

EXECUTIVE SUMMARY

GLI ITALIANI E IL FOOD DELIVERY. LA PRIMA MAPPA DEL CIBO A DOMICILIO IN ITALIA

ANALISI CONDOTTA DA JUST EAT

Milano, 30 giugno 2017

L'OSSERVATORIO

La **Mappa del cibo a domicilio in Italia** è il primo studio realizzato in 18 città italiane da nord a sud, con l'obiettivo di delineare le abitudini degli italiani in relazione al boom del fenomeno del digital food delivery nel nostro paese, identificando trend e scelte di consumo di chi ordina a domicilio. Realizzata da Just Eat, leader nel mercato dei servizi per ordinare pranzo e cena a domicilio, la mappa nasce per osservare più da vicino le dinamiche di una rivoluzione importante, quella del digital food - dalle scelte legate alle cucine, ai piatti più desiderati, esplorando in 18 città i comportamenti, la professione, l'età e l'approccio alla varietà in cucina e all'ordinazione a domicilio di un campione di oltre 16.000 utenti.

Ad oggi secondo l'Osservatorio Just Eat – GFK Eurisko (2016) l'ordinazione “digitale” di cibo a domicilio rappresenta il 5% del totale del mercato. Il consumo di cibo a domicilio è tuttavia un fenomeno molto diffuso: il 51% e il 39% degli italiani ha provato almeno due modalità, ordinazione di persona e al telefono, almeno una volta negli ultimi 6 mesi. Ma qual è la propensione degli italiani al digital food delivery? Secondo la ricerca i soggetti orientati “certamente” o “probabilmente” al servizio sono oggi 10 ML della popolazione italiana adulta.

La prima Mappa del cibo a domicilio in Italia nasce come studio comparativo per fotografare lo sviluppo del mercato, le logiche di consumo e i gusti degli italiani, delineando le cucine che dimostrano maggior successo, i piatti più amati città per città e nuove evidenze in grado di indicare trend di crescita e potenzialità.

METODOLOGIA

La Mappa è stata realizzata analizzando le abitudini di un campione rappresentativo di 16.000 Italiani di ambo i sessi e di età compresa tra i 18 e i 54 anni.

L'analisi è stata effettuata sulla base delle ordinazioni totali elaborate da Just Eat Italia in 18 città da nord a sud da oltre 4.000 Ristoranti Partner (attivo in 550 comuni italiani, il servizio è presente con un totale di oltre 6.500 ristoranti su tutta Italia).

La ricerca ha indagato, anche tramite un questionario online, le consuetudini degli utenti in base all'età, al profilo professionale, sesso, alla tipologia di cucina e piatto preferito, ma analizzando anche la frequenza di utilizzo del servizio a domicilio e la tipologia di ordinazione, per capire come varietà e scoperta di sapori, piatti e cucine diverse, stia prendendo sempre più piede anche in Italia.

SULLE TAVOLE ITALIANE VARIETÀ DI CUCINE DAL MONDO E TRADIZIONE NOSTRANA

Dalla Mappa del cibo a domicilio in Italia emerge la fotografia di una popolazione che ama mangiare a casa, e desidera farlo bene, seguendo le proprie esigenze, gusti e curiosità. Lo rivela anche la TOP TEN delle cucine più desiderate a domicilio nel Bel Paese che, dopo la pizza vede nell'ordine: **Hamburger, Giapponese, Cinese, Italiano, Panini e Piadine, Indiano, Pollo, Greco e Dolci e Gelato**.

Viaggiando da Nord a Sud tuttavia ogni città mostra gusti diversi con cucine preferite differenti. Se a **Milano** vincono **giapponese e hamburger** con una rimonta **dell'indiano**, a **Roma domina il cinese** e cresce la cucina italiana. A **Napoli** si preferiscono **panini, dolci e giapponese**, mentre a **Palermo si ordinano pollo**, giapponese ma anche gelato. E poi ancora a **Bari spopola il greco** e a **Cagliari medio orientale e hamburger**. Nella scelta di ordinare a domicilio c'è tra gli Italiani la voglia di scoprire anche le cucine tradizionali tipiche di altre zone d'Italia come le **lasagne e la cotoletta alla milanese** sempre presenti negli ordini dei baresi, il pesto alla genovese a Cagliari, il pasticcio alla bolognese nella città di Padova, per finire con i bigoli alla matriciana romani particolarmente amati dai Veneziani.

I trend di consumo di food delivery stanno trasformandosi in vere e proprie abitudini che coinvolgono l'intera popolazione, donne e uomini ordinano in egual misura. Esplorando infatti i trend generazionali, si evince un'intensa attività di digital food delivery da parte degli italiani compresi tra i 18 e 45 anni, due fasce di età che vedono primeggiare i **Millennials (70%)** seguiti dalla **Generazione X (22%)** - in particolare coloro che hanno tra i 36 ai 45 anni - resta ancora invece basso il numero di **over 45** che fanno esperienza di cibo a domicilio (**8%**). E in fatto di cucine? Il **gentil sesso ama piatti giapponesi (14%)**, mentre l'emisfero maschile oltre alla pizza che regna sovrana (55%) preferisce **scegliere tra oltre 50 cucine di tipologie diverse (10%)**, in particolare **hamburger, etnico, sudamericano e dolci**.

La mappa evidenzia come l'abitudine di ordinare a casa segua dinamiche e tempistiche differenti in relazione alla tipologia di professione. Dall'analisi emerge infatti che **impiegati (40%) e studenti (34%) ordinano di più**, seguiti dai **liberi professionisti (14%)** che sono però coloro che amano di più variare e scoprire cucine differenti. Emergono in particolare alcuni dati interessanti che confermano quanto il food delivery stia aprendo nuove abitudini di consumo, coronando la **cucina orientale** come la più **ordinata da impiegati (62%), liberi professionisti (55%)** e, a sorpresa, anche dalle **casalinghe (54%)**, mentre tra gli studenti primeggia la nuova tendenza dell'**hamburger (22%)**.

Infine non mancano curiosità in linea con la tendenza e la crescita del settore, per esempio nel 2016 è stata ordinata una quantità di pizze che, se messe in fila, coprirebbero la distanza da Milano al Fidenza Village, **ovvero circa 100 KM**, e che, continuando su questo trend, permetteranno a breve di raggiungere la città di Parma, circa 130 KM. Inoltre il totale di pizze ordinate su Just Eat ha generato un impatto economico pari a **40 milioni di euro**, ovvero il valore del Candyscape II, uno yacht di 60 metri.

LE EVIDENZE

CUCINE – GLI ITALIANI AMANO SPERIMENTARE LE CUCINE DI TUTTO IL MONDO

I dati elaborati da Just Eat svelano un approccio orientato **alla varietà e alla voglia di scoprire** da parte degli Italiani, che amano mixare la tradizione italiana con le cucine di tendenza e i piatti oltreconfine. Lo rivela la **TOP TEN delle cucine a domicilio più desiderate nel Bel Paese**, elaborazione basata sul totale complessivo delle scelte delle 18 città analizzate, che affermano la tendenza di sperimentare nell'ordinazione sapori nuovi e gusti diversi, appartenenti anche a culture lontane, così come quelle locali tipiche di alcune città italiane. I **Milanesi** e i **Torinesi** sono impazziti per l'hamburger che negli ultimi due anni ha conquistato i palati del 13% di entrambi, mentre tra i **genovesi** è comparsa nell'ultimo anno la cucina messicana e tra i **veronesi** è scoppiata la mania di fritto.

Al centro i **Fiorentini** amano ordinare giapponese (12,6%) e hamburger (10,8%), cibi che hanno tolto spazio negli ultimi due anni a indiano e cinese, e i **bolognesi** sono tra i pochi a difendere la bandiera tricolore, prediligendo cibo italiano. Scendendo sempre più giù troviamo una **Napoli** appassionata di panini (23%) e hamburger (12%), una **Bari** dove si ordina cucina greca e una **Palermo** con il boom del gelato.

I nostri connazionali amano inoltre spaziare da Nord a Sud provando **prelibatezze di altre regioni d'Italia**, come le lasagne e la cotoletta alla milanese che spopolano negli ordini dei baresi, il **pesto alla genovese** a Cagliari, il **pasticcio alla bolognese** nella città di Padova, per finire con i bigoli alla matriciana romani particolarmente amati dai Veneziani.

TOP TEN DELLE CUCINE IN ITALIA (dato aggregato)

1. Pizza
2. Hamburger
3. Sushi Giapponese
4. Cinese
5. Italiano
6. Panini e Piadine
7. Indiano
8. Pollo
9. Greco
10. Dolci e gelato

Esclusa la pizza che regna sovrana a tavola per tradizione e perché è stato il primo cibo storicamente ordinabile a domicilio, la classifica dei cibi ordinati vede in testa **hamburger in tutte le sue varianti**, seguito dalla **cucina giapponese, cinese e italiana**. Per quanto riguarda in particolare la nostra cultura quando si ordina a domicilio in tavola si porta la **cotoletta alla bolognese** come prima preferenza, seguita da **patate al forno e il famoso tiramisù** e la **pizza con predominanza di margherita sul podio, diavola al secondo posto, salciccia al terzo**.

In Italia il food delivery sta crescendo, con alcune eccellenze legate a un'esplosione degli ordini a domicilio in comuni dove il servizio è arrivato in tempi recenti e grazie a un boom di affiliazioni da parte di ristoranti locali.

Dal 2015 ad oggi ogni città ha trainato questo trend in ascesa in modi e cucine diversi, guidando la crescita di ogni città tendenzialmente con una cucina in particolare:

CITTÀ	CRESCITA FOOD DELIVERY	CUCINE CHE CRESCONO DI PIU'	% CRESCITA PIATTO TOP	TOP 3 CUCINE
Palermo	+ 103%	Specialità carne & pesce	+ 382%	1 Giapponese 2 Hamburger 3 Pollo
Firenze	+84%	Cucina etnica	+167%	1 Giapponese 2 Cinese 3 Hamburger
Catania	+200%	Sushi	+162%	1 Panini 2 Hamburger 3 Giapponese
Genova	+140%	Indiano	+147%	1 Hamburger 2 Giapponese 3 Cinese
Trieste	+75%	Sushi	+156%	1 Cinese 2 Hamburger 3 Giapponese
Pisa	+1876%	Americano e Hamburger	+109%	1 Kebab 2 Hamburger 3 Giapponese
Roma	+65%	Messicano	+76%	1 Hamburger 2 Cinese 3 Giapponese
Torino	+85%	Vegano e vegetariano	+157%	1 Hamburger 2 Giapponese 2 Cinese
Milano	+52%	Bio & healthy	+73%	1 Giapponese 2 Hamburger 3 Cinese
Bari	+108%	Panini, panuozzo e piadine	+18.933%	1 Hamburger 2 Greco 3 Panini
Bologna	+1482%	Crepes, dolci e gelato	+742%	1 Italiano 2 Hamburger 3 Cinese
Brescia	+185%	Italiano	+158%	1 Piadine 2 Hamburger 3 Giapponese
Cagliari	+438%	Americano e Hamburger	+315%	1 Hamburger 2 Orientale 3 Giapponese

Monza	+102%	Panini	+419%	1 Giapponese 2 Hamburger 3 Cinese
Napoli	+88%	Crepes, dolci e gelato	+40%	1 Panini 2 Hamburger 3 Giapponese
Padova	+187%	Crepes, dolci e gelato	+115%	1 Hamburger 2 Giapponese 3 Piadine
Venezia	+87%	Italiano	+4%	1 Cinese 2 Pollo 3 Italiano
Verona	+92%	Crepes, dolci e gelato	+1490%	1 Giapponese 2 Hamburger 3 Italiano

SESSO – LE DONNE PAZZE PER IL GIAPPONESE, GLI UOMINI PER ETNICO E SUDAMERICANO

Ex equo tra donne e uomini per chi ordina con più frequenza digital food delivery. Il mondo femminile vede tra le più attive le donne Millennials (75%) rispetto agli uomini della stessa età (69%), situazione opposta per la generazione X che vede ordinare di più gli uomini (23%) del gentil sesso (17%) con in coda per entrambi invece gli over 45 (8%).

Le donne sono quelle che scelgono più frequentemente i medesimi ristoranti pur variando spesso il piatto ordinato, soprattutto se si tratta di cucine orientali, mentre gli uomini tendono a ordinare principalmente cibi sostanziosi come hamburger o pizza per non rischiare di rimanere delusi e a stomaco vuoto.

Il **gentil sesso ama piatti giapponesi** (14%) e variare quello che ordina di questa cucina (4.2*), mentre l'emisfero maschile ordina la pizza che regna sovrana (55%) e da oltre 50 cucine di tipologie diverse (10%), in **particolare hamburger, etnico, sudamericano e dolci**. È anche vero che quando un uomo ordina sushi a domicilio spende il 10% in più rispetto a una donna per assicurarsi di non rimanere affamato mangiando pesce crudo, ed egualmente quando ordina hamburger investe quasi il 20% di una donna, caricando di ingredienti il panino.

PROFESSIONE – IMPIEGATI E STUDENTI IN CIMA AGLI ORDINI

L'abitudine di ordinare a domicilio segue dinamiche e tempistiche differenti anche in relazione alla tipologia di professione. Dall'analisi emerge infatti che **impiegati (40%) e studenti (34%) ordinano di più**, seguiti dai liberi professionisti (14%) che sono però coloro che amano di più variare e scoprire cucine differenti (4.2*).

Ma chi spende di più? Il libero professionista è più disponibile ad aprire il portafoglio per un pranzo o una cena a domicilio, investendo **mediamente 700 euro all'anno**, e subito a **seguire l'impiegato con 647 euro** di spesa, mentre chi sta facendo ancora un percorso di studi ha una capacità economica inferiore pari a 378 €. In particolare **gli impiegati spendono il 31% in più degli studenti in sushi**, i liberi professionisti **il 40% in più in hamburger rispetto alle casalinghe**, mentre **l'impiegato e il libero professionista spendono la stessa cifra per gustare cibo asiatico**.

I lavoratori stanno entrando sempre più nel mondo del food delivery, scoprendo come possa essere un valido alleato per mangiare bene e sperimentare cucine e piatti nuovi. Fatta eccezione per la pizza, che conferma la sua posizione al primo posto indipendentemente dall'impiego (mediamente il 40%), emergono alcune curiosità interessanti che confermano quanto il food delivery stia aprendo nuove abitudini di consumo, coronando la **cucina orientale** come la più **ordinata da impiegati (62%)**, liberi professionisti (55%) e, a sorpresa, anche dalle casalinghe (54%), mentre tra gli studenti primeggia la nuova tendenza dell'hamburger (22%).

Una fotografia da cui emergono alcune professioni più avanti nell'utilizzo della pratica di ordinare a domicilio legata a uno stile di vita lavorativa più flessibile e fluida nel caso del libero professionista - che si avvale del food delivery in base alle proprie esigenze - e con orari più stabiliti e pianificati per l'impiegato che vuole mangiare bene e scegliere ciò che desidera durante la pausa pranzo, meeting in ufficio o al rientro a casa dopo una giornata intensa.

*il dato di varietà e scoperta è calcolato sulla base di una valutazione da parte del campione da 0 a 5 dove 5 rappresenta il massimo della varietà

ETA' – I MILLENNIALS ORDINANO DI PIU'

Esplorando i trend generazionali lo studio mostra maggior frequenza di ordini a domicilio nelle fasce tra i 18 e 45 anni, due fasce di età che vedono primeggiare i **Millennials** (70%) seguiti dalla **Generazione X** (22%) - in particolare coloro che hanno tra i 36 ai 45 anni, resta ancora invece basso il numero di **over 45** che fanno esperienza di cibo a domicilio (**8%**). E in fatto di cucine? Il gentil sesso ama piatti giapponesi (14%), mentre l'emisfero maschile oltre alla pizza che regna sovrana (55%) preferisce scegliere tra oltre 50 cucine di tipologie diverse (10%), in particolare etnico, sudamericano e dolci.

I più adulti si dimostrano inoltre più curiosi e desiderosi di sperimentare cucine e piatti particolari, ordinando soprattutto cucina giapponese (14%) e cibo asiatico (10%), mentre i Millennials più giovani (18-25 anni) amano ancora la pizza a casa (75%) da condividere con gli amici in occasione dello studio, di una serata davanti alla tv o di una festa.

CURIOSITA' – IL FOOD DELIVERY HA CONSEGNATO 100 KILOMETRI DI PIZZA

Dal 2016 ad oggi è stata ordinata una quantità di pizze che, se messe in fila, coprirebbero la distanza da Milano al Fidenza Village, ovvero circa 100 KM, e che continuando su questo trend permetteranno a breve di raggiungere la città di Parma, circa 130 KM.

Inoltre il totale di pizze ordinate su Just Eat ha generato un impatto economico pari a 40 milioni di euro, ovvero il valore del Candyscape II, uno yacht di 60 metri.