



DIGITALE E PUBBLICI ESERCIZI: UN'OPPORTUNITÀ DA VALORIZZARE

di Roberto Pone, Luciano Sbraga e Daniele Ferretti

Il digitale è uno strumento essenziale per bar e ristoranti e sono moltissimi i locali che stanno investendovi. Spesso può bastare introdurre pochi strumenti mirati per ottenere risultati concreti.

Il digitale è un'opportunità per bar e ristoranti

L'innovazione e l'evoluzione tecnologica stanno contribuendo a generare un vero e proprio cambio di paradigma all'interno dei pubblici esercizi, che tocca aspetti culturali, organizzativi e professionali, offrendo nuove possibilità e migliorando sia l'efficienza operativa che l'esperienza dei clienti.

Le soluzioni digitali stanno contribuendo a cambiare il modello di impresa di bar e ristoranti e il modo di lavorare, velocizzando le attività e i pagamenti, riducendo errori e costi, semplificando le prenotazioni, rendendo più piacevole l'atmosfera del locale. Inoltre, il digitale facilita l'ampliamento dei servizi offerti, come il *food delivery*.

Per i circa 195 mila ristoranti e 127 mila bar presenti in Italia [1], stare al passo con l'evoluzione tecnologica è, quindi, un'opportunità per rispondere a una clientela che cerca qualità, efficienza e un servizio competitivo.

Bar e ristoranti investono in tecnologia

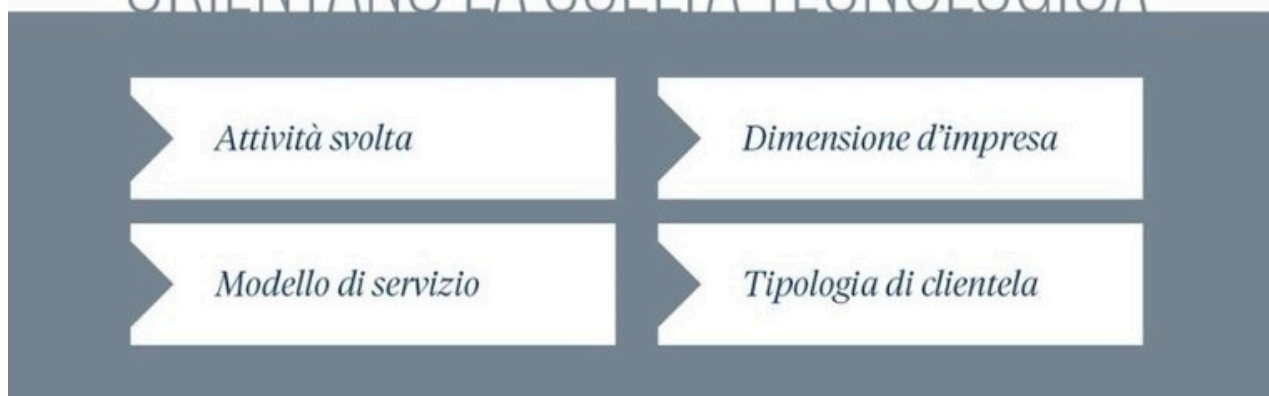
Gli operatori della ristorazione sono sempre più consapevoli dell'importanza del digitale per ottimizzare la gestione e offrire un servizio migliore.

Secondo il Rapporto Ristorazione di Fipe-Confindustria, oltre l'80% di bar e ristoranti ha già adottato uno o più strumenti digitali, con investimenti concentrati su:

- comunicazione digitale (siti web, app);
- strumenti di interfaccia con il cliente (registratori di cassa evoluti, palmari per le comande, POS);
- digitalizzazione dei processi di gestione (software gestionale).

Nel 2024, il digitale è stato l'ambito principale di investimento e lo stesso impegno si conferma per il 2025 [2]. La sfida è scegliere le tecnologie più adatte alla specificità di ogni impresa.

ORIENTANO LA SCELTA TECNOLOGICA



Come scegliere la tecnologia giusta

La scelta degli strumenti digitali non è uguale per tutti: dipende da vari fattori chiave.

1) Tipologia di attività

Un bar senza cucina e servizio al tavolo avrà esigenze diverse da un ristorante strutturato. Nel primo caso, possono essere utili soluzioni per la gestione degli ordini e dei pagamenti, mentre nel secondo diventano indispensabili sistemi per la prenotazione, la gestione della sala e il coordinamento sala-cucina.



2) Dimensione dell'impresa

Più grande è il locale, maggiore sarà la complessità gestionale: più ordini, più personale, più magazzino. In questi casi la tecnologia diventa essenziale per ridurre tempi e rischi di errore. Anche le piccole realtà, però, possono trarre vantaggio da strumenti digitali, ad esempio per gestire prenotazioni nei week-end, ridurre i "no show" o a supporto dell'attività sala-cucina. Nei momenti di maggiore affollamento, ad esempio, in bar e gelaterie possono essere utili sistemi tecnologici per la gestione degli ordini e dei pagamenti che permettono di velocizzare le operazioni di cassa e concentrare il personale nelle attività al banco.

3) Modello di servizio

- *Full service*: un attento servizio al tavolo da parte del personale è parte dell'esperienza ristorativa. Qui la tecnologia deve supportare il lavoro del personale senza sostituirsi nella relazione con il cliente.
- *Quick/limited service*: l'efficienza caratterizza l'offerta. In questi modelli può essere utile un più ampio uso della tecnologia ad esempio per velocizzare l'ordine e il pagamento.
- *Delivery/take away*: la tecnologia è indispensabile. Senza sistemi online di prenotazione e presenza sulle piattaforme di consegna, si rischia di perdere competitività.

4) Tipologia di clientela

La predisposizione al digitale varia molto in base all'età. Negli Stati Uniti, ad esempio, oltre il 60% dei giovani clienti considera la tecnologia un valore aggiunto nei ristoranti *full service*, mentre la percentuale scende al 42% e al 19% all'aumentare dell'età. Il 40% dei Baby Boomer (la fascia più anziana considerata) ritiene la tecnologia, al contrario, abbia un impatto negativo sull'esperienza di consumo [3].

Per questo, un approccio ibrido è spesso la soluzione migliore: menu digitali via QR Code affiancati da copie cartacee, prenotazioni online integrate con la possibilità di riservare un tavolo anche via telefono, utile anche per la gestione di prenotazioni particolari come nel caso di grandi tavolate, feste di compleanno, eventi aziendali.

In sintesi, la digitalizzazione non è un optional: è un passaggio necessario per rendere bar e ristoranti più efficienti, competitivi e capaci di rispondere alle nuove abitudini di consumo. La chiave del successo, però, sta nel saper scegliere la tecnologia giusta per il proprio modello di business e per la clientela a cui ci si rivolge.

Il volume delle Bussole Tecnologia e ristorazione affronta questo tema e presenta numerosi strumenti tecnologici utili alle imprese del settore.



Fonti:

[1] Fipe, Rapporto Ristorazione 2025.

[2] Fipe, Rapporto Ristorazione 2024, pp. 88-113; Rapporto Ristorazione 2025, pp. 98-101.

[3] National Restaurant Association, Restaurant Technology Landscape Report 2024, p. 7.

Fonti per le immagini:

Garan Julia da shutterstock.com. Altra immagine elaborazione grafica Francesco Rossi.

SCOPRI DI PIÙ



Questo articolo fa riferimento al Focus [Tecnologia e Ristorazione](#), scritta da Confcommercio in collaborazione con Fipe, Luglio 2025.

Collana Le Bussole

Una linea di pubblicazioni pratiche, operative, scritte con un linguaggio concreto, in formato di manuale e focalizzate sul core business delle imprese associate.



CONFCOMMERCIO
IMPRESE PER L'ITALIA

Per avere maggiore supporto per la Tua attività
[contatta l'Associazione Territoriale](#) del Sistema Confcommercio