Pagamenti, la nuova frontiera. Mastercard a fianco dei leader del food

rossopomodoro-4-ae0ca42b

Pagamenti: l'ultimo step del processo d'acquisto non è certo il preferto dai consumatori.

E non solo per la sensazione (poco gradevole) di veder alleggerire il proprio portafoglio. Quello che non piace (a dirlo una recente ricerca di Barclays) è specialmente l'attesa. Vissuta con insofferenza dall'85% del campione.

Quindi è sui pagamenti che bisogna lavorare. E il margine d'intervento è ancora molto ampio, specialmente in Italia dove le carte e i sistemi conctless segnano ancora il passo rispetto agli altri Paesi.

Si inseriscono in questo scenario le novità presentate oggi nel corso del Salone di Pagamenti promosso da **ABI** e frutto di una partnership tra **Mastercard** (con la sua piattaforma **Masterpass**) e tre leader del food: **Eataly Net**, **Rossopomodoro** e **Roadhouse Restaurant**.

Tre case history emblematiche di come sia possibile ottimizzare i processi commerciali. Infatti - come ha ben sottilineato **Paolo Battiston, Division President Italy & Greece di Mastercard**, introducendo i tre interventi - "i pagamenti elettronici oggi hanno realmente il potere di abilitare i processi aziendali e di ottimizzare la diffusione dei servizi".

Basta un'App

Stando alla ricerca Barclays, spiega **Franco Manna, fondatore di Rossopomodoro e CEO di Sebeto**, la soluzione alla sempre più diffusa insofferenza verso i tempi di attesa del conto e la difficoltà a dividerlo fra commensali (spina nel fianco per il33% del campione), potrebbero essere risolti facilmente da un'app per il 49% degli intervistati.rossopomodoro_2

Che è poi quello che è successo sia nella catena Rossopomodoro che nei punti vendita Roadhouse Restaurant e che vedrà il suo esordio a fine mese: un'app che consente ai clienti di visualizzare in tempo reale l'ordine e di pagarlo stando seduti al tavolo. Non basta: ciascuno potrà decidere se pagarlo per intero o limitarsi a saldare la sua parte. Serve solo associare la propria Mastercard e dare il consenso al prelievo.

Tra le due catene le differenze operative saranno minime: mentre in Rossopomodoro il tavolo cui attribuire l'ordine verrà individuato tramite un QRCode, "nei Ristoranti Roadhouse - ci spiega **l'AD Nicolas Bigard-** l'associazione verrà concertata tra clienti e cameriere".

L'iper frigo

Per Eataly Net, invece, (oltre all'app integrata con la soluzione di pagamento Masterpass) l'innovazione sarà supportata anche da un terzo partner: Samsung che - con il suo frigorifero Samsung Family Hub dotato di scherma touch da 21 pollici- renderà possibile con un semplice click effettuare gli ordini direttamente dalla cucina della propria casa.

eataly_2"Su Milano - ha precisato **Andrea Casalini CEO** di **Eataly Net** - verrà aperto un filo diretto con Eataly Today (con la possibilità di consegne in giornata). Nel resto della Penisola, si lavorerà invece sulla piattaforma di e-commerce".