

A photograph of two women sitting at a wooden table, laughing and talking. The woman on the left is wearing a dark sweater and holding a glass. The woman on the right is wearing an orange patterned shirt and a red necklace. On the table, there is a white pizza box with a pizza topped with cheese and basil, a glass bottle of olive oil, a white plate, and a glass of water with a lemon slice. The background is a plain wall.

L'Osservatorio Just Eat 2024





indice



L'evoluzione dei trend di consumo:
tra abitudini alimentari e stili di vita

1. Gli editoriali

- 01 Intervista con Daniele Contini, Country Manager di Just Eat Italia
- 05 L'editoriale di Luca Iaccarino, giornalista e critico gastronomico
- 07 L'editoriale di Aurora Cavallo (Cooker Girl), chef e content creator

2. Uno sguardo al futuro

- 11 I trend del 2025 svelati dall'Osservatorio Just Eat
- 13 Quadrato semiotico dei nuovi food lovers
- 15 **I Puristi**
Chi sono
- 17 Cosa ne pensano i nostri esperti
- 19 Curiosità da assaporare
- 21 **Gli Edonisti**
Chi sono
- 23 Cosa ne pensano i nostri esperti
- 25 Curiosità da assaporare
- 27 **Le Sentinelle**
Chi sono
- 29 Cosa ne pensano i nostri esperti
- 31 Curiosità da assaporare
- 33 **I Seguaci**
Chi sono
- 35 Cosa ne pensano i nostri esperti
- 37 Curiosità da assaporare

3. Le tendenze dell'ultimo anno

- 41 **Dati nazionali**
Le cucine più ordinate e più in crescita
I piatti più ordinati e più in crescita
Le bevande e i dolci più ordinati
Gli antipasti e i contorni più ordinati
Spesa online: i prodotti più gettonati
I più trendy per ogni momento della giornata
- 43 **Dati locali**
Le cucine e i piatti più ordinati per città
- 45 Il costo medio per piatto, per città
- 47 Le cucine e i piatti che stanno guadagnando popolarità per città
- 48 Le curiosità più golose dell'anno

4. Curiosità gustose

- 50 L'oroscopo gastronomico del 2025
- 55 Nel backstage con Christina Aguilera

5. A proposito di Just Eat

- 57 Chi siamo
- 60 I nostri successi
- 62 Just Eat in numeri

- 63 Fonti
- 64 Contatti



gli editoriali

Gli editoriali



Intervista con Daniele Contini

Country Manager di Just Eat Italia

1. Come sta cambiando il settore del food delivery in Italia?

Al giorno d'oggi, la consegna del cibo a domicilio rappresenta molto più di una semplice comodità; si inserisce in un contesto di rapidi cambiamenti sociali, dove le abitudini e le preferenze dei consumatori evolvono in modo dinamico. Just Eat si impegna costantemente a rispondere in modo innovativo e mirato a queste nuove esigenze, trasformando ogni sfida in un'opportunità di crescita. Accogliere le richieste dei consumatori, sempre più attenti all'esperienza culinaria e alla sostenibilità, è stato cruciale per l'espansione del nostro business e per soddisfare i loro desideri.

Grazie a questo approccio, da un lato siamo riusciti a instaurare nuove partnership nel settore culinario; dall'altro, abbiamo ampliato la nostra offerta, includendo servizi che vanno oltre il food delivery, come la consegna della spesa o l'asporto. Continueremo a lavorare per anticipare le tendenze e le necessità del mercato, garantendo un servizio di qualità ai consumatori e sostenendo la crescita dei nostri partner.

2. Considerando lo scenario in costante evoluzione, in che modo Just Eat ha diversificato e ampliato la propria offerta di servizi?

La nostra strategia è incentrata sull'espansione della nostra offerta attraverso il lancio e lo sviluppo di nuovi segmenti, come il grocery. Infatti, quest'anno abbiamo compiuto un passo significativo grazie alla partnership con Carrefour, per offrire ai nostri clienti la possibilità di ordinare e ricevere la spesa a domicilio. Questa iniziativa si integra perfettamente con la vision di Just Eat, Empowering Everyday Convenience, ossia migliorare ogni esperienza di acquisto allargando il paniere di prodotti disponibili per i consumatori e rendendo l'acquisto ancora più facile e veloce.

A partire da marzo, abbiamo ampliato ulteriormente la nostra gamma di servizi includendo nuove categorie. Tra queste, la consegna di fiori freschi, che offre ai nostri clienti un'ulteriore possibilità per sorprendere e rendere felici i propri cari.

3. Quali sono le principali aree di espansione futura e su cui Just Eat sta concentrando le proprie risorse e attenzione?

Guardando con ottimismo e determinazione al futuro, continueremo ad estendere ulteriormente la nostra offerta, includendo nuove categorie come il settore parafarmaceutico e quello della cura degli animali domestici. Il nostro obiettivo principale è migliorare costantemente l'esperienza degli utenti sulla piattaforma, rendendo la nostra offerta sempre più completa. Desideriamo che ciascun cliente possa trovare con facilità ciò di cui ha bisogno, consolidando la nostra posizione come leader nel settore dei servizi a domicilio.

4. Quali iniziative ha intrapreso Just Eat nel 2024 per distinguersi nel mercato del food delivery?

Il 2024 è stato un anno particolarmente dinamico per Just Eat, durante il quale abbiamo lanciato numerose iniziative volte a rafforzare il nostro legame con la comunità e a consolidare la nostra posizione di leader nel settore. Abbiamo rinnovato il nostro impegno nella lotta allo spreco alimentare, introducendo nuovi packaging sostenibili e continuando a sviluppare ed espandere il progetto Ristorante Solidale, un'iniziativa avviata nel 2017 in collaborazione con Caritas e i nostri ristoranti partner, con l'obiettivo di donare cibo a famiglie e comunità bisognose. Parallelamente, abbiamo dato grande importanza alla sicurezza e al benessere dei nostri rider, introducendo la Carta della sicurezza stradale a Napoli, che mira a educare e formare i nostri rider sulle buone pratiche di sicurezza. Questo progetto riflette il nostro impegno continuo nel garantire condizioni di lavoro sicure e dignitose per tutti i nostri collaboratori.

Inoltre, abbiamo voluto celebrare i ristoranti partner che si sono distinti in diverse categorie nei nostri Just Eat Awards, tra cui "Miglior imprenditore sotto i 30 anni", "Miglior ristorante innovativo", "Miglior ristorante ecosostenibile" e "Miglior ristorante al femminile". Questi premi sottolineano il nostro impegno a riconoscere e promuovere l'innovazione e l'eccellenza nel settore della ristorazione e del food delivery. Infine, abbiamo rinnovato l'immagine del nostro brand con il lancio di un nuovo capitolo della campagna "Qualcuno ha detto", con artiste di fama internazionale come Christina Aguilera e Latto. Questa campagna non solo rafforza la nostra presenza sul mercato, ma anche il nostro impegno a mantenere una connessione emotiva e culturalmente rilevante con il nostro target.

5. Quali sono gli obiettivi strategici di Just Eat in risposta alle principali tendenze di cambiamento del settore in Italia e alle nuove preferenze degli utenti?

Le nostre iniziative sono guidate dalla volontà di portare momenti di gioia nella quotidianità delle persone, mantenendoci in sintonia con i trend e le preferenze di consumo emergenti. Anche quest'anno, abbiamo identificato alcune tendenze particolarmente rilevanti per i nostri clienti. Tra queste, vi è il crescente desiderio di celebrare i piccoli successi quotidiani e di soddisfare le voglie culinarie anche nelle ore notturne.

Abbiamo, inoltre, osservato un interesse sempre maggiore per i cibi che permettono alle persone di sentirsi connesse alle celebrità preferite, un fenomeno che riflette l'evoluzione del panorama italiano e l'influenza crescente dei key opinion leader. Infine, il trend del benessere a 360°, che include scelte alimentari più consapevoli, sta diventando sempre più rilevante.

Just Eat è pronta a rispondere positivamente a queste esigenze e siamo convinti che la nostra capacità di adattarci rapidamente alle nuove preferenze e di offrire esperienze culinarie memorabili continuerà a renderci distintivi nel mercato.



pasta



Gli editoriali



L'editoriale di Luca Iaccarino

Giornalista e critico gastronomico

Everything, Everywhere, All at once. Questo è il mondo in cui viviamo: un multiverso contenuto in un'unica dimensione, in cui tutti possono avere tutto, ovunque, in ogni momento. On demand. E il cibo non fa eccezione. Ma partiamo dall'inizio. In un tempo che sembra già remotissimo, si ordinava a casa in una sola occasione: quando non si aveva il tempo, o la voglia, di cucinare (e di lavare i piatti). E si cercava esclusivamente un tipo di cibo: goloso, economico, facile da mangiare. Letteralmente possiamo dire: era il millennio scorso. Poi tutto è cambiato. Non per una, ma per molte ragioni che si sono manifestate contemporaneamente. La prima è che la passione per la cucina è diventata straordinariamente popolare. L'Italia è un paese con un immenso patrimonio gastronomico regionale, ma questa consuetudine con le ricette tradizionali in qualche maniera andava a discapito della consapevolezza.

Consapevolezza che ha cominciato a diffondersi negli anni Ottanta del Secolo Breve per poi esplodere in quello nuovo grazie alle idee di associazioni e movimenti, alla pervasività prima dei programmi televisivi, poi dei social. La cultura del prodotto, la curiosità per la creatività, persino per le tecniche hanno conquistato (quasi) tutti. Questa "cultura gastronomica diffusa" ha creato un bisogno, quello di provare non solo le ricette delle nonne (sempre benedette, sia chiaro) ma di esplorare mondi alieni, altre culture, cibi sconosciuti: così si sono moltiplicati i locali, le proposte. Ma questo fenomeno non sarebbe esploso se, specularmente al nuovo bisogno, non fosse nato un nuovo servizio: il delivery. Per quanto discendente delle "consegne a casa", il delivery ha avuto una tale portata che la differenza quantitativa

è diventata qualitativa, dunque: una cosa tutta nuova. Il delivery gestito dalle piattaforme - non più la telefonata alla pizzeria di quartiere - ha reso tutto disponibile, sempre, ovunque, contemporaneamente. È stato una rivoluzione paragonabile al passaggio dalla televisione tradizionale allo streaming: non più lo stesso piatto per tutti, ma a ognuno secondo il proprio gusto (i propri orari, le proprie voglie). Così, d'un tratto, non si ordina più cibo a casa "quando non si ha il tempo, o la voglia, di cucinare" - per quanto questa rimanga una motivazione - ma per numerosissime ragioni diverse. C'è chi lo fa per seguire una dieta, perché ama il

poke, perché è sveglio alle due di notte, perché vuole festeggiare con gli amici, perché ha visto una ricetta su Instagram, perché ha trovato online l'hamburger del macellaio giusto, perché ha scovato quello plant based, perché vuol stare da solo, perché vuol fare festa. Questo elenco potrebbe andare avanti all'infinito, infatti (quasi) infinite sono le possibilità che si trovano quando si apre un'app.

“...il delivery ha avuto una tale portata che la differenza quantitativa è diventata qualitativa, dunque: una cosa tutta nuova. Il delivery gestito dalle piattaforme - non più la telefonata alla pizzeria di quartiere - ha reso tutto disponibile, sempre, ovunque, contemporaneamente.”

Di nuovo, funziona come lo streaming: ho voglia di una commedia per stare tra amici o di quel grande classico del cinema che volevo vedere da tempo? Chi per mestiere tenta di capire cosa vogliono i clienti - usando un termine da thriller, li "profilati" - ha provato a sintetizzare tutti questi desideri in alcuni "consumatori-tipo", il che sembra restringere i gradi di libertà, ma ancora ci piace pensare che ognuno ordini a modo proprio, ché, certo, noi appassionati di cibo siamo codificabili, ma complessi e, qualche volta, imprevedibili. E pure vogliamo sperare che chi il cibo lo prepara, pur tenendo in considerazione i desideri del pubblico, continui a cucinare ciò che gli sembra buono, bello e fonte di felicità.



L'editoriale di Aurora Cavallo (Cooker Girl)

Chef e content creator

Negli ultimi anni, il mondo culinario e gastronomico ha attraversato una profonda trasformazione, che ha arricchito e ampliato le figure professionali di questo settore. Il ruolo del cuoco, e ancor più quello dello chef - un termine che va usato con attenzione - si è evoluto, affiancato e, in qualche caso, ridefinito grazie all'avvento dei social media e delle piattaforme digitali. Oggi, cucinare non è più solo una pratica legata alla sfera personale o professionale, ma è diventato un fenomeno culturale che permea ogni aspetto della vita moderna, toccando ambiti come la comunicazione, l'intrattenimento e la condivisione di esperienze. La rivoluzione digitale ha introdotto nuovi strumenti di connessione e scoperta, che hanno radicalmente cambiato il modo in cui il cibo viene vissuto, raccontato e diffuso. Grazie ai social network, milioni di utenti possono non solo osservare, ma anche partecipare attivamente al dibattito culinario, sperimentando e condividendo idee, ricette, consigli e opinioni. È in questo contesto che la figura del content creator legato al food ha trovato un posto di rilievo.

Tuttavia, affinché questo ruolo abbia reale valore, è imprescindibile che il creator posseda una solida conoscenza della materia che tratta. Non basta creare contenuti esteticamente accattivanti: bisogna dimostrare una padronanza degli ingredienti, delle tecniche e delle tradizioni culinarie, oltre a saper comunicare il "perché" dietro ogni scelta gastronomica. L'elemento fondamentale di questa trasformazione è proprio il contenuto: oggi, il cibo non è più solo nutrimento, ma diventa intrattenimento. Le piattaforme digitali, con i loro formati visivi e interattivi, hanno fatto sì che l'esperienza gastronomica si estendesse al di là del piatto, trasformandola in un racconto che coinvolge i sensi e la curiosità.

Che si tratti di video tutorial su come preparare un piatto perfetto o di "semplici" scatti fotografici su Instagram, il cibo è diventato parte di un'esperienza narrativa e sensoriale. Questo interesse collettivo si manifesta anche nell'emergere di nuove tendenze gastronomiche, spesso promosse e diffuse proprio attraverso i social. Cucine che fino a pochi anni fa erano considerate di nicchia, come quella vegana o la cucina fusion, sono ora parte integrante del panorama culinario internazionale, grazie anche alla loro visibilità online. È interessante notare come il divario tra cucina professionale e cucina domestica si stia progressivamente riducendo. Le esperienze di chi cucina a casa sono sempre più ricche di contenuti e competenze, complice anche l'accesso a risorse digitali che facilitano l'apprendimento e la sperimentazione.

“Che si tratti di video tutorial su come preparare un piatto perfetto o di “semplici” scatti fotografici su Instagram, il cibo è diventato parte di un'esperienza narrativa e sensoriale.”

Tuttavia, bisogna sempre tenere presente che la realtà domestica differisce notevolmente da quella di una cucina professionale, dove lo chef opera in condizioni molto diverse, con ritmi e pressioni di altra natura. Il mondo del food, dunque, richiede sempre di più un approccio realistico, in grado di riconoscere e valorizzare entrambe le esperienze, casalinga e professionale, senza idealizzazioni o semplificazioni eccessive. Il futuro della gastronomia e della cucina si giocherà, con tutta probabilità, su questo terreno ibrido, in cui la conoscenza e la passione per il cibo si incontrano con la tecnologia, i media e le nuove forme di comunicazione. La sfida sarà quella di saper coniugare tradizione e innovazione, mantenendo sempre viva l'attenzione per la qualità e l'autenticità del contenuto.



delizioso



Unno

Sguardo

al

futuro

I trend del 2025 svelati dall'Osservatorio Just Eat

Le nuove tendenze nel mondo del delivery

Negli ultimi anni, il mondo del food ha attraversato una vera e propria metamorfosi, influenzando profondamente non solo i nostri gusti e abitudini alimentari, ma anche il modo in cui scegliamo e viviamo i nostri pasti, specialmente attraverso il delivery. Questa evoluzione è guidata da una crescente ricerca di autenticità, personalizzazione e benessere, che si riflette nelle tendenze emergenti e nei nostri comportamenti alimentari quotidiani. Immaginiamo di tornare alle origini, di riscoprire il valore della cucina autentica. Sempre più persone cercano piatti che parlano di semplicità e purezza, realizzati con pochi ingredienti selezionati e di alta qualità.

Questo trend è una risposta alla nostra curiosità su cosa c'è nel nostro cibo e da dove proviene. Locali che offrono prodotti a Km 0 e ingredienti coltivati direttamente diventano sempre più popolari, permettendo ai consumatori di avere un controllo maggiore e una connessione più profonda con il cibo che mangiano.

In parallelo, l'alimentazione consapevole sta emergendo come una pratica fondamentale per chi cerca di migliorare il proprio benessere personale. Questo approccio alla dieta si basa su scelte mirate e moderate, con una forte attenzione verso cibi che promuovono la salute, come probiotici, fermentati e superfood. Per chi abbraccia questo stile di vita, ogni pasto diventa un'opportunità per nutrire corpo e mente, riflettendo un desiderio crescente di equilibrio e sostenibilità nella dieta quotidiana.

“Questa evoluzione è guidata da una crescente ricerca di autenticità, personalizzazione e benessere, che si riflette nelle tendenze emergenti e nei nostri comportamenti alimentari quotidiani.”

Ma il cibo non è solo nutrizione; può anche trasformarsi in una celebrazione continua. Ecco dove entra in gioco il trend dei rituali quotidiani da elevare. Qui, ogni momento, anche il più ordinario, viene arricchito e celebrato attraverso piccole coccole culinarie. Che si tratti di un successo lavorativo o di un incontro con amici, questi momenti speciali sono celebrati con piatti che combinano gusto e benessere, rendendo ogni assaggio una festa per i sensi.

Non possiamo dimenticare gli amanti del rito dello snack di mezzanotte, che trovano nella notte il momento ideale per concedersi un piacere culinario. Per loro, il cibo serale è un rituale di self-care, con una predilezione non solo per i grandi classici del delivery, ma anche alimenti ricchi di proteine e opzioni speciali che possono essere gustate anche tardi nella giornata.

Questo trend riflette un cambiamento verso un consumo più flessibile, dove le esigenze personali e il benessere sono messi al centro. Infine, per chi vive immerso nell'universo dei fan, il cibo diventa un mezzo per connettersi con le proprie passioni culturali. Ristoranti tematici e piatti ispirati a film e serie TV offrono un'esperienza culinaria che va oltre il semplice nutrimento, trasformando ogni pasto in un viaggio nel mondo dei propri eroi e delle proprie celebrità preferite.

In questo panorama ricco e variegato, il cibo non è solo una questione di nutrizione, ma un'espressione della nostra identità e delle nostre scelte di vita. Ogni piatto diventa così un momento unico e significativo, da vivere e condividere in modo autentico e personale.



Quadrato semiotico dei nuovi food lovers



Quali sono i nuovi profili degli amanti del cibo in Italia? Partendo dalle tendenze di consumo individuate da Just Eat, i ricercatori di mercato di SQUADRATI

hanno realizzato un'analisi semiotica e creato una mappa per inquadrare i quattro tipi di consumatori che si rispecchiano in queste tendenze.



Chi sono

I Puristi

Pionieri dell'alimentazione consapevole e del cibo multifunzionale

I Puristi del cibo sono veri e propri ambasciatori di un'alimentazione consapevole e bilanciata, orientata a un benessere olistico. Questi pionieri del clean eating hanno abbracciato una filosofia alimentare che va oltre il semplice cibarsi per sopravvivere: per loro, ogni pasto è un'opportunità per nutrire mente e corpo. Per i Puristi, il concetto di alimentazione consapevole è centrale: seguire una dieta sana e personalizzata è una scelta deliberata che guida tutte le loro abitudini alimentari.

“...per loro, ogni piatto è un'opportunità per nutrire mente e corpo.”

Nei loro piatti trovano spazio solo cibi selezionati con cura, come i superfood, gli alimenti fermentati o ricchi di probiotici, e piatti e ingredienti con provati benefici per la salute. Questo profilo riflette una tendenza che coinvolge il 39% degli italiani, con il 66% di questi che associa il cibo al concetto di “mangiare pulito”, dimostrando un intenso interesse alla qualità degli ingredienti selezionati e al proprio benessere.

Il loro carrello della spesa è ricco di alimenti “senza” (senza glutine, senza lattosio, ecc.), sostituti della carne e prodotti biologici o a Km 0. Frequentano e ordinano da ristoranti plant-based, dove le verdure non sono più un mero accompagnamento, ma le vere protagoniste. Gli alimenti sono selezionati per la loro qualità e per l'impatto positivo sull'organismo.

Il cibo multifunzionale è un altro trend che abbracciano con entusiasmo: antiche varietà di frutta e verdura, alimenti che rispettano la sostenibilità e il colore come parte integrante del pasto sono elementi appartenenti a questa tendenza. I Puristi non rinunciano mai ai loro principi, neanche quando ordinano a domicilio: possono ordinare piatti sani e bilanciati che rispecchiano pienamente il loro stile di vita.

I Puristi

Cosa ne pensano i nostri esperti

Luca Iaccarino, giornalista e critico gastronomico

Da quando il più grande cuoco del pianeta diceva “se volete mangiar sano non andate al ristorante, andate dal medico” il mondo è cambiato: erano gli anni Ottanta, il piacere stava davanti a tutto (ricordate “l’edonismo reaganiano” di D’Agostino?), la cucina era fatta di opulenza e ricchezza. Oggi chi ama mangiare naturalmente non rinuncia al “buono”, ma, per dirla con lo slogan di Carlo Petrini, lo associa al “pulito” e al “giusto”. Non c’è cuoco, non c’è cliente dei nostri tempi che assieme ai sapori non cerchi benessere e valori etici. Che sono due cose diverse: il benessere ha a che fare con l’individuo, con la propria salute, con una dieta corretta, con l’assumere i giusti nutrienti; i valori etici hanno a che vedere con gli altri, con la comunità, con la giustizia.

“Non c’è cuoco, non c’è cliente dei nostri tempi che assieme ai sapori non cerchi benessere e valori etici.”

Due cose diverse, ma spesso legate: non sempre, ma nella maggior parte dei casi chi ragiona su determinati temi lo fa sia a livello personale che generale, dunque se vuole evitare le cose negative per sé, lo stesso desidera per gli altri. La parola “puristi” ha un che di radicale, ma rende l’idea, anzi, entrambe le idee: la purezza fisica - intesa come detox, come salubrità - e quella morale, cioè, per dirla con una parola semplice ma fondamentale per la filosofia (e dunque per l’esistenza), il “bene”. Ma è giusto che questa “purezza” (sia chiaro, intesa come profilo d’un consumatore, non è il caso di addentrarsi in terreni scivolosi) abbia due declinazioni: una più egoriferita, legata all’alimentazione consapevole, che quindi consuma biologico, salutare, equilibrato, leggero; una più sociale, legata al cibo multifunzionale, che quindi bada non solo al cosa ma al come viene prodotto ciò che si mangia. Entrambe concordano sul prediligere le verdure alle carni, la prossimità alla distanza, i prodotti artigianali a quelli industriali. Del resto, spesso, ciò che fa bene ai singoli fa bene a tutti. E viceversa.

Aurora Cavallo (Cooker Girl), chef e content creator

Il fenomeno dei “Puristi” riflette un’evoluzione significativa nel panorama gastronomico contemporaneo. Questi adottano un approccio rigoroso, scegliendo alimenti plant-based ed evitando ingredienti artificiali, in un impegno verso il clean-eating che mira a coniugare benessere fisico e mentale. Tuttavia, è cruciale che questa dedizione non comprometta l’essenza stessa dell’esperienza culinaria. La dimensione sociale del cibo, che include convivialità, scambio culturale e piacere, deve continuare a essere valorizzata. Il cibo, infatti, non è solo nutrimento, ma un elemento di arricchimento e condivisione che contribuisce al nostro benessere complessivo. Spesso i Puristi tendono a dimenticare la componente edonistica che il cibo è in grado di generare. In questo contesto, la versatilità in cucina emerge come una qualità indispensabile.

La capacità di adattare e reinventare gli ingredienti con creatività e consapevolezza non solo arricchisce l’esperienza gastronomica, ma permette di mantenere vivo l’interesse e la curiosità per il cibo. Il trend del cibo multifunzionale, con la sua enfasi su presentazioni colorate e innovative, rappresenta una risposta alla necessità di rendere l’alimentazione più dinamica e coinvolgente. Questo approccio può essere particolarmente benefico per i Puristi, offrendo loro nuovi modi per esplorare e apprezzare una dieta più rigida senza sacrificare l’aspetto visivo e il piacere della cucina. Mentre l’attenzione verso la salute e la sostenibilità è fondamentale, è essenziale che l’esperienza culinaria rimanga ricca e appagante. La scelta di un’alimentazione consapevole combinata con la creatività culinaria e l’aspetto sociale del cibo può garantire un equilibrio perfetto tra valori e piacere, arricchendo così la nostra vita quotidiana.



Curiosità da assaporare



Il 66% degli italiani è fan del “mangiare pulito”

Mangiare non è solo nutrizione, è un'esperienza zen che unisce corpo e mente.



Boom di cibi “senza”

Senza glutine, senza lattosio, senza compromessi. Il carrello perfetto per chi cerca il puro benessere.



Superfood, super poteri

Dai fermentati ai probiotici, ogni boccone è pensato per farci sentire invincibili.

Chi sono

Gli Edonisti

Innovatori del piacere culinario
e dei piccoli riti giornalieri

Gli Edonisti sono epicurei moderni che vedono il cibo come un momento di piacere irrinunciabile, da celebrare ogni giorno e in ogni occasione. Per loro, ogni pasto è un'esperienza sensoriale, un momento di celebrazione, che trasforma anche i piccoli traguardi quotidiani in feste culinarie. Il comfort food è al centro del loro mondo: piatti che non solo saziano, ma appagano anche emotivamente, evocando calore e benessere. Il rito dello snack di mezzanotte è un piacere a cui non rinunciano mai, perché anche in piena notte il cibo può essere un'esperienza travolgente.

Questa passione per il cibo come coccola serale è rappresentata da una tendenza seguita dal 33% degli italiani. Di questo gruppo, il 42% considera la scelta del cibo come sempre consapevole e ricercata, mentre il 38% lo vede come un'occasione per concedersi una coccola. In altre parole, tra chi abbraccia questa tendenza, una parte significativa attribuisce al cibo un ruolo di gratificazione personale e celebrativa.

“Questa passione per il cibo come coccola serale è rappresentata da una tendenza seguita dal 33% degli italiani.”

Le scelte alimentari riflettono questo bisogno: il carrello della spesa è ricco di prodotti golosi ma di qualità, come cibi arricchiti di proteine, integratori per il benessere, e prodotti pensati per le occasioni speciali, che vengono però goduti anche nelle giornate più ordinarie. Per gli Edonisti, non è solo questione di “cosa” si mangia, ma “come” si vive il momento: trasformare un pasto semplice in un'occasione speciale è il loro mantra.

La loro preferenza va per ristoranti che offrono piatti a Km 0, ma prediligono anche locali aperti fino a tardi, dove il cibo si trasforma in una coccola notturna, una tendenza confermata anche dal 37% degli italiani che fanno uso del delivery. A differenza dei Puristi, però, gli Edonisti non si preoccupano troppo delle regole: per loro, anche il lusso di un pasto indulgente può essere parte del piacere quotidiano. Ogni occasione, anche la più piccola, diventa un pretesto per festeggiare con cibi particolari, trasformandola in un rituale quotidiano da elevare e vivere in modo unico, ogni giorno.

Gli Edonisti



Cosa ne pensano i nostri esperti

Luca Iaccarino, giornalista e critico gastronomico

Nonostante abbia più di due millenni la parola “edonista” a tavola ha ancora un suo significato pregnante: chi, quando si siede e brandisce forchetta e coltello, cerca piacere, soddisfazione, godimento. Ma se negli anni Ottanta e Novanta del Secolo Breve “edonista” voleva dire muscolari vini francesi e prodotti costosi, e si riferiva sostanzialmente a una piccola cerchia di gourmet gaudenti, oggi il concetto è diventato più popolare e ha assunto sfumature diverse. La prima ha a che fare con l’idea del pasto come “esperienza”. La trasformazione di una cena in un evento è cosa piuttosto recente, almeno per il grande pubblico (saltando cioè a piè pari i banchetti di corte in stile Vatel): è stato Ferran Adrià, il grande chef spagnolo di El Bulli, a inventarsi la “cucina tecno-emozionale”, cioè quella che da un lato ha alti contenuti tecnici e tecnologici (i celebri sifoni, le sferificazioni), dall’altra concepisce il pasto non più come una liturgia (quella dei grandi ristoranti classici) ma come uno spettacolo, con gesti, colori, luci, musica.

La seconda sfumatura è quella della “celebrazione”, della “coccia”, cioè del festeggiare un avvenimento con un piatto prelibato o qualcosa di speciale nel bicchiere. Festeggiamento-rito-cibo sono sempre stati associati - si pensi alle nozze, ai compleanni -, quel che è cambiato in tempi forse più insicuri e anche più narcisistici è che le celebrazioni si sono moltiplicate all’infinito, si consuma qualcosa fuori dall’ordinario anche per gratificarsi per piccole, piccolissime cose, in qualsiasi momento. Dunque, può capitare a chi è amante del rito di mezzanotte di premiarsi a fine giornata - e le giornate di oggi, talvolta, terminano a tarda notte, appunto - e a chi vuole elevare rituali quotidiani, di festeggiare assieme qualche grande traguardo. O anche piccolo, perché no.

“La passione per la cucina si manifesta in un amore profondo per il processo culinario...”

Aurora Cavallo (Cooker Girl), chef e content creator

Osservando il panorama dei social network con un occhio critico, emerge chiaramente che, sebbene le community food siano ampie e diversificate, la categoria che prevale è quella degli Edonisti. Questo gruppo include coloro che si dedicano alla cucina non solo come atto quotidiano, ma come un autentico piacere. Per loro, preparare cibo è un rituale che va oltre la semplice necessità; è un’arte che celebra la ricerca e la selezione meticolosa degli ingredienti, trasformando la spesa in un momento di gioia e anticipazione per la giornata, anche quando la si aspetta comodamente a casa. La passione per la cucina si manifesta in un amore profondo per il processo culinario, che si estende alla condivisione di piatti preparati con dedizione con amici e familiari.

Gli Edonisti abbracciano l’idea di coccolarsi con il cibo, trovando un equilibrio tra consapevolezza e piacere. Il concetto di “love language” attraverso il cibo è sempre più presente nei contenuti che condividono, dai lievitati che incantano con impasti morbidi e croccanti, ai piatti che stimolano tutti i sensi, dal suono della croccantezza al gusto inconfondibile. Questo gruppo ricerca esperienze culinarie uniche, sia nel piatto che nell’ambiente in cui il cibo viene consumato. Frequentano e ordinano da ristoranti distintivi, alcuni dei quali restano aperti fino a tarda notte, e sono appassionati del rito dello snack di mezzanotte, che prevede la visione di contenuti culinari durante la notte per un momento di puro relax e piacere. Per gli Edonisti, la bellezza risiede nella capacità di trasformare anche un pranzo o una cena ordinaria in un evento speciale. Giocano con aromi, spezie e preparazioni meticolose, rendendo ogni pasto un’esperienza elevata. Il trend dei rituali quotidiani da elevare riassume perfettamente questo approccio: dedicare tempo e pazienza a preparazioni complesse, come un paté en croûte o una lasagna verde, diventa un rituale che premia con grande soddisfazione e piacere.



Curiosità da assaporare



Il 42% degli italiani è amante dello snack notturno

Chi dorme non piglia sfizi! Anche a mezzanotte, il comfort food è un diritto sacrosanto.



Cene chic anche nei giorni no

Non serve una ricorrenza per portare in tavola il cibo delle grandi occasioni.



Mega sfizi per mini traguardi

Perché aspettare un'occasione speciale? Ogni piccolo successo merita una grande coccola.





Le Sentinelle

Uno sguardo al futuro

Chi sono

Le Sentinelle

Guardiani dell'origine tracciabile e della cucina sostenibile

Le Sentinelle sono veri e propri custodi del cibo e difensori della sostenibilità, impegnati nella scelta di alimenti dall'origine tracciabile e in un'alimentazione anti-sprechi. Per loro, il cibo non è solo nutrimento, ma una responsabilità verso il pianeta e le generazioni future. Ogni pasto diventa un'opportunità per fare scelte consapevoli che rispettano la natura e la tradizione culinaria.

Al centro del loro universo culinario troviamo le trattorie sincere, dove la cucina è schietta e genuina, e la cucina povera diventa una nobile protagonista. La semplicità dei piatti, con pochi ingredienti veraci, rappresenta per loro la vera essenza del cibo. Le Sentinelle sono i guardiani del Km 0, amano sapere esattamente da dove provengono gli ingredienti e preferiscono frequentare ristoranti che producono il necessario e dove la tracciabilità sia garantita.

“Per loro, il cibo non è solo nutrimento, ma una responsabilità verso il pianeta e le generazioni future.”

La loro scelta alimentare è guidata da una forte sensibilità verso il no-spreco, il rispetto per la terra e le risorse naturali. I trend che abbracciano riflettono questa filosofia di vita. La cucina autentica, che valorizza il minimalismo culinario e la qualità degli ingredienti, è la loro bandiera. Una

tendenza accolta dal 43% degli italiani, per i quali il clean-eating è imprescindibile (55%) e le scelte alimentari devono essere all'insegna della leggerezza (52%), della tradizione (50%) e della semplicità (47%). Frequentano con regolarità ristoranti che usano ingredienti a Km 0 (59%) e che pongono grande attenzione alla salute e al benessere.

Nel loro carrello della spesa non mancano mai prodotti probiotici o fermentati (53%), cibi “senza” (51%), e alimenti che rispettano la tracciabilità della filiera. Ogni scelta alimentare è un atto di responsabilità, verso se stessi e verso l'ambiente.



Uno sguardo al futuro

Cosa ne pensano i nostri esperti

Luca Iaccarino, giornalista e critico gastronomico

Che cos'è la tradizione? Ci sono due citazioni che rispondono al meglio a questa domanda non facile. La prima è "La tradizione è un'innovazione ben riuscita", la seconda "La tradizione è custodire il fuoco, non adorare le ceneri" (questa seconda sovente attribuita al musicista Mahler, ma la cosa non è certa). Entrambe dimostrano che tradizione e innovazione non costituiscono una dicotomia, anzi, si alimentano l'un l'altra continuamente: chi costruisce il nuovo deve avere in testa il passato; e ciò che è nuovo - se è buono e sa conquistare il pubblico - diventa classico. Tutto ciò per dire che non c'è contrasto tra una modalità di fruire il cibo contemporanea come il delivery e i contenuti della tradizione italiana, che è fondata su semplicità, regionalità e convivialità.

La semplicità indica la nostra passione per la cucina di prodotto, con materia prima di buona qualità poco trasformata (in questo assomigliamo ai giapponesi, mentre i francesi sono affini ai cinesi: tanti ingredienti, tante salse, opulenza). La regionalità racconta la nostra abitudine a mangiare tante cucine quanti sono i campanili del nostro paese, e ancor di più: terra e territori sono da sempre i genitori della cucina locale, con i prodotti che arrivano dall'azienda agricola a pochi chilometri, le ricette che sono nipoti di quelle delle nonne.

Ma a tutto questo manca ancora un ingrediente fondamentale: la convivialità. Il vivere il cibo assieme. Condividerlo. Mangiare dallo stesso piatto è diventato un trend globale - il "to share" americano, il "compartir" spagnolo - ma in Italia è l'essenza stessa del nostro stile di vita. Chi vive il cibo a casa così è stato chiamato "Sentinella", che è un po' minaccioso e fa un po' "Deserto dei Tartari", ma rende l'immagine di chi custodisce un'idea di cucina semplice, tradizionale e, soprattutto, conviviale. Come se casa, per una sera, diventasse una trattoria.

“La semplicità indica la nostra passione per la cucina di prodotto, con materia prima di buona qualità poco trasformata.”

Anche sui social network questo approccio riflette valori fondamentali come l'attenzione alla qualità degli ingredienti e la ricerca di preparazioni genuine, elementi che arricchiscono la tradizione culinaria e promuovono un legame profondo con il cibo. Tuttavia, è importante

che l'impegno per la sostenibilità e l'etica non limiti l'esperienza alla sola dimensione normativa, ma continui a celebrare il piacere e la convivialità che il cibo può offrire. La tendenza verso la "cucina senza" talvolta può risultare restrittiva, demonizzando ingredienti come carboidrati e glutine senza una base scientifica robusta.

Tali ingredienti, spesso alla base di preparazioni classiche, contribuiscono al gusto e alla consistenza dei piatti. La valorizzazione degli ingredienti a Km 0 e la creatività culinaria rappresenta un'opportunità per arricchire l'esperienza gastronomica anche online: da un lato si incoraggia la sperimentazione e l'uso di ingredienti locali e globali, dall'altro consente di combinare la sostenibilità con un'esperienza culinaria ricca e variegata. Si denota sempre di più anche un fenomeno di riscoperta delle origini e della trazione che genera grandi numeri sulle piattaforme. L'armonia tra etica e piacere culinario rappresenta il futuro del mondo food. Le Sentinelle, con il loro impegno per una cucina responsabile, non solo promuovono un'alimentazione più consapevole, ma contribuiscono anche a un'esperienza gastronomica più ricca e soddisfacente.



Curiosità da assaporare



Il 79% degli italiani vuole etichette chiare e sincere

Basta segreti! Ogni ingrediente è sotto i riflettori: trasparenza prima di tutto.



Green is the new black

Dalla fattoria alla forchetta, il viaggio del cibo ora è eco-friendly e 100% etico.



Mai più sprechi

Riduci, riutilizza, ricicla... anche in cucina! Gli avanzi? Oro per chi sa reinventarli.

I Seguaci

Chi sono

I Seguaci

**Trendsetters del cibo
sociale e culturale**

I Seguaci sono social food lovers che vedono il cibo come un'esperienza sociale e culturale imprescindibile. Per loro, mangiare diventa un atto di condivisione e appartenenza a una community o fandom. Ogni pasto diventa un'occasione per connettersi agli altri e celebrare le ultime tendenze ispirate dai loro beniamini e dalle piattaforme social. Il trend dei cibi legati all'universo dei fan guida le loro scelte alimentari: seguono con entusiasmo i piatti ispirati alle serie TV e ai film, e si lasciano influenzare dalle ricette virali su TikTok, come la Baked Feta Pasta, i rigatoni alla vodka e il Cloud Bread, e Instagram. Le loro scelte culinarie sono fortemente influenzate dai trend e dalle novità social, dimostrando un forte legame tra cibo e cultura pop.

I loro carrelli della spesa si popolano di superfood, antiche varietà e cibi ricchi di elementi nutritivi che sono diventati popolari tra influencer e celebrità. Prediligono prodotti che sono stati mostrati o consigliati da figure pubbliche o trendsetter del momento. Quando si tratta di ristoranti, i Seguaci sono spesso clienti abituali di locali ispirati a film, serie TV e altre forme di intrattenimento, dove possono vivere un'esperienza culinaria che li fa sentire parte di qualcosa di più grande. I locali che offrono piatti iconici o tematici, legati ai loro film o serie preferiti sono la loro prima scelta. Per i Seguaci, il cibo è un mezzo per esprimere la propria passione, seguire le tendenze del momento e celebrare la cultura che amano, trasformando ogni pasto in una celebrazione sociale e culturale.

Cosa ne pensano i nostri esperti

Luca Iaccarino, giornalista e critico gastronomico

Mangiare ai tempi dello streaming, delle serie TV, dei social, della viralità: forse la più grande novità nelle abitudini del terzo millennio. Dagli anni Duemila due fattori convergenti hanno modificato completamente le abitudini alimentari dei consumatori: da una parte si sono moltiplicati gli input, i "trend" hanno sostituito le mode (e i primi cambiano assai più velocemente delle seconde); dall'altro, con l'esplosione della ristorazione - il delivery in primis -, ottenere quello che si vuole è diventato infinitamente più facile, a portata di click. Un tempo una nuova tendenza nasceva nelle chiuse stanze dell'élite (cfr: "Il Diavolo veste Prada"), oggi può germogliare ovunque e questo parcellizza le sollecitazioni (d'altro canto, rendendole più effimere). Dall'istante in cui l'eroe della serie preferita o l'influencer da milioni di follower appaiono su un monitor grande o piccolo con un piatto particolare - un avocado toast, per dire - basta un click per ricevere a casa quello stesso (o almeno: qualcosa che più o meno gli somiglia).

L'emulazione dei beniamini è sempre stata una prerogativa dei fan ma mai come oggi è diventata così facilmente praticabile e pervasiva, trasformando gli appassionati in adepti, in follower (appunto: "Seguaci"): una sorta di "turbo-imitazione" resa possibile dalla facilità nella diffusione dei contenuti e nell'acquistare ciò che si vuole. L'azione può essere individuale - soli, a casa, cosa di meglio per consolarsi che sentirsi un po' "The Bear" mangiando il panino preferito di Carmy? - ma più facilmente è collettiva, come è naturale per quelli che un tempo chiamavamo "gruppi di ascolto": un creator popolare ha appena ordinato un cibo particolare e immediatamente gli amici si ritrovano a casa per dividerlo. Ecco, dunque, i consumatori che fanno parte dell'universo dei fan. In questo fenomeno c'è l'ossessione contemporanea per cavalcare i trend - il piacere dell'essere avanti, dell'arrivare per primi - ma anche la voglia di condividere una passione che unisce nel modo più radicale che esista: mangiandola.

“La cucina è anche un veicolo di cultura e tradizione, capace di offrire nutrimento non solo per il corpo, ma anche per l'anima.”

Aurora Cavallo (Cooker Girl), chef e content creator

Basti pensare ai fan di Gossip Girl che provano e riprovano a replicare i Macarons di Ladurée per sentirsi ancora più fan e vicini ai personaggi di Blair e Serena. Questo fenomeno è simile a quello dei Seguaci, che, ispirati da un piatto divenuto iconico in una scena delle loro serie tv preferite, si dedicano a consumarlo per giorni consecutivi. Sebbene questo trend possa sembrare distante dall'approccio tradizionale alla cucina, che valorizza la qualità degli ingredienti e la preparazione consapevole, ha comunque trovato una sua collocazione tra le nuove generazioni di consumatori. È cruciale, però, non ridurre la cucina a una mera moda passeggera, privandola del suo valore culturale e nutrizionale.

Il cibo, oltre ad essere un piacere gustativo e un elemento di condivisione sociale, possiede una dimensione culturale profonda, che si radica nella tradizione, nella stagionalità e nell'aspetto nutrizionale. Questi aspetti conferiscono al cibo un'importanza che va ben oltre il suo ruolo di trend effimero. Nonostante il crescente interesse per contenuti virali e per le tendenze del momento, è essenziale mantenere un equilibrio.

Sperimentare nuove ricette e ingredienti può essere un'attività divertente e stimolante, specialmente quando l'ispirazione proviene da fonti competenti e consapevoli. In questo modo, è possibile unire il gioco e l'innovazione con il rispetto per la cultura alimentare e i principi nutrizionali. In definitiva, mentre i trend culinari influenzano le nostre scelte alimentari, non dobbiamo dimenticare che la cucina è anche un veicolo di cultura e tradizione, capace di offrire nutrimento non solo per il corpo, ma anche per l'anima.





**Il 72% degli italiani posta
il proprio cibo sui social**

Il vero "food porn" vive su Instagram: se non l'hai condiviso, l'hai davvero mangiato?



Influencer a tavola

Chef, blogger, foodies: tutti pronti a ispirarci con ricette da urlo e tendenze da provare.



**Cibo e socialità
a braccetto**

Cene di gruppo e sfide culinarie sono i nuovi "trending topics".

le tendenze dell'ultimo anno

**I preferiti
degli
italiani**

dati dati dati



Le tendenze dell'ultimo anno

Dati nazionali

Le cucine più ordinate e più in crescita

Le cucine più ordinate

1. Pizza
2. Hamburger
3. Giapponese
4. Cinese
5. Poke

Le cucine più in crescita

1. Ramen
2. Focacce
3. Bao & Ravioli
4. Libanese
5. Rosticceria

Le bevande e i dolci più ordinati

Le bevande più ordinate

1. Cola
2. Aranciata
3. Birra italiana
4. Gassosa
5. Tè alla Pesca

I dolci più ordinati

1. Tiramisù
2. Vaschetta gelato
3. Pizza con crema alla nocciola
4. Baklava
5. Cheesecake

I piatti più ordinati e più in crescita

I piatti più ordinati

1. Pizza Margherita
2. Pizza Diavola
3. Involtini Primavera
4. Pizza Capricciosa
5. Suppli

I piatti più in crescita

1. Ravioli con carne alla griglia
2. Farinata
3. Pizza al Gorgonzola
4. Pizza Marinara
5. Gamberi con sale e pepe

Gli antipasti e i contorni più ordinati

Gli antipasti più ordinati

1. Edamame
2. Olive Ascolane
3. Gyoza
4. Zuppa di Miso
5. Caprese

I contorni più ordinati

1. Patatine fritte
2. Crocchette di patate
3. Anelli di cipolla
4. Patate al forno
5. Naan al formaggio

Spesa online: i prodotti più gettonati

1. Acqua naturale 1.5L
2. Banane
3. Pomodori ciliegino
4. Uova fresche
5. Cola senza zuccheri
6. Baguette
7. Formaggio grattugiato
8. Pop-Corn
9. Ceci
10. Mirtilli

I più trendy per ogni momento della giornata

Colazione

1. Piatto: Cornetto con crema alla nocciola
2. Bevanda: Cappuccino

Pranzo

1. Piatto: Componi il tuo poke
2. Bevanda: Cola

Merenda

1. Piatto: Suppli
2. Bevanda: Cola

Cena

1. Piatto: Margherita
2. Bevanda: Cola

Spuntino Notturno

1. Piatto: Componi il tuo panino
2. Bevanda: Cola

Dati locali

Le cucine e i piatti più ordinati per città

Bari	Cucine 1. Hamburger 2. Poke 3. Greco	Piatti 1. Pizza Calabrese 2. Componi il tuo poke 3. Pizza Bufala
Bologna	Cucine 1. Hamburger 2. Giapponese 3. Cinese	Piatti 1. Pizza con salsiccia 2. Pizza Diavola 3. Involtini primavera
Firenze	Cucine 1. Hamburger 2. Cinese 3. Giapponese	Piatti 1. Involtini primavera 2. Ravioli alla griglia 3. Riso alla cantonese
Genova	Cucine 1. Hamburger 2. Giapponese 3. Poke	Piatti 1. Componi il tuo poke 2. Involtini primavera 3. Pizza Bufala
Milano	Cucine 1. Giapponese 2. Hamburger 3. Cinese	Piatti 1. Pizza Diavola 2. Involtini primavera 3. Componi la tua pizza
Napoli	Cucine 1. Hamburger 2. Dolci 3. Giapponese	Piatti 1. Componi il tuo panino 2. Croccè 3. Pizza Diavola
Palermo	Cucine 1. Hamburger 2. Pollo 3. Giapponese	Piatti 1. Pizza Romana 2. Pizza Diavola 3. Parmigiana di melanzane
Roma	Cucine 1. Hamburger 2. Giapponese 3. Cinese	Piatti 1. Suppli 2. Involtini primavera 3. Pizza Diavola
Torino	Cucine 1. Hamburger 2. Cinese 3. Giapponese	Piatti 1. Pizza Diavola 2. Involtini primavera 3. Farinata
Verona	Cucine 1. Giapponese 2. Hamburger 3. Poke	Piatti 1. Pizza Diavola 2. Pizza con salamino piccante 3. Pizza con prosciutto e funghi

dati locali



il prezzo del gusto



Le tendenze dell'ultimo anno

Dati locali

Il costo medio per piatto, per città

Bari	Hamburger: 8.90€ Pizza Margherita: 5.61€ Involtini primavera: 2.12€ Poke: 10.73€ Spesa media: 19.87€	Napoli	Hamburger: 8.06€ Pizza Margherita: 5.30€ Involtini primavera: 2.58€ Poke: 12.41€ Spesa media: 19.11€
Bologna	Hamburger: 10.53€ Pizza Margherita: 6.07€ Involtini primavera: 2.58€ Poke: 13.10€ Spesa media: 18.12€	Palermo	Hamburger: 7.97€ Pizza Margherita: 6.61€ Involtini primavera: 1.84€ Poke: 12.09€ Spesa media: 17.10€
Firenze	Hamburger: 10.66€ Pizza Margherita: 8.61€ Involtini primavera: 2.45€ Poke: 12.00€ Spesa media: 22.43€	Roma	Hamburger: 11.25€ Pizza Margherita: 7.22€ Involtini primavera: 2.18€ Poke: 12.57€ Spesa media: 25.14€
Genova	Hamburger: 9.67€ Pizza Margherita: 6.38€ Involtini primavera: 2.14€ Poke: 10.72€ Spesa media: 22.32€	Torino	Hamburger: 10.10€ Pizza Margherita: 8.66€ Involtini primavera: 2.35€ Poke: 12.65€ Spesa media: 21.18€
Milano	Hamburger: 11.08€ Pizza Margherita: 8.63€ Involtini primavera: 2.34€ Poke: 13.02€ Spesa media: 22.11€	Verona	Hamburger: 9.22€ Pizza Margherita: 7.42€ Involtini primavera: 3.04€ Poke: 12.50€ Spesa media: 21.69€

Dati locali

Le cucine e i piatti che stanno guadagnando popolarità per città

Bari	Cucine 1. Ramen 2. Fritti 3. Cinese	Piatti 1. Crocchette di patate 2. Arancino classico 3. Mozzarella in carrozza
Bologna	Cucine 1. Pollo 2. Messicana 3. Spagnola	Piatti 1. Naan 2. Pizza Americana 3. Componi il tuo poke
Firenze	Cucine 1. Americana 2. Italiana 3. Poke	Piatti 1. Nigiri al salmone 2. Pizza tonno e cipolla 3. Pizza vegetariana
Genova	Cucine 1. Spesa 2. Focacce 3. Piadine	Piatti 1. Uramaki di salmone 2. Panissa 3. Takoyaki
Milano	Cucine 1. Colazione 2. Spesa 3. Ramen	Piatti 1. Barca sushi 2. Yakiza 3. Gyoza alla griglia
Napoli	Cucine 1. Poke 2. Rosticceria 3. Healthy	Piatti 1. Ravioli alla griglia 2. Cornetto farcito 3. Componi il tuo poke
Palermo	Cucine 1. Dolci 2. Panini 3. Specialità di pesce	Piatti 1. Pollo alla brace con patate al forno 2. Risotto alla marinara 3. Ravioli brasati
Roma	Cucine 1. Spesa 2. Bao & Ravioli 3. Poke	Piatti 1. Smash burger con doppio formaggio 2. Componi il tuo poke 3. Pad Thai con gamberi
Torino	Cucine 1. Tacos y Burritos 2. Spesa 3. Panini	Piatti 1. Focaccia bianca 2. Pizza alla Norma 3. Baklava
Verona	Cucine 1. Indiano 2. Pollo 3. Piadine	Piatti 1. Yaki Udon 2. Edamame 3. Pizza con salamino



**curiosità
gustose
curiosità
gustose**

**L'oroscopo
gastronomico
del 2025**

L'oroscopo gastronomico del 2025

Quale sarà la tua prossima avventura culinaria?

21 marzo - 19 aprile

Ariete

Preparati a liberare il tuo lato audace e a esplorare le tendenze culinarie più gettonate del 2025. Sperimenterai nuovi sapori e cucine uniche che delizieranno le tue papille gustative. Chissà, potresti persino buttarti in corsi di cucina online o farti consegnare dei menù a tema direttamente a casa, per un anno da vivere con gusto.



20 aprile - 20 maggio

Toro

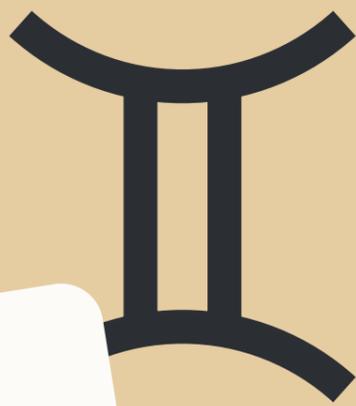
Sappiamo quanto ami il comfort del tuo divano, quindi lascia perdere lo stress di uscire a cena e fatti consegnare piatti gourmet direttamente a casa. La consegna della spesa sarà il tuo nuovo pallino, per ricreare piatti prelibati nella tua cucina, dolci squisiti e vini pregiati inclusi. Sarà un anno dedicato a coccolarti con cene memorabili, senza dover abbandonare il comfort di casa tua.



21 maggio - 20 giugno

Gemelli

Nel 2025 esprimerai al meglio le tue doti sociali, invitando spesso gli amici a cena ed esplorando insieme sapori nuovi. Just Eat sarà il tuo passaporto per trovare nuovi piatti e avventurarti tra le cucine del mondo, condividendo le tue ispirazioni con chi ami.



23 luglio - 22 agosto

Leone

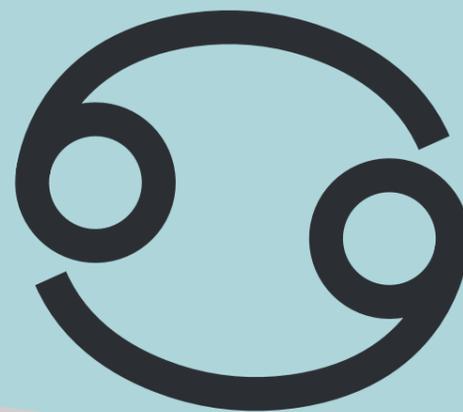
Quest'anno preparati a gustare cibi squisiti e a brillare come il miglior padrone di casa del tuo gruppo di amici. Vorrai coccolarti con piatti gourmet consegnati direttamente a casa, organizzando feste con menù a tema che lasceranno tutti a bocca aperta. Per te, il cibo deve essere memorabile e non vedrai l'ora di condividere le tue avventure culinarie sui social.



21 giugno - 22 luglio

Cancro

Per te, casa è dove si trova il cuore, e il cibo non fa differenza. Quindi assicurati di ordinare con Just Eat i tuoi piatti preferiti, oppure fatti consegnare gli ingredienti per preparare deliziose ricette casalinghe da condividere con chi ami.



23 agosto - 22 settembre

Vergine

Quest'anno il tuo obiettivo è restare in forma. Vuoi piatti preparati con ingredienti freschi, nutrienti e sani, che ti regalino una sferzata di energia e facciano risplendere la tua pelle. Concentrazione ed equilibrio saranno altrettanto importanti, quindi via libera a piatti biologici, senza glutine o vegan friendly grazie a Just Eat. È proprio il caso di dirlo: alla salute!



L'oroscopo gastronomico del 2025

23 settembre - 22 ottobre

Bilancia

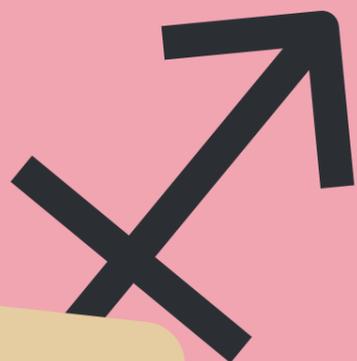
Nel 2025, il tuo ingrediente segreto sarà l'equilibrio. Desideri piatti tanto buoni quanto belli e userai Just Eat per esplorare cucine diverse, perché mangiare non deve mai essere noioso. Che si tratti della consegna di una spesa sfiziosa o di un dolce buonissimo, ogni boccone sarà una delizia per le papille e una festa per gli occhi.



22 novembre - 21 dicembre

Sagittario

Avventura è il tuo secondo nome, soprattutto quando si tratta di cibo. Grazie a Just Eat, explorerai una miriade di sapori esotici e cucine uniche, dallo street food indiano piccante al curry aromatico thailandese.



20 gennaio - 18 febbraio

Acquario

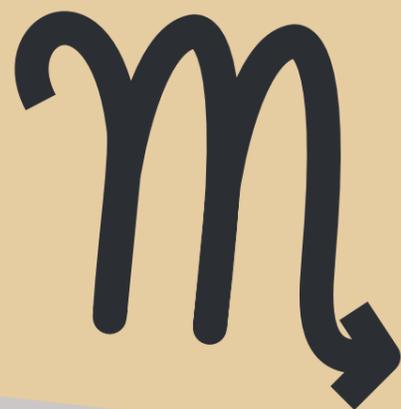
Ti piacciono le cose uniche e innovative. Quindi non riuscirai a resistere alle tendenze culinarie del nuovo anno. Consegne di cibo a domicilio con i droni, carne coltivata o sintetica da assaggiare, piatti a base vegetale da sperimentare: vuoi provare tutto ed essere sempre un passo avanti.



23 ottobre - 21 novembre

Scorpione

Con uno spirito ardente come il tuo, questo sarà l'anno giusto per provare piatti speziati e audaci. Scopri cucine ricche di sapore, come quella messicana o mediorientale, per ravvivare le tue papille gustative, e soddisfa la tua voglia di gusti intensi con dolci prelibatezze al cioccolato fondente.



22 dicembre - 19 gennaio

Capricorno

Non hai tempo di preparare pranzo e cena? Non c'è problema. Just Eat verrà in tuo soccorso. Ti farà risparmiare tempo e ti permetterà di gustare pasti nutrienti e ben bilanciati per mantenerti in linea con i tuoi obiettivi. Adorerai ricevere piatti sani e deliziosi già pronti: la tua vita sarà più facile e la tua salute ti ringrazierà.



19 febbraio - 20 marzo

Pesci

Hai un animo d'artista, quindi i tuoi piatti devono essere anche creativi. Nel 2025 cercherai costantemente nuovi modi per esprimerti attraverso il cibo, che si tratti di vivere esperienze culinarie memorabili o di inventare una nuova ricetta con ingredienti freschi appena consegnati.



Nel backstage con

Christina Aguilera

Scopri il punto di vista di questa icona musicale sull'ultima campagna con Just Eat.

1. Cosa ti ha spinto a collaborare con Just Eat?

Collaborare con Just Eat è stato naturale per me, perché con tutti i miei impegni un servizio di consegna comodo ed efficiente rende la gestione dei pasti molto più facile. È sempre stato importante per me lavorare con brand che abbiano un impatto positivo e che siano in sintonia con i miei valori.

2. Com'è stato il processo creativo?

Fin dall'inizio, sia io che il team volevamo che la campagna riflettesse la mia personalità e i valori del brand. Abbiamo parlato di diverse idee per fare in modo che ogni aspetto della campagna, dalle grafiche ai testi, esprimesse autenticità e fosse in grado di raggiungere il pubblico giusto. Sono stata felice di lavorare alle idee del team marketing, incentrate su colori vivaci e un pizzico di glamour. Combinare diversi stili musicali con Latto è stata una delle parti più belle del lavoro creativo. Abbiamo riso tutto il tempo, dando vita al progetto nel modo più divertente possibile.



3. Cosa ti è piaciuto di più durante la fase di produzione?

L'energia e la creatività del team. Si è trattato di un lavoro enorme, con tante persone coinvolte, tutte entusiaste di collaborare alla creazione di questa campagna. E penso che questo sentimento sia evidente in ogni scatto e in ogni interazione. Lavorare con Latto è stato fantastico e mi sono divertita davvero tanto a dare vita alle mie idee. Ci siamo divertiti molto anche con il guardaroba. Ogni look è stato un successo, oltre che un elemento fondamentale del mondo che volevamo creare.

4. Qual è l'ultima cosa che hai ordinato?

L'ultima cosa che ho ordinato a domicilio è stata un succo verde. Mi piacciono molto tutti i tipi di succhi e le loro ricette. Amo esplorare cucine diverse e grazie a Just Eat, posso farlo comodamente da casa. Quando sono con la mia famiglia, ognuno può scegliere quello che ama, a seconda di quello di cui si ha voglia o dell'umore del momento.

5. C'è una tendenza culinaria che segui?

Non direi che seguo delle tendenze culinarie vere e proprie, ma mi piace esplorare cose nuove. Come ho detto prima, sia io che la mia famiglia adoriamo i succhi di frutta e vegetali. Sia a casa che in viaggio, ci piace esplorare le novità proposte dai ristoranti e scoprire posti nuovi.



A proposito di Just Eat

chi siamo

E come consegniamo gioia ai nostri clienti

Just Eat è parte di Just Eat Takeaway.com, uno dei leader mondiali nel mercato del digital food delivery. È presente in Italia dal 2011 e oggi opera con oltre 28.000 ristoranti partner in più di 2.000 comuni.

Just Eat è disponibile su pc o mobile tramite sito web o l'app dedicata, offrendo ai consumatori un'ampia varietà di cucine e prodotti tra cui scegliere per garantire un'esperienza di delivery completa e accessibile.





I traguardi degli ultimi anni

i nostri successi

2023

- Gennaio** Just Eat supporta Veganuary
- Febbraio** Just Eat premia i migliori ristoranti partner con i Just Eat Awards
- Febbraio** Inaugurazione di un nuovo Hub a Firenze
- Maggio** Partecipazione al Concertone del Primo Maggio
- Maggio** Inaugurazione dell'Hub di Milano
- Giugno** Lancio di JET360, piattaforma per supportare la business intelligence
- Luglio** Annuncio di una grande espansione a livello locale
- Settembre** Partecipazione alla Mobility Week
- Ottobre** Presentazione del nuovo packaging sostenibile in collaborazione con Notpla
- Novembre** Presentazione della Mappa del cibo a domicilio in Italia

2024

- Gennaio** Lancio di una nuova campagna con Christina Aguilera e Latto
- Gennaio** Just Eat supporta nuovamente il progetto Ristorante Solidale
- Gennaio** Just Eat entra nel segmento Grocery e annuncia una partnership con Carrefour
- Febbraio** Impegno nella lotta contro lo spreco alimentare e premiazione dei migliori ristoranti sulla piattaforma con i Just Eat Awards
- Febbraio** Rinnovo della partnership con UEFA fino al 2027 e presentazione della Carta della sicurezza stradale a Napoli
- Marzo** Just Eat celebra le Donne con iniziative dedicate

Just Eat in numeri

4000

dipendenti

3 milioni

di clienti

28 mila

ristoranti

116

tipi di cucine

oltre 2000

comuni italiani



fonti

Gli ingredienti di questo report

Questo studio è stato realizzato utilizzando statistiche interne e dati raccolti per il periodo compreso tra luglio 2023 e luglio 2024. Le tendenze sono state rilevate attraverso WGSN, una società globale di previsione delle tendenze. Inoltre, SQUADRATI ha condotto un'analisi semiotica a partire dalle tendenze e un'indagine quantitativa (CAWI), dal 5 al 7 agosto, su un campione di 500 intervistate/i, dai 18 e i 58 anni, con quote proporzionali alla popolazione residente in Italia per sesso, classi di età e area geografica.



Se avete domande o volete semplicemente condividere con noi una curiosità sul cibo, non esitate a contattarci.

Just Eat

Cristina Canale, Senior Brand PR Manager

cristina.canale@justeat.com

PRESS OFFICE JUST EAT | MSL ITALIA

Eleonora Moretti +39 3663559456

Alessandra Pedrona +39 3473332594

Martina Donida +39 3486166256

justeat-brandpr@mslgroup.com

contatti



