

LA LIVRAISON DE REPAS CONFIRME SA PLACE DANS LA VIE DES FRANÇAIS

Just Eat France présente aujourd'hui la nouvelle édition de son [**Datalicious : l'Observatoire des nouveaux modes de restauration**](#). Cette version 2023, riche d'enseignements, est marquée par une confirmation : la livraison de repas est définitivement ancrée dans le quotidien de nos concitoyens. Alors que les premières éditions étaient placées sous le signe de la Covid 19 et de ses conséquences sur l'activité des partenaires de Just Eat, puis sous celui de la reprise de l'activité, **l'année 2023 a été celle de la confirmation : en effet, une personne sur deux s'est faite livrer au moins un repas cette année.**

La diversité des français se ressent jusque dans l'assiette

Au-delà de cette tendance nette qui s'ancre chaque année dans le quotidien des Françaises et des Français, ce nouveau *Datalicious : l'Observatoire des nouveaux modes de consommation* est aussi l'occasion de revenir sur l'année écoulée afin d'en dresser le portrait. À l'instar des commandes sur Just Eat qui sont à l'image de ses clients et sont le symbole de leur diversité, les années se suivent mais ne se ressemblent pas : **la pizza est redevenue le premier plat commandé sur la plateforme en 2023 devant les commandes de produits japonais et des burgers.** À ce podium se joignent les commandes de spécialités indiennes et les tacos français afin de constituer le top 5 de cette cinquième édition du *Datalicious*. Plus largement, en interrogeant le profil type du consommateur Just Eat, **l'Observatoire confirme qu'il n'y a pas de portrait-robot des utilisateurs de la plateforme** : 55% ont entre 18 et 34 ans, 37% entre 35 et 55 ans tandis que 45% commandent en couple et 32% avec leurs enfants. On y apprend aussi que ce sont les Bretons qui commandent le plus le week-end tandis que ce sont les Franciliens qui sont les plus portés sur la commande nocturne.

Pour Emmanuel AUBLET, Country Manager de Just Eat en France, "***Cette nouvelle édition de notre observatoire est la confirmation qu'il n'existe pas un profil type d'utilisateurs de Just Eat. En inscrivant au cœur de cette édition 2023 nos clients, celles et ceux qui ont fait Allo Resto il y a 25 ans et qui font Just Eat aujourd'hui, nous confirmons que la diversité est plus que jamais présente : les Françaises et les Français aiment avoir le choix. Le choix, tant sur la variété des plats proposés que des contextes dans lesquels ils dégustent leurs plats. Qu'il s'agisse d'un dîner romantique, d'une soirée canapé ou encore d'un après-midi de cuisine afin de préparer un bon repas, Just Eat est à leur côté pour donner corps à leurs envies. Le choix aussi, de pouvoir faire les courses depuis chez soi, et ainsi faciliter les nouvelles pratiques de consommation qui ont émergé ces dernières années***".

Les papilles des Françaises et des Français ont des envies de voyage

Avec cette édition du *Datalicious : l'Observatoire des nouvelles consommations*, Just Eat entend être le miroir des pratiques de consommation de nos concitoyens. Sous le signe de la convivialité, notre ADN depuis plus de 25 ans, cette édition 2023 du *Datalicious* revient sur l'année écoulée à travers des statistiques décalées comme *Les infos à croquer pour briller en société*. Ainsi, c'est à Neuilly-sur-Marne que se trouve l'aficionado/a numéro 1 de Just Eat avec pas moins de 350

commandes sur l'année écoulée. Ce client mystère a aussi une passion assumée pour la crêpe au nutella et a passé commande à plus de 30 reprises sur les douze derniers mois.

Les nouvelles pratiques de consommation se dessinent aussi dans les plats en vogue chez les utilisateurs de la plateforme. Les Françaises et les Français sont toujours habités par une envie d'ailleurs. De la cuisine néerlandaise, avec les Kapsalons et les fricadelles, à celle suisse avec les raclettes et les cordons bleus, en passant par la Grèce avec ses moussakas et gyros, les consommateurs souhaitent faire chavirer leurs papilles avec des saveurs exotiques. Enfin, **les plats végétariens continuent de trouver leur place : en 2023, c'est une commande sur quatre passée sur la plateforme**. Fort de ces enseignements, Just Eat entend continuer à satisfaire ses clients en leur proposant les meilleurs restaurants près de chez eux.

À propos de Just Eat

Just Eat Takeaway.com est l'un des principaux acteurs de la livraison de repas en ligne. Basée à Amsterdam, la société met en relation consommateurs et partenaires via ses plateformes. Avec 692 000 partenaires connectés, Just Eat Takeaway.com offre aux consommateurs une grande variété de choix alimentaires. Just Eat Takeaway.com s'est rapidement développé pour devenir l'un des principaux acteurs de la livraison de repas en ligne avec des opérations aux États-Unis, au Royaume-Uni, en Allemagne, aux Pays-Bas, au Canada, en Australie, en Autriche, en Belgique, en Bulgarie, au Danemark, en France, en Irlande, en Israël, Italie, Luxembourg, Nouvelle-Zélande, Pologne, Slovaquie, Espagne et Suisse.