

# JUST EAT

Milano, 22 Aprile 2020

**22 APRILE 2020  
GIORNATA MONDIALE DELLA TERRA**

## **CIBO A DOMICILIO E SOSTENIBILITÀ IN ITALIA**

**JUST EAT: da indagine su oltre 15.000 clienti, più del 90% ritiene i pack sostenibili importanti per il cibo a domicilio. Attenzione anche a non sprecare e allo smaltimento delle confezioni.**

**Al via a Londra le prime confezioni al mondo per il food delivery in alghe. In Italia shop per i ristoranti Plastic free e pack con scarti di canna da zucchero e carta erbacea.**

### **Evidenze e novità:**

- Secondo il **6° Osservatorio Nazionale sullo stile di vita sostenibile di LifeGate**, 36 milioni di italiani sono interessati al tema sostenibilità e l'86% è d'accordo allo stop oggetti in plastica monouso.
- **Secondo l'indagine di Just Eat su oltre 15.000 clienti dell'app**, oltre il 90% dei rispondenti preferirebbe ricevere cibo a domicilio in confezioni sostenibili.
- Per il **52% degli intervistati**, le aziende dovrebbero attivarsi nel produrre e disporre imballaggi per essere sostenibili e limitare l'uso della plastica monouso nel food delivery (39%).
- **Il 95% di chi ordina a domicilio ha un comportamento responsabile**: il 67% non avanza quasi mai cibo, il 62% in caso di eccesso di cibo lo conserva in modo adeguato e lo riutilizza e il 41% non ordina troppo cibo per non sprecare.
- Just Eat lancia da Londra i **primi pack al mondo rivestiti in alghe marine per il food delivery**, in collaborazione con Notpla.
- In Italia **disponibili i primi pack 100% compostabili e biodegradabili** in scarti di canna da zucchero, carta erbacea e polpa di cellulosa.

**Just Eat**, app leader per ordinare pranzo e cena a domicilio in tutta Italia e nel mondo, in occasione del 22 Aprile, **Giornata Mondiale della Terra**, rinnova la collaborazione con "L'Osservatorio sullo stile di vita sostenibile" di LifeGate per continuare a sensibilizzare sull'importanza di seguire pratiche sostenibili e favore dell'ambiente. In occasione della sesta edizione dello studio LifeGate, **Just Eat svela infatti i trend** di una propria indagine a supporto dei temi della sostenibilità ambientale e della riduzione della plastica, su un campione di oltre 15.000 clienti, analizzando il **rapporto tra chi ordina a domicilio e la sostenibilità**, le preferenze su pack e confezioni per il food delivery, nonché abitudini e comportamenti a favore dell'ambiente. Ma non solo. In contemporanea infatti, parte da **Londra il lancio delle prime confezioni al mondo per il mercato del takeaway in alghe**, realizzate in collaborazione con Notpla, e in Italia i primi pack **eco-compatibili, 100% compostabili e biodegradabili** a disposizione da Maggio, sullo shop dedicato a tutti i ristoranti partner dell'app per le consegne.

Secondo L'Osservatorio LifeGate\*, realizzato in collaborazione con l'Istituto Eumetra, emerge un forte interesse verso la sostenibilità con **36 milioni di italiani vicini al tema**, percepito dal **72%** come patrimonio comune in grado di influenzare le abitudini quotidiane, in particolare dai giovani della generazione Z e dalle donne 35-54 anni. Un trend che conferma la volontà dei consumatori italiani di essere attivi con azioni sostenibili che inevitabilmente secondo loro devono passare dalle aziende per permettere di fare scelte di acquisto green, considerando quindi corretta (**86%**) la decisione **dell'Unione Europea di stoppare l'utilizzo di oggetti in plastica monouso a partire dal 2021**. Questo consentirebbe di acquistare prodotti sostenibili, che il **26%** è disposto a comprare spendendo di più, e rifornendosi così da aziende sostenibili.

### **L'INDAGINE DI JUST EAT E GLI AMANTI DEL FOOD DELIVERY**

Quanto emerso dall'Osservatorio Nazionale LifeGate trova **conferma anche tra gli amanti del food delivery** che, durante un'indagine condotta da Just Eat, **rivelano comportamenti virtuosi e responsabili**. **Solo il 5%** si vede infatti **costretto a buttare gli avanzi degli ordini a domicilio**, evidenziando un **comportamento responsabile per il 95%**, con il **62%** che, in caso di eccesso di cibo, lo conserva in

**modo adeguato**, utilizzandolo anche come pranzo per il giorno successivo, mentre il 28% cerca di consumarlo. In generale, il **67%** degli intervistati dichiara che **quasi mai capita di avanzare cibo in casa**, il 19% meno di due volte a settimana. Il desiderio di poter scegliere prodotti pensati dalle aziende in modo green è molto presente anche tra chi ordina a domicilio che pensa **per il 52%** che le aziende dovrebbero attivarsi nel produrre e disporre **imballaggi per essere sostenibili e limitare l'uso della plastica monouso nel food delivery (39%)**.

Per evitare lo spreco di alimenti gli italiani sono attenti anche a **non ordinare troppo cibo nei propri ordini takeaway (41%)**, e molti evitano di chiedere salse o posate di plastica (**17%**); altrettanto centrale è poi lo smaltimento delle confezioni di takeaway, ritenuto molto importante per quasi il 30%. Anche i ristoranti sono però chiamati a specifiche attenzioni: secondo gli italiani è **fondamentale consegnare il cibo in confezioni biodegradabili e compostabili (59%)**, **eliminare le posate di plastica o le bustine di salse**, oppure inserirli solo su richiesta è una buona pratica per il **42%** degli intervistati.

## **DA JUST EAT PRIME CONFEZIONI IN ALGHE AL MONDO E NUOVI PACK SOSTENIBILI**

Come risposta concreta ai dati degli studi, Just Eat lancia sul mercato nuove soluzioni per i contenitori a disposizione dei ristoranti e del business del food delivery, a partire da **Londra con le prime confezioni al mondo per il mercato del domicilio realizzate in alghe marine**. I prodotti, messi a punto in collaborazione con la startup Notpla, sono rivestiti in alghe e realizzati in cartone composto da polpa di alberi ed erba, senza additivi sintetici, ed è stato progettato per resistere all'acqua e all'olio, garantendo comunque la miglior esperienza possibile per i clienti, senza rifiuti in plastica da smaltire.

**La collaborazione tra Just Eat e Notpla** prosegue dal successo di un primo test già realizzato nel 2019 a Londra per ridurre l'uso di bustine di salse introducendo bustine in alghe e impedendo così la circolazione di oltre **46.000 bustine di plastica**.

Lo studio per la diffusione dei materiali negli altri paesi è in corso, mentre in Italia sono già disponibili da Maggio le nuove confezioni sostenibili, **biodegradabili e riciclabili**, per i ristoranti partner dell'app tramite lo shop dedicato e oggi completamente plastic free.

Tre i materiali principali scelti per le nuove confezioni: **polpa di cellulosa, carta erbacea naturale e scarti di canna da zucchero**. Buste per piadine, panini e kebab sono quindi realizzate in Grass Paper, composta al 50% da erbacce e al 50% da carta certificata FSC®, oltre a un **processo che consuma pochissima energia**. Scatole e contenitori per cibi caldi e freddi sono **realizzati in bagassa**, che proviene dagli scarti di produzione dello zucchero di canna, a seguito della macinatura e del lavaggio della stessa. Questa materia ha un basso impatto ambientale, è di origine organica, a base vegetale e senza plastica. La *bagassa* compostabile è inoltre composta da materiale naturale di scarto derivante dalla produzione dello zucchero di canna, ovvero i fusti della canna da zucchero.

Box per fritti, hamburger, patatine, insalate, poké, zuppe sono certificati con l'idoneità per alimenti Food Save, sono in colore naturale, realizzati **senza l'utilizzo di sbiancanti o prodotti chimici, biodegradabili e compostabili in 1-2 settimane, al 100% in fibra di canna da zucchero**. Ma non solo. Il contenitore per cibi caldi e freddi, con maniglie, è anche perfetto come Doggy Box per portare in casa quello che non viene terminato se si consuma il pranzo o la cena direttamente al ristorante.

L'intera filiera di produzione del prodotto è inoltre attenta all'ambiente anche in fase di realizzazione in cui **vengono utilizzati il 13,5% in meno di energia, l'8,4% in meno di vapore e il 9,3% d'acqua in meno rispetto alla produzione del cartone bianco tradizionale**.

Per esigenze legate al contesto di emergenza attuale, l'evento di presentazione dell'Osservatorio si trasforma in un hub digitale ricco di approfondimenti on demand con contributi di esperti e aziende, disponibile da oggi su: [lifegate.it/osservatorio](https://lifegate.it/osservatorio)

\* L'indagine è stata realizzata su un campione di 800 individui rappresentativo della popolazione italiana maggiorenne, con un segmento appartenente alla Generazione Z, tra i 18 e i 24 anni.

### **A proposito di JUST EAT:**

Just Eat ([www.justeat.it](https://www.justeat.it)) app leader per ordinare online pranzo e cena a domicilio in tutta Italia e nel mondo, opera a livello globale come marketplace ibrido. È presente in Italia dal 2011 e oggi opera con oltre 13.500 ristoranti partner in più di 1100 comuni. Just Eat è accessibile da pc e da mobile tramite l'applicazione dedicata o la versione mobile del sito, per garantire a tutti un'ampia varietà di cucine tra cui scegliere. JUST EAT Group, con sede a Londra, usa una tecnologia proprietaria per offrire un servizio per ordinare cibo a domicilio online velocemente e in modo efficiente in 13 mercati, a più di 28 milioni di clienti (ex LATAM) e da oltre 240.000 ristoranti partner nel mondo, tra Uk, Australia e Nuova Zelanda, Canada, Danimarca, Francia, Irlanda, Italia, Messico, Norvegia, Spagna, Svizzera e Brasile.

### **JUST EAT ITALIA - PR & CORPORATE COMMUNICATION MANAGER**

Viviana Marino [viviana.marino@justeat.it](mailto:viviana.marino@justeat.it)

### **PRESS OFFICE JUST EAT bcw | burson cohn & wolfe**

Cinzia Trezzi [cinzia.trezzi@bcw-global.com](mailto:cinzia.trezzi@bcw-global.com)

Elena Cipolat [elena.cipolat@bcw-global.com](mailto:elena.cipolat@bcw-global.com)

Tel. 02 721431 – mob. 346 6300654