

Commerçants et restaurateurs paient cash les frais liés aux paiements numériques. Pour eux, ça chiffe

EN LIQUIDE DE PRÉFÉRENCE



MAUDE BONVIN

Commerces ► Brasserie, produits locaux et sympathie. C'est sa marque de fabrique. A ces trois mots, on pourrait ajouter argent liquide. Ce restaurateur romand refuse le paiement par Twint. «Cette application mobile est trop chère pour les professionnels que nous sommes. Je ne suis pas le seul dans la branche à refuser ses commissions trop élevées», témoigne-t-il. Il tient à rester anonyme par peur de passer pour un vieux grincheux réfractaire aux nouvelles technologies.

Ce patron d'établissement déplore tout particulièrement la situation de quasi-monopole de Twint. «Les responsables de ce service numérique appliquent un peu les tarifs qu'ils veulent», regrette-t-il. Il ajoute qu'il a également besoin de cash pour payer ses fournisseurs. Il compose son menu au fil des saisons et s'approvisionne presque exclusivement auprès de producteurs suisses. Les œufs et le poulet par exemple? Il va directement les acheter à la ferme d'à côté.

Reste que ses clients paient majoritairement leur addition sous forme numérique, suivant la tendance nationale. En 2017, l'argent liquide représentait plus de 70% des paiements. Cette proportion est passée à 30% en 2024. Les applications mobiles interviennent, elles, dans quasiment une transaction sur cinq.

La restauration n'est pas le seul secteur où la colère contre Twint monte. L'été passé, l'association du commerce de détail, Swiss Retail Federation, a déposé une plainte contre l'entreprise zurichoise auprès de la Commission de la concurrence (Comco). Elle lui reproche d'abuser de sa position dominante en prélevant des commissions excessives. Le gendarme de lutte contre les cartels qualifie la procédure de complexe. Elle prendra donc du temps, une année voire plus.

Discret sur ses affaires

En attendant, Twint se montre sereine. «Il est dans notre intérêt de proposer des frais compétitifs», indique une porte-parole de la société qui appartient à plusieurs établissements financiers. La Banque cantonale vaudoise, Postfinance, Raiffeisen, UBS et la Banque cantonale de Zurich font notamment partie de son actionnariat. La firme réfute par ailleurs l'affirmation selon laquelle son service serait «généralement cher». «Selon le prestataire, les frais pour les paiements se situent souvent à un niveau de prix comparable à celui des paiements par carte de débit, voire parfois inférieur. Et, dans la majorité des cas, ces frais sont nettement plus avantageux que les



Les applications mobiles interviennent dans près d'un achat en magasin sur cinq en Suisse. KEYSTONE-ARCHIVES

paiements par carte de crédit», soutient la porte-parole.

Qu'en est-il des affaires du groupe? Rentabilité, bénéfice, ventes: impossible de les connaître, l'entreprise ne divulguant aucun chiffre financier. Sur son site internet, elle dit compter plus de 6 millions d'utilisateurs.

Les commissions prélevées par la PME servent notamment à assurer l'exploitation et le développement de l'infrastructure

«Il est dans notre intérêt de proposer des frais compétitifs»

Porte-parole de Twint

de paiement. La société fait également remarquer que l'acceptation de Twint offre aux commerçants un potentiel de chiffre d'affaires additionnel, en permettant à leur clientèle de payer de manière simple, rapide et sécurisée.

Dans le cadre d'un contrat direct entre le commerçant et la société, soit la solution avec autocollant sous forme de QR code, les frais s'élèvent à 1,3% par transaction.

Si ce service numérique est intégré à un terminal de paiement, le montant des frais est divisé en trois: le fournisseur de la solution de paiement comme Worldline, la banque émettrice et Twint. Dans ce type de configuration, Twint perçoit uniquement des frais qui s'élèvent à 0,15% au maximum.

Jungle des tarifs

Les frais d'utilisation des terminaux de paiement font éga-

lement grincer des dents les gérants de boutiques. Pour un achat de 100 francs dans un magasin, ces frais peuvent varier de quelques centimes à plus d'un franc, en fonction du moyen de paiement choisi: carte de débit, de crédit ou application mobile. A la fin de l'année, cela peut représenter un manque à gagner de plusieurs milliers de francs pour un petit patron.

Avec quelque 85 000 terminaux disponibles, Worldline est le leader sur le marché suisse. Lui aussi se défend de toute position dominante. «C'est une affirmation surprenante. Il existe également des prestataires comme SumUp, avec environ 60 000 terminaux de paiement, Nexi, Adyen, Stripe, Wally, Postfinance, Payrexx ou Sweepay», souligne une porte-parole.

Les commissions dépendent non seulement du mode de paiement et mais aussi du montant. Pour les cartes de débit suisses, si la commission est inférieure à 15 francs, elle correspond à environ 0,19% plus 10 centimes; à partir de 15 francs, elle est d'environ 0,49% plus 10 centimes. C'est ainsi que se compose le taux de commission. Worldline a également une limite de frais pour les cartes de débit. Elle est de 2 francs pour la Debit Mastercard et de 3 fr. 50 pour la Visa Debit. Pour les cartes de crédit, elle négocie les frais individuellement. I

LE POURBOIRE DANS LA MAIN

Les Suisses privilégient le cash au moment de remercier un serveur pour son travail, par crainte que l'argent n'aille pas à la bonne personne.

«Depuis le Covid, 90% de mes clients paient leur addition sous forme numérique», déclare un restaurateur romand. Il ne constate toutefois pas un recul marqué des pourboires. Difficile de généraliser son cas, tant les études scientifiques manquent sur ce sujet. Les éléments en possession du Centre suisse de recherche sur les paiements semblent cependant indiquer que les Helvètes octroient moins souvent cette récompense lorsqu'ils paient de manière dématérialisée.

Le montant de cette gratification atteint généralement entre 5 et 10% du total de la facture. «Nos premières données montrent que, pour les petites additions, le pourboire en espèces a tendance à être plus élevé, tandis que pour les montants plus élevés, on laisse davantage de

pourboire lors des paiements numériques», précise Marcel Stadelmann, à la tête du Centre suisse de recherche sur les paiements.

Deux tiers des Suisses versent généralement un pourboire au restaurant. Les consommateurs privilégient l'argent liquide pour cette bonification, qui atteint environ un milliard de francs par an. Billets et pièces restent donc dominants, même si de plus en plus de clients règlent leur facture sans espèces. Après avoir payé l'addition de manière numérique, de nombreux Helvètes reviennent délibérément au cash au moment de verser le pourboire car ils veulent s'assurer que leur contribution parvient réellement au serveur. Un pourboire est avant tout perçu par les Suisses comme un bonus personnel, une gratification en somme contre bons services rendus. C'est ce qu'observe aussi le restaurateur romand.

Selon Marcel Stadelmann, le pourboire n'a donc pas dit son dernier mot.

«Sur le plan numérique, il faut simplement mettre en place un processus de paiement adapté pour permettre aux clients de laisser facilement une récompense, car le besoin existe. En revanche, ce qui pourrait mettre cette bonification en danger, c'est une sollicitation trop agressive lors du paiement digital», estime-t-il. Les suggestions de pourboire en pourcentage sur les terminaux de paiement se multiplient dans le pays. Or les options automatiques de 5, 10 ou 15% qui s'affichent sur les machines à carte ne séduisent guère les Helvètes, qui les considèrent comme infantilisantes, et les mettent mal à l'aise.

En revanche, les solutions permettant au client d'indiquer un montant total incluant le pourboire ou de saisir lui-même le pourboire sur le terminal sont particulièrement appréciées. Ces variantes offrent aux consommateurs la flexibilité et le contrôle souhaités. **MBO**