

Swile

Il veut en finir avec nos bons vieux tickets-restaurants

Grâce à sa carte de paiement, cette jeune pousse a réussi à se classer numéro 2 du secteur des chèques-repas. Place désormais à d'autres services, tous destinés au bien-être des salariés.



143
millions
d'euros en 2022

L'explosion de son
chiffre d'affaires
a fait de cette
start-up une licorne

600 000
euros en 2018

Chiffre d'affaires récurrent, correspondant
au revenu de décembre, annualisé.

Depuis quelques semaines, les habitués de L'Ours brun, sympathique café culturel servant aussi d'espace de coworking à L'Isle-Jourdain, dans le Gers, ont dû se faire une raison : s'ils veulent régler la note en tickets-restaurants, il leur faudra utiliser une carte de paiement Swile, fournie par leur employeur. Exit, en effet, les bons vieux chèques émis par les concurrents de ce nouveau venu, qu'il s'agisse d'Edenred, du groupe Up ou de Sodexo. «Au lieu des 3% de commission que ces derniers annoncent, je me retrouvais à leur rétrocéder, sur certaines additions, jusqu'à 14%», enrage Xavier Roque, le patron de l'établissement. Frais annexes d'envoi ou de gestion, pénalités en cas d'erreur de décompte, grille tarifaire variant selon le volume : pour ce restaurateur, leur politique commerciale manque de transparence. «J'en avais assez d'être pris pour une vache à lait. J'ai affiché sur ma caisse ce qu'ils me prélevaient !», assure notre témoin.

Dans un secteur que Swile entend révolutionner, difficile de trouver meilleure publicité que ces déconvenues en série... Et il y a fort à parier que cette start-up devenue licorne continue sa folle ascension : cinq ans à peine après son lancement, elle occupe déjà la place de numéro 2, derrière Edenred, mais devant les historiques Sodexo et Up. Sa carte de paiement s'est ainsi glissée dans le portefeuille de 5 millions de salariés. Et si la société montpelliéraine a encore affiché 41 millions d'euros de perte en 2022, pour 143 millions de chiffre d'affaires, elle vise la rentabilité dès 2024. Le rehaussement, en octobre dernier, du plafond quotidien des tickets-restaurants à 25 euros ainsi que la possibilité de les utiliser pour tout type d'achat alimentaire (sauf le dimanche) devraient l'y aider, en accroissant la taille d'un marché estimé à 8 milliards d'euros. Tout comme le rachat de Bimpli (ex-Apetiz), finalisé en janvier dernier. En échange de la cession de 22% de son capital à la banque Natixis, qui détenait jusqu'ici ce concurrent, Swile s'est d'un seul coup assuré de la clientèle des salariés de la maison mère, BPCE (Banque populaire et Caisse d'épargne). Comme l'accès à la technologie du groupe, qui gère 30 millions de cartes de paiement. «En s'appuyant sur notre expertise, Swile pourra continuer à innover, mais à une échelle industrielle», confirme Yves Tyrode, directeur général en charge de l'innovation, de la data, du digital et de l'activité paiements au sein de BPCE.

La société devrait donc continuer à soigner en priorité les restaurateurs, y compris

les petits indépendants, en ne leur prélevant que de faibles commissions, variant de 3 à 3,5%. Alors que ces professionnels doivent parfois attendre 21 jours avant d'être remboursés de leurs tickets version papier, l'offre dématérialisée de Swile leur permet en plus d'empocher instantanément leur dû. «A notre lancement en 2018, 95% du marché des tickets-restaurants était sur papier.

Nous avons été le catalyseur de cette numérisation», décrit Loïc Soubeyrand, fondateur et P-DG de Swile. Il faut dire que la concurrence, elle, était occupée à verrouiller le secteur. Si bien qu'en 2019 les quatre opérateurs historiques (Edenred France, Up, Natixis Intertitres et Sodexo Pass France) ont été condamnés à 415 millions d'euros d'amende par l'Autorité de la concurrence. Elle leur reprochait entre autres de s'être longtemps

interdit tout développement d'un système de paiement dématérialisé hors de leur plateforme de gestion commune (la Centrale de règlement des titres, ou CRT). Et les dernières évolutions du secteur devraient jouer en faveur de Swile : la CRT a en effet été dissoute le 1^{er} mars dernier. Les restaurateurs pourront toujours envoyer leurs chèques papier à un guichet unique, mais devront ouvrir un compte par enseigne, et gérer autant de circuits de remboursement... De quoi inciter à basculer au tout numérique.

Gestion des déplacements, de cagnottes... Swile a racheté plusieurs start-up spécialisées

Attaché à satisfaire les restaurateurs, Swile n'en oublie pas pour autant ses utilisateurs finaux, comme en atteste sa campagne de publicité de 2021 qui, en pleine «grande démission», proclamait sur un ton humoristique : «Tout plaquer pour devenir salarié.» Sa carte, compatible avec Google Pay et Apple Pay, permet ainsi la consultation de solde via une application, ou la géolocalisation des commerçants partenaires. Elle peut aussi être liée au compte bancaire des salariés, histoire de régler en un seul geste les repas dont le montant dépasserait les 25 euros de plafond quotidien. «A l'instar de Free dans les télécoms, Swile bouscule les opérateurs historiques en améliorant l'expérience collaborateur», résume Thomas Chardin, fondateur de l'agence de conseil Parlons RH. Pas étonnant, dès lors, que les employeurs en raffolent également. A l'image

de Carrefour, qui a basculé dès 2020, à l'issue d'un appel d'offres. «L'application étant très utilisée, nous avons développé un canal de communication pour publier des informations, comme le bilan social individuel (BSI), qui récapitule le package auquel a droit chaque salarié», explique Teddy Cachan, directeur des rémunérations. Il faut dire que, dans ce type de business, les grandes entreprises clientes sont aussi choyées : on a vu des opérateurs leur verser des commissions en espérant emporter le marché, quitte à se rattraper ensuite sur les restaurateurs... C'est ainsi que Swile ne leur facture que deux types de frais, coûtant, en moyenne, entre 5 et 10 euros par mois et par salarié.

Désormais, la société entend même se positionner comme une «worktech», manifestant de l'intérêt pour tous les aspects de la vie d'un salarié. «Notre carte demeure la seule à gérer à la fois les services de restauration, de mobilité, de cadeaux et même de cagnotte entre collègues», détaille Loïc Soubeyrand. Autant d'expertises très diverses, que Swile a appris à maîtriser au fil de rachats successifs : Sweevana pour la gestion des chèques-cadeaux des CSE, Briq pour la mesure du niveau d'engagement des salariés. Ou Okarito pour la gestion des déplacements des collaborateurs : un dernier service, rebaptisé Swile Travel, plein de potentiel. «Les systèmes existants offrent une expérience décevante. Ça prend du temps, c'est fastidieux, le panel d'hôtels et de moyens de transport est limité et le collaborateur doit parfois avancer les frais», détaille Loïc Soubeyrand. Avec Swile Travel, à l'inverse, tout est prépayé, rapide et au libre choix du salarié.

Bien sûr, la concurrence n'est pas en reste et se numérise à son tour. «Nous investissons plus de 350 millions d'euros par an dans la technologie», détaille Ilan Ouanounou, directeur général d'Edenred France. Le leader du secteur a aussi pris une participation significative dans Betterway, une solution de gestion des déplacements professionnels. De ce rapprochement est né le Pass Mobilité, qui regroupe l'ensemble des subventions destinées aux trajets domicile-travail. Intégré à la carte ou à l'application d'Edenred, le service permettra bientôt d'utiliser différents modes de transport et d'encourager la mobilité durable. Pour se déplacer jusqu'à L'Isle-Jourdain ?

FRÉDÉRIC BRILLET

3 à 3,5%

DE COMMISSION

prélevée auprès des restaurateurs acceptant la carte Swile

5 millions

D'UTILISATEURS

dans 75 000 entreprises ou administrations clientes