

Titres-restaurant : la grogne des restaurateurs face aux commissions

Alors que le gouvernement vient de prolonger le plafond journalier des titres-restaurant à 38€ jusqu'à fin février 2022, les résultats de la dernière étude [Worklife](#) montrent que l'accueil de cette mesure est plutôt mitigé chez les restaurateurs. En effet, près de la moitié d'entre eux (49.5%) n'y sont pas favorables et jugent que la mesure profite en réalité aux émetteurs. En cause : les commissions qu'ils considèrent trop élevées.

Dans un contexte où la mise en place de cette mesure avait été demandée et attendue par la profession, le manque d'enthousiasme à son égard peut interpeller. En réalité, ce n'est pas la mesure du gouvernement qui est remise en cause, mais bien le système actuel de commissionnement pratiqué par les principaux émetteurs de titres-restaurant, comme le soulignent les nombreux verbatims récoltés dans le cadre de l'étude : *"Le rehaussement du plafond est une bonne chose, c'est le taux de commission qui est aberrant,"* commente ainsi sa position un restaurateur dijonnais.

Les restaurateurs "pris au piège". Perdre des clients ou diminuer la marge ?

Alors que plus de 4,5 millions de Français utilisent des titres-restaurants chaque jour, la plupart d'entre eux ignorent le fait que cet avantage n'est pas sans conséquence négative pour les restaurateurs. En effet, les commissions prélevées à chaque transaction par les principaux émetteurs, jusqu'à 10 fois supérieures à celles d'une carte bancaire, sont jugées "abusives". Malgré cela, 87.9% des restaurateurs affiliés à la Commission Nationale des Titres-Restaurant (CNTR) acceptent l'ensemble des titres-restaurant présents sur le marché pour satisfaire leur clientèle : *"Je n'ai pas le choix. Si nous ne les acceptons pas, une partie de la clientèle ira ailleurs. Néanmoins, je trouve que les commissions sont exorbitantes,"* explique une gérante de restaurant à Lille. Les commissions sur les titres n'en sont pas sans impacter la rentabilité des restaurants : *"Les titres nous font perdre beaucoup d'argent, ce n'est pas rentable sur une bonne partie de nos ventes. Le système actuel nuit à la rentabilité et à la santé des petits commerces indépendants,"* témoigne un restaurateur du 8e arrondissement parisien. Pour un marché du titre-restaurant représentant plus de 7 md€, les pertes des restaurateurs dûes aux commissions sont conséquentes.

"Désolé, on ne les prend plus"

Face aux taux élevés des commissions, de plus en plus de restaurateurs refusent d'accepter les titres-restaurant. C'est la principale raison pour laquelle certains établissements, pourtant affiliés à la CNTR, n'acceptent pas ce moyen de paiement (¾ des répondants qui n'acceptent pas les titres restaurants citent cette raison). Les autres raisons invoquées sont les longs délais et les modalités de remboursement (16.4%) et une gestion compliquée et chronophage (11.7%). Parmi les restaurateurs qui n'acceptent plus les titres-restaurant aujourd'hui, 78.7% en ont déjà accepté dans le passé, dont près de

90% ont arrêté à cause du montant des commissions. Et ce chiffre risque encore d'augmenter : *“Les taux de commission des « historiques » sont exorbitants, je suis prêt à arrêter la collecte de ce moyen de paiement,”* indique un gérant de restaurant à Bordeaux. En plus des montants des commissions, les restaurateurs reprochent aux émetteurs de ne pas être transparents sur la manière dont ils les calculent : 64.5% des répondants trouvent que les émetteurs sont opaques au sujet des commissions qu'ils pratiquent, ce chiffre augmentant jusqu'à 85.4% parmi les restaurateurs ayant arrêté d'accepter les titres-restaurant.

L'étude Worklife révèle ainsi que le taux de commission est le principal critère lors du choix d'un émetteur de titres-restaurants (62.4%). Les restaurateurs souhaiteraient pouvoir n'accepter que des titres-restaurant sans commission, au détriment de tous les autres, pour 76.6% d'entre eux. Par ailleurs, un encadrement des commissions des titres-restaurants par l'État est demandé par de nombreux restaurateurs.

[Worklife](#) est le premier et seul à ce jour émetteur de titres-restaurant sans commissions pour le restaurateur, seuls les frais bancaires classiques comme pour toute carte bancaire d'entreprise sont à la charge des professionnels. Worklife entend à la fois proposer une solution sociale et solidaire auprès des restaurateurs et apporter de la valeur auprès des entreprises qui soutiennent cette démarche. Au-delà du simple titre-restaurant exonéré de charges pour la part employeur, Worklife permet de valoriser sur une application mobile l'ensemble des avantages sociaux de l'entreprise et de regrouper sur sa carte, outre les titres-restaurant, le financement d'autres avantages comme la mobilité, la garde d'enfant ou l'indemnité télétravail.

Méthodologie de l'étude : Un échantillon de 2 540 restaurateurs affiliés à la CNTR a répondu à l'étude nationale « Les Restaurateurs et les Titres-Restaurant ». Interviews réalisées du 8 au 12 septembre 2021. Étude réalisée par questionnaire auto-administré en ligne sur système CAWI (Computer Assisted Web Interview).

Toute publication totale ou partielle doit impérativement utiliser la mention complète suivante : « Les Restaurateurs et les Titres-Restaurant - Étude Worklife.io » et aucune reprise de l'enquête ne pourra être dissociée de cet intitulé.

Contact Presse :

Pour Worklife : Véra Dimitrova - 07.66.79.84.01 – vera@worklife.io

A propos de Worklife

Lancée en octobre 2020, Worklife est une solution 360° pour la qualité de vie au travail qui révolutionne les avantages salariés. Worklife met l'accent sur l'accompagnement des nouvelles formes de travail, en proposant une App qui regroupe l'ensemble des avantages salariés et une carte de paiement qui permet de les financer. Les titres restaurants, le forfait mobilité durable, le financement de l'équipement de télétravail et les Services à la personne sont enfin regroupés sur la même carte. Worklife compte aujourd'hui plus de 130 entreprises clientes et 1 million de salariés couverts. Pour les services à domicile, Worklife s'appuie sur le réseau [Yoopies](#), une de ses marques et première plateforme de services à domicile en Europe. Pour en savoir plus : worklife.io