Con Just Eat al via la prima Digital Street Food Area a Netcomm Forum

daniele-contini-country-manager-je-italy-2dedb916

Una **digital street food area** tutta italiana, quella che per la prima volta, a **Netcomm Forum 2018**, in programma a MiCo il 30 e 31 maggio, porterà l'innovazione del **food delivery in versione street food** all'interno di un evento dedicato al business, al networking e alla formazione, per ordinare un business lunch o anche solo gustarsi un momento di break, direttamente via app.

L'idea, inedita per l'edizione 2018, nasce grazie a **Just Eat**, l'app leader per ordinare online pranzo e cena a domicilio in tutta Italia e nel mondo, con l'obiettivo di contribuire all'innovazione della ristorazione di Netcomm Forum, offrendo la possibilità di un'esperienza di digital food delivery anche fuori casa, all'insegna del trend dello street food e in modo facile, veloce e conveniente, soprattutto durante i tempi frenetici di un evento dedicato al business.

Come funziona? Grazie a Just Eat, sarà possibile ordinare il proprio street food da 3 food truck partner dell'applicazione e presenti all'interno della digital street food area, tutto senza farsi mancare da bere, grazie a uno speciale temporary bar realizzato da Street Food Experience per l'occasione. Arrivati a MiCo sarà possibile geolocalizzarsi, scegliere uno dei food truck "Netcomm" e fare il proprio ordine, pagando dallo smartphone con carta di credito o PayPal. Sarà possibile poi ritirare il proprio street food direttamente da ogni truck e gustarlo nell'area digital street food. A Netcomm Forum sarà possibile assaggiare i tramezzini di **TRAM**, Laboratorio del tramezzino veneziano, le lasagne in versione roll e chips di **SorryMama** e il gelato di **Rigoletto**, tutti ristoranti partner di Just Eat che per l'occasione si trasformeranno in veri digital food truck.

Dopo il successo della "Just StrEAT Week" realizzata in Via Ventura a Milano durante la Design Week 2018, Just Eat ripropone, questa volta accanto a Netcomm Forum, una versione innovativa e cool di vivere il **food delivery all'interno di eventi, outdoor e indoor**, con la possibilità di mettere a disposizione un servizio utile, efficace e ideale per condividere il cibo, o meglio, il proprio "digital street food".

“La scelta di far vivere il mondo del digital food delivery in un contesto dedicato alle imprese e al business come quello di Netcomm Forum, nasce dalla volontà di portare e far toccare con mano, in un contesto B2B, un’esperienza utile, veloce e ingaggiante anche “fuori casa”, sottolinea **Daniele Contini** , Country Manager di Just Eat in Italia. “Il digitale sta infatti ridefinendo le frontiere del business in moltissimi ambiti, influenzando una trasformazione delle esperienze dei clienti e aprendo nuove opportunità e sfide, ed è proprio in questa direzione che sta andando anche il settore in cui operiamo, un segmento che continua a crescere con un peso sempre più rilevante. Il nostro servizio ha seguito infatti un trend in salita, chiudendo il 2017 con un incremento dei ristoranti partner del 41% in Italia e un’espansione territoriale di oltre il 40%, passando da poco più di 500 città a oltre 800 in cui il servizio è disponibile. Una crescita esponenziale che ha segnato un **+70% degli ordini nell’ultimo anno** e che ha visto il raggiungimento di **oltre 1 milione di clienti**”.

Secondo le stime di Just Eat il valore del mercato del takeaway raggiunge una quota di **3.2 miliardi** con un peso del digital food delivery pari a circa il 7% dell’intero segmento. Secondo l’Osservatorio Just Eat, **il potenziale stimato sarebbe di oltre 10 milioni di persone**, dati che confermano e sostengono una ulteriore crescita futura in Italia che Just Eat, come leader, vuole guidare, mettendo alla portata di tutti un servizio per ordinare online cibo a domicilio decisamente smart, semplice e veloce, e quindi adatto davvero a tutti.

“Ci teniamo a questo aspetto di adattabilità e inclusione – continua Contini - perché pensiamo sia la chiave per rendere il servizio nazionale e **non solo con una presenza nelle grandi città**. Vogliamo diventare un punto di riferimento per un numero sempre maggiore di persone che vivono sul territorio, sia nelle grandi città che nei piccoli centri, unendo in una vera food community clienti e ristoranti partner”.

Nel 2018 per continuare ad essere il driver di questa evoluzione, trasformando sempre più gli ordini di cibo a domicilio online in una normale abitudine di consumo nella vita delle persone, Just Eat Italia punta a **superare i 10mila ristoranti affiliati** sul territorio nazionale e a incrementare considerevolmente il numero di clienti entro la fine dell’anno, oltre a consolidare il ruolo di acceleratore di business per la ristorazione italiana.