Food delivery, giro d'affari a 1,8 miliardi nel 2022 (+20%)

boom-food-delivery-1-4eb8b333

La sesta edizione della Mappa del cibo a domicilio in Italia di JustEat fotografa un canale che ha generato un valore di 1,8 miliardi di euro (+20% rispetto al 2021) e che i ristoranti non possono più permettersi di ignorare.

È lenta ma inarrestabile la crescita del e-commerce alimentare in Italia, un business da 4,7 miliardi di euro nel 2022. E all'interno di questo segmento, tra i più vitali, che comprende anche spesa alimentare e acquisti di prodotti enogastronomici, **il food delivery gioca un ruolo predominante**: oggi rappresenta il 44%, per un valore di 1,8 miliardi di euro (+20% rispetto al 2021).

La mappa del cibo a domicilio

"*Dal 2018 è la componente maggioritaria, con l'eccezione del 2020 dove durante il lockdown è cresciuta la spesa online.* ***Oggi copre il 3% del totale****: ancora poco rispetto ad altri Paesi europei ma bisogna considerare che ci ha messo 20 anni ad arrivare all'1% del totale ristorazione e nel 2020 ha guadagnato un punto schizzando al 2% e nel 2021 al 2,7%. Nel 2022 è cresciuto di 300 milioni, anche se l'incremento si è assestato ai livelli pre-pandemia*", ha spiegato **Valentina Pontiggia**, Direttore Osservatori eCommerce B2c e Innovazione Digitale nel Retail del Politecnico di Milano. Una crescita legata anche alla **capillarità del servizio** che oggi è accessibile al 71% della popolazione, non solo nei grandi centri urbani ma anche nelle province, ed è gestito per il 97% dalle piattaforme dotcom.

Le tendenze del food delivery

Cosa cercano gli italiani nel food delivery? Sono 4 le tendenze emerse dalla recente ricerca condotta da **Just Eat Takeaway.com** in collaborazione con BVA Doxa, "La mappa del cibo a domicilio in Italia 2022":

- **Orari fluidi**: Cresce il consumo di snack anche a domicilio. Per il 51% è un momento di relax e per il 47% una coccola per prendersi cura di sé. Possono essere aggiuntivi ma anche sostitutivi dei pasti principali: una tendenza che si trova anche nei locali, con l'arrivo di brunch serali e aperitivo con tapas che va a "inglobare" la cena.
- **Vegetali alla riscossa**: un italiano su 4 ordina più cibo veggie rispetto a tre anni fa. Il 40% ricerca abitualmente questa tipologia di piatti quando ordina cibo a domicilio.
- **Tradizione e memoria**: il 51% degli italiani preferisce ordinare piatti della nostra tradizione culinaria. L'85% collega i piatti della tradizione a ricordi ed emozioni positive.
- **Il ruolo (determinante) dei social media**: quasi il 90% di chi ordina online ha scelto piatti e ristoranti in base alle foto che hanno visto nel loro feed. L'80% ha ordinato almeno una volta da un ristorante scoperto sui social. Oltre il 75% fotografa i piatti per poi condividerli sui propri canali.

Quando si ordina?

Premessa: 4 persone su 5 ordinano in compagnia. Se guardiamo ai momenti preferiti, scopriamo che la **voglia di food delivery scatta soprattutto quando ci si vuole rilassare a casa dopo una lunga giornata di lavoro o studio**, magari godendosi una partita della propria squadra del cuore o giocando ai videogiochi (41%), mentre si guarda un film o la propria serie TV preferita (30%), o quando si desidera festeggiare con amici e famiglia un traguardo importante (28%).

Tra le motivazioni che spingono maggiormente a ordinare cibo a domicilio, troviamo invece il **desiderio di concedersi una coccola dopo una giornata stressante** (44%), per soddisfare la voglia di un cibo particolare, magari mai provato prima (37%) oppure perché non si ha voglia di cucinare e non si ha qualcosa di già pronto a casa (31%).

I cibi più amati

Se da un lato le cucine più ordinate ci raccontano di abitudini ormai consolidate, che vedono la pizza salda in vetta sul podio, seguita dall'hamburger, dai sapori orientali del giapponese e del cinese, e dal più fresco e personalizzabile poke; **stanno guadagnando popolarità piatti che ci forniscono uno sguardo sui sapori del futuro**. Dall'attenzione a un regime alimentare più salutari in cui le insalate, nelle loro molteplici varianti, giocano un ruolo di primo piano, fino alla rosticceria e alle piadine. Senza dimenticare l'interesse crescente verso uno stile di vita plant-based, che vede il consumo di cucine vegane e vegetariane, guidato soprattutto da piatti come la pita con seitan, i falafel o il wrap vegano.

Il rapporto è disponibile a questo **link**