Just Eat analizza l’impatto del buon umore sulle abitudini alimentari

just-eat-evid-055c9ae3

Just Eat, il colosso mondiale della consegna a domicilio online, ha indagato le “piccole vittorie” quotidiane preferite dagli italiani, scoprendo che un attimo di felicità inaspettata può avere benefici non solo sull’umore, ma anche sulla linea. Partendo da quest’idea, Just Eat ha associato a ogni vittoria alcuni tipici cibi natalizi: più la vittoria risulta gradita, più sarà alto il livello di gratificazione ottenuto e, di conseguenza, inferiore il desiderio di consolarsi con uno spuntino ipercalorico. Come dire, insomma, che per il Natale 2014 i centimetri di troppo si combattono con il buonumore.

Just eatEbbene sì, perché semplicemente tornare a casa dopo una lunga giornata di lavoro e scoprire che il proprio fidanzato o coinquilino ha già ordinato la cena “sazia” più di un torrone alle mandorle. È proprio questa la piccola vittoria che fa esclamare un “evvai” a quasi un italiano su 3 (28%) con un risparmio energetico totale pari a 12.282.687.566 Kcal al mese (stima ottenuta sulla base dei dati della ricerca Just Eat per i dati relativi alla popolazione italiana attiva)!

Se la cena pronta si classifica in prima posizione, tra le altre piccole vittorie che soddisfano gli italiani ci sono anche arrivare sotto l’ufficio mentre una macchina libera un posto per parcheggiare nell’ora di punta (26,17%) che gratifica più di una fetta di pandoro da 410 Kcal o cercare il posto in aereo e scoprire che è proprio quello accanto al/alla ragazzo/a adocchiato al check-in (13,60%) - un’emozione che eguaglia le calorie di un pacchetto di biscotti allo zenzero (400 Kcal)!

Per combattere, poi, le calorie di panettone (365 Kcal) e cioccolata calda (200 Kcal) basta presentarsi a un colloquio di lavoro e scoprire che l’HR manager è la persona a cui abbiamo appena sorriso al bar sotto l’ufficio - vittoria selezionata dal 13,44% del campione - o incontrare il/la proprio/a ex con il/la nuovo/a fidanzato/a e durante lo shopping natalizio constatare che non ci sono paragoni: 200 Kcal risparmiate più una forte iniezione di autostima.

Quasi un italiano su dieci (9,34%), infine, annovera tra le migliori gioie quotidiane trovare per caso una banconota da 5 euro quando urge far benzina e intorno sono disponibili solo self service: come rinunciare a due cioccolatini da 50 Kcal per un totale di calorie risparmiate di 100 Kcal.

Ma quanto sono frequenti le “piccole vittorie” degli italiani? Non ci si può lamentare, se pensiamo che il 33,04% degli intervistati dichiara di godere di un simile momento di gratificazione una volta al mese, mentre il 30,32% afferma di vivere questi momenti addirittura una volta a settimana. È infatti piuttosto bassa la percentuale di chi non è in grado di guardare più in là del proprio naso (4,36%), mentre al 10,98%, succede una volta all’anno.

«In un periodo come quello che sta per iniziare ci sembrava divertente poter associare l’idea che riconoscere la felicità potesse far risparmiare calorie. Le piccole vittorie sono sempre in agguato, bisogna saperle riconoscere - dichiara Nicolò Grosoli, marketing manager di Just Eat Italia -. Abbiamo potuto riscontrare che la comodità di non cucinare gratifica molto gli animi degli italiani. E il nostro obiettivo è proprio offrire un servizio in questo campo sempre migliore e un’offerta sempre più vasta per rispondere a quella voglia di coccolarsi e concedersi qualche sfizio non rubando così tempo agli altri mille impegni quotidiani»

Fondato nel 2001 in Danimarca, il Gruppo Just Eat ha sede a Londra. E’ presente in 13 Paesi, dall’Europa al Canada e l’India. Dall’inizio della sua attività ha gestito più di 90 milioni di ordini. Sono oltre 41.000 i ristoranti integrati nel suo servizio di ordinazione online; il suo volume d’affari è di 700 milioni di sterline. Annoverato all’interno del Deloitte 2013 Technology Fast 500 Emea, è stato riconosciuto come una delle 500 aziende tecnologiche a maggiore crescita dell’area Emea.