

## Comunicato stampa

Basilea, 24 giugno 2025

# I metodi di pagamento digitali cambiano l'atteggiamento rispetto alle mance

Le mance rimangono parte integrante delle visite ai ristoranti in Svizzera, anche in tempi di aumento dei prezzi e pagamenti digitali. L'ultimo studio condotto dalla ZHAW School of Management and Law su incarico della Banca Cler mostra un cambiamento nell'atteggiamento rispetto alle mance. Ancora oggi la maggior parte dei commensali lascia sempre o spesso una mancia al ristorante con servizio, ma in seguito alla digitalizzazione le modalità, l'entità nonché la forma sono cambiate in modo significativo. Sebbene in termini di mance il denaro contante sia ancora predominante, esso sta perdendo importanza, soprattutto tra gli ospiti più giovani. Allo stesso tempo cresce l'importanza dei metodi di pagamento digitali.

### **Il denaro contante domina – nonostante i pagamenti digitali**

Il 69% degli ospiti preferisce lasciare la mancia in contanti. Ciò che colpisce particolarmente è che più della metà di coloro che pagano il conto con carta o smartphone continua a lasciare la mancia in contanti. Il 16% utilizza invece carte di debito, il 10% carte di credito e il 4% metodi di pagamento mobile come smartphone o smartwatch. Per il 27% degli intervistati, il fattore decisivo nella scelta del mezzo di pagamento è che la mancia venga percepita direttamente dalla persona che presta il servizio. Questa esigenza di controllo e trasparenza è particolarmente sentita nel contesto cashless, in quanto molti temono che le mance senza contanti non vengano distribuite in modo equo o che addirittura vengano trattenute dall'azienda.

Esistono differenze regionali: nella Svizzera italiana la percentuale di mance in contanti è dell'82%, nella Svizzera tedesca del 67%. Anche gli anziani sono più propensi a usare il denaro contante, e le donne più degli uomini.

### **La generazione più giovane lascia mance inferiori – per motivi finanziari**

Mentre il 72% degli over 50 dichiara di lasciare sempre o abitualmente la mancia, solo il 43% dei giovani tra i 18 e i 29 anni lo fa. Un altro 26% di questa fascia d'età lascia la mancia raramente o non la lascia mai. I motivi più comuni sono i prezzi già elevati dei ristoranti (22%) e le scarse risorse finanziarie (18%).

Tuttavia, emerge un quadro eterogeneo: circa un terzo dei giovani tra i 18 e i 29 anni lascia più mance oggi rispetto a qualche anno fa, ad esempio perché le proprie disponibilità economiche sono migliorate (26%) o perché è aumentato l'apprezzamento nei confronti del servizio (20%). Questa percentuale è significativamente più alta rispetto alle altre categorie di età.

«Il risultato evidenzia che la scarsa propensione delle giovani generazioni a lasciare mance è spesso legata alle loro disponibilità economiche e non a una diversa concezione di

apprezzamento o di remunerazione del personale di servizio», afferma il CEO della Banca Cler Samuel Meyer.

### **Entità delle mance: differenze a livello regionale e comportamento in base alla situazione**

Dopo una visita gradita in un ristorante servito, il 31% dei commensali lascia come mancia circa il 5% del conto, il 28% circa il 10%. Nella Svizzera tedesca la maggior parte delle persone lascia una mancia tra il 5 e il 10%, mentre nella Svizzera francese e in Ticino la mancia è più orientata verso il 5%. Più di una persona su quattro dichiara di non basare le mance su una percentuale fissa, ma di decidere in base alla situazione. È interessante notare che un terzo degli ospiti tende a lasciare mance più alte quando paga in contanti, mentre solo l'8% è più generoso quando usa mezzi di pagamento digitali.

### **Mance cashless: gli ospiti preferiscono libertà a suggerimenti**

Con il progressivo calo del denaro contante, la modalità di lasciare mance senza contanti sta diventando sempre più comune. Il metodo più diffuso è quello che prevede che gli ospiti dichiarino un importo totale comprensivo di mancia, che il personale di servizio inserisce sul terminale di pagamento – il 75% degli intervistati valuta positivamente questa procedura. Ciò potrebbe talvolta essere attribuito alla familiarità con questo metodo. I suggerimenti di percentuali predefinite sui terminali di pagamento sono invece meno apprezzati. Il 62% valuta negativamente questa procedura, soprattutto perché non vuole determinare la mancia in percentuale o si sente messo in difficoltà dai suggerimenti. Anche la richiesta diretta di mance da parte del personale di servizio è vista in modo particolarmente critico: ha ottenuto l'indice di gradimento più basso tra tutte le varianti testate. «Le mance devono rimanere facoltative, anche quelle senza contanti», sottolinea Samuel Meyer. «Se gli ospiti si sentono messi alle strette, perdono la voglia di lasciarle.»

### **Conclusione: la digitalizzazione è un'opportunità se l'aspetto umano non viene tralasciato**

Lo studio mette in luce che in Svizzera la mancia è molto più di un riconoscimento finanziario facoltativo nei confronti di un buon servizio: rimane una parte saldamente ancorata delle norme sociali ed è espressione di apprezzamento. «È importante che le modalità secondo cui vengono lasciate le mance siano semplici e trasparenti. Il denaro contante continua a essere predominante, ma le opzioni cashless stanno acquisendo sempre maggiore importanza», sottolinea Samuel Meyer. Allo stesso tempo cambiano le aspettative: gli ospiti vogliono decidere liberamente come e quanto lasciare di mancia, senza pressioni o automatismi.

Per il settore della ristorazione e i fornitori di servizi di pagamento, ciò significa che le soluzioni digitali devono essere in linea con le esigenze degli ospiti, con particolare attenzione a libera scelta, controllo e semplicità. In tal caso la digitalizzazione può non solo migliorare i processi, ma anche rafforzare la motivazione a lasciare mance.

La Banca Cler ha sintetizzato nel dettaglio in un utile Galateo delle mance le usanze in materia in vigore all'estero: [cler.ch/mancia](https://cler.ch/mancia).

#### **Dettagli sul sondaggio**

*Il sondaggio è rappresentativo per la popolazione svizzera ed è stato condotto dalla ZHAW su incarico della Banca Cler. Per questo studio, ad aprile 2025 1000 persone di età compresa tra i 18 e gli 81 anni residenti nella Svizzera tedesca,*

*francese e italiana sono state intervistate tramite il panel online «spaziodopinione.ch» sul tema della mancia nei ristoranti serviti. La valutazione per età è stata suddivisa in tre categorie: 18-29 anni, 30-49 anni nonché 50 anni e oltre.*

**Per ulteriori informazioni:**

Natalie Waltmann

Responsabile Comunicazione

Banca Cler SA, CEO Office

Telefono: +41 (0)61 286 26 03

E-mail: [natalie.waltmann@cler.ch](mailto:natalie.waltmann@cler.ch)

**Profilo conciso**

La Banca Cler SA è una banca svizzera con sede principale a Basilea che orienta la sua offerta alle esigenze della clientela privata e immobiliare nonché al Private Banking. «Cler» è un termine romancio che significa chiaro, semplice e comprensibile. Il nome è di per sé un programma: la Banca Cler semplifica e rende comprensibili le operazioni bancarie ed offre una consulenza su un piano di parità. Con le sue succursali è presente in tutte le regioni linguistiche. Inoltre con Zak ha lanciato sul mercato la prima app di neo-banking svizzera. La Banca Cler è una società controllata al 100% dalla Basler Kantonalbank.

**Dati importanti e download**

A partire dalla data di pubblicazione, sul sito web [www.cler.ch](http://www.cler.ch) si possono scaricare comunicati stampa ([link diretto](#)) nonché informazioni aggiornate che contengono, tra l'altro, ulteriori indicazioni sulla nostra attività e sull'andamento degli affari.