



#Déconfinement :
62 % des 18-24 ans veulent donner plus de pourboires !

D'après la dernière étude réalisée par le CSA pour Lyf, les jeunes Français sont prêts à mettre la main à la poche pour soutenir les professionnels. Des solutions de pourboire dématérialisées par QR Code pourraient accélérer le mouvement.



Paris, le 7 juin 2021 - Dans deux jours, la réouverture complète des bars, des cafés et des restaurants sera officielle. Très attendue, **la troisième étape du déconfinement insuffle un nouveau vent de liberté**. Si les Français ont hâte de profiter de moments de convivialité jusqu'à 23h00, en terrasse comme en intérieur, **tout n'est pas rose du côté des professionnels**. Comment les soutenir ? Individuellement, **donner un pourboire reste le moyen le plus simple et efficace pour accompagner la reprise des activités**.

Loin des clichés, **les Français ne sont pas radins et veulent participer à l'effort collectif, comme le révèle la dernière étude inédite de Lyf** réalisée par le CSA. Les jeunes sont les plus généreux, encouragés par les solutions de pourboires dématérialisées et respectueuses des gestes barrières.

Des pourboires ancrés dans les habitudes des jeunes Français

Bien qu'il ne soit pas obligatoire, **la majorité des Français (77 %) donne des pourboires**. Surprise supplémentaire : c'est aussi le cas de 76% des 18-24 ans, malgré un budget qu'on imagine plus limité. Traditionnellement, ce sont dans les **restaurants (85%), les cafés et les bars (71%) ou bien chez le coiffeur (59%)** que les Français laissent le plus naturellement des pourboires. Fait marquant : 15 % des jeunes donnent en priorité pendant des spectacles (concerts, théâtre, ...) et 10% lors de courses en taxis ou VTC. Si les 18-24 donnent plus régulièrement que leurs aînés, ils cassent aussi plus leur tirelire. En effet, les Français laissent

en moyenne **2,80 euros** par pourboire, tandis que plus de **la moitié (58%) des jeunes qui donnent laissent entre 3 et 5 euros !**

Très généreux avant la crise sanitaire, les jeunes comptent le rester après le déconfinement. Ainsi, la **majorité d'entre eux (62%) veut donner plus de pourboires aux professionnels**, tout comme 44% des Français. Malgré ces bonnes intentions, il n'est pas toujours possible de donner un petit quelque chose. **Le premier frein chez les jeunes : l'absence de monnaie (58%)**. Un constat également partagé par un tiers des Français (35%).

Le QR code - l'avenir du pourboire pour tous ?

Désormais, il existe des solutions pour faciliter le don de pourboire, grâce à l'appui des nouvelles technologies et des experts du paiement. **Ces applications mobiles clés en main permettent de laisser un pourboire au professionnel de son choix, de manière dématérialisée**, via un simple QR code que l'on flashe avec son téléphone. Est-ce la fin du règne de la pièce jaune ? Il semblerait que oui.

En effet, le cash n'a plus la cote depuis la crise sanitaire. A l'aube de la réouverture complète des commerces et lieux de loisirs, le **pourboire dématérialisé est bien accueilli par les Français** - toutes générations confondues.

- Ainsi, **71 % d'entre eux déclarent y être favorables, notamment pour respecter les gestes barrières.**
- **68 % apprécient le côté pratique** du pourboire dématérialisé pour laisser la somme de leur choix, sans contrainte de monnaie.
- 60 % des Français sont convaincus que le pourboire dématérialisé va aider à soutenir la réouverture des commerces et des lieux de loisirs. Cette opinion est d'autant plus forte chez les jeunes : 83% d'entre eux pense que le QR code va changer la donne.
- Enfin, **40% des Français confessent que ces applications mobiles vont influencer, à la hausse, leurs futurs dons de pourboires.** Un constat partagé par 75 % des jeunes ... ayant rarement un sous en poche.

Pour encourager les pourboires parmi les Français et soutenir l'activité des professionnels, Lyf dévoile dès aujourd'hui un nouveau service de pourboire dématérialisé par QR Code.

Découvrir la solution de pourboire mobile [Lyf en vidéo](#).

Lire le communiqué de presse dédié : [ici](#)

L'infographie de l'étude est accessible : [ici](#)

L'étude est accessible : [ici](#)

Méthodologie de l'étude

Étude réalisée du 11 au 14 mai 2021 via un questionnaire auto-administré par Internet sur le panel propriétaire de CSA, sur la base d'un échantillon national représentatif de 1012 Français âgés de 18 ans

et plus constitué selon la méthode des quotas basée sur les critères de sexe, d'âge et de profession de la personne interrogée, après stratification par régions et catégories d'agglomération.

A propos de Lyf

Lyf est une Fintech française, leader du paiement mobile augmenté. Elle offre des solutions de paiement mobile simples, avant-gardistes et sécurisées à plus de 1,7 million de particuliers via son application Lyf Pay. Lyf accompagne les grandes enseignes et les professionnels indépendants dans la digitalisation de leur relation client ainsi que dans la fluidification et la diversification de leurs parcours d'achat. Lyf est soutenue dans sa croissance par des actionnaires leaders de la banque, du paiement et de la grande distribution : BNP Paribas, Crédit Mutuel^[1], Auchan, le groupe Casino, Mastercard et Oney

En savoir plus : www.lyf.eu/fr

¹ **Crédit Mutuel Alliance Fédérale** (fédérations Crédit Mutuel Centre Est Europe, Sud-Est, Île-de-France, Savoie-Mont Blanc, Midi-Atlantique, Loire-Atlantique et Centre-Ouest, Centre, Normandie, Dauphiné-Vivarais, Méditerranéen, Anjou, Massif Central et Antilles-Guyane), **Crédit Mutuel Nord Europe**, **Crédit Mutuel Maine-Anjou**, **Basse-Normandie** et **Crédit Mutuel Océan**.

Contact presse - Agence StoriesOut

Pauline Rossin – 06 67 4120 12 - lyf@storiesout.com