

INDAGINE INAPP

Tra commissioni e incassi in differita i ristoranti pagano un conto salato alle piattaforme digitali del delivery

CINZIA ARENA
Milano

Sono un'opportunità ma anche un costo considerevole. Per i ristoranti, e in generale le attività legate al turismo, l'adesione alle piattaforme digitali si rivela un'arma a doppio taglio: porta nuovi clienti ma ha delle regole imposte dall'alto. Le piattaforme applicano commissioni che superano, in un terzo dei casi, il 20% del valore degli acquisti. In media per i ristoranti si parla 18%, percentuale che scende al 16% nel turismo. Solo un'impresa su dieci paga un "prezzo fisso" alle app. Nella ristorazione il 68% dei contratti stipulati con le piattaforme (37% nel turismo) prevede clausole di dipendenza per l'incasso dei pagamenti e sette volte su dieci le condizioni contrattuali derivano dall'imposizione di clausole unilaterali. Così come unilaterali sono le richieste di modifica contrattuale da parte delle piattaforme (32% nel turismo e 20% nella ristorazione). Inoltre, un'impresa su quattro nella ristorazione non ha accesso a informazioni sulla propria clientela, una su otto nel turismo, con possibili ripercussioni per quanto riguarda le strategie di mercato.

È quanto emerge dal policy brief "L'Economia delle piattaforme digitali" presentato ieri dall'**Inapp** (Istituto nazionale per l'analisi

delle politiche pubbliche) nel corso di un seminario. Il lavoro trae spunto dall'indagine "**Inapp** Digital platform survey", che per la prima volta ha analizzato nel corso del 2022 un campione di circa 40mila imprese, che comprende anche micro-aziende con meno di tre addetti, rappresentativo delle 299mila imprese operanti in Italia nei settori della ristorazione, del turismo e dei trasporti terrestri.

«Esiste un rischio di dipendenza tecnologica, economica e finanziaria delle imprese dalle piattaforme, che richiama, anche se in misura ridotta, lo stesso rapporto sbilanciato che queste hanno coi lavoratori - ha sottolineato il presidente Sebastiano Fadda -. A partire dai sistemi di rating commerciale, che comportano potenziali rischi reputazionali, al 32% delle aziende della ristorazione e al 19% nel settore del turismo è capitato almeno una volta di perdere clienti per disservizi causati dalle piattaforme con cui lavorano, fino ai ritardi nei tempi di incasso dei pagamenti mediati dalle piattaforme».

Secondo l'indagine nella ristorazione le clausole di dilazione dei trasferimenti degli incassi dalla piattaforma all'impresa sono presenti in circa tre quarti dei contratti (il 37% nel turismo). Una pratica che rappresenta un costo e un fattore di rischio finanziario intrinseco nel caso di pagamenti tramite piattaforma. Le condizioni meno vantaggiose risultano applicate più frequentemente nel settore della ristorazione in cui nel 92% dei casi gli incassi mediati dalla piattaforma sono differiti nel tempo. In Italia le imprese che utilizzano le piattaforme digitali sono oltre 57mila: sono il 42% del totale di quelle turistiche e il 13% di quelle della ristorazione.



Peso:19%

ne. Nel biennio 2020-2021 il fatturato intermedio dalle piattaforme digitali rappresenta circa la metà del giro d'affari nel turismo e quasi un quinto dei ricavi nella ristorazione. Nell'ambito del turismo la distribuzione delle imprese che utilizzano le piattaforme è molto differenziata, con una prevalenza nelle attività alberghiere. In particolare, affittacamere o bed and breakfast e alberghi che superano il 75%. «Se è vero che una quota rilevante di imprese nel turismo faceva ricorso alle piattaforme già prima del 2020 - ha commentato Fadda - è altrettanto vero che per il 45% delle imprese della ristorazione che ha iniziato ad

utilizzare le piattaforme digitali per l'asporto durante la pandemia si è aperto uno spazio di mercato altrimenti sconosciuto, che ha consentito anche lo svolgimento di una funzione sociale. Tuttavia, sarebbe opportuno riequilibrare i rapporti tra piattaforme e imprese al fine di non imporre oneri eccessivi a queste e ai consumatori».

Il presidente Fadda:
il 13% dei pubblici esercizi
lavora con le app
per la consegna
di pasti a domicilio
Condizioni imposte
e costi eccessivi
rischiano di ripercuotersi
sui clienti



Peso:19%