freepik

DIGITALI *ma* ***umani***

Per i pagamenti nel food & beverage il contante si usa sempre meno, ma la relazione con il cassiere resta fondamentale

di OLIVIA CONTI

I 25-34ENNI PRIVILEGIANO IL SELF-CHECKOUT MENTRE TRA I 18 E I 24 ANNI LA MAGGIOR PARTE DEGLI UTENTI SI RIVOLGE ALL'OPERATORE

Il 67 per cento dei clienti sceglie carte di debito o credito quando deve pagare nei ristoranti e nei bar o per i servizi di consegna/asporto. Queste, infatti, garantiscono la velocità della procedura, aspetto molto rilevante in fase di acquisto di un bene. Nonostante ciò, il contatto umano rimane prioritario tanto che il 61% preferisce rivolgersi alle casse dove è presente un operatore, con una predilezione più marcata tra gli over 45. Sono i risultati di un'indagine realizzata dalla piattaforma tecnologico-finanziaria Adyen.

Cresce anche l'interesse verso modalità innovative come il pagamento al tavolo tramite QR code o attraverso l'uso di applicazioni e resta molto in voga il potenziale dei programmi fedeltà collegati ai pagamenti digitali. In particolare, gli sconti risultano l'incentivo più efficace (39%), seguito dal cashback che convince soprattutto i clienti tra i 35 e 44 anni (36%), mentre la raccolta punti ha successo in particolare tra i 18-24enni. Sul fronte delle mance il contante è la scelta prevalente (52%) anche se tra i 25-34enni la quota di chi opta per il digitale sale al 37%.

I NUMERI DEL 2025

I dati di myPOS, relativi ai primi sei mesi di quest'anno, confermano l'aumento dei pagamenti cashless. La categoria "Eating places and restaurants" ha registrato 4,8 milioni di transazioni; bar, lounge e discoteche 4,6 milioni, stores and speciality markets 3,8 milioni, mentre fast food e supermercati 2,3 milioni di transazioni.