



ON N'EST PAS DES PIGEONS

# Les pourboires peuvent-ils aider le secteur Horeca ?



11 oct. 2022 à 12:02 • ⌚ 1 min

Par Olivier Badart

On n'est pas des pigeons

La Une

Economie

Votre argent

Accueil

Vie pratique

CRISE

HORECA

CARTE BANCAIRE

POURBOIRE

**L**es pourboires semblent toujours de mise dans les cafés. Les habitués y sont restés généreux, contrairement aux restaurants où les pourboires ont diminué de moitié. Crise oblige, mais aussi utilisation à 90% d'une carte bancaire comme moyen de paiement.

*Les pourboires se font rares dans les établissements Horeca. Anne Wouters-RTBF*

Fortunes diverses sur le front des pourboires: certains s'en sortent mieux que d'autres. Mais il est illusoire de penser que les pourboires pourront un jour aider le secteur HoReCa.

### **Un don au personnel méritant**

**Luc Marchal, président de la Fédération des hôtels, restaurants et cafés de Wallonie** estime avant tout que le pourboire doit rester un don au personnel méritant. Pas question de le systématiser comme dans d'autres pays et de le rentrer dans la **comptabilité**. Considéré comme un **revenu**, il serait alors **soumis au précompte professionnel**, ce qui n'est pas idéal.

### **Le pourboire, formidable outil de motivation**

*Le personnel de salle mérite bien souvent un remerciement exprimé en pourboire Anne Wouters-RTBF*

**Efficace, agréable, à l'écoute**, le personnel HoReCa mérite bien souvent son petit pourboire. Quelques petites pièces qui vont le motiver durant sa journée de travail. Une **reconnaissance** de la part du client de la satisfaction du service proposé.

Si par le passé, le personnel de salle pouvait compter sur **un extra financier de +/- 250 euros**, on en est très loin aujourd'hui, nous affirme **Teresa Pisera, gérante d'une brasserie namuroise**. Le pourboire n'a plus la cote. Malheureusement.

Reste alors peut-être à enclencher les bons vieux principes de psychologie sociale pour réveiller la **générosité des clients**. L'**accessoire capillaire**, serait ainsi, redoutable !

Une fleur colorée accrochée dans les cheveux, par exemple, garantit la différence avec les collègues et attire plus de **sympathie "naturelle"** de la part de la clientèle.

Faut-il encore que le consommateur trouve quelques pièces au fond de sa poche.