



André Renfer, Maxime Charbonnel et Maxime Monod, le trio fondateur de PimPay. Florian Cella

Une application romande au secours des petits commerces

Paielements électroniques Basé sur un forfait mensuel et non sur des frais de transaction, le système PimPay espère faire de la concurrence au géant Twint. Lancement en janvier 2026.

Ivan Radja

Offrir une autre option que celle de Twint, omniprésente en Suisse, avec 5 millions d'utilisateurs? C'est le pari fait par PimPay, qui sera lancé au premier trimestre 2026 dans les cantons de Vaud, de Neuchâtel, de Genève et du Valais, ainsi qu'à Bienne. L'atout majeur de cette application est de tabler sur un forfait mensuel proposé aux commerçants, en lieu et place d'une commission prélevée sur chaque transaction.

«Il y aura deux forfaits mensuels à choix, l'un à 9 francs, pour un maximum de 35 transactions, et celui à 29 francs, avec un nombre de transactions illimité», explique Maxime Charbonnel, l'un des cofondateurs et CEO de PimPay. Cet ancien de la Banque Cantonale Vaudoise (BCV) a imaginé cette alternative à Twint avec André Renfer, un

Biennois qui a travaillé à la Banque hypothécaire de Lenzbourg, et Maxime Monod, qui a déjà conçu par le passé une société de micropaielements, pour le volet technologique. Les consommateurs ne paieront rien, il leur suffira de télécharger l'application. «Pour les clients, cela change peu de choses. Pour les commerçants, cela change tout», résume Maxime Charbonnel.

Ventes à perte

La grogne des petits commerces envers Twint est connue. En effet, si les transferts d'argent sont aisés et gratuits entre particuliers, ils engendrent des frais importants pour les détaillants: 1,3% en moyenne par transaction. Ce qui enlève trop de marge sur les produits vendus, voire conduisent à une vente à perte pour les tout petits montants. L'association des détaillants Swiss Retail Federation a du reste déposé une plainte

en juillet dernier auprès de la Commission de la concurrence (Comco) contre Twint, reprochant à l'application «d'abuser de sa position de marché en prélevant des frais excessifs».

Mais le pli est pris. «Un burocrate m'a par exemple raconté que des clients viennent acheter des feuilles à rouler pour moins d'un franc et règlent par Twint ou carte de crédit, relève Maxime Charbonnel. Ce sont des situations intenable pour les petits et moyens commerces.» Les frais sur les paiements par carte, moins importants que ceux de Twint, restent considérables malgré une légère baisse récente pour les achats en dessous de 14 fr.99. Les transactions par carte de débit Mastercard sont ainsi facturées 8 centimes +0,19% de la transaction (au lieu de 8 centimes +0,49%), et celles par carte de débit Visa 10 centimes



Selon le forfait mensuel choisi, le client a droit à un certain nombre de transactions. First name Last name (XYZ, Agency)

+0,65% (au lieu de 10 centimes +0,95%).

Twint a rétorqué il y a une semaine dans la «SonntagsZeitung» qu'elle ne facture «que 1,3% par transaction, les frais d'entrée de gamme pour les cartes de crédit, de l'ordre de 1,6 à 2,5%», étant plus élevés. «Pour les petits montants, autour de 20 francs, ajoute Twint, ce taux est très modéré et, par exemple, nettement inférieur à celui d'un paiement par carte de crédit.»

Comme Twint, PimPay pourra être utilisé pour des transferts

d'argent entre particuliers, également gratuitement. Par contre, elle ne peut être liée à un compte bancaire. Pour la simple raison que les banques, qui sont derrière Twint, privilégient «leur» application.

Transactions via code QR

Elle ne sera par conséquent pas non plus reliée à un terminal de paiement, raison pour laquelle elle fonctionnera un peu sur le modèle de Revolut. «Un million de personnes ont Revolut en Suisse, et 600'000 ont choisi la version prépaiement de Twint, ce n'est donc pas un obstacle», estime Maxime Charbonnel.

«Pour les clients, cela change peu de choses. Pour les commerçants, cela change tout.»

Maxime Charbonnel

Cofondateur et CEO de PimPay

À charge pour le client d'approvisionner son compte PimPay. «Un bouton fera office de raccourci, avec les données de votre compte PimPay et votre numéro d'IBAN», précise Maxime Charbonnel. Mais il est aussi possible d'utiliser la voie classique, avec un transfert à son compte depuis son e-banking. «L'avantage est que cela présente une protection très efficace contre les fraudes, vu que le compte PimPay n'est pas lié aux comptes bancaires. En cas de piratage, seule la somme mise sur l'app risque de disparaître, ce qui n'empêche pas l'application d'être ultrasécurisée.»

La transaction lors de l'achat s'effectuera donc via un code QR, un autocollant affiché dans le magasin, porte, caisse ou autre, scanné par le client. Une fois enregistré par le commerce, celui-ci fait ses courses et au moment de payer, il reçoit le montant par notification et clique sur accepter ou refuser.

Promos sur PimPay

L'abonnement à PimPay proposera par ailleurs une offre spécifique ciblée sur les consommateurs du quartier ou de la zone où opèrent les commerçants. «Il est quasi impossible pour eux de contrer les offres, les pubs et les rabais faits par les plateformes d'e-commerce ou les grands distributeurs. C'est pourquoi nous leur donnons la possibilité de faire des campagnes flash, ou standard, sur quelques heures ou quelques jours, pour annoncer telle promotion ou telle liquidation, par exemple des bouquets de fleurs en fin de journée pour éviter de les perdre», précise Maxime Charbonnel. Une campagne par mois est offerte avec l'abonnement à 9 francs, et deux avec celui à 29 francs.



Pour Laurent Buet, boulanger à Lausanne: «Le principe est prometteur. Mais ce sera aussi à nous, commerçants, de sensibiliser les gens. Odile Meylan

Le principe est d'avertir sa clientèle dans sa zone d'influence, pour peu que le client l'accepte. «Dans les grandes villes, il s'agira d'un périmètre de quelques centaines de mètres à l'intérieur duquel les clients recevront la notification sur la promo du moment.» Le périmètre sera évidemment plus étendu en zone rurale. Chaque campagne supplémentaire, en plus de celles incluses dans l'abonnement, coûtera 1 centime par client ciblé et par jour (5 francs pour 500 clients ciblés par exemple).

Commerçants intéressés

Nombre de commerçants et d'associations ont déjà été approchés, «et les retours sont plutôt positifs, car beaucoup sont intéressés par cette offre qui permet de se passer de Twint», note Maxime Charbonnel. C'est le cas de Mario Santoli, patron du restaurant Le Cyrano à Lausanne. «Presque plus personne ne paie en cash, et le soir surtout, avec la version bar karaoké, qui attire

une clientèle plus jeune qu'à midi, Twint est privilégié, ce qui me fait perdre pas mal d'argent et augmenter les prix. Ce n'est pas mon but, et ne servirait à rien. Donc, oui, je trouve la proposition de PimPay très intéressante.»

Président de l'Association des boulangers, pâtisseries et confiseurs vaudois (ABPCV), Laurent Buet fait part de l'intérêt pour cette nouvelle application. «Nous en avons débattu en comité, puis sondé nos membres (ndlr: ils sont 155) et la curiosité est là, car le principe est prometteur. Mais ce sera aussi à nous, commerçants, de sensibiliser les gens.» Il n'a personnellement pas installé Twint dans son magasin. «Les frais des cartes sont déjà assez lourds à absorber, vu que le panier moyen chez moi est de 8 à 10 francs. Nous voulons juste gagner notre vie, pas celle des autres en subventionnant Coop et Migros.»

Allusion directe aux conditions exceptionnelles de Twint

pour Coop, Migros et leurs filiales, accordées par les banques fondatrices et actionnaires (UBS, BCV, Banque Cantonale de Zurich, PostFinance, Raiffeisen, ainsi que l'exploitant de la Bourse suisse SIX et le prestataire de services de paiement Worldline). Avec pour conséquence la forte commission prélevée sur les transactions des autres commerces. «C'est précisément pour corriger cela que notre application est conçue pour ces derniers», souligne Maxime Charbonnel.

Restera à convaincre un maximum de consommateurs. Ce sera le rôle des commerçants partenaires, et de son côté PimPay informera au moyen de la pub, des réseaux sociaux, des parrainages, ainsi que de bons pour les nouveaux clients. «Nous comptons aussi sur l'effet *feel good* ressenti après un achat lorsque l'on sait que le commerçant s'y retrouve financièrement.» Sachant que rien n'est plus difficile à changer qu'une habitude.

Twint fait toujours plus reculer l'argent liquide en Suisse

Transactions électroniques Alors que le peuple s'apprête à voter sur les maintiens des pièces et des billets, l'application de paiement bat tous les records.

Argent liquide contre paiements électroniques: c'est un match qui va faire parler de lui d'ici au 8 mars prochain. Les citoyennes et citoyens suisses voteront en effet sur une initiative populaire qui entend garantir le maintien des paiements en espèces. Partageant cette préoccupation, le Conseil fédéral et le parlement soumettent un contre-projet direct qui l'inscrit dans la Constitution: la monnaie helvétique restera le franc, la Banque nationale suisse (BNS) étant chargée d'assurer l'approvisionnement en numéraire.

Dans les faits, l'utilisation des pièces et des billets recule de façon spectaculaire en Suisse. En 2017, selon une enquête représentative de la BNS, 70% des personnes interrogées disaient payer en liquide au restaurant, au kiosque ou au magasin. L'an dernier, ce pourcentage est tombé à 30%. Les cartes de débit (35% en 2024) et de crédit (14%) sont désormais les plus utilisés. Mais ce qui plombe le numéraire, ce sont aussi et surtout les applications comme Twint. Désormais, 18%

81% C'est la proportion des magasins physiques en Suisse proposant Twint comme moyen de paiement.

des personnes domiciliées en Suisses y ont recours.

Un sondage en ligne (non représentatif) mené fin novembre par «24 heures» et la «Tribune de Genève» confirme ces ten-

dances. À la question «Quel moyen de paiement utilisez-vous le plus souvent?» 54% des quelque 2700 participants ont cité les cartes bancaires. Contre 24% pour l'argent liquide et 18% pour les applications de paiement.

Le déclin du numéraire paraît ainsi inexorable. D'autant que les jeunes sont nettement moins nombreux à l'utiliser, selon l'étude de la BNS: moins de 20% chez les 15-34 ans, contre 50% parmi les 55 ans et plus. De plus, une majorité des personnes interrogées en 2024 envisageaient

de recourir plus souvent aux applications de paiement à l'avenir.

L'impact pour les commerçants? Il importe peu aux yeux de la majorité des personnes sondées par la BNS. Elles ne tiennent pas compte des frais que les détaillants doivent assumer lors des transactions. L'argument de la simplicité l'emporte. Voilà qui ne va pas faciliter la tâche de PimPay, qui mise sur un système de forfait pour soulager les petits commerces.

La nouvelle solution romande aura en tout cas fort à faire pour grignoter le monopole de Twint.

L'application propriété des banques règne sans partage sur le marché suisse, avec plus de 773 millions de transactions effectuées l'an dernier, en hausse de 31% par rapport à 2023. Et tout indique que ce record sera encore battu au terme de l'exercice 2025. Trois quarts des opérations sont commerciales, tandis que 25% se déroulent entre particuliers. Twint est proposé comme moyen de paiement par environ 81% des magasins physiques du pays.

Patrick Monay