



SISTEMI PER ORDINI ONLINE E CONSEGNA: PERCHÉ SONO UTILI A BAR E RISTORANTI

di Roberto Pone, Luciano Sbraga e Daniele Ferretti

I sistemi digitali per ordini online, consegna a domicilio e asporto consentono a bar e ristoranti di ampliare i canali di vendita e migliorare l'esperienza del cliente. Attraverso soluzioni integrate o piattaforme di food delivery, gli operatori possono gestire gli ordini, offrire modalità di pagamento digitali e organizzare la logistica delle consegne, aumentando la visibilità del locale e creando nuove opportunità di ricavo.

Come funzionano

Un sistema per ordini, consegna o asporto permette a bar e ristoranti di ricevere ordini online dai clienti, verificandone automaticamente la fattibilità in base all'orario e organizzando il ritiro in loco (take away) o la consegna a domicilio (delivery). Il sistema può gestire anche il pagamento, che può avvenire in anticipo online oppure alla consegna.

Questa soluzione può essere integrata nel servizio già utilizzato dal locale per la prenotazione dei tavoli o per l'ordine self-service [1], oppure basarsi su piattaforme di food delivery che fungono da intermediari tra cliente e ristorante.



Nel secondo caso, il menu del locale viene inserito nel marketplace della piattaforma, dove i clienti possono cercare ristoranti nelle vicinanze, consultare l'offerta gastronomica (pizza, sushi, hamburger, poke, cucina veg ecc.) e ordinare online. Il locale può inoltre utilizzare la rete di corrieri disponibile tramite la piattaforma per effettuare le consegne.

Secondo i dati disponibili al 2024, in Italia **il 18,7% dei ristoranti e il 10,6% dei bar** ha già introdotto piattaforme per il delivery e/o l'asporto [2]. Una indagine realizzata nel 2025 rivela come tra le imprese che hanno attivato nuovi servizi per migliorare l'esperienza del cliente, le piattaforme digitali per delivery e take away sono state tra le principali aree di investimento [3].

Perché sono utili

L'introduzione di sistemi online di ordine e consegna permette ai locali di **creare nuovi flussi di entrate** - intercettando quella fetta della domanda orientata al consumo fuori dal locale - aumentando potenzialmente le vendite, configurandosi come un'attività complementare al servizio tradizionale in sala.

Allo stesso tempo, occorre essere consapevoli che l'adozione di questi strumenti introduce un livello aggiuntivo di complessità gestionale, implicando un coordinamento più strutturato tra cucina, servizio e logistica, oltre a una maggiore attenzione alla pianificazione delle attività. Aspetti che richiedono consapevolezza organizzativa e capacità di adattamento dei processi operativi. Proprio sotto questo profilo, i sistemi digitali possono rappresentare un supporto utile, contribuendo a organizzare i flussi di lavoro e a rendere più prevedibili tempi e carichi operativi.

In tale quadro, l'utilizzo delle piattaforme di delivery può contribuire ad aumentare la **visibilità del locale** grazie alla presenza nel marketplace della piattaforma, che per molti utenti rappresenta il punto di partenza nella ricerca di proposte ristorative nelle vicinanze. È però importante valutare attentamente la coerenza di tali strumenti con la propria offerta gastronomica, il posizionamento del locale e i costi associati, in particolare le commissioni applicate al servizio che possono incidere in modo significativo sui margini.

Supporto tecnologico e gestione degli ordini

Molte piattaforme offrono strumenti tecnologici che semplificano la gestione degli ordini. In alcuni casi mettono a disposizione tablet e stampanti per la gestione del processo di ordine e delivery, con la possibilità di integrare il sistema con il POS del locale, così da ricevere gli ordini direttamente nel registratore di cassa. Spesso il servizio può essere utilizzato anche con dispositivi già in possesso dell'esercente.



Le piattaforme possono inoltre supportare l'organizzazione operativa grazie ad algoritmi che tengono conto dei tempi di preparazione e delle variazioni di carico di lavoro durante la giornata. A questo si aggiungono la gestione dei pagamenti digitali e l'accesso a una rete di rider per le consegne.

Organizzazione dell'offerta e vantaggi per i clienti

Che il servizio di consegna venga gestito internamente o tramite piattaforme esterne, può essere utile adattare il menu con piatti che siano facili da trasportare e che mantengano nel tempo qualità e caratteristiche.

Per i clienti, la possibilità di ordinare dal proprio bar o ristorante preferito tramite smartphone o computer permette di rispondere a diverse esigenze quotidiane, come una cena in famiglia, un pranzo durante lo smart working o una serata improvvisata con amici.

Oggi l'uso della tecnologia per ordinare cibo a domicilio è ormai consolidato: molti clienti si aspettano di poter consultare il menu, ordinare e pagare online. Se questa possibilità non è disponibile, è probabile che scelgano un altro locale che offra il servizio.

In sintesi

I sistemi per ordini online, consegna e asporto consentono a bar e ristoranti di ampliare i canali di vendita e rispondere alle nuove abitudini dei clienti. Possono essere integrati nei sistemi digitali già utilizzati dal locale oppure gestiti tramite piattaforme di food delivery, che offrono anche strumenti tecnologici e servizi logistici. Se ben organizzato, un sistema per ordini, consegna e asporto permette di aumentare la visibilità del locale, ottimizzare il lavoro in cucina e generare nuove opportunità di ricavo.



Fonti:

[1] Per approfondimenti si rimanda agli articoli [Self-service digitale: come cambia l'ordine nella ristorazione veloce](#) e [Sistema di prenotazione online nel ristorante: come funziona e perché conviene](#).

[2] Fipe, Rapporto Ristorazione 2024.

[3] Fipe, Rapporto Ristorazione 2025, pp. 105, 107.

Fonti per le immagini:

McLittle Stock da shutterstock.com

SCOPRI DI PIÙ



Questo articolo fa riferimento al Focus [Tecnologia e Ristorazione](#), scritto 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.