

## I nuovi trend del food delivery: la mappa italiana

LINK: <https://www.lacucinaitaliana.it/article/nuovi-trend-food-delivery-mappa-italiana-just-eat/>



I nuovi trend del food delivery: la mappa italiana Cosa ci piace e cosa ci piacerà? La nuova ricerca di Just Eat racconta il presente e il futuro del cibo, e ce ne dà un assaggio con quattro piatti speciali di Redazione 10 novembre 2023 I nuovi trend del food delivery? Anzitutto una certezza: amiamo il food delivery. Il cibo a domicilio è una grande comodità, una coccola, ma anche un modo per scoprire i nuovi orizzonti del cibo. Racconta questo e molto altro Just Eat, nella settima edizione della Mappa del cibo a domicilio in Italia, frutto di una ricerca e un sondaggio realizzati con l'istituto di WGSN e BVA Doxa. «Attraverso il nostro Osservatorio abbiamo avuto la conferma che il food delivery è sempre più legato alla sfera esperienziale, nella quale il desiderio di scoperta, la felicità di gustare i piatti che si amano o si scoprono per la prima volta e la sostenibilità hanno un ruolo sempre più importante», ha

infatto commentato Daniele Contini, Country Manager di Just Eat Italia. I nuovi trend del food delivery: 'Mood food': il cibo è un'emozione Ci siamo finalmente accorti quanto sia importante ristabilire le priorità, ovvero rimettere noi stessi al centro in un mondo che va sempre più veloce. Questo vuol dire anche stare attenti a cosa mangiamo cercando alimenti più sani possibile e, di tanto in tanto, piatti forse meno salutari ma che ci rendono molto felici. Il food delivery ci aiuta anche in questo: i dati della ricerca dicono che l'atto di ordinare cibo a domicilio è spesso associato a emozioni positive come soddisfazione e relax. Oltre il 90% degli italiani afferma di ordinare un piatto basandosi su emozioni o ricordi positivi, sottolineando la profonda connessione tra cibo ed umore. Ne è una prova il fatto che i comfort food favoriti, anche con il delivery, sono i classici: spiccano pizza e focacce per il 60% degli italiani, ma anche dolci (40%), gelati

(38%) e l'immaneabile cioccolato (32%). 'Zero Heroes': il cibo deve essere sostenibile Ci vogliamo più bene, ma finalmente vogliamo più bene anche all'ambiente: la 'mappa' di Just Eat lo conferma, e approfondisce spiegando che la sostenibilità è diventata un pilastro fondamentale anche nel momento della scelta del cibo, incluso quello a domicilio. La provenienza delle materie prime e l'uso di prodotti locali e a chilometro zero (44%), così come l'adozione di iniziative anti-spreco (42%), sono elementi chiave per definire un ristorante come sostenibile. Il 65% degli intervistati del sondaggio si dice perfino disposto a pagare di più per una consegna più sostenibile. Il settore del delivery si sta adeguando: Just Eat si impegna per la sostenibilità, collaborando con iniziative innovative come Notpla, packaging biodegradabile composto da alghe marine, per ridurre l'impatto ambientale e promuovere

una consegna al più basso impatto possibile. Articoli più letti 10 primi piatti natalizi al forno, originali e d'effetto di Giada Bellegotti Quanto pane mangiare al giorno? Risponde il nutrizionista di Angela Altomare Vrasciole calabresi buonissime con le ricette di zia Sabrina di Fabiana Salsi 'Fusion of cultures': Il cibo deve farci (anche) viaggiare Uno degli effetti positivi della globalizzazione è avere a disposizione in una sola città cibo di tutto il mondo e - ammettiamolo - se certi ristoranti non fossero disponibili con il `food delivery`, probabilmente faremmo fatica a provarli. Specie in città grandi e ricche di proposte come Milano. La ricerca di Just Eat infatti racconta che la maggior parte degli italiani ama moltissimo ordinare cibi e bevande provenienti da culture culinarie diverse a domicilio (34%), e provare esperienze fusion sempre diverse. La preferita? La cucina italo giapponese. Il cibo è anche social - "Taste makers Non solo ricette da replicare a casa: internet - e i social in particolare - è diventato una fucina di sperimentazione culinaria anche grazie alle foto di piatti e di locali che gli utenti provano in giro tra i ristoranti. E questo ci piace: ci fa scoprire nuovi posti, cambia il nostro modo di

interagire e quindi anche di proporre a nostra volta nuovi contenuti digitali, diventando 'taste makers'. È un'altra delle tendenze individuate dalla ricerca di Just Eat. In particolare il sondaggio condotto con BVA Doxa sulla correlazione tra i social media e l'esperienza culinaria dice che il 70% degli italiani ha provato almeno una volta a replicare ricette o piatti che ha visto realizzare da influencer o personaggi famosi attraverso i canali social, mentre il 50% segue almeno un ristorante sui social. I piatti dei nuovi trend del food delivery, Just Eat ha collaborato in esclusiva con Delivery Valley, la dark kitchen di Maurizio Rosazza Prin e Alida Gotta che consegna in tutta Milano, per creare quattro nuovi piatti. Per il 'mood food', la voglia di cibo confortante che ci rende felici, una 'polentina gourmet' con formaggio e tartufi. Per 'zero Heroes', cioè il desiderio di mangiare cibo sostenibile, le 'Patata

veramente brava': creazione a zero spreco che riutilizza le patate arrosto e i fondi dei salumi che altrimenti andrebbero sprecati. Le 'Falafel good', falafel di ceci con maionese alla curmuma, interpretano invece il trend 'Fusion of cultures', e infine 'Zucake & cheese', zucca con biscotti amaretto, crema di formaggio, marmellata di zucca e zenzero, interpreta la nostra voglia di essere 'taste makers'. Li potremo assaggiare dal 13 novembre in esclusiva su Delivery Valley e saranno ordinabili attraverso Just Eat fino al 13 dicembre. «Ogni anno non vediamo l'ora di leggere le ricerche sul futuro del nostro settore di Just Eat, sempre precise, utili e molto interessanti per noi che facciamo questo lavoro», hanno commentato Maurizio Rosazza Prin e Alida Gotta, founders di Delivery Valley. «Da sempre associamo il cibo alla gioia, non c'è piatto che non possa migliorarci l'umore con un'attenzione particolare alla sostenibilità e alle nuove tendenze».