# Just Eat: gli italiani e il food delivery in tempi di coronavirus

just-eat-food-delivery-7f839d57

A oltre un mese e mezzo dal lockdown del Paese, **Just Eat**, app leader per ordinare pranzo e cena a domicilio in tutta Italia e nel mondo, realizza un focus dell'Osservatorio annuale sul mercato del cibo a domicilio, per **analizzare i consumi del food delivery tra marzo e aprile 2020** e i cambiamenti o le conferme nelle abitudini degli italiani a domicilio, ma anche preferenze, temi importanti, comportamenti e priorità in questo momento di difficoltà.

L’emergenza sanitaria ha infatti disposto necessarie misure restrittive per contenere il contagio, riducendo al massimo gli spostamenti e costringendo tutti a restare a casa, per molti anche a lavorare da casa, oltre a imporre fondamentali chiusure per aziende e mercati, tra cui quello della ristorazione. Ma come ha influito questa emergenza sui gusti degli italiani a tavola e sulle loro abitudini a domicilio?

Il **food delivery**, che resta **consentito per ristoranti, locali e pizzerie chiuse al pubblico**, rappresenta per il oltre il 90% del campione intervistato un **servizio importante o essenziale** in questo momento, cogliendone l’importanza soprattutto per i ristoranti, che possono continuare a fare consegne, nonostante siano chiusi al pubblico (66%) ma anche per chi ordina ed è costretto a casa (30%). **Quasi il 60% del campione rivela inoltre di ordinare cibo a domicilio in questi giorni**, mentre chi non lo fa dichiara come motivazione principale di dedicarsi soprattutto alla cucina, passando molto tempo in casa.

Spiega **Daniele Contini**, Country Manager di Just Eat in Italia: “Stiamo affrontando un momento di grande emergenza e in continua in evoluzione per tutti i mercati. Una situazione che ha un impatto sul nostro quotidiano, sulle abitudini e sui consumi. In particolare crediamo che il consenso e il prosieguo delle consegne a domicilio per la ristorazione, sia un passo importante per il food delivery come servizio, in alcuni casi essenziale, in questo momento di crisi, e per questo stiamo facendo tutto il possibile per supportare i ristoratori che hanno deciso di cogliere questa opportunità, operando nel rispetto delle misure precauzionali”.

Si riscontra inoltre un **incremento della richiesta di attivazione del servizio da parte dei ristoranti** e anche da parte di realtà che non ne usufruivano in precedenza, e che vedono nel food delivery un supporto concreto al proprio business. Tra questi anche brand popolari che possono in questo modo continuare a offrire le proprie specialità ai clienti, e ai clienti stessi la possibilità di riceverli direttamente a casa. Una crescita, quella di Just Eat, che oggi ha raggiunto una presenza sul territorio in **oltre 1.100 comuni e più di 105 province**, in ogni regione italiana, con oltre 13.500 ristoranti partner e oltre 35 milioni di pasti consegnati dal 2014.

“Questa espansione territoriale - prosegue Contini - vuol dire per noi poter essere un supporto concreto e di sviluppo per tutto il mercato della ristorazione, non soltanto nelle grandi città, ma anche nelle province e nei centri più piccoli, coprendo ad oggi con il servizio il 64% della popolazione e il 100% dei comuni con più di 50mila abitanti”.

## I cibi più ordinati e i trend del periodo

La **pizza** si conferma sempre al primo posto come il piatto più ordinato, seguita dall’**hamburger**, dal **sushi**, dal **pollo** e dalla **cucina italiana**, soprattutto in alternativa al cucinare a casa in questi giorni di isolamento. Una new entry assoluta è invece il **gelato** che si inserisce in classifica al quinto posto tra le cucine più ordinate nelle ultime tre settimane, a differenza dei trend dei periodi “più standard” quando sfiora ma non rientra in top 10.

Tra i principali trend di crescita si attestano poi proprio i dolci e i gelati (+133%), ma anche sushi e cibo giapponese nei formati da mangiare in famiglia e in gruppo, come le barche e i mix (+124%) e le ormai famose pokè bowl (+54%). Emergono inoltre trend specifici come la **crescita dei menù dedicati al pranzo**, utili per chi lavora da casa, quelli per i più piccoli (menù baby), dolci e sfiziosità, birre artigianali e qualche bottiglia di buon vino.

Questi trend di scelta spiegano anche i desideri che spingono gli italiani a ordinare food delivery e che emergono dal campione di 30.000 clienti intervistati. Se infatti, in questo momento, a ordinare sono più gli uomini delle donne (60% vs 56%), il primo motivo per farlo è regalarsi una coccola (59%), soprattutto per le donne (56%), ma anche una comoda alternativa all’andare a fare la spesa, limitando così il numero delle uscite (48%). Per chi è in smart working è pratico ordinare a pranzo o a cena non avendo tempo di cucinare (15%), soprattutto per gli uomini (56%), e per evitare le code ai supermercati e le attese per la spesa online (17%).

Esplorando poi le diverse fasce di età, emerge la voglia di staccare la spina con il food delivery ordinando qualcosa di goloso soprattutto per la fascia 18-25 anni, l'ordine a pranzo soprattutto per i giovani dai 26 ai 35 anni, l'evitare la coda ai supermercati o l'attesa per la spesa on-line per i 36-45 anni e un'alternativa all'andare a fare la spesa, limitando il numero di uscite, soprattutto per la fascia 45-54 anni.

## Pasqua: la top 10 del food delivery

Tra le scelte degli italiani a domicilio, al primo posto c'è la **pastiera artigianale napoletana**, anche in versione monoporzione, seguono i **menù di Pasqua e Pasquetta**, messi appositamente a disposizione nei menù dei ristoranti su Just Eat, le **patate al forno**, la **colomba** e il **gelato artigianale** , la **lasagna** anche al pesto, il **misto di carne grigliata**, il **tiramisù**, il **casatiello** e la **torta pasqualina** . Oltre a queste proposte tematiche, tra i piatti più ordinati, oltre la pizza bene il **risotto** nelle sue più varie varianti, la **birra**, gli **antipasti**, gli hamburger e i dolci vari, seguiti da **uramaki**, gelato, **panini**, **pasta** e pollo. Ed è proprio su birra e vino che si è condensata la crescita di Pasqua nel food delivery, accompagnando altri piatti che dimostrano la crescita più importanti in termini di ordini: gli arrosticini, gli antipasti di mare e di terra, le tigelle e le specialità di carne. **Bene anche i cocktail a domicilio**.

## La sicurezza importante per le consegne a domicilio



Nella fotografia degli italiani e il food delivery durante il lockdown **il tema della salute e della sicurezza resta di grande importanza**, sia per coloro che ordinano, ma anche per Just Eat, i ristoranti e i rider che effettuano le consegne. Ecco perché sono state introdotte, fin dall'inizio, una serie di misure, che si rivelano importanti anche per i rispondenti al survey, e che utilizzano le consegne a domicilio su Just Eat in questo momento.

Per il 65% è importante che il fattorino indossi **mascherina e guanti** (soprattutto per le donne, 53%), distribuzione che Just Eat sta svolgendo per i tutti i rider in tutta Italia. Ma non solo.

Fondamentale anche la **consegna contactless**, richiesta dal 60% di chi ha dichiarato di ordinare a domicilio in questo periodo e operativa su Just Eat già da alcune settimane. Altrettanto importante il **pagamento elettronico** (57%), in particolare per le donne (49%) così come i **sacchetti del cibo ben chiusi** (47%), tutte misure che l'app, anche in collaborazione con **AssoDelivery e Fipe** ha messo in atto sin da subito.

"Crediamo - conclude Contini - che lo sviluppo del digitale abbia ancora un enorme potenziale legato al food delivery, basti pensare che in Italia ancora solo il 18% del mercato è appunto digitale. In questo momento nuovi clienti e nuovi ristoratori si sono avvicinati al take away digitale, cambiando radicalmente le proprie abitudini di consumo e di business, e **ci aspettiamo che questo trend possa persistere anche dopo questo momento di difficoltà**, proprio come potenziale di grande sviluppo e digitalizzazione anche del mercato della ristorazione".