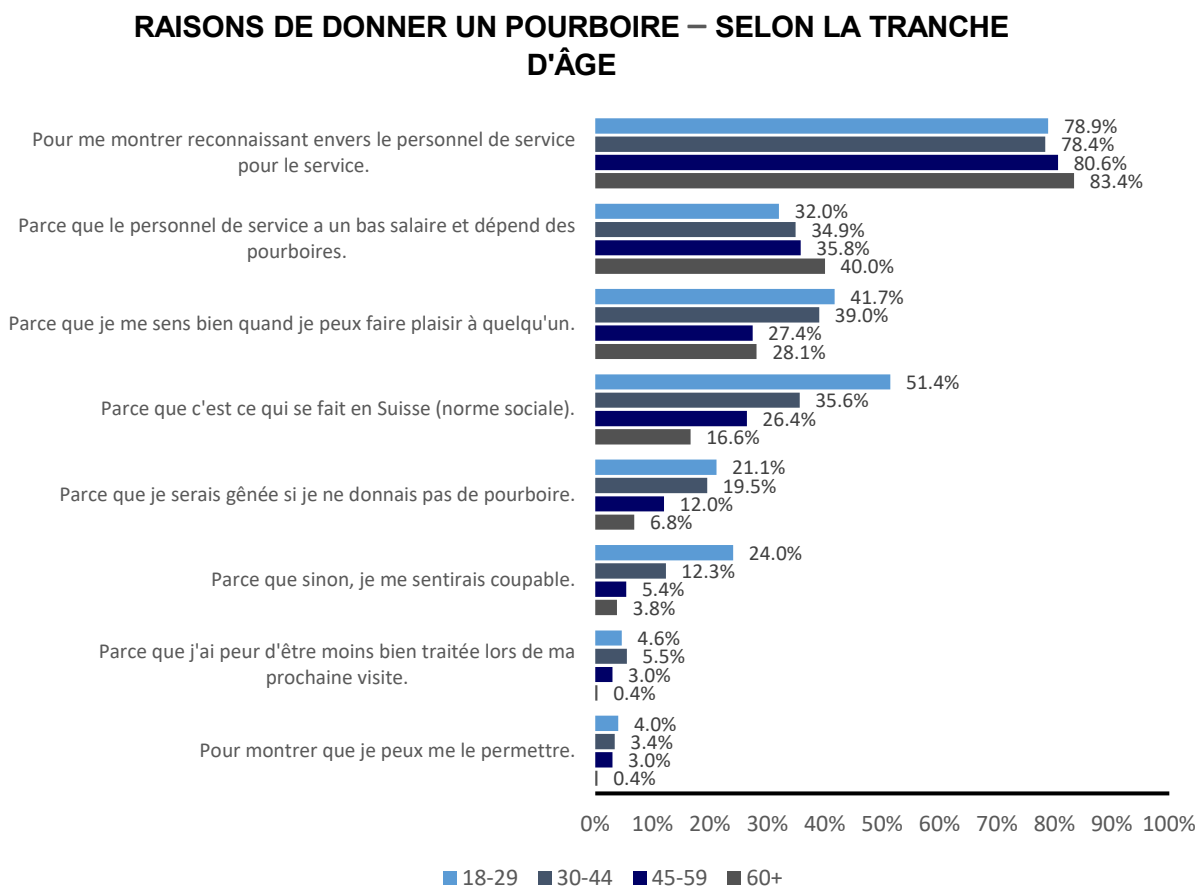


Figure 5 : Pourcentages des raisons citées pour donner un pourboire selon la tranche d'âge (n= 1001). Question : « Pourquoi donnez-vous un pourboire ? » (plusieurs réponses possibles)

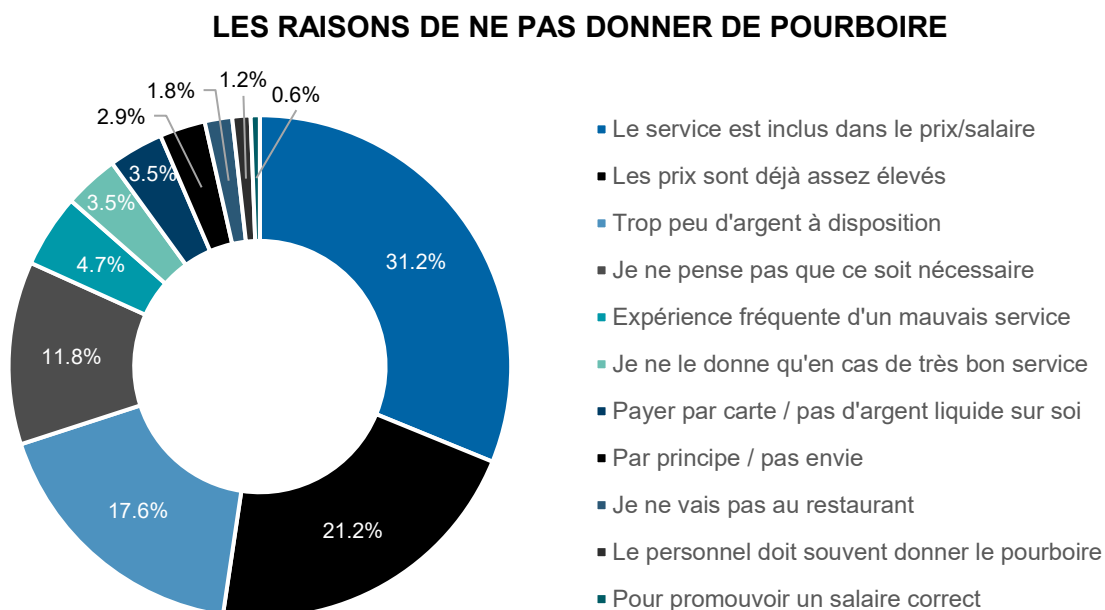


La figure 4 montre clairement que la pratique sociale du pourboire est plus forte en Suisse alémanique et qu'une plus grande partie des personnes interrogées auraient mauvaise conscience si elles ne donnaient pas de pourboire. Pour le reste, les différences entre la Suisse alémanique et la Suisse romande sont minimes. Par contre, on voit bien que faire plaisir aux autres et, en comparaison, plus important pour les personnes interrogées en Suisse italienne. En revanche, exprimer sa gratitude envers le personnel de service et améliorer les bas salaires est moins important en Suisse italienne que dans les autres régions linguistiques. La présente étude ne permet pas de déterminer si cela est dû au fait que les salaires sont relativement plus élevés en Suisse italienne ou si la population considère la rémunération simplement comme étant moins problématique.

L'analyse par tranche d'âge des raisons de donner un pourboire dans la figure 5 montre que ce sont surtout les jeunes qui considèrent le pourboire comme une norme sociale, cette manière de voir les choses diminuant avec l'âge. Il en va de même pour les résultats selon lesquels les jeunes seraient plutôt gênés et auraient mauvaise conscience de ne pas donner de pourboire par rapport aux personnes plus âgées. En outre, les moins de 45 ans considèrent qu'il est plus important de faire plaisir aux autres, alors que cette raison est moins importante à un âge plus avancé. Seule la sensibilisation aux bas salaires du personnel de service semble augmenter avec l'âge.

Outre les motifs de donner un pourboire, les personnes interrogées qui ont indiqué qu'elles ne donnaient pas de pourboire en règle générale ont été priées d'expliquer pourquoi. Les réponses, données sous forme de texte libre, ont été réparties en différentes catégories, présentées dans la figure 6. Près d'une personne interrogée sur trois ne voit aucune raison de donner un pourboire dans un restaurant ayant du personnel assurant le service en salle, car le service est déjà compris dans le prix ou le salaire de ce personnel. La deuxième raison la plus souvent invoquée de ne pas donner de pourboire est le prix déjà élevé dans ces restaurants (cf. figure 6). Dans le même ordre d'idées, environ 18 % des personnes ne donnent pas de pourboire car elles n'en ont pas les moyens financiers (cf. figure 6). Cela explique en partie le résultat de la figure 2, à savoir que les personnes interrogées dont le ménage dispose d'un faible revenu laissent plus rarement un pourboire. Les autres raisons citées de ne pas donner de pourboire sont notamment le fait que le service est souvent jugé mauvais ou que le paiement se fait par carte (cf. figure 6). Le chapitre 5 aborde plus en détail ce dernier point et l'influence du moyen de paiement choisi sur le pourboire.

Figure 6 : Pourcentages des raisons citées de ne pas donner de pourboire (n= 170). Question : « Pourquoi ne donnez-vous pas de pourboire ? » (texte libre)



4 Les facteurs déterminants

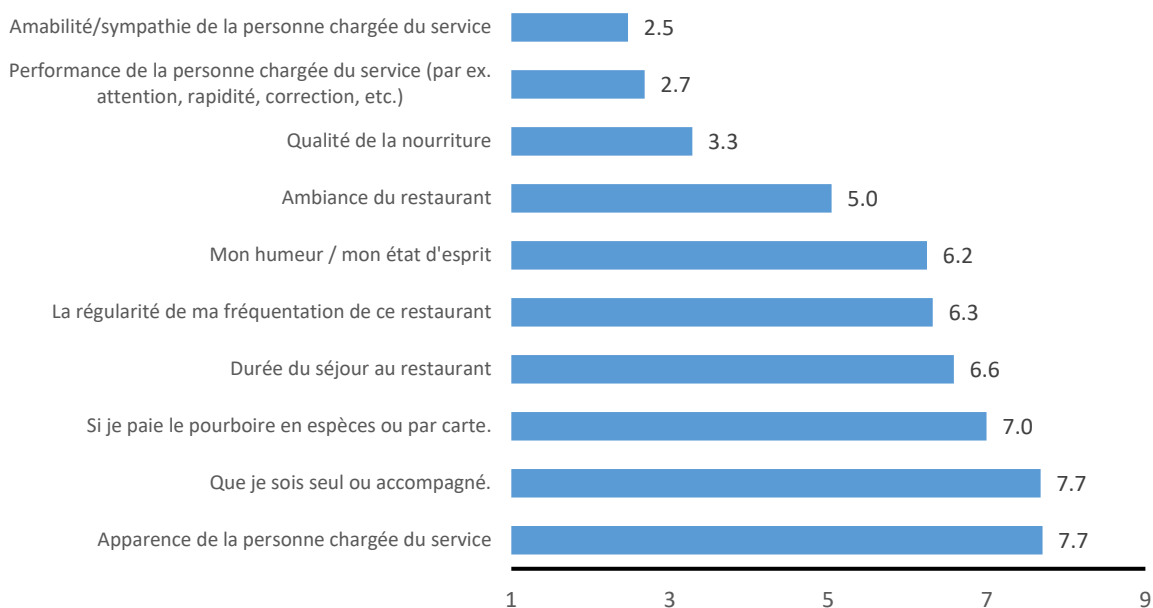
4.1. QUELS SONT LES FACTEURS INFLUENÇANT LE MONTANT DU POURBOIRE ?

Plusieurs facteurs peuvent influencer le montant du pourboire lors d'un repas dans un restaurant avec service en salle. Les personnes interrogées avaient une liste de dix facteurs⁴ qu'elles devaient classer en fonction de leur importance dans la détermination du montant du pourboire, du plus important (en haut de liste) au moins important (en bas). Les résultats de la figure 7 montrent que l'amabilité (du serveur ou de la serveuse) est le facteur qui détermine le montant du pourboire en Suisse avant tous les autres, avant même la qualité du service rendu (en termes d'attention, de rapidité et de correction) qui arrive en deuxième position. Le fait que ces deux facteurs influencent le plus fortement le montant du pourboire signifie que le personnel de service a, par son attitude, une grande influence sur le montant du pourboire qu'il reçoit. La qualité du repas, sur laquelle le serveur ou la serveuse n'a aucune influence, arrive toutefois en troisième position pour l'évaluation du montant du pourboire (cf. figure 7). Ces trois facteurs se distinguent nettement des autres, ce qui signifie que la plupart des personnes interrogées ont classé ces trois facteurs en première position en termes d'importance pour déterminer le montant du pourboire (cf. figure 7).

L'apparence du serveur ou de la serveuse arrive en dernière position des facteurs pouvant influencer le montant du pourboire dans la figure 7. Il semble donc qu'elle n'ait guère d'influence sur le montant du pourboire, du moins consciemment, car dans la réalité, l'apparence ne peut toutefois pas être évaluée indépendamment de la sympathie ressentie pour la personne.

Figure 7 : Importance de différents facteurs déterminant le montant du pourboire (n=1001). Valeurs moyennes du classement choisi, les chiffres les plus bas signifiant une importance plus grande. Question : « Quels sont les facteurs influençant le montant de votre pourboire ? Classez les facteurs suivants du plus haut (1), pour celui ayant l'influence la plus forte, au plus bas (10), pour celui jouant le moindre rôle dans votre choix du montant du pourboire ».

FACTEURS IMPORTANTS POUR LE POURBOIRE



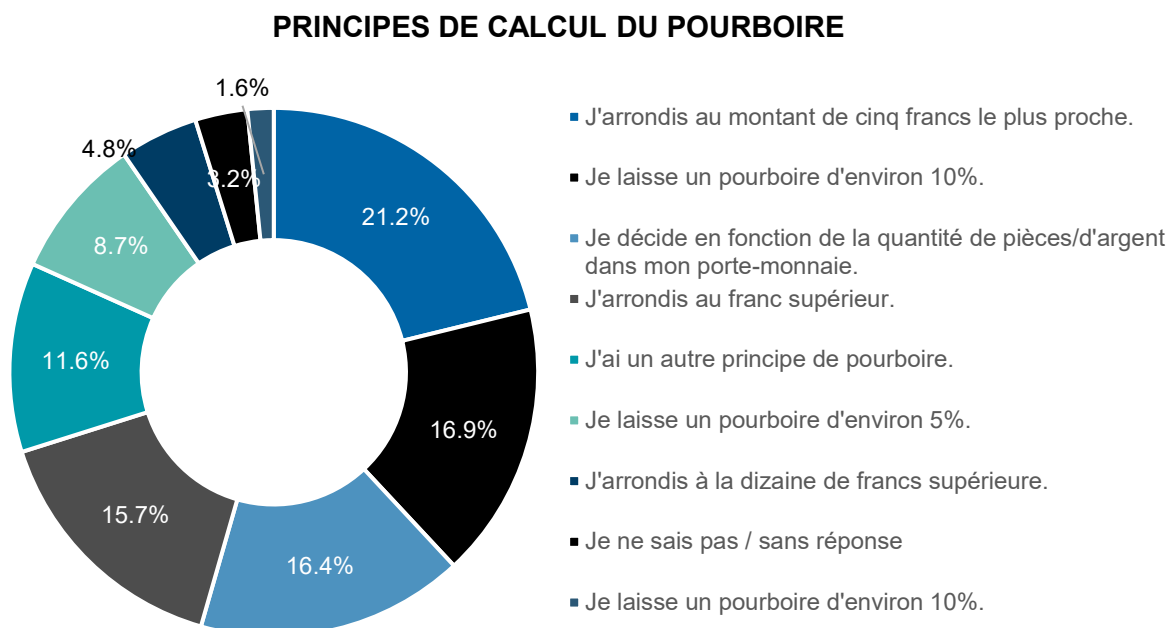
⁴ Le choix de ces dix facteurs se base sur les conclusions de Azar (2020) et Jahan (2018).

En observant les particularités entre les différents groupes de population, on constate qu'en Suisse romande et italienne, l'apparence de la personne assurant le service est jugée comme un critère plus important qu'en Suisse alémanique. En outre, l'apparence est plus importante pour les hommes que pour les femmes, cette différence étant toutefois minime. Par ailleurs, les résultats des personnes interrogées en Suisse italienne se distinguent dans la mesure où la régularité de la fréquentation du restaurant joue un rôle plus important et que l'amabilité du serveur est classée plus bas que dans les autres régions linguistiques.

4.2. COMMENT LE MONTANT DU POURBOIRE EST-IL DETERMINE ?

Sur la base de la satisfaction associée aux facteurs importants mentionnés au chapitre 4.1, l'étape suivante consiste pour le client à choisir le montant du pourboire pour un cas précis. Pour ce faire, la plupart d'entre eux s'aident de principes pragmatiques ou de « règles de calcul approximatives ». La figure 8 montre quelles sont les règles approximatives les plus courantes en Suisse. Le plus souvent, le montant est arrondi aux cinq francs supérieurs. En seconde position, un pourboire d'environ 10 % est calculé. En troisième position, le montant est fonction de la quantité d'argent liquide ou de pièces de monnaie disponible à ce moment-là dans le porte-monnaie (cf. figure 8). Ce résultat montre qu'il n'existe pas en Suisse de norme sociale claire concernant le montant du pourboire, comme c'est par exemple le cas aux États-Unis, où un pourboire de 15 à 20 % du montant de l'addition est courant dans les restaurants avec service (Conlin et al., 2003 ; Jahan, 2018 ; Lin, 2007). 11,6 % des personnes interrogées ne se sont reconnues dans aucune des huit règles proposées et ont indiqué à la place appliquer une autre « technique » ou donner un pourboire fixe (cf. figure 8), ce qui montre aussi la diversité des règles pour déterminer le montant du pourboire en Suisse. Les trois quarts de ces 11,6 % ont indiqué qu'ils fixaient le pourboire de manière différente, au cas par cas, en fonction de leur humeur ou de leur satisfaction vis-à-vis du service. Parmi les autres réponses, on trouve le principe de « l'arrondi au franc supérieur », qui consiste à arrondir au franc supérieur et à ajouter ensuite un à trois francs, ou à toujours choisir un montant fixe comme un, deux ou cinq francs pour le pourboire. Dans l'ensemble, la figure 8 montre qu'il est plus courant en Suisse d'arrondir les pourboires que de calculer un pourcentage du montant de l'addition.

Figure 8 : Pourcentages des règles mentionnées pour déterminer le montant du pourboire (n=1001). Question : « Parmi les règles ou techniques suivantes, laquelle décrit le mieux le principe selon lequel vous déterminez habituellement le montant du pourboire ? »



5 Moyens de paiement

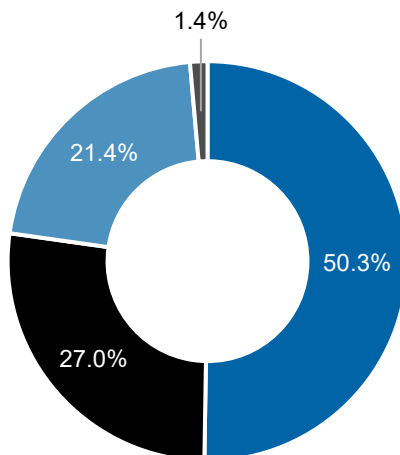
Le choix du moyen de paiement peut avoir une influence sur le fait de laisser ou non un pourboire et sur son montant. Comme nous l'avons mentionné dans l'introduction, le pourboire semble être plus faible ou plus souvent inexistant notamment pour les paiements sans contact (20 Minutes, 2018 ; Kakkar & Li, 2022).

Figure 9 et figure 10 présentent les moyens de paiement utilisés par les personnes interrogées dans les restaurants avec service pour le montant de l'addition et pour le pourboire. Il apparaît que près de la moitié des personnes interrogées règlent habituellement l'addition en espèces⁵ et que l'autre moitié utilise une carte de débit ou de crédit, alors que les paiements mobiles sont rares dans les restaurants (cf. figure 9). En revanche, pour les pourboires, la part de l'argent liquide comme moyen de paiement choisi est nettement plus élevée, avec 76,4 % (cf. illustration 10). La différence de 26,1 % pour l'argent liquide entre la figure 9 et la figure 10 signifie qu'un peu plus d'une personne interrogée sur quatre a indiqué qu'elle réglait habituellement le montant de l'addition au restaurant sans argent liquide, mais qu'elle avait recours à l'argent liquide pour le pourboire. Ce comportement est plus courant en Suisse italienne et surtout en Suisse romande qu'en Suisse alémanique, comme le montre la figure 11. En revanche, aucune différence statistiquement significative n'apparaît selon l'âge ou le sexe pour le changement de moyen de paiement au profit de l'argent liquide pour le pourboire.

Figure 9 : Pourcentages des moyens de paiement utilisés pour l'addition (n= 1001). Question : « Comment réglez-vous habituellement l'addition dans un restaurant avec service ? »

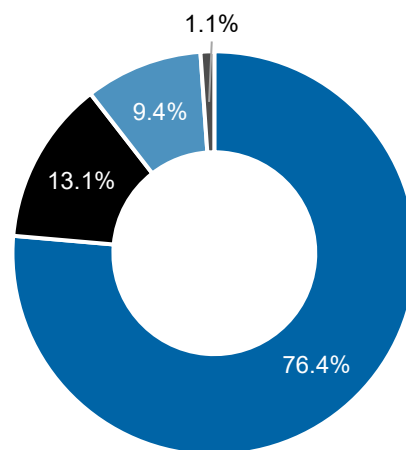
Figure 10 : Pourcentages des moyens de paiement utilisés pour les pourboires (n= 1001). Question : « Quel moyen de paiement utilisez-vous habituellement pour donner un pourboire dans un restaurant avec service ? »

MOYENS DE PAIEMENT POUR L'ADDITION



- Espèces
- Carte de débit
- Carte de crédit
- Mobile (smartphone/smartwatch)

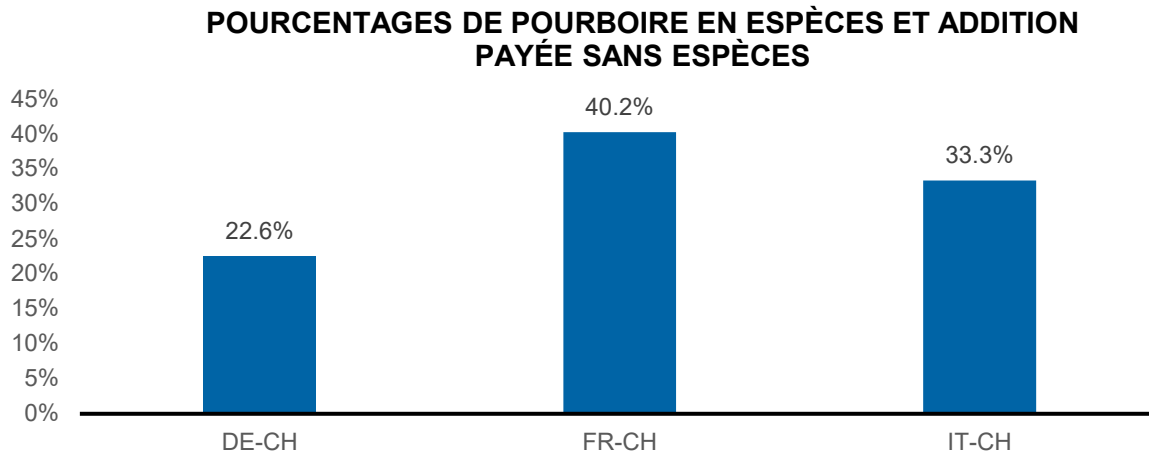
MOYENS DE PAIEMENT POUR LE POURBOIRE



- Espèces
- Carte de débit
- Carte de crédit
- Mobile (smartphone/smartwatch)

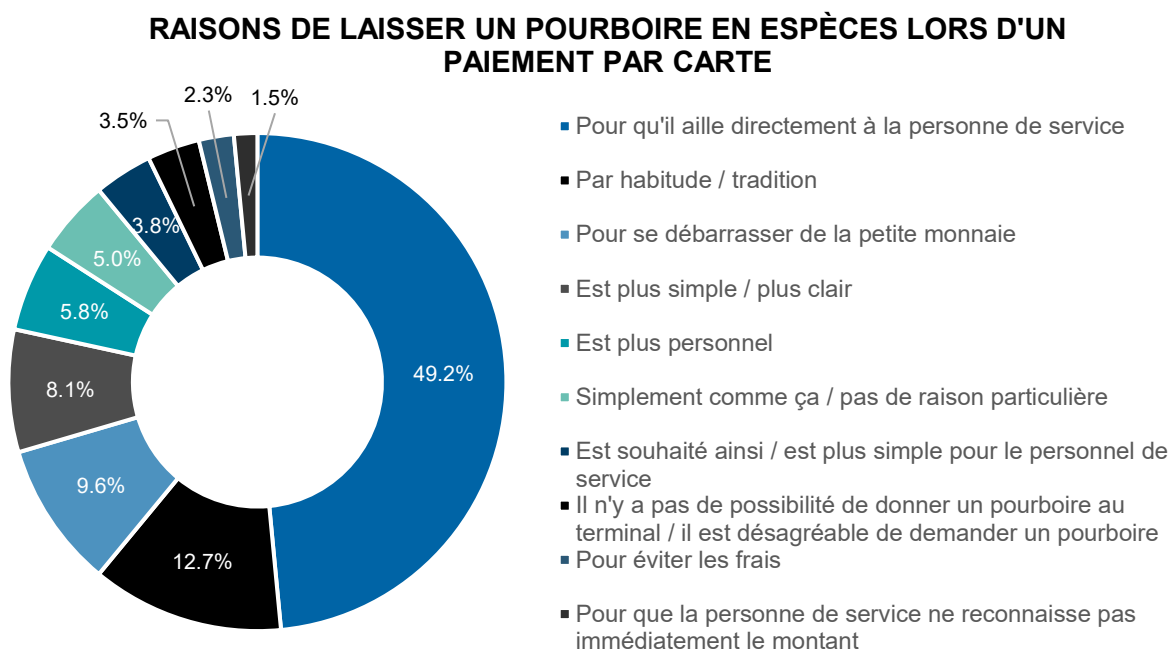
⁵ Le Swiss Payment Monitor montre, sur la base de données de transactions réelles, que seul un paiement sur trois environ est effectué en espèces dans les restaurants (Graf et al., 2022). Le fait que cette valeur soit plus élevée dans cette étude pourrait notamment s'expliquer par le fait que les personnes qui ne donnent pas de pourboire ont été exclues de cette enquête. Selon les conclusions de Kakkar & Li (2022), les personnes qui paient par carte sont plus nombreuses parmi ces personnes exclues, raison pour laquelle elles sont sous-représentées dans la figure 9.

Figure 11 : Pourcentages de personnes interrogées qui passent à l'argent liquide pour le pourboire (n= 1001). En d'autres termes, les personnes ayant répondu autre chose qu'« argent liquide » à la question « Comment réglez-vous habituellement l'addition dans un restaurant avec service en salle ? » et « argent liquide » à la question sur le pourboire (cf. figure 9).



La figure 12 présente les raisons citées par de nombreuses personnes interrogées de laisser un pourboire en espèces même lorsqu'on paye l'addition par carte. Il en ressort que près de la moitié des personnes interrogées⁶ veulent s'assurer que le pourboire va bien à la personne qui encaisse, ce qu'elles ne pensent garanti que si le pourboire est remis en espèces⁷. La deuxième raison la plus souvent citée est l'habitude ou la tradition de donner le pourboire en espèces (cf. figure 12). En outre, près de 10 % des personnes interrogées justifient la remise du pourboire en espèces par le fait qu'elles souhaitent se débarrasser de leurs pièces ou de leur monnaie (cf. figure 12). Parmi les autres raisons évoquées, on peut citer le fait qu'il est plus facile pour soi-même ou pour le personnel de service de donner un pourboire en espèces, ainsi que le fait que ce soit plus personnel (cf. figure 12).

Figure 12 : Pourcentages des raisons citées pour donner le pourboire en espèces quand l'addition est payée par carte (n= 260)³. Question : « Pour quelle raison donnez-vous le pourboire en liquide, même si vous réglez l'addition sans espèces ? »



⁶ Cette question n'a été posée qu'aux 260 personnes ayant déclaré payer l'addition sans espèces et le pourboire en argent liquide.

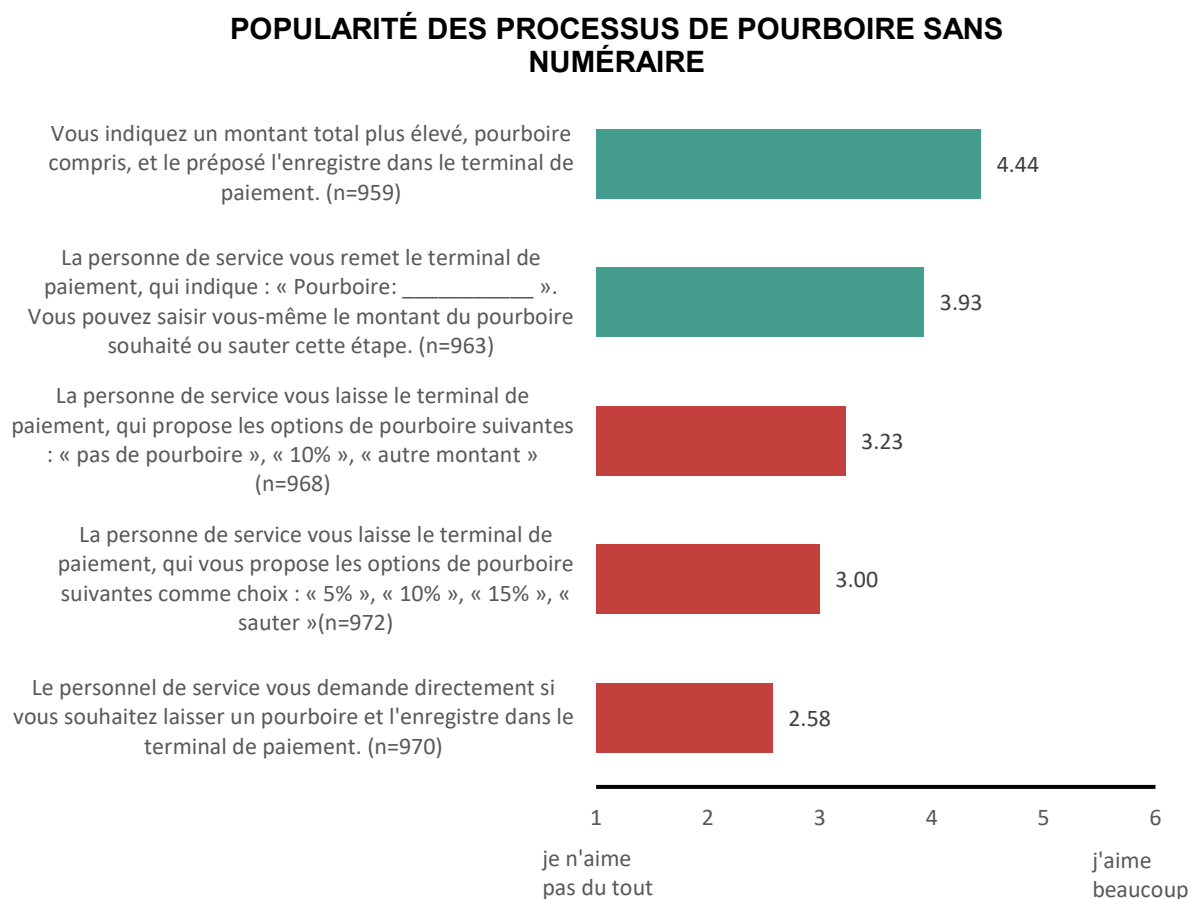
⁷ Cette hypothèse est confirmée au chapitre 7.1.

6 Le pourboire sans numéraire

6.1. ÉVALUATION DE DIFFÉRENTS PROCESSUS DE POURBOIRE SANS NUMÉRAIRE

Le paiement en espèces a fortement diminué en Suisse ces dernières années (Graf et al., 2022). Comme les paiements sans espèces sont de plus en plus fréquents, les restaurateurs s'efforcent de proposer un processus optimal pour les pourboires sans numéraire (Siegert & Frühauf, 2022). Les participants à l'enquête menée dans le cadre de cette étude ont été priés d'évaluer cinq processus différents permettant de donner un pourboire sans numéraire. Les résultats sont présentés dans la figure 13 où une valeur moyenne supérieure à 3,5 sur une échelle d'un à six représente une évaluation positive, tandis qu'une valeur inférieure à 3,5 correspond à une évaluation négative. Il s'avère que ce que les personnes interrogées apprécient le plus, c'est de pouvoir indiquer un montant incluant le pourboire et que le personnel de service l'enregistre pour elles sur le terminal de paiement (cf. figure 13). Ce processus étant courant dans de nombreux établissements de restauration, l'évaluation positive peut être attribuée à la familiarité avec ce processus. De plus, les personnes interrogées qui paient habituellement leur pourboire sans numéraire évaluent cette variante de manière particulièrement positive (valeur moyenne = 5,13).

Figure 13 : Popularité de différents processus de pourboire sans numéraire (n= 1001). Valeurs moyennes de l'échelle de 1 (« je n'aime pas du tout ») à 6 (« j'aime beaucoup »). Question : « Imaginez que, pour un repas au restaurant, vous souhaitez payer votre addition, pourboire compris, par carte (de débit ou de crédit). Le serveur ou la serveuse vient à votre table avec le terminal de paiement et tape le montant de l'addition. Vous trouverez ci-dessous différents scénarios possibles pour la suite du processus de paiement. Indiquez votre appréciation personnelle pour chaque scénario : »



Les options consistant à saisir soi-même le pourboire dans le terminal de paiement ou à sauter cette étape sont toutes deux jugées positivement à parts égales (cf. figure 13). En revanche, l'évaluation est nettement plus négative pour l'option où il faudrait d'abord cliquer sur « autre montant » pour accéder à la saisie libre du pourboire, sachant que la première étape permet également de choisir « pas de pourboire » ou « 10% du montant » (cf. figure 13). L'option offrant un choix prédéfini de différents pourcentages pour le pourboire et celle où le personnel de service demande directement le montant du pourboire souhaité sont encore moins bien appréciées (cf. figure 13). Pour toutes ces options, aucune différence n'apparaît entre les personnes interrogées qui laissent leur pourboire sans numéraire et celles qui le donnent en espèces.

La figure 14 et la figure 15 révèlent des différences en fonction de l'âge et de la région linguistique, concernant les évaluations des différents processus de pourboire sans numéraire. Aucune différence statistiquement significative n'apparaît à cet égard en fonction du sexe. L'analyse des résultats par tranche d'âge montre des différences statistiquement significatives dans l'appréciation des processus de pourboires sans numéraire entre les personnes interrogées de moins de 45 ans et celles de plus de 45 ans. Les jeunes générations y sont plus favorables, quelque soit l'option de pourboire sans numéraire (cf. figure 14). Concernant l'ordre des appréciations des différents processus de pourboire sans numéraire, aucune différence n'apparaît toutefois entre les jeunes générations et les plus âgées (cf. figure 14).

Figure 14 : Popularité de différents processus de pourboire sans numéraire par tranche d'âge. Valeurs moyennes de l'échelle de 1 (« je n'aime pas du tout ») à 6 (« j'aime beaucoup »), réponses « je ne sais pas » exclues. Question : « Imaginez que, pour un repas au restaurant, vous souhaitez payer votre addition, pourboire compris, par carte (de débit ou de crédit). Le serveur ou la serveuse vient à votre table avec le terminal de paiement et tape le montant de l'addition. Vous trouverez ci-dessous différents scénarios possibles pour la suite du processus de paiement. Indiquez votre appréciation personnelle pour chaque scénario : »

POPULARITÉ DES PROCESSUS DE POURBOIRE SANS NUMÉRAIRE – PAR TRANCHE D'ÂGE

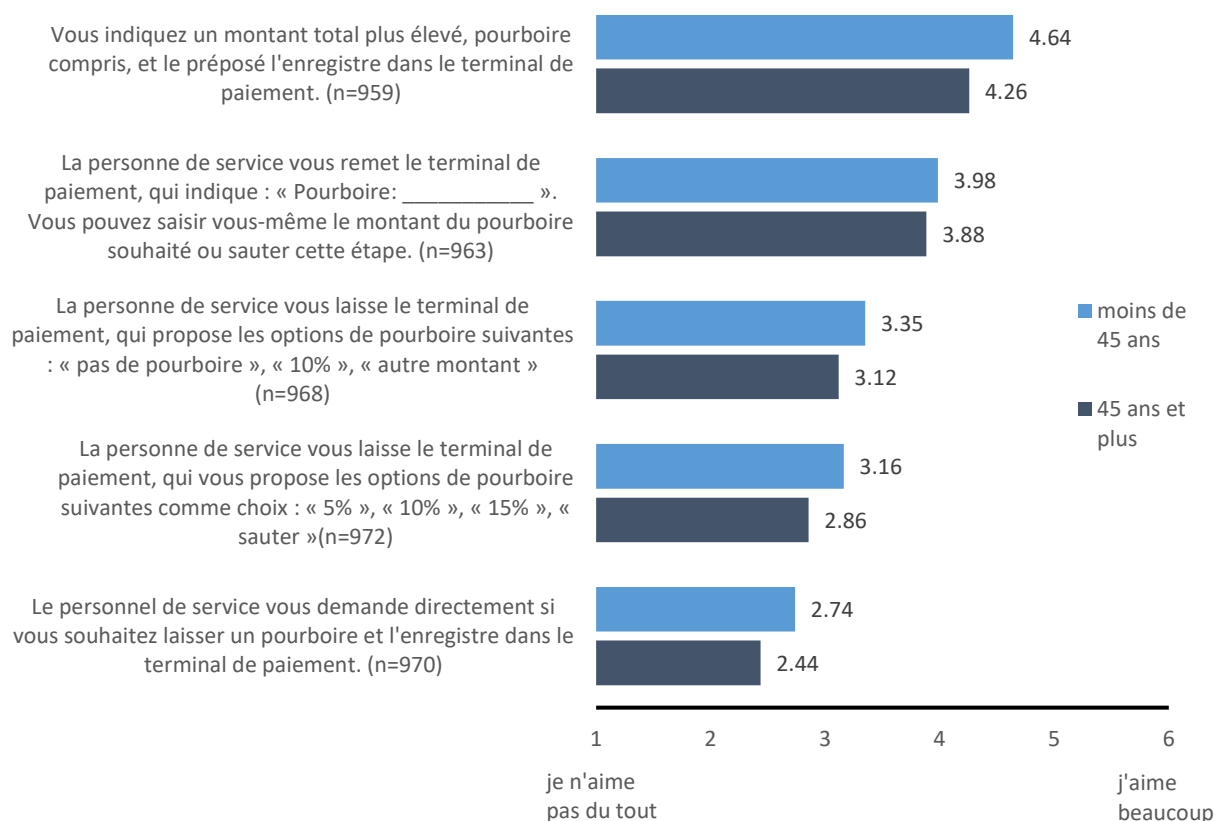
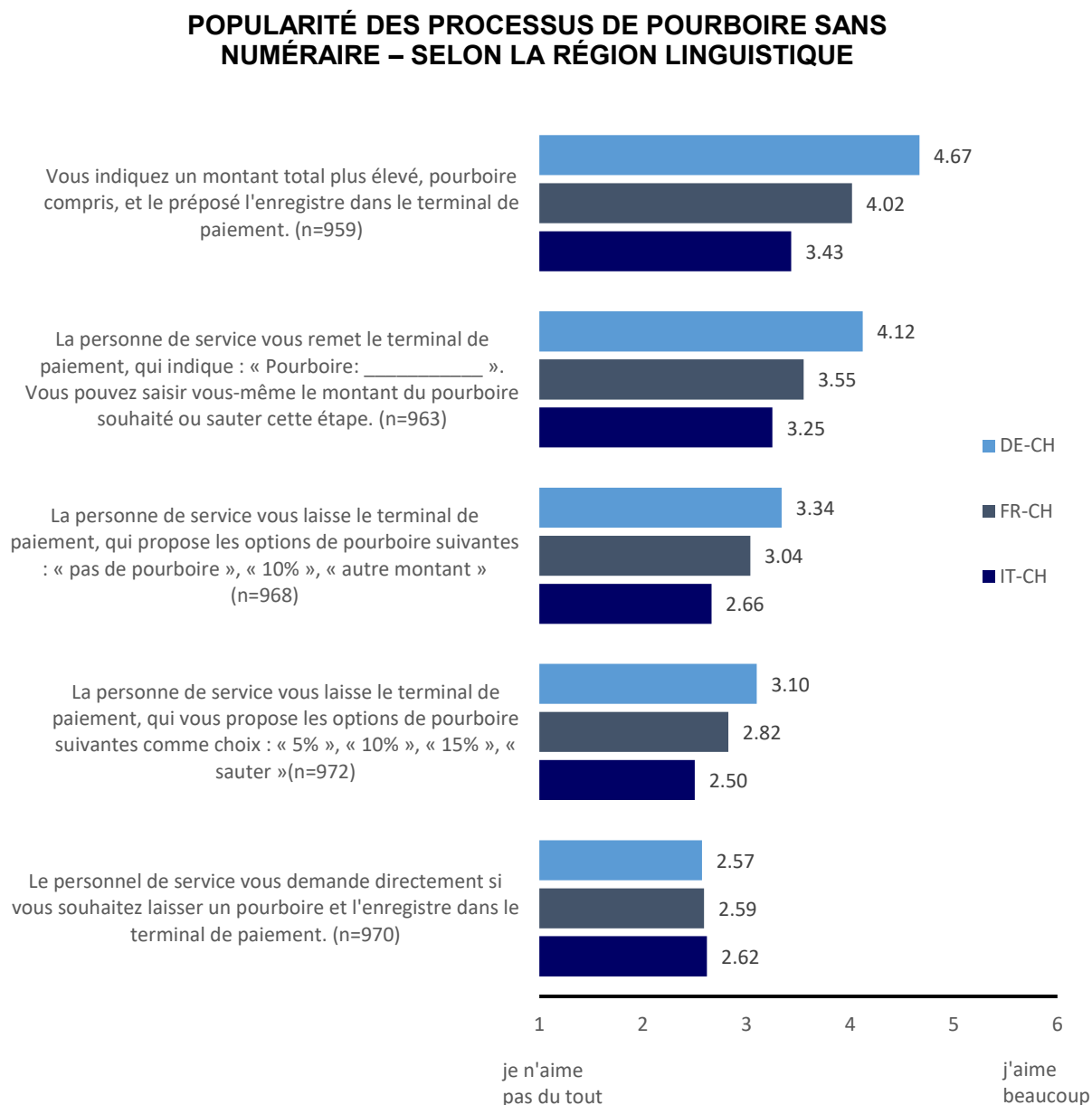


Figure 15 : Popularité de différents processus de pourboire sans numéraire selon la région linguistique. Valeurs moyennes de l'échelle de 1 (« je n'aime pas du tout ») à 6 (« j'aime beaucoup »), réponses « je ne sais pas » exclues. Question : « Imaginez que, pour un repas au restaurant, vous souhaitez payer votre addition, pourboire compris, par carte (de débit ou de crédit). Le serveur ou la serveuse vient à votre table avec le terminal de paiement et tape le montant de l'addition. Vous trouverez ci-dessous différents scénarios possibles pour la suite du processus de paiement. Indiquez votre appréciation personnelle pour chaque scénario : »



Si l'on se penche sur les différentes régions linguistiques, on constate que les processus de pourboire sans numéraire mentionnés sont jugés le plus positivement en Suisse alémanique et le plus négativement en Suisse italophone (cf. figure 15). La seule exception, c'est l'option consistant pour le serveur ou la serveuse à demander directement au client quel montant il souhaite laisser comme pourboire : elle est tout aussi impopulaire dans les trois régions. Les meilleures évaluations en Suisse alémanique pourraient notamment s'expliquer par le fait que le pourboire sans numéraire y est plus courant qu'en Suisse romande et qu'il est pour cela généralement jugé de manière plus positive. En outre, la figure 11 montre qu'en Suisse romande, lorsque l'addition est réglée sans numéraire, le pourboire est le plus souvent volontairement payé en espèces, peut-être justement parce que les processus de pourboire sans numéraire y sont généralement perçus de manière plus négative. Il est frappant de constater qu'en Suisse italienne, tous les processus proposés obtiennent une valeur moyenne inférieure à 3,5 et sont donc jugés négativement (cf. figure 15).

6.2. APPRECIATION DES POURCENTAGES PREDEFINIS POUR LES POURBOIRES EN ESPECES

Comme mentionné dans l'introduction, une nouvelle option numérique proposant des pourcentages pour le pourboire (5, 10 ou 15 % du montant de l'addition) est utilisée sporadiquement en Suisse depuis l'été 2022 (Hässig, 2022 ; Siegert & Frühauf, 2022). La réception de cette option est donc examinée plus en détail dans cette section. Tandis que la figure 13 ne montre que la valeur moyenne des appréciations de cette option, la figure 15 présente l'éventail complet des réponses.

La figure 16 montre qu'environ un quart des personnes interrogées n'apprécient pas du tout les pourcentages prédéfinis. Au total, près de 60 % des personnes interrogées sont plutôt opposées ou fortement opposées à cette option sans numéraire pour donner un pourboire (cf. figure 16). 36,7 % des personnes interrogées sont favorables à l'option numérique proposant des pourcentages prédéfinis (du montant de l'addition) pour donner un pourboire (cf. figure 16). La raison majoritairement invoquée pour justifier cette évaluation positive, c'est la simplicité du procédé : il suffit en effet d'appuyer sur un bouton.

Les raisons citées pour expliquer le rejet des pourcentages prédéfinis sont indiquées dans la figure 17. La raison la plus souvent invoquée est que les personnes interrogées ne souhaitent pas déterminer le montant du pourboire en tant que pourcentage du montant de l'addition. Cela correspond aux résultats présentés dans la figure 8 sur l'aide à la décision utilisée pour le montant du pourboire. La deuxième raison la plus souvent citée est que les personnes interrogées se sentent infantilisées ou contraintes par cette forme de choix imposé (cf. figure 17).

Figure 16 : Pourcentages des réponses concernant l'évaluation des pourcentages prédéfinis pour les pourboires sans numéraire (n= 1001). Question : « Imaginez que, pour un repas au restaurant, vous souhaitez payer votre addition, pourboire compris, par carte (de débit ou de crédit). Le serveur ou la serveuse vient à votre table avec le terminal de paiement et tape le montant de l'addition. Il ou elle vous confie ensuite le terminal de paiement, qui vous propose les options de pourboire suivantes : "5 %", "10 %", "15 %", "ignorer". Comment jugez-vous ce scénario ? »

POPULARITÉ DES POURCENTAGES PRÉDÉFINIS POUR LES POURBOIRES SANS NUMÉRAIRE

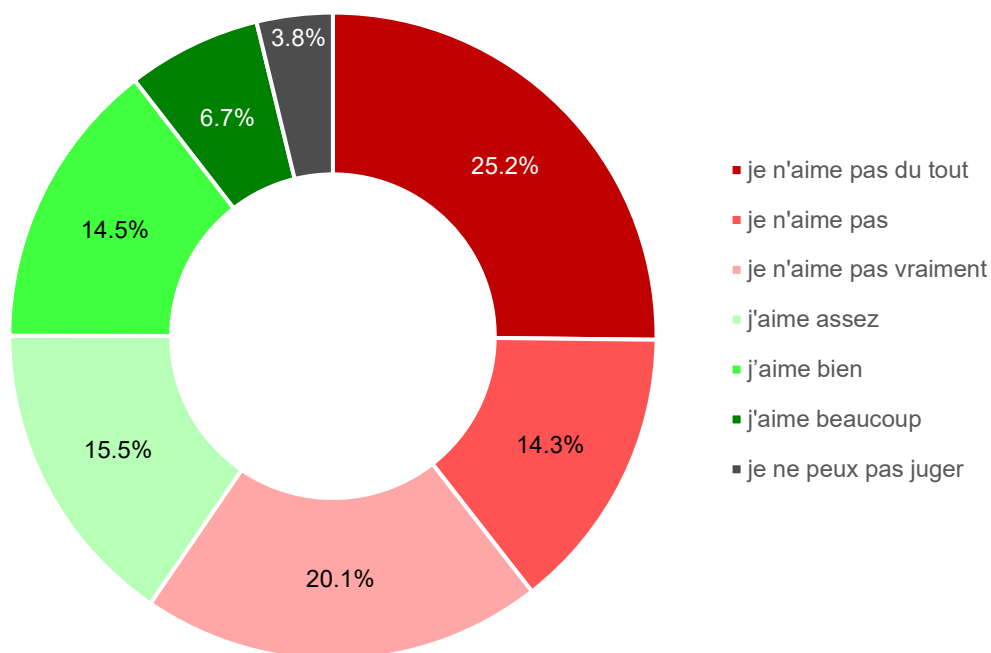
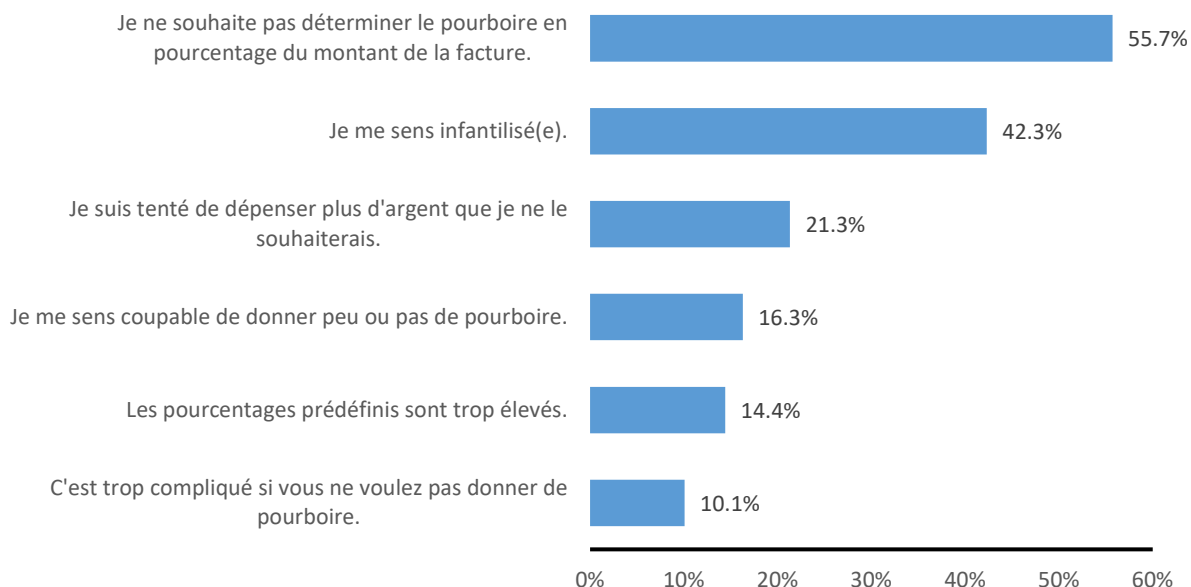


Figure 17 : Pourcentages des raisons pour lesquelles les personnes sont opposées à l'idée de laisser un pourboire en fonction de pourcentages prédéfinis (n= 596). Question : « Qu'est-ce qui ne vous plaît pas dans le scénario consistant à choisir entre un pourboire de 5 %, 10 %, 15 % ou "ignorer" au terminal de paiement ? » (plusieurs réponses possibles)

CE QUI NE PLAÎT PAS DANS L'OPTION DE POURBOIRE AVEC CHOIX DE POURCENTAGES PRÉDÉFINIS



Comme le montre la figure 17, les autres raisons proposées ont été nettement moins souvent choisies, mais elles jouent également un rôle pour une minorité. Ainsi, 21,3 % des personnes interrogées jugent négativement l'option des pourcentages prédéfinis pensent qu'elle les incite à donner un pourboire (et à donner plus) et 16,3 % auraient plutôt mauvaise conscience, à cause de cette option, s'ils ne donnaient pas de pourboire (cf. figure 17). Cela montre qu'une telle fonction de pourboire pourrait conduire à une augmentation des pourboires lors des paiements sans espèces, mais peut-être au détriment de la satisfaction des clients à court terme.

Pour 14,4 % des personnes interrogées, les pourcentages proposés sont trop élevés et 10,1 % des personnes interrogées trouvent qu'il est trop compliqué de ne pas laisser de pourboire dans ce scénario (cf. figure 17). Parmi les autres raisons évoquées dans un champ de texte libre, quelques personnes ont critiqué la contrainte et le caractère intrusif de cette fonction de pourboire ainsi que la restriction de la liberté de décision personnelle.

7 Destination des pourboires

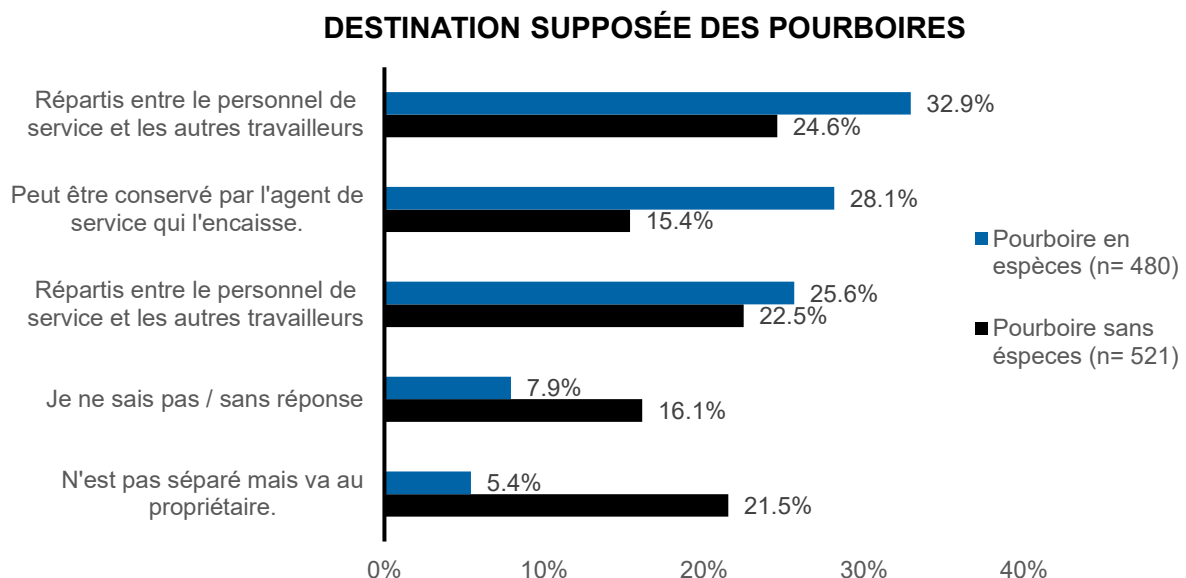
7.1. BENEFICIAIRES DES POURBOIRES

Les chapitres 3 et 5 ont montré que les personnes interrogées tiennent à ce que le pourboire aille à la personne chargée du service. Mais ce qu'il advient réellement du pourboire n'est généralement pas transparent pour les clients d'un restaurant avec service. Le serveur ou la serveuse qui encaisse peut-il le conserver pour lui/elle-même ? Ou bien est-il partagé entre toutes les personnes assurant le service et, le cas échéant, aussi avec les employés en cuisine ? Ou est-ce le ou la propriétaire qui réclame l'intégralité du pourboire ?

Le comportement des clients en matière de pourboires est influencé par ce qu'ils pensent de la répartition de l'argent. La figure 18 montre ce que les suisses supposent sur la manière de gérer les pourboires dans les restaurants. Il existe des différences considérables concernant la destination supposée du pourboire selon qu'il est donné en espèces ou non. Quand le pourboire est donné en espèces, la grande majorité suppose qu'il est réparti entre tous les membres du personnel (32,9 %) ou entre les personnes assurant le service en salle (25,6 %) ou que la personne qui encaisse le pourboire peut le garder pour elle-même (28,1 %, cf. figure 18). En revanche, pour le pourboire laissé sans numéraire, seules 15,4 % des personnes interrogées croient en cette dernière hypothèse, tandis que 21,5 % pensent que le pourboire sans numéraire va au ou à la propriétaire (cf. figure 18).

Parmi les personnes interrogées qui paient habituellement l'addition au restaurant sans numéraire mais le pourboire en espèces (cf. figure 11), les différences sont encore plus marquées : Seuls 6,9 % pensent que le pourboire sans numéraire revient à la personne qui encaisse, tandis que 28,5 % supposent qu'il n'est pas séparé, mais intégré au résultat global de l'entreprise de restauration. Ce malaise concernant la répartition du pourboire sans argent liquide est donc une explication possible de la part élevée de paiements en espèces pour les pourboires (cf. figure 10), qui favorisent soi-disant directement la personne qui encaisse le pourboire.

Figure 18 : Pourcentages de la destination supposée des pourboires. Questions : « Que pensez-vous qu'il advienne des pourboires que les serveurs et les serveuses reçoivent en espèces ? » / « Que pensez-vous qu'il advienne des pourboires payés par carte ou par mobile et enregistrés par le terminal de paiement ? » (Chaque personne interrogée se voit attribuer une de ces deux questions de manière aléatoire)



7.2. FRAIS SUR LES POURBOIRES SANS NUMÉRAIRE

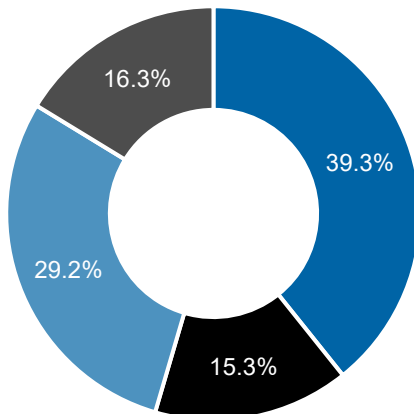
Le moyen de paiement choisi pour le pourboire a une influence sur le montant du pourboire qui peut être distribué dans un établissement de restauration. En cas de paiement sans espèces par carte de débit, carte de crédit ou application de paiement mobile, le restaurant doit normalement payer des frais pour le traitement du paiement par l'acquéreur, y compris pour le pourboire. La figure 19 montre qu'à peine 40 % de la population suisse le savent. En revanche, 15,3 % des personnes interrogées partent du principe que les frais de transaction ne sont prélevés que sur le montant de l'addition et non sur le pourboire, tandis que les 45,5 % restants n'ont encore jamais réfléchi à cette question ou ne le savent pas (cf. figure 19). Le fait de savoir que les commerçants prélèvent des frais sur les pourboires en espèces n'a pas d'influence notable sur le choix du moyen de paiement du pourboire (cf. figure 12).

Aux personnes ayant dit que des frais étaient prélevés sur les pourboires, on a ensuite demandé à combien ils estimaient leur montant. La figure 20 montre que 38,2 % des personnes interrogées pensent que les propriétaires eux-mêmes prennent en charge ces frais et versent au personnel de salle le montant total du pourboire sans numéraire. 26,2 % supposent en revanche que les frais sont déduits du pourboire du personnel de salle et que celui-ci reçoit donc un montant inférieur au montant initial donné sans numéraire (cf. figure 20). 28 % pensent que la facturation des frais de transaction pour le pourboire est différente d'un restaurant à l'autre (cf. figure 20). Cette estimation est sans doute souvent correcte, non seulement en ce qui concerne les frais de transaction, mais aussi, de manière générale, en ce qui concerne la répartition du pourboire (Fueter, 2014).

Figure 19 : Suppositions à propos des frais sur les pourboires sans numéraire (n= 1001). Question : « Pensez-vous que le pourboire sans numéraire, enregistré par le terminal de paiement, entraîne des frais pour le restaurant ? »

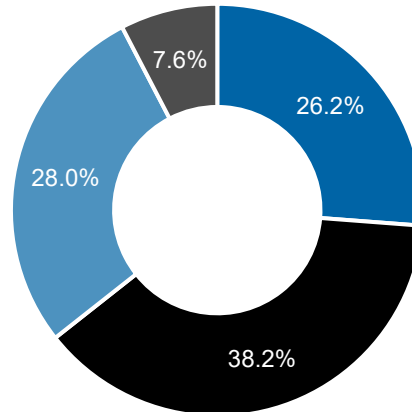
Figure 20 : Suppositions concernant la personne payant les frais sur les pourboires sans numéraire (n= 393). Question : « À votre avis, à qui ces frais sont-ils imputés ? »

FRAIS COMMERÇANT SUR LES POURBOIRES SANS NUMÉRAIRE



- Oui
- Je n'y ai jamais pensé.
- Je ne sais pas / sans réponse
- Non, pas pour le pourboire

QUI PAIE LES FRAIS DES POURBOIRES SANS NUMÉRAIRE ?



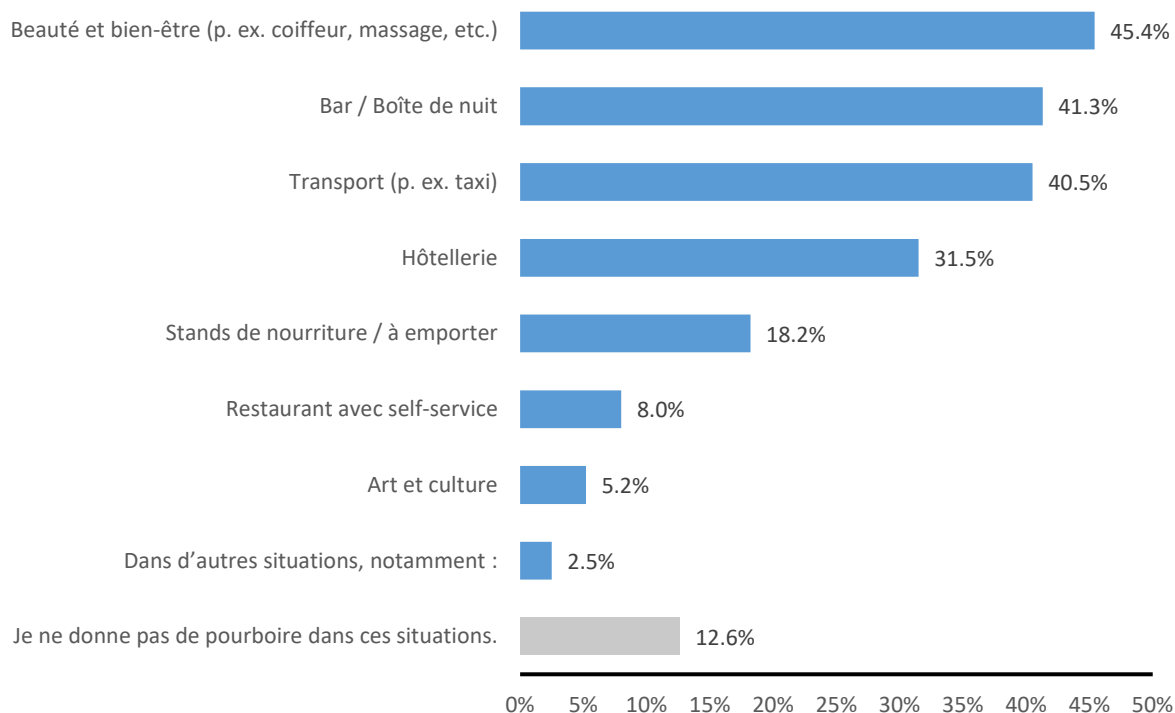
- Propriétaire - le personnel de service reçoit l'intégralité du pourboire et le propriétaire paie les frais.
- Cela dépend de l'établissement.
- Personnel de service - cela est déduit de leur pourboire
- Je ne sais pas / sans réponse

8 Autres situations où l'on peut laisser un pourboire

A la fin de l'enquête, les participants ont été invités à choisir, parmi une liste de situations autres qu'être dans un restaurant avec service en salle, celles dans lesquelles ils ont également l'habitude de donner un pourboire. Les résultats de la figure 21 montrent clairement que dans aucune autre situation le pourboire n'est aussi courant en Suisse que dans les restaurants avec service en salle. Avec 45,4 %, c'est dans le domaine beauté et bien-être que les services sont le plus souvent récompensés par un pourboire, en dehors des restaurants (cf. figure 21). Le pourboire est également assez courant dans les bars (41,3 %) et les transports (40,5 %), alors que dans l'hôtellerie, moins d'une personne interrogée sur trois laisse habituellement un pourboire (cf. figure 21). Un résultat intéressant est la différence entre les stands de nourriture, où 18,2 % laissent encore un pourboire, et les restaurants en libre-service, où ils ne sont plus que 8 %, bien que les deux situations soient objectivement similaires en termes de service offert. On peut toutefois supposer que les restaurants self-service sont plutôt associés à de grands prestataires comme les cantines ou les restoroutes, alors que les stands de nourriture le sont probablement plutôt à de petits prestataires locaux.

Figure 21 : Pourcentages de répondants qui laissent un pourboire en fonction de la situation (n= 1001). Question : « En dehors des restaurants avec service en salle, dans quelles autres situations donnez-vous habituellement un pourboire en Suisse ? » (plusieurs réponses possibles)

POURBOIRES DANS DES SITUATIONS AUTRES QUE LE SERVICE DANS LES RESTAURANTS



9 Conclusion

En Suisse, il est très courant de donner un pourboire, en particulier dans les restaurants avec service en salle, bien que le service dans l'hôtellerie et la restauration soit officiellement compris dans le prix depuis 1974. Les employés de l'hôtellerie-restauration comptent donc sur ce coup de pouce financier et perçoivent une baisse du pourboire comme une manque à gagner douloureux. Or, depuis quelques années, en raison de l'augmentation des paiements sans numéraire, les restaurateurs observent un net recul du pourboire, en particulier avec le paiement sans contact (20 Minutes, 2018 ; Fueter, 2020). De nouvelles fonctions numériques pour les pourboires sur les terminaux de paiement devraient contrecarrer cette tendance.

L'enquête menée auprès de la population suisse dans le cadre de cette étude montre que les options numériques de pourboire offrant un choix prédéfini de montants de pourboire sont perçues de manière plutôt négative, en particulier lorsque ceux-ci sont calculés en pourcentage du montant de l'addition. En Suisse, la règle générale pour choisir le montant du pourboire est d'arrondir vers le haut plutôt que de calculer un pourcentage du montant de l'addition. La majorité des personnes interrogées se sentent infantilisées et limitées dans leur liberté de décision lorsqu'on leur propose des montants déterminés pour le pourboire sur le terminal de paiement. Peu de personnes interrogées perçoivent une telle option comme une simplification rendue possible par le processus de pourboire sans numéraire. En matière de pourboire sans numéraire, la population suisse privilégie l'option consistant à indiquer un montant total, pourboire compris, que le serveur saisit dans le terminal de paiement. Elle est déjà courante aujourd'hui, raison pour laquelle un conflit d'objectifs se dessine entre cette option préférée par les clients et le recul du pourboire observé par les restaurateurs. Une autre option, également jugée positivement en moyenne par les personnes interrogées, consiste à ce que le serveur remette le terminal de paiement aux clients et que ceux-ci puissent saisir eux-mêmes le pourboire dans un champ vide, ou décider de ne rien donner. Cette fonction est aujourd'hui déjà disponible sur de nombreux terminaux de paiement, mais elle n'est généralement pas utilisée par les entreprises de restauration, car, lors de la saisie, les clients peuvent par exemple confondre le montant du pourboire et leur code PIN.

La majorité de la population suisse préfère toutefois donner son pourboire en espèces. Cela s'explique notamment par le fait que la principale raison de donner un pourboire en Suisse est de montrer sa reconnaissance au personnel de salle et que de nombreuses personnes interrogées sont d'avis que l'argent liquide est un pourboire plus personnel et qu'il va plus facilement à la personne qui encaisse que sans numéraire. Pour les pourboires sans numéraire, environ un cinquième des personnes interrogées pensent qu'il est conservé par le propriétaire et n'est pas versé aux employés.

Les résultats concernant les principales raisons de donner un pourboire montrent que les aspects psychologiques et sociaux sont au premier plan. La comparaison des comportements en matière de pourboires en fonction des caractéristiques sociodémographiques révèle notamment des différences entre les différentes régions linguistiques suisse. Ainsi, la culture du pourboire dans les restaurants assurant un service en salle est la plus forte en Suisse alémanique. Elle est la moins forte en Suisse italienne. En ce qui concerne les normes sociales, la comparaison entre les différentes tranches d'âge donne également un résultat surprenant : plus les personnes interrogées sont jeunes, plus elles considèrent le pourboire comme une norme sociale et auraient mauvaise conscience si elles ne laissaient pas de pourboire. Cela montre que la culture du pourboire est fortement ancrée en Suisse, même dans les jeunes générations. Le recul observé de la fréquence des pourboires n'est donc pas dû à un changement de motifs et de préférences chez les jeunes générations.

10 Bibliographie

- 20 Minutes. (2018). *Kontaktloses Bezahlen wird zum Trinkgeld-Killer (Le paiement sans contact tue le pourboire)*. 20 Minuten. <https://www.20min.ch/story/kontaktloses-bezahlen-wird-zum-trinkgeld-killer-298108988201>
- Azar, O. H. (2020). The economics of tipping (L'économie du pourboire). *Journal of Economic Perspectives*, 34(2), 215–236. <https://doi.org/10.1257/JEP.34.2.215>
- Bluvstein Netter, S., & Raghurir, P. (2021). Tip to show off: Impression management motivations increase consumers' generosity (Pourboire pour la frime : les motivations liées à la gestion de l'impression augmentent la générosité des consommateurs). *Journal of the Association for Consumer Research*, 6(1), 120–129. <https://doi.org/10.1086/710239>
- Conlin, M., Lynn, M., & O'Donoghue, T. (2003). The norm of restaurant tipping (La norme pour le pourboire au restaurant). *Journal of Economic Behavior and Organization*, 52(3), 297–321. [https://doi.org/10.1016/S0167-2681\(03\)00030-1](https://doi.org/10.1016/S0167-2681(03)00030-1)
- Fischer, T. (2014). *Trinkgeld: Vor 40 Jahren wollte man Klarheit schaffen (Pourboire : il y a 40 ans, on voulait clarifier les choses)*. SRF. <https://www.srf.ch/sendungen/kassensturz-espresso/themen/konsum/trinkgeld-vor-40-jahren-wollte-man-klarheit-schaffen>
- Fueter, O. (2014). *So wird das Trinkgeld verteilt (Qui reçoit les pourboires)*. SRF - Kassensturz Espresso. <https://www.srf.ch/sendungen/kassensturz-espresso/themen/konsum/so-wird-das-trinkgeld-verteilt>
- Fueter, O. (2020). *Weniger Trinkgeld wegen kontaktlosem Bezahlen (Moins de pourboires à cause du paiement sans contact)*. SRF. <https://www.srf.ch/news/schweiz/servicepersonal-betroffen-weniger-trinkgeld-wegen-kontaktlosem-bezahlen>
- gfs.bern. (2022). *Alle geben Trinkgeld (Tout le monde donne un pourboire)*.
- Graf, S., Heim, N., Stadelmann, M., & Trütsch, T. (2021). *Swiss Payment Monitor 2/2021*. www.swisspaymentmonitor.ch
- Graf, S., Heim, N., Stadelmann, M., & Trütsch, T. (2022). *Swiss Payment Monitor 2/2022*. www.swisspaymentmonitor.ch
- Hässig, L. (2022). *Billiger Trinkgeld-Trick der Zürcher Gastronomen (Astuce bon marché des restaurateurs zurichois pour les pourboires)*. Inside Paradeplatz. <https://insideparadeplatz.ch/2022/08/15/billiger-trinkgeld-trick-der-zuercher-gastronomen/>
- Jahan, N. (2018). *Determinants of Tipping Behavior: Evidence from US Restaurants (Pourboires : facteurs déterminants les comportements sur l'exemple des restaurants américains)*. <https://openprairie.sdstate.edu/etd>
- Kakkar, V., & Li, K. K. (2022). Cash or card? Impression management and restaurant tipping behavior (En liquide ou par carte ? Gestion de l'impression et comportement en matière de pourboire au restaurant). *Journal of Behavioral and Experimental Economics*, 97. <https://doi.org/10.1016/j.socec.2022.101837>
- Lin, T.-C. (2007). Economic Behavior of Restaurant Tipping (Pourboires dans les restaurants : comportement économique). In *Economics Bulletin* (Bd. 4, Issue 2).

Siegert, M., & Frühauf, S. (2022). *Trinkgeld-Vorschläge - aufdringlich oder eine Erleichterung? (Pourboires prédéfinis : intrusifs ou facilitateurs ?)*. SRF. <https://www.srf.ch/news/wirtschaft/funktion-auf-bezahlterminals-trinkgeld-vorschlaege-aufdringlich-oder-eine-erleichterung>

Wermelinger, R. (2019). *Trinkgeld: Inbegriffen oder nicht? (Pourboire : inclus ou non ?)*. SRF. <https://www.srf.ch/sendungen/kassensturz-espresso/trinkgeld-inbegriffen-oder-nicht>

11 Table des figures

Figure 1 : Pourcentage de personnes interrogées qui laissent un pourboire au restaurant	6
Figure 2 : Pourcentage de personnes interrogées qui laissent un pourboire au restaurant, en fonction des caractéristiques socio-démographiques	7
Figure 3 : Pourcentages des raisons citées pour donner un pourboire	8
Figure 4 : Pourcentages des raisons citées pour donner un pourboire selon la région linguistique.....	9
Figure 5 : Pourcentages des raisons citées pour donner un pourboire selon la tranche d'âge	9
Figure 6 : Pourcentages des raisons citées de ne pas donner de pourboire.....	10
Figure 7 : Importance de différents facteurs déterminant le montant du pourboire	11
Figure 8 : Pourcentages des règles mentionnées pour déterminer le montant du pourboire	12
Figure 9 : Pourcentages des moyens de paiement utilisés pour l'addition	13
Figure 10 : Pourcentages des moyens de paiement utilisés pour les pourboires.....	13
Figure 11 : Pourcentages de personnes interrogées qui passent à l'argent liquide pour le pourboire .	14
Figure 12 : Pourcentages des raisons citées pour donner le pourboire en espèces quand l'addition est payée par carte.....	14
Figure 13 : Popularité de différents processus de pourboire sans numéraire	15
Figure 14 : Popularité de différents processus de pourboire sans numéraire par tranche d'âge	16
Figure 15 : Popularité de différents processus de pourboire sans numéraire selon la région linguistique	17
Figure 16 : Pourcentages des réponses concernant l'évaluation des pourcentages prédéfinis pour les pourboires sans numéraire	18
Figure 17 : Pourcentages des raisons pour lesquelles les personnes sont opposées à l'idée de laisser un pourboire en fonction de pourcentages prédéfinis	19
Figure 18 : Pourcentages de la destination supposée des pourboires	20
Figure 19 : Suppositions concernant la personne payant les frais sur les pourboires sans numéraire	21
Figure 20 : Suppositions à propos des frais sur les pourboires sans numéraire	21
Figure 21 : Pourcentages de répondants qui laissent un pourboire en fonction de la situation	22

12 Auteur

Marcel Stadelmann

Titulaire d'un doctorat, Marcel Stadelmann est chargé de cours et chercheur senior. Il travaille depuis septembre 2020 à l'Institut de Marketing Management (IMM) de la ZHAW. Il est chef de projet du Swiss Payment Monitor (www.swisspaymentmonitor.ch) (www.swisspaymentmonitor.ch) que la ZHAW publie tous les six mois en collaboration avec l'Université de Saint-Gall. Outre le comportement de paiement, ses recherches portent sur des thèmes d'économie comportementale tels que l'attention limitée et l'utilisation d'heuristiques lors de la prise de décisions d'achat.

Marcel Stadelmann donne des cours de global marketing management, de service excellence et d'evidence-based marketing. Il dirige en outre le [CAS Customer-Centric Transformation](#). Auparavant, il a travaillé de 2018 à 2020 dans la gestion des risques du Credit Suisse et, de 2014 à 2018, il était assistant de recherche à l'ETH Zurich où il a obtenu un doctorat dans le domaine de l'économie comportementale. De 2012 à 2014, il a également travaillé chez FehrAdvice & Partners en tant que conseiller d'entreprise.

Pour avoir plus d'informations : <https://www.zhaw.ch/de/ueberuns/person/stlc/>



13 Annexe

SPONSOR DE CETTE ETUDE

Worldline

Worldline est un leader mondial du trafic des paiements et le partenaire technologique de choix pour les commerçants, les banques et les acquéreurs. Avec plus de 18 000 collaborateurs dans plus de 50 pays, Worldline propose des solutions durables, fiables et sécurisées. Elle soutient ainsi ses clients du monde entier dans leur croissance. Worldline vous offre, entre autres, l'acquisition commerciale nationale et internationale, aussi bien pour le commerce stationnaire que pour l'e-commerce, le traitement hautement sécurisé des transactions de paiement et de nombreux services numériques.

Pour avoir plus d'informations : www.worldline.com/merchant-services



Haute école des
sciences appliquées de Zurich

School of Management and Law

Theaterstrasse 17
Case postale
CH-8400 Winterthur
Suisse

www.zhaw.ch/sml



swissuniversities



European Business Schools
Ranking 2021