

Du cash au sans contact : pourquoi les paiements fluides sont la clé du succès dans la restauration

Par Nicolas Lubeth, France Country Manager chez myPOS

Le secteur de la restauration et des boissons (CHR) en France connaît une transformation majeure, portée par l'essor des solutions de paiement innovantes et des systèmes de commande digitale. Face à des clients toujours plus exigeants en matière de rapidité et de simplicité, et à la hausse des coûts opérationnels, adopter ces nouvelles technologies n'est plus un luxe, mais une nécessité pour rester compétitif.

Transactions sans accroc

La France affiche une adoption massive du paiement sans contact avec près de deux Français sur trois ([65 %](#)) utilisant le paiement mobile sans contact en 2025. Les consommateurs attendent désormais des transactions rapides, que ce soit pour un café à emporter ou un dîner gastronomique.

Les portefeuilles mobiles comme Apple Pay ou Google Wallet simplifient encore l'expérience, permettant de regrouper moyens de paiement et cartes de fidélité. Cette évolution réduit les temps d'attente et améliore l'expérience client, notamment dans les établissements à fort trafic comme les brasseries ou les chaînes de restauration rapide.

Les systèmes de caisse intégrés révolutionnent également la gestion des établissements. Bien plus que de simples terminaux de paiement, ils offrent des analyses en temps réel, la gestion des stocks et des outils de fidélisation. En analysant les données de transaction, les restaurateurs peuvent adapter leurs offres et booster la satisfaction client.

Commande digitale

La façon de commander évolue rapidement. En 2024, [42 %](#) des Français utilisaient déjà une application ou un site pour commander à emporter ou en livraison. Les plateformes

de commande en ligne, applications mobiles et bornes en libre-service deviennent peu à peu incontournables, offrant aux clients plus de flexibilité et de confort.

Les bornes de commande, désormais courantes dans les fast-foods et certains restaurants, permettent aux clients de passer commande et de payer sans attendre le personnel, ce qui réduit les files d'attente et améliore l'efficacité du service.

Les applications mobiles vont encore plus loin, offrant une expérience sur-mesure avec des recommandations personnalisées, l'accès à l'historique des commandes et des avantages fidélité exclusifs. Elles permettent également de consulter les menus, de personnaliser les commandes et de programmer des retraits ou des livraisons, sans avoir à appeler ou à se déplacer.

L'intelligence artificielle (IA) joue également un rôle croissant dans la commande digitale. Les chatbots assistent les clients, proposent des recommandations et répondent aux questions fréquentes, rendant l'expérience encore plus fluide. La personnalisation permise par l'IA favorise la fidélisation et incite à la récurrence.

Défis à venir

Si les bénéfices des paiements fluides et de la commande digitale sont évidents, les restaurateurs français doivent relever plusieurs défis.

Avec [584,6 millions](#) d'euros de fraude sur les moyens de paiement au premier semestre 2024 en France, la cybersécurité s'impose comme un enjeu majeur. Les entreprises doivent investir dans le chiffrement, la tokenisation et l'authentification forte pour protéger les données clients.

L'intégration avec les systèmes existants reste complexe. Beaucoup d'établissements fonctionnent encore avec des technologies anciennes, peu compatibles avec les solutions modernes. La modernisation implique des investissements en matériel, logiciel et formation du personnel.

Dans un contexte toujours marqué par un nombre important de fermetures, notamment dans la restauration, le coût initial peut représenter un frein, surtout pour les indépendants. En 2024, [3 577](#) restaurants traditionnels ont fermé leurs portes en France, soit une hausse de 6 % par rapport à 2023. Même si les solutions digitales génèrent des économies à long terme, leur déploiement nécessite un investissement de départ non négligeable.

La réussite dépend aussi de la capacité des équipes à s'appropriier ces nouveaux outils. Une formation complète est indispensable pour garantir un accompagnement client efficace et une résolution rapide des éventuels problèmes.

Opportunités pour les restaurateurs français

Adopter ces technologies offre de nombreuses opportunités. Les plateformes digitales permettent d'engager les clients via des promotions personnalisées, des programmes de fidélité et des retours directs. L'automatisation réduit les erreurs, accélère le service et libère du temps pour l'accueil et le conseil. La commande en ligne et la livraison ouvrent de nouveaux débouchés, au-delà du point de vente physique. Enfin, rester à la pointe des tendances technologiques permet de s'adapter rapidement à l'évolution des attentes et de devancer la concurrence.

Et après ?

Le futur du paiement et de la commande dans la restauration sera encore plus digitalisé.

Les expériences de commande et de fidélisation hyper-personnalisées, portées par l'IA, vont se généraliser. La France se rapproche d'une société sans cash : alors que [43%](#) des transactions se faisaient en espèces en 2024, la tendance est à la baisse, avec une suppression progressive attendue d'[ici 2027](#). Les restaurants devront privilégier le sans contact, les portefeuilles mobiles et, demain, l'authentification biométrique.

L'expérience digitale fluide et mobile-first deviendra la norme, avec des sites et applications optimisés pour le smartphone afin de rester compétitif.

Le modèle du magasin sans caisse ("just walk out"), déjà testé dans certains commerces, gagne du terrain et pourrait bientôt redéfinir l'expérience en restauration rapide, en supprimant totalement les files d'attente et le passage en caisse.

L'intégration de solutions de paiement innovantes et de systèmes de commande digitale transforme en profondeur le secteur CHR français. Bien que des défis subsistent, les établissements qui sauront anticiper ces évolutions, adopter des paiements sans friction et placer la personnalisation de l'expérience client au cœur de leur stratégie seront les mieux armés pour prospérer dans un marché en pleine mutation.