Just Eat: tutti pazzi per la pizza, ma crescono Libano e Thailandia

je-lifestyle-cafd3eb0

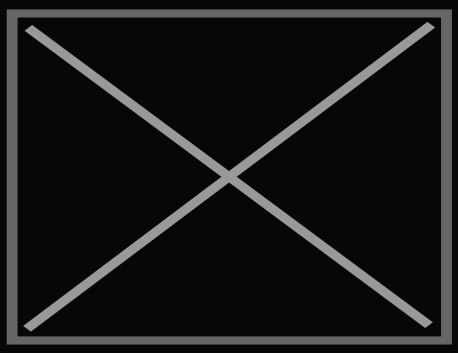
Tradizionalista con qualche guizzo: mentre il delivery avanza – e non sorprende dopo due anni di pandemia - e nel nostro Paese segna un **+59% nel 2021 sul 2020** (l'anno di riferimento termina settembre) pari a 1,5 miliardi di euro, crescono i ristoranti che scelgono – per necessità o per strategia - di affidarsi al digitale. **Just Eat**, che ne ha 24mila, li ha incrementati del 50% sull'app nell'ultimo anno.

Un *coup de foudre* insomma quello tra italiani e delivery ormai consolidato: ma quali cucine e quali piatti compranno gli italiani online? La risposta – articolata – viene dal quinto **Osservatorio nazionale sul mercato del cibo a domicilio online in Italia** della piattaforma di food delivery.

La top delle 5 cucine

In testa alle cucine più ordinate c'è il classicone di sempre, che una volta si ordinava al telefono ora sull'app: la **pizza**, con l'intramontabile margherita, seguita dalla diavola e dalla capricciosa. Segue l' **hamburger**, con una preferenza per il cheeseburger, e il **giapponese**, che resta saldo in terza posizione grazie ai nigiri al salmone, agli uramaki ebiten e al sashimi di salmone. E se al quarto posto si posiziona anche quest'anno la cucina **cinese**, in quinta posizione per la prima volta entra il **poke** (segnando un +190%). Il mix di tradizione ed esotismo (ma siamo sicuri che sushi e hamburger siano

ancora percepiti come “esotici”?) si manifesta nell’**aumento degli ordini di specialità regionali (+43%)** da un lato e dall’impennata di alcune cucine emergenti dall’altro, come la **libanese**, che registra una crescita del 93%, e la **thailandese**, +61%. Cresce anche la cucina salutare, altro lascito della pandemia: aumentano gli ordini di **insalate (+50%) e specialità healthy (+32%)**, mentre la cucina vegana segna un +67%. I piatti del cuore? La torta salata alle verdure, la pita falafel e il babaganoush, mentre tra i piatti vegetariani più ordinati spicca l’hamburger vegetariano, anche con carne vegetale, seguito da wrap veggie e hummus.



Il futuro del food delivery? Green e automatico

È vero, la crescita del delivery negli ultimi due anni è stata certamente tumultuosa, ma l’abitudine ad ordinare online fa ormai parte del nostro stile di vita e non tramonterà. “*Fuori dall’emergenza occorrerà ragionare però sulla sostenibilità* – ha detto **Daniele Contini**, Country Manager di Just Eat in Italia – *sia sociale [Just Eat da giugno 2021 ha l’intero team di rider assunto, ndr], ambientale, con l’uso di contenitori compostabili e biodegradabili al 100%, ed economica, con l’affermarsi delle ghost kitchens che operano solo nel delivery. Noi abbiamo una grande prevalenza di ristoranti “fisici” ma anche nel caso di ghost kitchens indichiamo la sede della cucina da dove proviene il cibo*”. Dato che poi il cliente si aspetta consegne sempre più veloci, con i 30 minuti percepiti ormai come standard, si stanno già da tempo testando soluzioni con i **droni**. Mentre in futuro un’altra tendenza potrebbe essere quella dei **Digital Concierge** ovvero la possibilità che insieme alla consegna di cibo si attivino altri servizi quali la spesa o la lavanderia.

Online per occasioni sociali più che per necessità

Sul fronte della clientela non sorprende scoprire che gli utenti più attivi nel food delivery sono per l’87% composti da **Millennials, Gen Z e X**. Ordinano principalmente via app non tanto per necessità (frigo vuoto) ma per concedersi uno sfizio o rilassarsi. E, soprattutto, nelle occasioni di socializzazione, quando ci si trova per giocare insieme al computer o vedere una partita: **solo un ordine su cinque infatti è effettuato da “single”**. I momenti preferiti per ordinare? L’ora dell’aperitivo/break pomeridiano (24%) e la cena (54%), seguiti dal 13% che invece preferisce la pausa pranzo.