Just Eat, cibo a domicilio cresce in digitale: +30% i ristoranti su app

just-eat-1-bd8f04dd

Just Eat presenta i risultati del quarto **Osservatorio sul mercato del digital food delivery in Italia** e gli impatti del lockdown. Le nuove tendenze e abitudini degli italiani, il mercato e la crescita dei ristoranti. Insieme a Bva Doxa rivela anche sei identikit di chi mangia a domicilio, tra scelte ed emozioni di chi ordina.

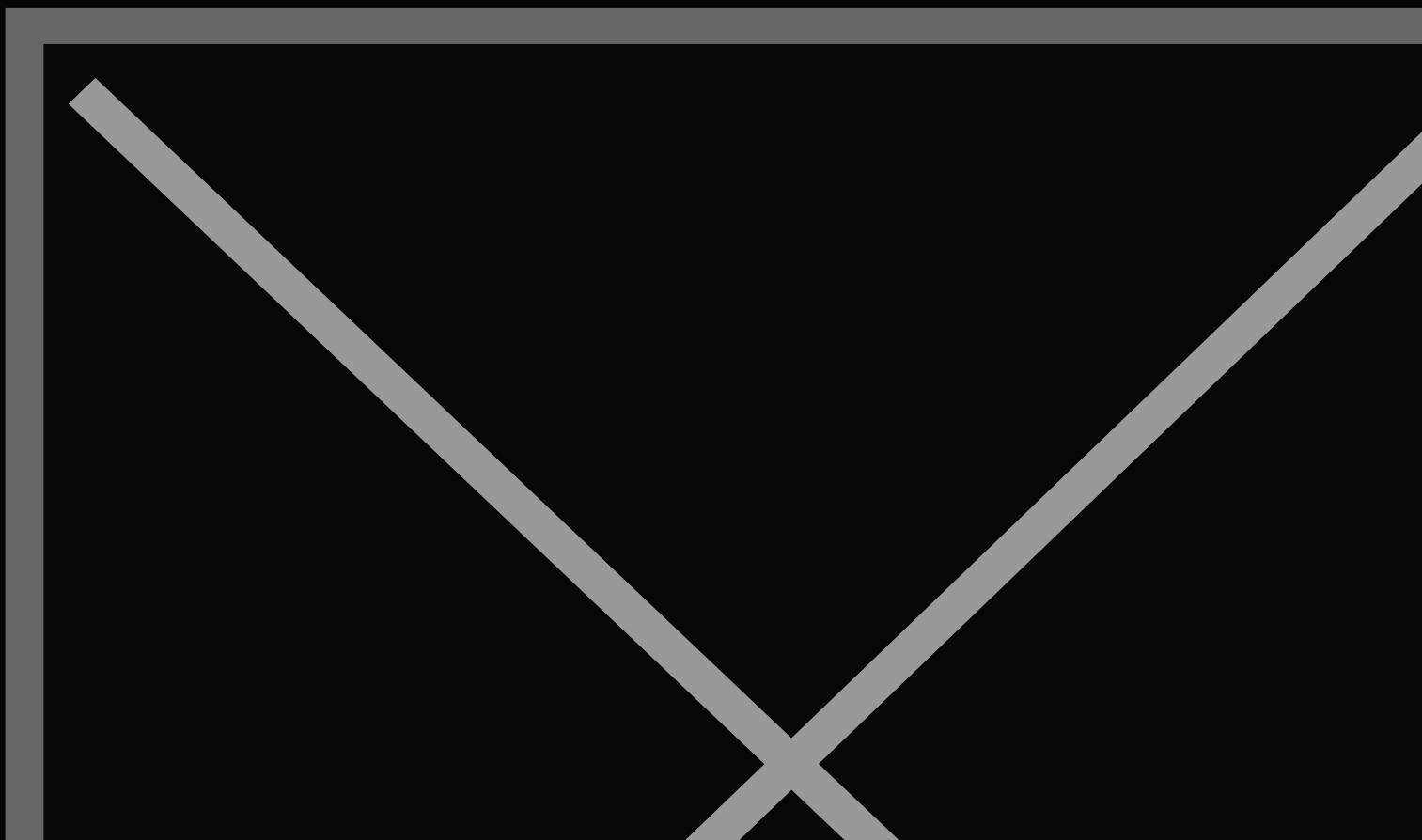
Le evidenze dell'Osservatorio Just Eat

Il **digital food delivery** continua a crescere in Italia, rappresentando **tra il 20% e 25% dell'intero settore del domicilio**, con un incremento rispetto al 2019 guidato dalle province e fuori dalle grandi città come Roma e Milano, oltre che da un aumento di domanda e offerta. Su Just Eat, nell'ultimo anno sono **cresciuti del 30% i ristoranti ha scelto il digitale per ampliare business e clientela**, con richieste sul servizio 5/6 volte superiori durante il periodo di lockdown, e si è registrata un'espansione e rafforzamento della presenza territoriale di un ulteriore +12% guidata da Sardegna, Piemonte, Marche ed Emilia-Romagna, arrivando a servire con Just Eat il 66% della popolazione nazionale.

In questa direzione Just Eat, app leader per ordinare online cibo a domicilio in tutta Italia e nel mondo, e parte di Just Eat Takeaway.com, leader nel mercato della consegna di cibo a domicilio e top player assoluto fuori dalla Cina, presenta i risultati del quarto Osservatorio annuale sul mercato dell'online food delivery, analizzando in questo nuovo appuntamento della "Mappa del Cibo a Domicilio in Italia" 30 città della Penisola. Nell'analisi non solo i trend dei consumi, le cucine e i piatti più amati ed emergenti e le abitudini lungo tutto il territorio, ma per la prima volta anche nuove evidenze sulle emozioni (food mood), le occasioni e le modalità di condivisione che guidano le scelte degli italiani in fatto di food delivery.

“Mai come quest’anno il food delivery si è dimostrato un servizio essenziale per gli italiani, portando direttamente a domicilio, in modo facile, veloce e sicuro, cucine e piatti preferiti, e rispondendo in modo positivo anche in un contesto storico difficile. Secondo un sondaggio che abbiamo condotto durante i mesi di lockdown, il food delivery si è dimostrato un servizio essenziale per il 90% degli intervistati”, commenta **Daniele Contini**, Country Manager di Just Eat in Italia. “Ma non solo. Anche il settore della ristorazione ha visto una crescita importante nella digitalizzazione, arrivando a un +30% di ristoranti che hanno scelto Just Eat come partner per gli ordini a domicilio, e contando così oltre 16.500 ristoranti partner sulla piattaforma, con una copertura del 100% dei comuni con più di 50.000 abitanti e il 66% degli italiani (40 milioni) che possono ordinare su Just Eat da almeno un ristorante. Si tratta di un mercato che nel 2021 prevediamo possa raggiungere il valore di 1 miliardo di euro a livello nazionale con un ulteriore sviluppo nei centri medi e più piccoli”.

Tra le novità dell’Osservatorio, oltre a una sezione dedicata ai consumi durante e post i mesi del lockdown, anche un’attenta **analisi dei “food mood”**, intesi come emozioni e occasioni, che guidano le scelte degli italiani quando ordinano cibo a domicilio online. La ricerca, condotta da Just Eat, rivela come il 62% si affidi al food delivery quando si sente positivo e con una sensazione di serenità, che insieme al 40% di chi lo fa quando si sente emozionato e con una sensazione di piacevole attesa e al 33% di chi ordina quando è soddisfatto e con sensazione di orgoglio, rivelano come il food delivery rappresenti un compagno per condividere emozioni positive. Il 56% invece ordina quando ha una sensazione di stanchezza mentale e cerca slancio e stimoli, mentre solo il 21% lo fa perché triste e con una sensazione di smarrimento e vede in un buon piatto una leva per ritrovare gioia.



Le occasioni di consumo, il riflesso dei food mood di chi ordina

Top 5 food mood

1. Positività
2. Relax
3. Emozione
4. Soddisfazione
5. Tristezza

Top 5 occasioni di consumo

1. Giornate intense
2. Raggiungimento di un successo
3. Cattivo umore
4. Esperienze di socialità
5. Sperimentazione di qualcosa di nuovo

Anche le occasioni di consumo riflettono gli stati d'animo di chi ordina. Serenità e felicità fanno ordinare in occasione di esperienze di socialità, anche in famiglia (56%), festività e vacanze (51%), nuove avventure e cambi di vita (30%), compleanni e anniversari (23%), con la famiglia (39%) e il partner (30%) e che si vivono soprattutto durante il weekend (52%). Il food delivery viene scelto quando si è orgogliosi e soddisfatti (65%), nel caso del raggiungimento di un successo lavorativo o scolastico, cui segue il superamento di una sfida difficile (47%) o il ricevimento di un premio (19%). Anche in questo caso la condivisione avviene in primis con la famiglia (40%) e con il partner (28%), più raramente con amici (19%), anche in relazione ai mesi di lockdown, e da soli (13%).

Tra chi ordina quando si sente emozionato, spiccano invece momenti legati alla sperimentazione di qualcosa di nuovo (56%) o di importante (41%) e rispetto ad altri food mood qui emerge la condivisione con gli amici (22%) e la tendenza a ordinare nel weekend (52%). Ma il food delivery può rappresentare una fonte di gioia anche nelle situazioni meno piacevoli, al termine ad esempio di intense giornate lavorative o scolastiche (96%), vivendo l'esperienza da solo (36%) o in compagnia della famiglia (30%), se possibile nel weekend (72%), in uno stato d'animo di cattivo umore (65%) e delusioni personali o professionali (58%), ordinando per ritrovare uno slancio positivo nei propri piatti preferiti, da gustare preferibilmente da solo (52%) e in settimana (67%).

Gusti e tendenze del food delivery in Italia

La Mappa del Cibo a Domicilio in Italia aggiorna anche la classifica della top 10 delle cucine più ordinate dagli italiani, che conferma la predilezione per la **pizza** - nella classica e intramontabile margherita, seguita dalla piccante diavola e dalla variegata capricciosa - ma anche l'amore ormai consolidato per l'**hamburger**, in cui però lo storico cheeseburger passa in testa al podio surclassando la versione con bacon del 2019, e per il **giapponese**, che resta saldo in terza posizione grazie ai tanto amati nigiri, edamame e uramaki Philadelphia. E se a seguire si posiziona nuovamente la cucina **cinese**, è dal quinto posto in poi che si registrano le maggiori novità.

Italiani e food delivery: cucine più amate e trend emergenti

Top 10 cucine più ordinate

1. Pizza
2. Hamburger
3. Giapponese
4. Cinese
5. Pollo ?
6. Dolci ?
7. Panini ?
8. Poké NEW!
9. Messicano ?
10. Greco NEW!

Top 10 cucine più in crescita

1. Poké
2. Gelato
3. Specialità di pesce
4. Kebab
5. Hamburger
6. Pinsa
7. Giapponese
8. Messicano
9. Pizza
10. Pollo

Si inizia con il pollo che scala la classifica di due posizioni, scambiandosi di posto con i panini, dove continua a farne da padrone la versione che lascia libera scelta degli ingredienti con cui comporlo in

base ai propri gusti. Seguono i dolci, ora al sesto posto, guidati soprattutto dal gelato, che anche durante il lockdown si è confermato come uno dei trend più in crescita del 2020. Anche i nuovi cibi stanno però consolidando la loro presenza nelle scelte degli italiani, come il poké quest'anno all'ottavo posto tra i più ordinati e non solo presente nei trend di crescita, il messicano in salita in nona posizione, anche grazie ai nuovi consumi di tacos e burritos e a ristoranti dedicati a questi piatti, e la cucina greca come altra new entry che cresce grazie a piatti come la pita, il tzatziki e l'insalata greca.

Oltre alle cucine più ordinate, lo studio rivela però anche le cucine più in crescita e i food trend del momento, in uno spettro che va dalla tradizione alle specialità oltreoceano, sintomo del legame degli italiani con le proprie origini culinarie, ma allo stesso tempo della voglia di sperimentare qualcosa di nuovo. Re indiscusso resta il poké, che registra anche quest'anno una crescita di richieste con +133%, ma è proseguendo nella classifica che si fanno largo grandi novità. Tra queste spicca il gelato, che ha registrato un incremento del +110% e che si è dimostrato protagonista degli ordini durante il lockdown e il caldo anticipato nei mesi di aprile e maggio. Nuove nella classifica dei food trend anche le specialità di pesce con +27% e del kebab con +23%. Segue l'hamburger (+21%) la pinsa (+19%), che conferma la riscoperta di prodotti regionali nel mondo del cibo a domicilio, la cucina giapponese in settima posizione con +16%, il messicano in ottava con +16%, e la pizza e il pollo in nona e decima con +15%.

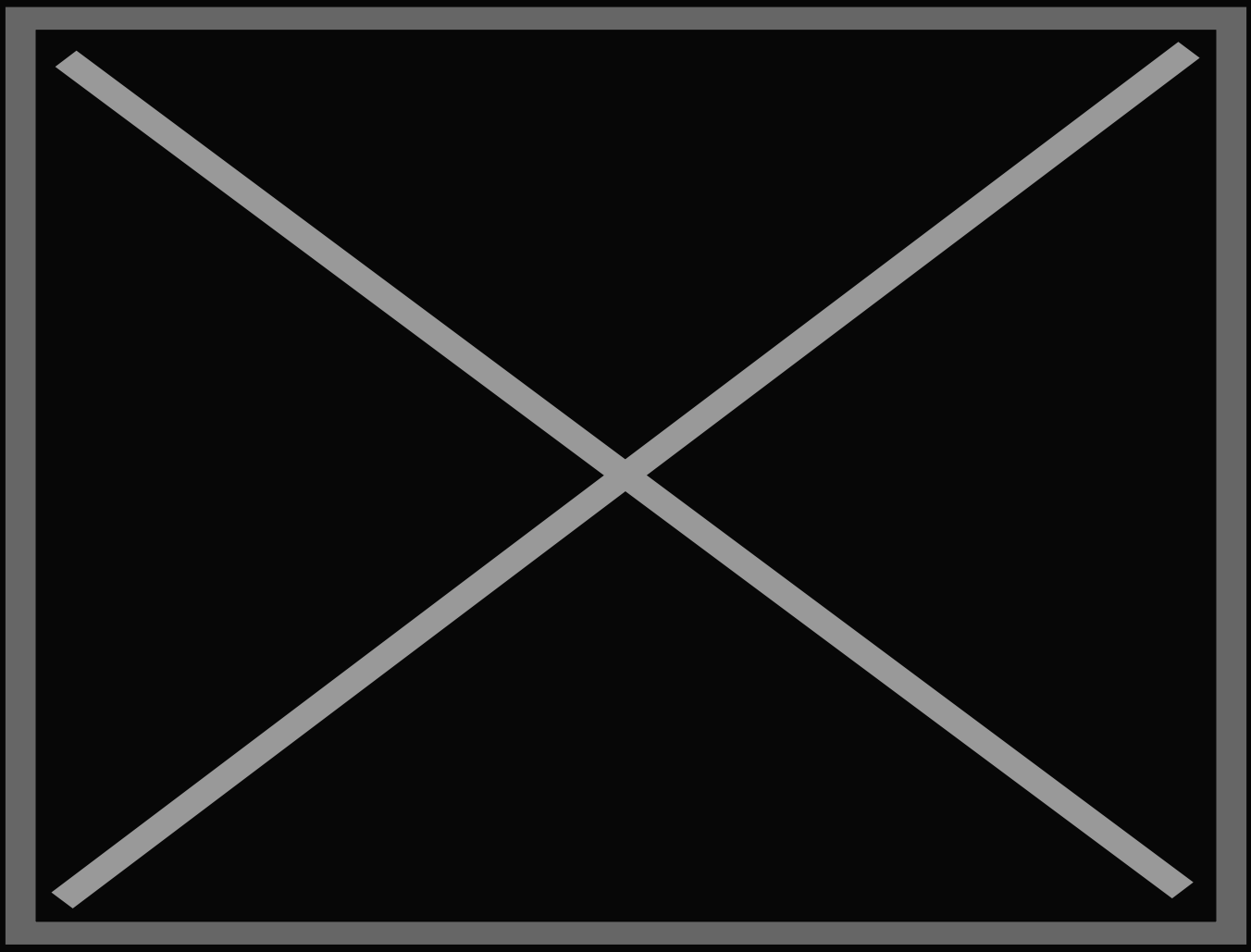
Non mancano alcuni **trend emergenti**, che hanno visto anche l'apertura di nuovi ristoranti dedicati a queste specialità: i **panzerotti**, con una preferenza per quello classico pomodoro e mozzarella, la **cucina mediorientale**, con falafel, jiaozi, baozi e amok, **bao e ravioli**, con in testa i ravioli cinesi di carne, **vegetariano** con l'hamburger e **thailandese** con pad thai, riso thai e pollo satay. E per quanto riguarda i piatti più ordinati a livello nazionale? Ecco la classifica che conferma in parte quanto registrato nel 2019: pizza, patatine fritte, involtini primavera, supplì, olive ascolane, riso alla cantonese, panino kebab, crocchette di patate, nigiri sake e ravioli cinesi alla griglia.

Food delivery durante il lockdown

La quarta edizione dell'Osservatorio pone l'accento anche sul periodo del lockdown, registrando differenze nelle abitudini e trend in cambiamento. Oltre a pizza, hamburger e giapponese infatti è il **gelato** ad aver scalato la classifica dei cibi più ordinati, dimostrando di essere anche quello con il numero maggiore di ordini in aumento (+230%) seguito dalle bevande, anche birre e vini (+128%) e dal giapponese che cresce comunque del +42% durante il lockdown insieme alle specialità di pesce con + 20% e alla cucina italiana, anche in relazione ai nuovi ristoranti nostrani che tra marzo e maggio hanno scelto il digital food delivery durante il periodo di chiusura. In particolare, l'incremento di

ristoranti si è fatto sentire di più in alcune zone, tra cui Foggia, Prato, Taranto, Salerno, Livorno e Pescara e, come a livello nazionale, ha coinvolto soprattutto piccole realtà locali che hanno scelto di restare aperti solo con le consegne a domicilio.

Crescono inoltre i pagamenti digitali e alcune specialità che hanno segnato i giorni di lockdown, come la Colomba, i menù per la famiglia e i bambini, i kit compleanno con dolci e vaschette di gelato.



Identikit dei mangiatori di cibo a domicilio

La ricerca sui “food mood” condotta da Just Eat ci offre anche uno specchio vero e proprio di quali sono le varie personalità degli amanti del food delivery, permettendo di ricostruire ben 6 “personas” nonché identikit, in cui i food lovers possono riconoscersi e individuati grazie alla collaborazione con Bva Doxa: l’Impegnata, la Smart Family, l’Esordiente, il Party Planner, il Tenace e la Coccolona.

? **L’Impegnata** è una giovane donna lavoratrice e per lei il food delivery è un utile alleato nella vita frenetica di tutti i giorni. A suo agio con il digitale che utilizza spesso per i pagamenti, è curiosa e ama

sperimentare, ordinando spesso da più ristoranti, con una spesa medio alta. Il delivery è relax, ordina quando è spossata e stanca, prediligendo pizza (72%), hamburger (45%) e cucina giapponese (35%), con il partner (32%), in famiglia (30%) o da sola (33%), in settimana (73%).

? Per la **Smart Family**, composta da uomini tra 40 e 45 anni, sposati o conviventi con figli, il food delivery è un'ottima occasione per stare insieme a famiglia o amici, prediligono l'aspetto sociale e preferiscono ordinare quando si sentono positivi e sereni. Ordinano in occasioni speciali affidandosi a pochi e fidati ristoranti e prediligendo pizza (67%) e cucina italiana (52%) da condividere con famiglia (59%) e amici, soprattutto nel weekend (51%).

? **L'Esordiente** è una giovane ragazza under 24, studentessa o che si affaccia al mondo del lavoro, vive con la famiglia o da sola. Per lei il food delivery è scoperta e novità, una prima esperienza che si affronta con un mix di emozione e attesa e che nasce dalla voglia di sperimentare qualcosa di nuovo. È spesso anche «l'interfaccia informatica» della sua famiglia, avendo il compito di gestire gli ordini per i propri genitori. Ordina il weekend (53%), pizza (59%) e cucina giapponese (47%) da condividere in famiglia (35%) o con il partner (33%).

? Il **Party Planner** è un giovane professionista under 35, impiegato o freelance e per lui il food delivery è l'invitato d'onore alle feste, per celebrare compleanni o anniversari, vacanze o nuove avventure. User molto attivo, ha la più alta varietà di cucine, dalla pizza alla cucina giapponese (50%), hamburger (45%), cucina cinese (35%), ma anche poké e cucina indiana da ordinare con il partner (100%) e nel weekend (54%).

? **Il Tenace** è un giovane studente e per lui il food delivery è un modo per festeggiare i successi e premiarsi. Classico utilizzatore di food delivery, è attivo quasi tutti i mesi prediligendo 2-3 cucine al massimo all'interno delle quali ama sperimentare. Festeggia soprattutto con cucine nazionali: pizza (62%), cucina giapponese e italiana a parimerito (42%), con il partner (31%) e durante la settimana (46%).

? **La Coccolona** è il target più giovane, studentessa o ragazza in cerca di occupazione under 34 uscita da poco di casa, per la quale il food delivery è la coccola per i momenti difficili. Ordina infatti soprattutto quando si sente triste e il food delivery è un utile alleato che fa rima con comfort food. User molto attiva che ama sperimentare, ordina pizza (66%) ma anche dolci (27%) e i panini (24%) da gustare da sola (68%), in settimana (65%) ma anche nel weekend se capita (28%).

Se facciamo poi una panoramica a livello nazionale e socio demografico, **i più attivi nel food delivery si confermano essere i Millennials insieme alla Generazione Z** con un totale del 55%, che mantengono il primato ordinando soprattutto pizza, hamburger, sushi e dolci e che tendono a variare di più utilizzando principalmente l'app, così come gli uomini che ancora una volta risultano essere quelli che ordinano di più a domicilio con un 52% vs 48% donne. Se guardiamo invece alla top

5 delle professioni che ordinano di più troviamo sul podio gli impiegati con il 41%, seguiti da studenti con il 22%, che cala rispetto al 2019 (30%) in virtù della chiusura di scuole e università a seguito del lockdown, liberi professionisti con il 7%, operai con il 5%, imprenditori con il 4% e disoccupati con il 3%.
Da Nord a Sud le abitudini città per città

Nel viaggio lungo la penisola incontriamo tendenze differenti, sia in termini di cucine in crescita sia di piatti più ordinati. Analizzando le 30 città all'interno della Mappa, si scopre un boom di gelato a Firenze (+600%), Padova (+400%) e Genova (+218%). La poké mania impazza nelle case degli italiani a Torino (+100%), Napoli (+150%) e Roma (+135%)! Non manca però la tradizionale gastronomia italiana, che aumenta a Monza e Reggio Emilia (+120%), così come quella giapponese che continua a tenere banco soprattutto a Pescara (+134%), mentre l'hamburger cresce sempre di più a Messina (+156%) e Cagliari (+102%). A distinguersi da tutte Rimini con le piadine (+220%). In un confronto generale Nord-Sud, emerge anche che al Nord si mangia più giapponese (quasi il 50% in più rispetto a Roma) e che si ordina il doppio del poké, oltre a registrare una passione per piadine e italiano. Al Sud l'hamburger fa da padrone, dimostrandosi la cucina più ordinata di Napoli, insieme a dolci, pinsa, pollo e messicano.

La crescita nelle città tra offerta e consumi

Altra nota importante da sottolineare a livello di città, è come **il digital food delivery continui a crescere soprattutto fuori dalle grandi città**, in quelle tra 100.000 e 200.000 abitanti e nei comuni con meno di 50.000 abitanti. È soprattutto qui infatti che si registra una maggiore crescita di domanda e offerta, con un importante incremento dei ristoranti sull'app (+30% nell'ultimo anno), ma anche degli ordini, per i quali durante il lockdown si è inoltre registrato un aumento nell'uso del digitale in relazione anche ai pagamenti digitali, preferiti dai nuovi utenti e in quota crescente del +36%.

Top 5 città più in crescita per numero di ristoranti partner di Just Eat
1. Rimini +139%
2. Cagliari +120%
3. Reggio Emilia +119%
4. Ferrara +108%
5. La Spezia +86%

Seguono Monza (+50% di ristoranti), Modena (+47%) e Messina (+45%). Roma e Milano occupano invece una posizione di consolidamento rispetto alla già grande diffusione dei servizi di delivery. Se

guardiamo invece alla classifica delle città più in crescita per quantità di ordini vediamo primeggiare sempre Rimini, seguita però da Ravenna, Taranto e Brescia. Tra le prime 10 posizioni si ritrovano poi ancora Reggio Emilia, Cagliari, Messina, Modena e La Spezia, questo grazie anche a un supporto in termini di servizio di delivery proprietaria e investimenti sul territorio che Just Eat ha implementato nel corso del 2019 e 2020 nelle città. Infine, per quanto riguarda le città che registrano la maggior quantità di ordini (valore assoluto) troviamo: Roma, Bologna, Milano, Torino, Genova, Napoli, Trieste, Palermo, Parma e Pisa.

Curiosità e ordini wow

Nel 2020 gli italiani si sono distinti anche per ordini dalle grandi quantità, come dimostrato dai 100 arrosticini ordinati a Pescara in una sola volta e dagli 80 piatti di tapas di Roma. Da giugno 2019 sono state inoltre ordinate tante pizze pari al peso di ben 2.500 tonnellate, pari a quello del nuovo Ponte di Genova. Gli hamburger ordinati in un anno coprirebbero, messi uno sopra l'altro, una lunghezza di 70 chilometri, come la distanza da Milano a Piacenza, mentre tutto il gelato richiesto dagli italiani su Just Eat da luglio 2019 è uguale al peso della statua del grande Budda in Giappone, con oltre 120 tonnellate.

La giornata in cui si tende a ordinare di più si conferma essere sempre il sabato, mentre il 16 maggio è il giorno in cui si è ordinato di più in generale, seguito dal 9 maggio e dal 25 aprile, giorno in cui hanno spopolato birra e gelato, complice anche la festività e la voglia di concedersi una coccola durante il lockdown.