



Rapport 2024 **Just Eat** **Suisse**





Table des matières



1. Notre année 2024 en bref:	
Nos meilleurs moments des derniers mois	
2. Nous faisons le bilan	
05	Lukas Streich, Country Manager
07	Nadia Huschke, Country Program Manager
09	Sarah Stauffer, Key Account Manager
11	Marco Wermelinger, Groceries, Retail & New Verticals Manager
3. Au menu en Suisse en 2024	
16	Le classement des cuisines
i	Les plats les plus commandés
ii	Boissons, accompagnements et sauces
iii	Livraison 24h/24
17	Le classement Convenience par ville
i	Les Convenience Charts
18	Les plats suisses les plus appréciés
i	Les plats végétariens et végétaliens les plus appréciés
19	Les plats préférés des 26 cantons
4. Fun Facts de la base de données Just Eat	
25	Fun Facts: pourboire
27	Fun Facts: Records de commande
29	Les différences par villes
5. Ton horoscope Just Eat Food 2025	
33	du 21 mars — au 22 septembre
35	du 23 septembre — au 20 mars
6. Les tendances en matière de repas et de livraison en 2024	
39	En coulisses avec Christina Aguilera
41	Aperçu des tendances de 2020 à 2024
43	Tendance 1: Marques virtuelles
49	Tendance 2: Honest cuisine
55	Tendance 3: Nocturnal living
7. À propos de Just Eat Suisse	
61	Just Eat Suisse en chiffres
63	À propos de Just Eat Takeaway.com
65	Sources
66	Contact

Notre année 2024 en bref

**Nos meilleurs
moments, mois
après mois**



**Janvier:
Just Eat bat un nouveau
record pour le Nouvel An**

Alors que la plupart des gens ont passé le premier jour de cette nouvelle année tranquillement assis sur leur canapé, nous avons vécu une journée particulièrement chargée: jamais les commandes du Nouvel An n'ont été aussi importantes que cette année. Bien que la restauration rapide (pizzas, hamburgers et kebabs) ait pris le dessus, les plats comme le Butter Chicken, les spaghettis carbonara et la salade grecque ont également été commandés en nombre. La valeur de commande la plus élevée de ce jour-là a été de 2843 francs suisses, et la distance de livraison la plus courte était d'à peine 50 mètres.

**Février:
des livraisons gratuites pour tous!**

Depuis février, nous offrons à nos clients les frais de livraison pour les commandes livrées avec notre propre flotte de livreurs Just Eat. De même, bon nombre de nos restaurants partenaires qui ont leurs propres livreurs ne facturent pas de frais de livraison. Les clients de Just Eat bénéficient ainsi de livraisons gratuites dans plus de 80% des restaurants dans toute la Suisse. Just Eat a également agrandi la zone de livraison dans les villes suisses jusqu'à 45% afin d'élargir le choix de restaurants pour les clients et de générer davantage de chiffre d'affaires pour les restaurants.

**Mars:
and the winner is...**

Comme les années précédentes, Just Eat a une nouvelle fois récompensé les meilleurs restaurants de Suisse sous le label «Best Restaurant Awards». Ce prix récompense non seulement la qualité des repas, mais aussi l'efficacité du service de livraison, la diversité de l'offre et la disposition à utiliser des technologies innovantes pour améliorer l'expérience client. Les restaurants peuvent se présenter dans 20 catégories. Ils sont ensuite nommés par un jury et sélectionnés par les utilisateurs de Just Eat. Le Boo Bankverein de Bâle, connu dans la ville pour ses dumplings faits main et ses plats à base de curry, a été élu meilleur restaurant de Suisse. Le propriétaire, Tam Lanz, a également eu le plaisir de recevoir le prix du restaurant le plus durable de Suisse.

**Avril:
les salades et wraps les plus
populaires de Genève sur Just Eat**

Il y a dix ans, Elsa Eggens et Sebastian Graf ont fondé Elsalad, un concept Fast-Casual qui a remporté un vif succès. Il est aujourd'hui présent sur quatre sites et sa réputation s'étend au-delà des limites de la ville. Les créations pleines de fraîcheur, disponibles sous forme de salades et de wraps, sont préparées quotidiennement dans leur quatre établissements. Elsa et Sebastian restent fidèles à leur philosophie, qui consiste à toujours utiliser des ingrédients régionaux. Outre les classiques très appréciés, le menu est régulièrement complété par des spécialités de saison. L'Elcaesar, une salade César revisitée par Elsalad, compte parmi les plats les plus commandés, tandis que le Spring Cobb a été l'offre saisonnière la plus appréciée. Depuis avril, Elsalad est partenaire exclusif de Just Eat.

**Mai:
nourriture pour animaux, fleurs, vin rouge...
nous ne livrons pas seulement à manger!**

Dans le cadre de la campagne Empowering Everyday Convenience, Just Eat souhaite rendre le quotidien de ses clients encore plus confortable. Petit déjeuner de la boulangerie, nourriture pour les animaux domestiques ou courses de la semaine, Just Eat s'en charge. Grâce à des partenariats avec la boulangerie traditionnelle Jung, la chaîne de supermarchés SPAR et la marque européenne d'articles pour animaux Fressnapf, tout est livré en moins d'une heure via l'application Just Eat. Les Zurichois peuvent également commander la «wiedikerli», la plus célèbre saucisse grillée de Zurich, à la boucherie traditionnelle Keller et se la faire livrer à domicile ou au bureau.

**Juin:
«Best of Züri isst»**

Le blog GaultMillau Züri isst et Just Eat ont relancé leur coopération avec un plaisir bonus: les spécialités culinaires des trois restaurants les plus populaires ont été disponibles pendant un mois de plus sur la plateforme Just Eat. Les clients ont pu commander les créations innovantes des cuisines de Lupo, Cantina et Kin. Le plat préféré de la série «Best of Züri isst» a été le saumon Miso Swiss avec du riz et des mini-brocolis, proposé par le restaurant Kin. Conformément à notre tendance «Honest cuisine» expliquée à la page 49, le saumon provient du village grison de Lostalio.

Juillet:
Order & Pick-up au plus grand festival hip-hop d'Europe

Cela fait déjà un an que notre concept Order & Pick-up est en place au Kybun Park, le fief du FC Saint-Gall. Il a été testé pour la première fois lors d'un grand festival. 160 000 visiteurs ont pu commander les plats de leurs stands préférés sur place, directement sur l'application Just Eat, et les récupérer sur un stand de retrait Just Eat dédié sur le site du festival. Adieu les files d'attente! En contrepartie, plus de temps pour assister aux concerts de renommée mondiale. Des repas ont même été livrés en exclusivité aux festivaliers de la zone de camping VIP.

Août:
Just Eat garantit la durabilité en festival

Le mois d'août a démarré sur les chapeaux de roue avec l'un des plus grands festivals de l'été: le Zürich Openair. Une fois de plus, nous avons pu proposer aux visiteurs affamés notre service Order & Pick-up ainsi que des livraisons dans les deux espaces VIP. Nos partenaires présents sur le site du festival ont été équipés d'emballages Notpla. Non seulement ces récipients à base d'algues marines sont recyclables et compostables, mais ils se décomposent en quatre à six semaines. L'entreprise Notpla s'est vu décerner le prestigieux Earthshot Prize par le prince William en 2022 et coopère à l'échelle mondiale avec l'entreprise Just Eat Takeaway.com. Depuis cet été, ses emballages sont disponibles en exclusivité pour nos restaurants partenaires en Suisse.

Septembre:
Züri isst 2.0 et Bonjour Genève!

Après une première saison réussie et le «Best of Züri isst», la deuxième édition de la collaboration a débuté en septembre. Parmi les incontournables zurichois, citons Action Burger, mit&ohne, Lè Cuisine, Alba Pizza ou Dian Dian Mian. Le projet a également été étendu à Genève en septembre sous la marque GaultMillau. Le blogueur zurichois Pascal Grob s'est rendu en Suisse romande pour choisir personnellement les restaurants les plus en vogue. Désormais, les Genevois peuvent eux aussi commander des plats gastronomiques à la maison ou au bureau, notamment au Suahoy, le meilleur restaurant thaïlandais de Suisse selon GaultMillau.

Octobre:
Coop s'invite à la pause midi au bureau ou à la maison en exclusivité avec Just Eat

Depuis octobre, l'offre de 46 restaurants Coop est également disponible sur Just Eat. Les clients peuvent commander à la maison ou au bureau des menus de midi qui changent tous les jours, notamment des plats à base de viande ou de poisson, ou des mets végétariens et vegan, ainsi qu'un menu économique qui change chaque semaine incluant salade fraîche du marché, dessert et boisson. Grâce à sa coopération avec une marque renommée et connue dans toute la Suisse, Just Eat a pu élargir son assortiment et son offre du midi dans de nombreuses villes. Les restaurants font partie du groupe Coop, l'une des plus grandes entreprises suisses de commerce de détail et de gros au niveau du chiffre d'affaires.

Novembre:
MrBeast Burger arrive en Suisse: partenariat exclusif avec Just Eat

MrBeast, le YouTubeur le plus populaire au monde, a fondé la marque virtuelle MrBeast Burger en novembre 2020. L'ouverture du seul site à Wilson, en Caroline du Nord, a laissé place à une file d'attente incroyable de 32 kilomètres. Depuis, le concept s'est développé avec plus de 1700 restaurants virtuels dans plus de dix pays à travers le monde. Désormais, les fans de MrBeast pourront également en profiter en Suisse: Just Virtual s'est assuré les droits de la marque et a signé un partenariat exclusif avec Just Eat en novembre. Les fameux burgers sont également disponibles à Zurich depuis fin novembre.

Décembre:
go, Odi, go!

Du 2 au 15 décembre, en achetant une boisson énergisante Red Bull sur la plateforme, les clients de Just Eat auront la chance unique de gagner un voyage pour assister aux championnats du monde de ski à Saalbach, qui se dérouleront en février 2025. Sur place, les vainqueurs pourront non seulement encourager Marco Odermatt à défendre son titre de Super G, mais aussi rencontrer personnellement le champion olympique et multiple champion du monde. Le jeu-concours est un Skirace Track Game dans le cadre duquel les participants doivent maîtriser une descente de ski virtuelle. Allez la Suisse!





diversité

Nous faisons le bilan



**Lukas Streich, Country Manager
Just Eat Suisse**

**Dans l'entreprise depuis: Juin 2017
Ce que j'aime commander:
en ce moment, l'Action Cheeseburger**

En lisant l'avant-propos du rapport de l'an dernier et en regardant nos objectifs de l'époque, je me rends compte à quel point Just Eat a évolué au cours de l'année qui vient de s'écouler. Nous avons pu conclure d'importants partenariats, dont une coopération avec la chaîne alimentaire SPAR. Grâce à cette collaboration, nous sommes en mesure de proposer à nos clients une large gamme de produits tout au long de la journée et jusqu'au soir, de l'alimentaire aux produits ménagers et à la nourriture pour animaux, le tout dans plus de 20 filiales.

Cette transformation, qui nous permet de livrer très rapidement plus de produits dans les domaines les plus divers, bat toujours son plein. Avec Just Eat, nous jouons un rôle de pionnier dans ce domaine. Alors que l'on trouve déjà plein de concepts similaires à l'international, nous avons pour ambition de sensibiliser le public à l'Everyday Convenience dans notre pays et d'élargir constamment notre offre pour nos clients.

L'un des grands avantages de Just Eat est notre vaste réseau logistique: 90% de tous les numéros postaux d'acheminement sont déjà couverts par Just Eat, et plus de 40% par notre propre logistique. Ce réseau offre la base pour intégrer de plus en plus de partenaires sur notre plateforme, qu'il s'agisse de fleurs, de fromages, de viande ou d'appareils électroniques. Le confort de se faire livrer ces articles à domicile en une heure est imbattable. Cette conviction ne s'est confortée que récemment, lorsque j'ai été invité à un anniversaire à la dernière minute et que je n'ai pas eu le temps de trouver un cadeau en ville. J'aurais aimé acheter mes chocolats préférés dans un emballage cadeau auprès d'une confiserie traditionnelle zurichoise et les faire livrer à mon bureau. C'est ce type de situations qui me montre toute l'ampleur du potentiel.

Les partenaires qui proposent des offres pertinentes pour les clients sur Just Eat profitent de la portée impressionnante de l'application auprès de ses nombreux utilisateurs et gagnent en même temps de nouveaux clients.

Les restaurants Coop nous l'ont également confirmé: les menus du midi, connus pour leur excellent rapport qualité-prix, sont désormais disponibles dans toute la ville par voie numérique. Une situation gagnant-gagnant pour tout le monde!

Notre plateforme n'est pas la seule à se développer de manière dynamique; le secteur de la restauration est lui aussi confronté à de profonds changements. La jeune génération,

en particulier, fait avancer de nouvelles tendances dans le domaine de la livraison et révolutionne les concepts gastronomiques traditionnels. On y trouve aussi bien des marques dites virtuelles, qui font préparer leurs plats dans les cuisines du restaurant et en font la promotion sur les réseaux sociaux, que des jeunes restaurateurs créatifs qui combinent des traditions ancestrales et des éléments innovants souvent

«La jeune génération, en particulier, fait avancer de nouvelles tendances dans le domaine de la livraison et révolutionne les concepts gastronomiques traditionnels.»

inattendus. Cela a lancé un mouvement qui se caractérise par la transparence, la régionalité, la saisonnalité et une action responsable. On parle alors de tendance «Honest Food», un sujet que nous approfondissons à la page 49.

Cette philosophie s'est également imposée dans l'industrie de la restauration rapide et a donné naissance au Smash Burger et au Slider, des mini-sandwichs américains. Dernier cri aux États-Unis, ces variantes de hamburgers ont également permis aux marques virtuelles de s'imposer.

Il n'a pas été facile de se concentrer uniquement sur trois tendances différentes, car la diversité des courants et des concepts culinaires ne cesse de croître. Souvent, les tendances s'imbriquent les unes dans les autres, s'unissent à d'autres ou s'opposent complètement. Mais chaque mouvement a sa propre origine. Je trouve particulièrement intéressant qu'il reflète également les besoins, les émotions et les préoccupations de notre société. Qu'il s'agisse de manger rapidement ou d'échapper à l'agitation quotidienne pour s'offrir quelque chose de spécial, les tendances culinaires nous en disent long sur l'air du temps.



**Nadia Huschke, Country Program Manager
Just Eat Suisse**

Dans l'entreprise depuis: juin 2023
Ce que j'aime commander: la soupe ramen

Les restaurants les plus branchés de la ville sur la plateforme Just Eat! Grâce à la coopération Züri isst, nous avons pu livrer pour la première fois de la cuisine gastronomique originale directement à nos clients. Le blogueur zurichois Pascal Grob propose un certain nombre d'établissement, notamment le restaurant Kin, réputé pour sa cuisine d'Asie de l'Est et du Sud-Est et récompensé par 14 points au GaultMillau. Il cite aussi l'incontournable restaurant péruvien Cantina, ou encore Silex, restaurant tendance dont les plats signature à base d'ingrédients produits par des petites entreprises locales lui ont également valu 14 points au GaultMillau.

Comme la collaboration a été un grand succès, nous l'avons prolongée et avons lancé une deuxième phase en septembre. Lors de la sélection des nouveaux restaurants, Pascal Grob s'est concentré sur des concepts de street food qui accordent une grande importance à la qualité et à l'origine de leurs ingrédients, conformément à la tendance culinaire de la Honest Cuisine présentée dans ce rapport. Parmi les partenaires, on compte le Lè Cuisine de Stauffacher, à Zurich, connu pour ses délicieux dumplings, ou la Pizzeria Alba, qui prépare la première pizza au levain de Zurich et la garnit d'ingrédients locaux de saison.

«Les restaurants les plus branchés de la ville sur Just Eat!»

Ce qui me plaît particulièrement, c'est que les tomates Siccagno utilisées sont cueillies à la main en Sicile. L'Action Burger fait aussi partie de mes favoris: au mois d'août, les trois fondateurs ont ouvert leur propre filiale dans la fameuse aile sud de la gare centrale de Zurich et livrent leurs cheeseburgers (avec des steaks hachés à base de viande Luma de Schaffhouse) en exclusivité sur Just Eat.

La coopération avec GaultMillau a également été étendue géographiquement et le projet a été lancé à Genève en septembre. Cinq adresses exclusives y ont été sélectionnées pour proposer leurs plats créatifs sur la plateforme Just Eat au cours des prochains mois. Dans les deux villes, nous avons organisé pour le coup d'envoi un grand événement rassembleur auquel nous avons convié la scène gastronomique locale, des représentants des médias, des blogueurs culinaires, des influenceurs, des clients et des collaborateurs.

Ce projet nous a permis de nous adresser à une nouvelle catégorie de clients, qui n'est peut-être pas forcément adepte de la livraison, et d'offrir aux clients actuels de Just Eat la possibilité des nouveautés choses dans leur ville en toute simplicité grâce à l'application Just Eat. Pour les restaurants participants, cela a également été une excellente opportunité de présenter leur cuisine à un nouveau public.

street food





Nous faisons le bilan



**Sarah Stauffer, Key Account Manager
Just Eat Suisse**

**Dans l'entreprise depuis: octobre 2020
Ce que j'aime commander: des pâtes,
des pâtes et encore des pâtes!**

La chaîne de fast-food californienne Carl's Jr., connue pour ses créations de burgers, a ouvert sa première filiale à Schaffhouse en février, suivie de Winterthour et de Bâle. Just Eat est le partenaire exclusif de tous ces sites. Ainsi, les burgers juteux, les Chicken Tenders et les frites ne peuvent être commandés que sur Just Eat, et nous nous chargeons de la livraison. Dans le secteur de la restauration rapide, Just Eat orchestre des technologies, des systèmes et une logistique sophistiqués et veille à ce que les menus commandés arrivent le plus rapidement possible aux clients: le burger doit être chaud, le milk-shake doit être frais.

Pour les partenaires de restauration qui ne disposent pas de leur propre flotte de livraison, nos livreurs en orange se chargent de la livraison. Actuellement, nous sommes présents dans la plupart des villes suisses avec la logistique Just Eat. Nous livrons non seulement pour des chaînes comme McDonald's, Burger King, KFC, Firehouse Subs ou Popeye's, mais nous soutenons également de nouvelles entreprises indépendantes comme Elsalad en Suisse romande. Fondé il y a 10 ans, ce concept Fast-Casual prépare chaque jour des salades et des wraps frais. La philosophie: «partager les aliments qui poussent près de chez nous.» Nous sommes là aussi leur partenaire exclusif et nous nous réjouissons qu'Elsalad ouvre déjà son quatrième site à Nyon.

**«Nous sommes fiers
d'accueillir l'une des
plus grandes chaînes
de restaurants suisses
en tant que nouveau
partenaire.»**

Mon record personnel cette année: à la mi-septembre, nous avons accueilli 46 restaurants Coop sur notre plateforme. Nous sommes fiers de compter l'une des plus grandes chaînes de restaurants suisses parmi nos nouveaux partenaires et d'élargir ainsi notre offre du midi dans toute la Suisse.



Marco Wermelinger, Groceries, Retail & New Verticals Manager Just Eat Suisse

Dans l'entreprise depuis: mai 2023

Ce que j'aime commander: du pain, du lait, des œufs, des légumes et un bon morceau de viande.

Just Eat s'est solidement établi dans le domaine de la livraison rapide. Ainsi, nos collègues du monde entier expliquent que les livraisons à la demande font désormais partie intégrante de leur quotidien. Or, les besoins en matière de livraison à la demande ne cessent de croître en Suisse, une évolution due aux technologies numériques, à une culture de plus en plus axée sur la consommation, aux offres qui soulagent au quotidien et aux habitudes qui se sont développées et ancrées dans la vie quotidienne pendant la pandémie de Covid-19.

Grâce à de nouveaux partenariats à Zurich avec des entreprises traditionnelles ancrées localement comme la boucherie Keller, le fabricant de strudels Poushe, le négociant en vins Vergani ainsi que les boulangeries Jung et Hug, nous avons pu continuer à diversifier notre offre. Par ailleurs, nous avons lancé un projet pilote dans la ville au bord de la Limmat sur cinq sites de la chaîne de supermarchés SPAR. Désormais, 21 filiales SPAR à Bâle, Saint-Gall, Winterthour et Zurich sont disponibles sur Just Eat. Nos clients ont ainsi la possibilité d'acheter des aliments comme des fruits frais, des légumes ou des produits laitiers, ainsi que des articles non alimentaires sur notre plateforme.

Ce partenariat a marqué une étape importante dans le renforcement de Just Eat en tant que leader des fournisseurs en ligne de produits quotidiens en Suisse. Cette année, nous étions également présents sur les festivals suisses de l'été. Nous avons eu le plaisir d'offrir aux fans de musique une nouvelle expérience culinaire à l'Openair Frauenfeld, le plus grand événement hip-hop d'Europe, ainsi qu'au Zürich Openair, qui a présenté un line-up de haut niveau avec Sam Smith ou Kygo.

«Une trentaine de magasins SPAR à Bâle, Berne, Saint-Gall, Winterthour et Zurich sont désormais disponibles sur Just Eat.»

Les visiteurs ont pu commander des plats sur les stands de restauration dans l'application Just Eat et les récupérer ensuite, sans file d'attente, à notre point de retrait. De plus, nous avons livré les commandes dans les espaces VIP. J'ai été particulièrement ravi de constater que nous avons également évolué dans le domaine des emballages. Dans le cadre de notre engagement à réduire les déchets plastiques dans le secteur de la livraison alimentaire, Just Eat a conclu un partenariat avec Notpla, lauréat du célèbre Earthshot Prize, afin de proposer des boîtes à emporter à base d'algues à nos partenaires de restauration en Suisse. Ces emballages 100% compostables ont également été mis à la disposition des partenaires présents lors du Zürich Openair.



**livraison
rapide**

**Au
menu
en
Suisse
en
2024**



données données données



Au menu en Suisse en 2024

Le classement des cuisines

1. Cuisine italienne
2. Cuisine américaine
3. Cuisine turque
4. Cuisine indienne
5. Cuisine japonaise

De plus en plus appréciées:

1. Cuisine grecque
2. Cuisine suisse
3. Cuisine thaïlandaise
4. Cuisine vietnamienne
5. Cuisine orientale

Les plats les plus commandés

1. Pizza margherita
2. Cheeseburger
3. Döner kebab
4. Pizza à composer
5. Salade mixte
6. Pizza kebab
7. Pizza prosciutto
8. Butter Chicken (poulet au beurre)
9. Pizza hawaïenne
10. Pad thaï

... et ceux qui sont de plus en plus appréciés

1. French tacos
2. Sushi végétarien
3. Gyros
4. Cordon bleu
5. Curry thaï
6. Sliders*
7. Mezzés
8. Rouleaux de printemps
9. Burrito
10. Burger végétarien

Boissons, accompagnements et sauces

Les boissons les plus appréciées

1. Coca-Cola
2. Red Bull
3. Fanta

Les accompagnements les plus appréciés

1. Frites
2. Salade mixte
3. Bâtonnets de mozzarella

Les sauces les plus appréciées

1. Sauce cocktail
2. Sauce au yaourt
3. Sauce à l'ail

Livraison 24h/24

Petit déjeuner

1. Cookies
2. Pancakes
3. Açaï Bowl

Repas du midi

1. Pizza margherita
2. Salade grecque
3. Pad thaï

Snacks

1. Nuggets de poulet
2. Frites
3. Edamame

Repas du soir

1. Pizza margherita
2. Cheeseburger
3. Döner kebab

Desserts

1. Tiramisu
2. Mousse au chocolat
3. Baklava

Commandes nocturnes

1. Hot-dog américain
2. Baklava
3. Jus d'ananas

*Slider est le nom américain d'un mini-sandwich ou d'un mini-burger d'env. 5 cm de diamètre.

Le classement Convenience par ville



- 1. Principale boisson sans alcool
- 2. Principale boisson alcoolisée
- 3. Principal snack

Aarau	1. Red Bull 2. Bière Feldschlösschen 3. M&M's	Lucerne	1. Coca Cola 2. Bière Feldschlösschen 3. Chips Zweifel au paprika
Bâle	1. Lait 2. Bière Anker 3. Cupcakes d'anniversaire	Sion	1. Thé glacé à la pêche 2. Super Bock Bière 3. Doritos Nacho Cheese
Berne	1. Coca Cola 2. Bière Feldschlösschen 3. Oursons Gélifiés Haribo	Saint-Gall	1. Fanta Berry 2. Bière Feldschlösschen 3. Doritos Nacho Cheese
Fribourg	1. Jus multivitaminé 2. Bière Feldschlösschen 3. Cup Noodles Soba Chili	Winterthour	1. Red Bull 2. Bière Feldschlösschen 3. Kinder Bueno
Genève	1. Kombucha au gingembre 2. Super Bock Bière 3. Doritos Nacho Cheese	Zoug	1. Red Bull 2. Bière Quöllfrisch 3. Kinder Bueno
Lausanne	1. Coca Cola 2. Bière Anker 3. Ben & Jerry's Cookie Dough	Zurich	1. Coca Cola 2. Bière Feldschlösschen 3. Cheetos Cheese

Les Convenience Charts

Les produits convenience les plus appréciés

1. Bière
2. Nachos
3. M&M's
4. Bananes
5. Glace
6. Lait
7. Jus multivitaminé
8. Pain de mie
9. Nouilles instantanées en gobelet
10. Avocats

Les vins les plus appréciés

1. Merlot
2. Chardonnay
3. Montepulciano
4. Pinot Grigio
5. Primitivo

Les glaces les plus appréciées

1. Ben & Jerry's Cookie Dough
2. Magnum Almond
3. Ben & Jerry's Netflix & Chill
4. Ferrero Rocher Ice
5. Oreo Ice Cream Sandwich

classement par ville



Les plats végétariens et végétaliens les plus appréciés

Les plats suisses les plus appréciés

1. Cordon bleu
2. Émincé à la zurichoise
3. Pizza raclette (nous le laissons passer comme suisse)
4. Poulet au panier
5. Röstli

Les plats végétariens*

1. Palak Paneer (curry d'épinards végétarien à base de purée d'épinards et de fromage indien (Paneer))
2. Salade grecque
3. Pizza végétarienne

Les plats vegan*

1. Burger vegan
2. Momos vegan
3. Nems vegan

*Plats explicitement végétariens ou vegan

... et les villes dans lesquelles nous recevons le plus de commandes de plats vegan:

1. Berne
2. Zurich
3. Bâle-Ville
4. Saint-Gall
5. Lucerne



Les plats préférés des 26 cantons

Top 3 général et nouveautés

*Slider est le nom américain d'un mini-sandwich ou d'un mini-burger d'env. 5 cm de diamètre.

	Top	Nouveautés
Argovie	1. Pizza margherita 2. Frites 3. Box kebab	1. Sliders* 2. Tomyum ramen 3. Makis à la mangue
Appenzell Rhodes-Extérieures	1. Döner kebab 2. Pizza margherita 3. Pizza prosciutto	1. Curry thaï jaune au poulet 2. Poulet aigre-doux 3. Poulet sauce satay
Appenzell Rhodes-Intérieures	1. Burger 2. Cordon bleu 3. Spätzle au fromage et aux pommes	1. Patate douce sauce ail-piment 2. Beignets de sandre 3. Rösti de Saint-Gall
Bâle-Campagne	1. Pizza margherita 2. Cheeseburger 3. Frites	1. Box Kebab 2. Curry thaï jaune au poulet 3. Poulet aigre-doux
Bâle-Ville	1. Pizza margherita 2. Cheeseburger 3. Pad thaï	1. Momos 2. Sliders* 3. Uramaki Vuna
Berne	1. Pizza margherita 2. Pizza prosciutto 3. Frites	1. Gyros 2. French tacos 3. Nouilles de riz au tofu
Fribourg	1. Pizza margherita 2. Döner kebab 3. French tacos	1. Frites 2. Gyros 3. Nouilles sautées aux crevettes
Genève	1. Cheeseburger 2. Frites 3. French tacos	1. Nouilles sautées 2. Canard laqué 3. Shawarma
Glaris	1. Pizza margherita 2. Pizza kebab 3. Salade mixte	1. Cheeseburger 2. Pizza tonno 3. Pad thaï
Grisons	1. Pizza margherita 2. Döner kebab 3. Cheeseburger	1. Gyros 2. Quesadillas au poulet 3. Sandwich à l'escalope panée
Jura	1. French tacos 2. Döner kebab 3. Sushis au saumon et à l'avocat	1. Pizza kebab 2. Cheeseburger 3. Gyoza aux crevettes
Lucerne	1. Pizza margherita 2. Döner kebab 3. Naan à l'ail	1. Cordon bleu 2. Burrito mit Poulet 3. Pad Thai
Neuchâtel	1. French Tacos 2. Bowl de riz au saumon 3. Burger	1. Naan au fromage 2. Pizza calzone 3. Riz au citron indien
Nidwald	1. Döner kebab 2. Pizza hawaïenne 3. Pad thaï	1. Falafels 2. Gyros 3. Curry thaï jaune au poulet

*Slider est le nom américain d'un mini-sandwich ou d'un mini-burger d'env. 5 cm de diamètre.

	Top	Nouveautés
Obwald	1. Döner kebab 2. Pizza kebab 3. Pizza à composer	1. Gyros 2. Frites 3. Escalope de poulet panée
Schwytz	1. Pizza margherita 2. Pizza hawaïenne 3. Salade mixte	1. Cordon bleu 2. Burger 3. Curry thaï rouge au tofu
Soleure	1. Pizza margherita 2. Box kebab 3. Cheeseburger	1. French tacos 2. Cordon bleu 3. Poulet aigre-doux
Saint-Gall	1. Pizza margherita 2. Pizza prosciutto 3. Frites	1. Shawarma 2. Cordon bleu 3. Salade mixte
Schaffhouse	1. Pizza kebab 2. Frites 3. Cheeseburger	1. Burger à l'avocat 2. Frites de patates douces 3. Assiette de sushis
Tessin	1. Pizza margherita 2. Frites 3. Piadina	1. Pizza quatre saisons 2. Hamburger 3. Pizza marinara
Thurgovie	1. Pizza margherita 2. Frites 3. Döner kebab	1. Poulet Delhi 2. Baklava 3. Burger à la raclette
Uri	1. Pizza prosciutto 2. Döner kebab 3. Pad thaï	1. Cheeseburger 2. Salade mixte 3. Bœuf au poivre de Sichuan
Valais	1. Pizza margherita 2. French tacos 3. Rouleaux de printemps au poulet	1. Raviolis à la vapeur aux crevettes 2. Canard laqué 3. Calzone au jambon et aux champignons
Vaud	1. French tacos 2. Cheeseburger 3. Bowl de riz aux légumes	1. Sushis au concombre et au fromage frais 2. Poulet aigre-doux 3. Raviolis à la vapeur aux crevettes
Zoug	1. Pizza à composer 2. Salade grecque 3. Butter Chicken	1. Cheeseburger 2. Rouleaux de printemps aux légumes 3. Cordon bleu
Zurich	1. Pizza margherita 2. Cheeseburger 3. Pizza hawaïenne	1. Sliders* 2. Mezzés 3. Soupe de nouilles vietnamienne



n Fun Facts Fun

Fun Facts

n Fun Facts

**de la base
de données
Just Eat**

Fun Facts

Fun Facts: pourboire



Le pourboire le plus élevé en 2024 a été de 62.60 francs suisses pour une commande d'une valeur de 313 francs suisses.



En Suisse, le pourboire moyen est de 3.90 francs suisses. Viennent ensuite le Danemark avec 2.85 francs suisses convertis et le Canada avec 2.80 francs suisses convertis.



Les pourboires les plus élevés sont versés par les clients de Just Eat dans les cantons de Zoug (moyenne de 4.80 francs suisses), Schwytz (moyenne de 4.50 francs suisses) et Zurich (moyenne de 4.30 francs suisses).

Encadré pourboire:

Les clients Just Eat peuvent facilement verser un pourboire en ligne une fois la commande passée. Ils peuvent aussi remettre le pourboire en espèces directement aux livreurs, mais nous ne disposons pas de données à ce sujet.

Fun Fact: records de commande



Le plat le plus cher sur Just Eat Suisse: une assiette de sushis à Zurich pour 270 francs suisses.



La commande la plus chère en 2024 s'élevait à 2843 francs suisses. La commande a été passée dans un restaurant mexicain à Genève.



Lors de la finale de l'Euro du 14 juillet 2024, la bière occupait la 6^e place parmi les produits les plus commandés, devançant ainsi la pizza hawaïenne ou le tiramisu.

Les différences par villes



Ville où l'on passe le plus de commandes de petits déjeuners (de 6h00 à 10h00): Lausanne



Ville où l'on passe le plus de commandes le week-end: Lucerne



Ville où l'on passe le plus de commandes de nuit (de 22h00 à 6h00): Bâle



Ville où l'on passe le plus de commandes en retrait (commande en ligne et retrait sur place): Saint-Gall

Par commande, les catégories se répartissent comme suit en Suisse: 70% de plat principal, 30% de boissons, accompagnements, entrées et desserts. Par rapport à l'international, le plat principal en Angleterre ne représente que 45% d'une commande, la part d'accompagnements étant deux fois plus élevée qu'en Suisse.

Horoscope

Horoscope

Ton horoscope Just Eat

Horoscope

2025

Horoscope

Horoscope

Ton horoscope Just Eat 2025

Nous jetons un coup d'œil dans la boule de cristal de la gastronomie

du 21 mars au 19 avril

Bélier

Fais preuve d'audace et découvre les tendances culinaires les plus folles de 2025. Expérimente de nouveaux arômes et des plaisirs gustatifs uniques. Des cours de cuisine virtuels ou des petits plats livrés directement sur le pas de la porte feront souffler un vent de fraîcheur sur ta cuisine.



du 20 avril au 20 mai

Taureau

On sait que tu préfères t'installer confortablement sur ton canapé. Pourquoi t'embêter à aller au restaurant alors que tu peux aussi te faire apporter des plats gastronomiques directement chez toi? Grâce à la livraison de produits alimentaires, tu peux en outre préparer chez toi des plats dignes d'un restaurant, y compris des desserts et des vins raffinés. Cette année, tout va tourner autour des plats opulents faits maison.



du 21 mai au 20 juin

Gémeaux

En 2025, il s'agira de faire jouer tes compétences sociales en t'entourant de groupes plus ou moins grands et de te défouler sur le plan culinaire. Grâce à l'application Just Eat, tu pourras parcourir les saveurs et les plats du monde entier et partager tes découvertes culinaires avec tes amis.



du 21 juin au 22 juillet

Cancer

C'est chez toi (et surtout dans ta cuisine) que tu te sens le mieux. Grâce à la livraison d'aliments frais avec Just Eat, tu peux concocter des plats maison pour toi et ta famille, au gré de tes envies, quand et aussi souvent que tu le souhaites.



du 23 juillet au 22 août

Lion

Cette année, les Lions savourent une cuisine de luxe et se distinguent en tant qu'hôte ou hôtesse au sein de leur cercle d'amis. Tu aimes te faire livrer des plats gastronomiques et organiser des dîners à thème sophistiqués. Tu optes pour des plats qui donnent le ton et tu partages tes aventures culinaires sur les réseaux sociaux.



du 23 août au 22 septembre

Vierge

Ton objectif est de rester en forme cette année. Tu veux des plats frais et nutritifs qui boostent ton niveau d'énergie et te font rayonner. Mais il est tout aussi important de maintenir ta concentration et ton équilibre. Dans l'application Just Eat, recherche donc des plats bio, sans gluten ou vegan. Pour que chaque bouchée te fasse du bien.



Ton horoscope Just Eat 2025

du 23 septembre au 22 octobre

Balance

L'ingrédient secret pour 2025, c'est le bon équilibre. Tu aimes les plats qui sont aussi bons qu'ils en ont l'air et tu utilises l'application Just Eat pour découvrir différentes cuisines afin de ne jamais t'ennuyer. Qu'il s'agisse d'aliments frais en livraison ou d'un délicieux dessert, chaque bouchée te fera plaisir tant sur le plan gustatif que visuel.



du 22 novembre au 21 décembre

Sagittaire

Lorsqu'il s'agit de bons repas, tu aimes sortir des sentiers battus et découvrir un monde d'arômes exotiques et de cuisines avec l'application Just Eat. La street food indienne et les currys thaïlandais font partie de tes favoris.



du 20 janvier au 18 février

Verseau

En tant que Verseau, personne unique et innovante, tu ne ratas aucune tendance culinaire cette année. Tu aimes les livraisons de repas ou les expériences avec des plats d'origine végétale: tu veux tout découvrir et tu es toujours en première ligne.



du 23 octobre au 21 novembre

Scorpion

Cette année, les Scorpions enflammés adorent les plats originaux et épicés. Découvre la cuisine du Mexique ou du Moyen-Orient et laisse libre cours à tes envies d'expériences gustatives intenses, par exemple avec du chocolat noir riche en saveurs.



du 22 décembre au 19 janvier

Capricorne

Pas le temps d'être en cuisine? Dans ce cas, l'application Just Eat va te sauver cette année. Non seulement tu gagnes du temps, mais tu peux aussi te faire plaisir avec des plats riches en nutriments, équilibrés, sains et délicieux servis en un clin d'œil, même lorsque ton emploi du temps est chargé. Tu auras ainsi une longueur d'avance toute l'année.



du 19 février au 20 mars

Poissons

Tu es de nature artistique et tu aimes les plats qui apportent une touche de créativité. Que ce soit lors d'un dîner exceptionnel ou en inventant une nouvelle recette à base d'ingrédients fraîchement livrés, en 2025, tu seras constamment à la recherche de nouvelles façons de t'exprimer en cuisine.



***Les
tendances
en matière
de repas
et de
livraison
en 2024***



En coulisses avec

Christina Aguilera

Un entretien avec l'icône de la pop au sujet de la campagne Just Eat, dans lequel elle chante l'offre variée de la plateforme de commande Just Eat avec la chanteuse Latto, élue Best Female Hip Hop Artist en 2023.

1. Qu'est-ce qui t'a donné envie de travailler avec Just Eat?

Mon emploi du temps chargé! Non seulement ce service de livraison est pratique, mais il rend également une bonne alimentation plus accessible. Cela a toujours été important pour moi de travailler avec des marques qui font bouger les choses et qui correspondent à mes valeurs.

2. Comment s'est déroulé le processus créatif?

L'équipe et moi-même avons toujours tenu à ce que la campagne reflète ma personnalité et les valeurs de la marque Just Eat. Nous avons passé en revue différentes idées afin que chaque aspect de la campagne (des visuels au message) soit authentique et parvienne au public cible. Cela a été un plaisir de travailler avec les idées de l'équipe marketing, surtout en ce qui concerne les couleurs et les moments glamour. Mais combiner les différents styles musicaux avec Latto a aussi été un moment unique pour moi. On a tellement ri!



3. Qu'as-tu le plus apprécié lors du tournage?

L'énergie et la créativité de l'équipe m'ont impressionnée. C'était un gros tournage avec énormément de personnes, et tout le monde était ravi de mettre la campagne sur pied. Mais la collaboration avec Latto a aussi été incroyable. J'ai pris beaucoup de plaisir à apporter mes propres idées et à expérimenter des tenues pour qu'elles s'intègrent dans l'univers que nous voulions créer.

4. Qu'as-tu commandé la dernière fois?

Ma dernière livraison a été un smoothie vert. Je suis en train de tester les différentes recettes. D'une manière ou d'une autre, j'aime découvrir de nouvelles cuisines, et grâce à Just Eat, je peux aussi le faire chez moi. Lorsque nous sommes à la maison avec toute la famille, nous pouvons tous choisir ce dont nous avons envie.

5. Y a-t-il une tendance culinaire que tu trouves particulièrement intéressante?

Je ne suis pas une tendance culinaire en particulier, mais je trouve intéressant qu'il y ait autant de variété. Comme je l'ai déjà dit, j'aime boire différents jus de fruits et de légumes. Que ce soit en voyage ou à la maison, j'aime découvrir de nouveaux restaurants qui utilisent des processus très différents pour préparer leurs plats. Je trouve cela passionnant!



Aperçu des tendances de 2020 à 2024

À la recherche d'un tour du monde des saveurs

Pendant le confinement, nous avons davantage cuisiné à la maison et privilégié les produits locaux. Mais parallèlement, les consommateurs ont eu envie de découvrir de nouvelles choses et ont passé des commandes plus variées et plus internationales que jamais: des plats comme les pains pita, les bowls et les momos ont enregistré une croissance allant jusqu'à 150%.

Traditions

En 2021, la cuisine suisse a fait partie des grandes tendances. Alors que les nouveaux concepts internationaux gagnaient en popularité, les consommateurs ont aussi recherché des plats traditionnels qui n'avaient plus besoin de faire leurs preuves.

Cuisine suisse

En 2022, la cuisine suisse a été présentée comme une tendance à part entière. Les jeunes restaurateurs, en particulier, ont misé sur les plats faits maison, la cuisine «zéro déchet» et la fermentation. Selon une étude de marché Just Eat, 71% des participants ont déclaré que la cuisine suisse était importante au quotidien.

Se faire plaisir

Les périodes difficiles augmentent le besoin de récompense. En 2020, les Suisses ont commandé presque deux fois plus de bière, 70% de vin en plus (surtout du vin rouge), 70% de mousse au chocolat en plus et 80% de tiramisu en plus.

Plaisir gustatif

Selon une vaste enquête Just Eat, les consommateurs ne commandent plus uniquement pour des raisons liées au télétravail ou à la fermeture des restaurants, mais parce qu'ils veulent de plus en plus se faire plaisir et faire une pause dans leur quotidien. La pizza et les hamburgers arrivent donc en tête du classement des plats commandés les plus populaires.

Snacking et mode de vie

La mobilité croissante, le travail à temps partiel et les changements économiques ont entraîné une augmentation des commandes de snacks, y compris de produits culinaires correspondant à un certain mode de vie. Celles-ci reflètent le phénomène du «lipstick effect», qui constitue un indicateur économique. Les commandes passées aux heures creuses ont augmenté en moyenne de 45% chez Just Eat.

Petit déjeuner et dîner

Pendant le premier confinement, les commandes du matin ont enregistré une croissance de 160%. Les parents qui étaient en télétravail, en particulier, prévoyaient leur repas de midi le matin et commandaient à l'avance.

Arrêter la viande

En janvier 2021, Just Eat a annoncé une croissance de plus de 600% pour les commandes de produits végétariens et végétans. Les momos et les burgers végétans, dans lesquels les steaks hachés sont remplacés par des alternatives végétales (par exemple le Beyond Burger), ont été particulièrement appréciés.

Positive Eating

De manière générale, cette tendance reflète la relation entre nos écosystèmes et notre alimentation, qui devient de plus en plus holistique. Le rapport a mis en lumière les éléments suivants: alimentation végétane, substituts de viande végétaux, exotisme, local et régional, alimentation saine.

Direct to Cart

Agile et mobile, notre société recherche des offres qui simplifient notre quotidien. Cela est particulièrement vrai pour la première génération à avoir toujours connu le numérique. Le mot magique est «Quick Commerce», un secteur de services en plein essor dans le monde entier, qui a été un stratégique de Just Eat en 2023.

Third Culture Cuisine

Marqués par un intérêt croissant pour l'origine des aliments et un besoin de solidarité, des restaurateurs innovants et multiculturels proposent constamment de nouvelles expériences. En collaborant avec le blog GaultMillau Züri isst, JustEat étanche la soif d'expérimentation de sa clientèle urbaine.

Mood Food

Face aux facteurs de stress comme la guerre, le réchauffement climatique et l'augmentation du coût de la vie, les gens ont eu besoin de se réconforter. Cela a également eu un impact sur nos habitudes alimentaires: la soul food, les desserts, les boissons tendance et les plats nationaux les plus populaires ont eu encore plus de succès. Les commandes de plats suisses ont augmenté de 80%.

Végan et végétarien

Alors que l'année dernière, elle entrait dans la catégorie «Positive Eating», l'alimentation sans viande est désormais une tendance à part entière: l'offre de plats végétans chez Just Eat est passée de 2878 en 2019 à 4891 en octobre 2023. Le Veganuary 2023 a établi un nouveau record avec 170% de commandes en plus, alors que le volume avait déjà doublé l'année précédente.

Nocturnal Living

Honest Cuisine

Marques virtuelles Nouveau

2020

2021

2022

2023

2024

Marques virtuelles

Tendance 1

Marques virtuelles

La restauration est l'une des branches les plus anciennes au monde. Le Stern a ouvert ses portes à Wettingen (AG) en 1230 et est considéré comme la plus ancienne auberge de Suisse. Mais l'idée de proposer à manger à des clients remonte aux Romains antiques, qui mangeaient dans des «thermopolia», debout à des comptoirs, avec des casseroles.

Le désir de pouvoir s'identifier à une marque, a pris de plus en plus d'importance dans le secteur de la food delivery a gagné en importance.

Les concepts de restauration classiques continuent à bien marcher, tandis que de nouvelles tendances ne cessent d'apparaître. Dans le domaine de l'alimentation, les cuisines de différents pays fusionnent, les plats à partager gagnent en popularité et les produits de restauration rapide trouvent leur place dans le segment haut de gamme. Des concepts tels que la cuisine «de la ferme à la table» et la cuisine végétale établissent de nouvelles références et mettent l'accent sur la durabilité. La restauration répond aux besoins des gens concernant non seulement ce qu'ils mangent, mais aussi la façon et l'endroit où ils souhaitent manger. Cela va d'un souper intime et exclusif dans une ambiance raffinée à des aires de restauration animées, où les convives prennent leurs repas sur différents stands dans un environnement à l'ambiance effervescente.

La restauration systématique (en anglais system catering) répond quant à elle à un besoin de repas rapides, peu coûteux et de qualité constante. Elle est née aux États-Unis dans les années 1950 et est devenue populaire à travers des marques comme McDonald's, Burger King et KFC.

Depuis lors, le concept s'est répandu à l'échelle internationale et a été considéré comme un changement révolutionnaire dans le secteur. Au cœur de cette restauration systématique, on trouve une gestion d'entreprise harmonisée, régie par des directives et des processus centraux qui garantissent la qualité et l'efficacité sur tous les sites d'une entreprise. Ainsi, dans ce système, les différents franchisés d'une même marque s'appuient sur des modèles commerciaux qui ont fait leurs preuves, tout en profitant de la forte notoriété de la marque, de son marketing et des campagnes publicitaires qui vont avec. Les clients savent exactement ce qui les attend et reviennent en raison de la qualité constante, des caractéristiques spécifiques de la marque et du goût incomparable des plats.

La fidélité qui en résulte se reflète également dans le comportement de commande de nos clients. Des entreprises de renommée mondiale comme Burger King et McDonald's comptent parmi les restaurants les plus populaires de Just Eat. Elles contribuent fortement à faire du cheeseburger l'un des plats les plus commandés sur notre plateforme.

Le désir de pouvoir s'identifier à une marque a pris de plus en plus d'importance dans le domaine de la livraison de produits alimentaires. Les générations Z (personnes nées entre 1997 et 2012) et Alpha (personnes nées entre 2013 et 2025) se caractérisent par une relation étroite avec la technologie et réagissent de manière particulièrement positive au marketing sur les réseaux sociaux.

Tendance 1

Les influenceurs, en particulier, ont un impact considérable sur ces groupes cibles et les inspirent avec leur contenu. Au sein de la restauration systématique, ces modèles ont largement contribué à l'apparition d'un nouveau modèle: les Virtual Brands, ou marques virtuelles en français.

Il s'agit d'entreprises ou d'influenceurs qui développent des concepts alimentaires complets et les mettent en œuvre dans les cuisines de restaurants existantes. Au lieu de louer leurs propres sites, les marques virtuelles opèrent en ligne et laissent d'autres restaurants préparer et livrer leurs plats. L'exploitant d'une marque virtuelle est responsable du menu, du choix des fournisseurs et du marketing. Les restaurants, quant à eux, profitent de cette collaboration, car ils peuvent utiliser plus efficacement leurs cuisines et leur logistique. Selon Lightspeed, qui exploite 165 000 systèmes de caisses pour la restauration dans le monde, les cuisines ne sont utilisées qu'à 70%. Les restaurants peuvent également mieux couvrir leurs frais de personnel, s'adresser à de nouveaux groupes cibles et profiter de la fidélité des marques.

Le YouTubeur le plus populaire du moment, Mr. Beast, dont les vidéos font des millions de vues, exploite l'une des marques virtuelles les plus connues au monde. En seulement quatre ans, il a pu mettre en place un réseau de plus de 600 restaurants virtuels avec sa marque Mr. Beast Burger.

Les marques virtuelles vont continuer à prendre de l'ampleur l'année prochaine.

En collaboration avec d'autres influenceurs et entreprises, il a ouvert la voie aux marques virtuelles. Cette année, la tendance s'est définitivement étendue à la Suisse. Jusqu'à présent, deux marques s'y sont établies, non pas créées par des influenceurs, mais par de jeunes entrepreneurs. Avec 367 sites dans la région Allemagne-Autriche-Suisse, dont 200 en Suisse, Just Virtual dispose d'un portefeuille impressionnant comprenant des marques comme Pizza Junge ou Happy Buns. Cette dernière fabrique des Sliders et des burgers miniatures et est ainsi déjà devenue la meilleure nouvelle venue dans les cantons d'Argovie, de Bâle-Ville et de Zurich.

Future Kitchens, fondée par le jeune restaurateur zurichois Dominik Sträuli, séduit les fans de livraison avec des pizzas, des kebabs et des burgers Smash Club et se développe à un rythme effréné. Dans le canton d'Uri, son cheeseburger est devenu l'un des nouveaux plats les plus populaires de

Just Eat. Les marques virtuelles vont continuer à prendre de l'ampleur l'année prochaine. À une époque où les coûts élevés des loyers, des réaménagements, des appareils de cuisine et du personnel représentent souvent des obstacles insurmontables pour les jeunes restaurateurs, elles offrent une alternative flexible et tournée vers l'avenir. Les marques virtuelles permettent de réagir rapidement et efficacement aux nouvelles tendances culinaires, en particulier à celles qui gagnent très vite en popularité. Cela évite les investissements massifs dans de nouveaux sites, et les adaptations peuvent être mises en œuvre sans trop d'efforts financiers.



Tendance 1



3 questions à Dominik Sträuli, fondateur de Future Kitchens AG

1. Comment est née Future Kitchens?

Notre mission est d'aider les restaurateurs indépendants à générer plus de chiffre d'affaires et à exploiter pleinement leurs cuisines et leurs fournisseurs. Contrairement à d'autres marques virtuelles, nos racines se trouvent dans l'activité de la cuisine fantôme (Ghost Kitchen), et Future Kitchens exploite ses propres cuisines avec succès. C'est pourquoi nous savons exactement comment et où nous pouvons et devons soutenir nos partenaires de restauration. Nous partageons les mêmes intérêts et sommes pour ainsi dire dans le même bateau.

2. Outre Smash Club, quelles sont les marques proposées par Future Kitchens et quels ont été leurs critères de création?

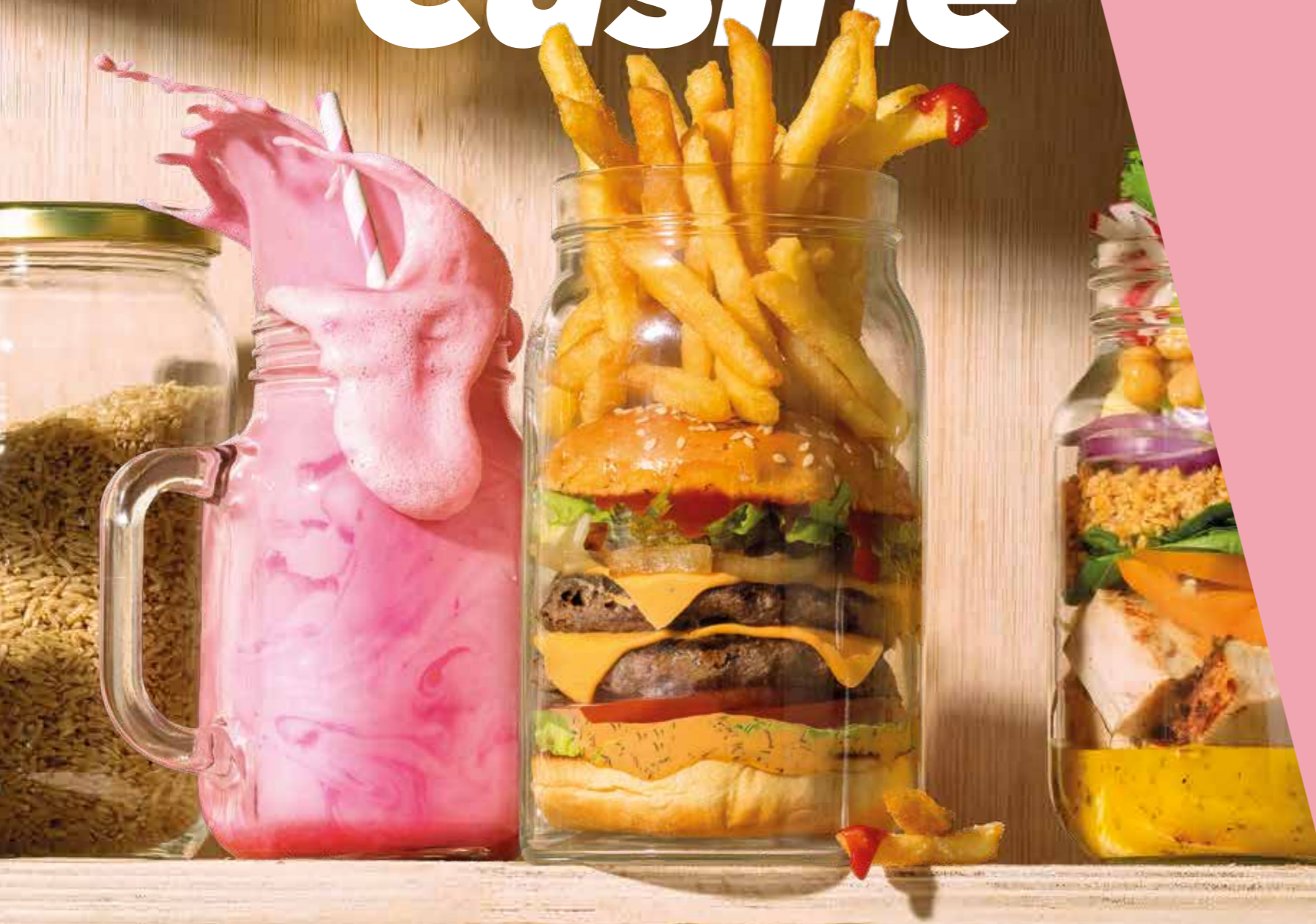
Future Kitchens élabore des concepts alimentaires basés sur des données, dans l'air du temps et faisant partie des marques et catégories les plus commandées en ligne. Outre Smash Club, Future Kitchens gère Pizza Project, Studio Kebab et bientôt Knockout by Future Kitchens, un concept de burgers et d'ailles de poulet frites qui va encore faire fureur. Toutes les marques sont conçues pour que les plats soient rapides et faciles à préparer, sans pour autant renoncer à des ingrédients de haute qualité. Nous les développons directement avec les producteurs et négocions les meilleurs prix pour nos partenaires.

3. Comment Future Kitchens garantit-elle une qualité constante sur tous les sites?

Tous les ingrédients et processus sont standardisés et documentés. Les restaurants partenaires bénéficient d'une formation professionnelle et d'un Key Account engagé. Nous disposons de notre propre chaîne d'approvisionnement, qui nous appartient assure des livraisons hebdomadaires afin que nos partenaires soient toujours livrés à temps. Nous avons également développé un programme de clients mystère et un programme Hot-Partner pour récompenser les meilleures entreprises partenaires de Future Kitchens.



Honest Cuisine



Les tendances en matière de repas et de livraison en 2024

Tendance 2

Honest Cuisine

Comme illustré à la page 41/42, la Honest Cuisine réunit un grand nombre de tendances tirées des rapports des années précédentes. Les Snacks & Lifestyle (prendre soin de soi), le retour à la cuisine suisse (régionalité) et le Positive Eating (alimentation responsable) ont ouvert la voie à la Honest Cuisine en 2022. Le rapport de l'année dernière a mis en lumière les modes d'alimentation végétariens et vegan (abandon des produits d'origine animale), la Mood Food (bien-être grâce à l'alimentation) ou la Third Culture Cuisine (lien culturel grâce à l'alimentation). Toutes ces tendances se reflètent dans des concepts comme la cuisine «de la ferme à la table», la cuisine végétale, la cuisine régionale, la Slow Food, le Clean Eating et la cuisine bio, qui sont désormais regroupées sous le terme de Honest Cuisine.

La Honest Cuisine n'est ni une nouvelle tendance, ni un engouement éphémère. Au contraire, on peut dire qu'il s'agit d'un changement radical, voire d'un changement de paradigme, qui modifie profondément notre perception, notre approvisionnement et notre préparation des aliments.

De manière générale, la Honest Cuisine est synonyme d'authenticité, de transparence et de simplicité. L'authenticité signifie que l'on utilise des ingrédients naturels non transformés. Ceux-ci rehaussent le goût original des plats et ne contiennent pas d'additifs artificiels. Il en résulte de véritables expériences culinaires authentiques, sans processus complexes en arrière-plan.

De manière générale, la Honest Cuisine est synonyme d'authenticité, de transparence et de simplicité.

Certains représentants de la Honest Cuisine intègrent des racines culturelles, des traditions familiales ou des souvenirs personnels dans leurs plats. Qu'ils soient d'inspiration régionale ou mondiale, ces plats ont pour dénominateur commun la traçabilité des produits et la transparence de la chaîne d'approvisionnement.

Pour atteindre cette simplicité, les choses sont réduites à l'essentiel, avec un retour à des méthodes de préparation accessibles et simples. Les plats sont basés sur un petit nombre d'ingrédients de grande qualité qui mettent en avant la saveur naturelle. La Honest Cuisine peut ainsi être considérée comme un mouvement contraire à la production alimentaire industrialisée et ultratransformée, et elle entraîne des changements notables jusque dans l'industrie de la restauration rapide.

Le Smash Burger, qui a fait son entrée dans les villes suisses en 2024, en est un exemple. Cette variante originale du burger a été redécouverte ces dernières années. En appuyant sur la viande hachée contre la plaque de cuisson chaude, on obtient une croûte croquante, tandis que l'intérieur reste juteux. La simplicité des ingrédients (fromage, salade, tomates et sauces) met l'accent sur la saveur intense et la texture croustillante. Il n'y a pas que la préparation qui compte, mais aussi l'origine des ingrédients. C'est dans cet esprit que Dominik Sträuli, jeune restaurateur zurichois de Future Kitchens, a créé le mélange de viande hachée pour son burger Smash Club en collaboration avec une boucherie locale.

Tendance 2

La coopération avec Züri isst a également attiré sur la plateforme des restaurants qui produisent dans l'esprit de la Honest Cuisine. Les cuisiniers puisent dans leur expérience, la plupart du temps internationale, créent de nouvelles choses et sont également des conteurs talentueux. Une traçabilité claire des produits, des principes éthiques et un élevage respectueux des animaux constituent la priorité absolue.

Parmi les restaurants participants figurait le Kin, situé dans le quartier tendance zurichois de Wiedikon, qui a obtenu 14 points au GaultMillau et compte parmi les meilleures adresses pour la cuisine d'inspiration asiatique. Malgré son orientation internationale, le Kin mise systématiquement sur des produits suisses. On y trouvait également le Silex, une adresse incontournable à Zurich, où le chef George Tomlin attache une grande importance à la qualité des ingrédients («nous mettons en avant les petites entreprises avec lesquelles nous travaillons»). Il a régalé les clients de Just Eat avec des spécialités comme les gougères Einsiedler Surchoix ou la terrine de porc Mangalitzza à la moutarde de Zurich.

La Honest Cuisine peut également être considérée comme un contre-mouvement à la production

En septembre, la coopération a été élargie à six autres restaurants à Zurich et quatre à Genève, tous les nouveaux partenaires ayant eux aussi été sélectionnés selon le critère de la Honest Food. La Pizza Alba, par exemple, allie du levain léger, fabriqué à partir d'un mélange de farine composé de six variétés de blé différentes, à des ingrédients locaux de qualité. À Genève, le restaurant Yeast, récompensé par 13 points au GaultMillau, a réjoui les fans de livraison entre septembre et fin octobre avec des spécialités comme le cou de porc japonais ou l'épaule d'agneau confite. Le Coin Coin a ensuite suivi. Il est situé dans le quartier des Bains, où le chef Valentin Pouzet a ravi les clients avec des plats comme des croquettes de veau à la sauce gribiche ou du cabillaud confit aux haricots borlotti. Valentin Pouzet est également connu pour son pâté maison aux cornichons selon la recette de sa grand-mère, qui compte parmi les éléments phare du menu.

Le Suahoy, situé dans le quartier animé du Plainpalais à Genève, le meilleur restaurant thaïlandais de Suisse selon GaultMillau, a été un partenaire de premier plan de la coopération en novembre. Il accorde une importance particulière à des ingrédients locaux triés à la main. La viande de porc, par exemple, provient directement de la commune de Jussy, dans le canton de Genève.

Elsalad, partenaire exclusif de Just Eat, s'inscrit elle aussi dans la tendance de la Honest Food et fait partie du secteur Fast-Casual. Cette forme de restauration se caractérise par des produits frais et de qualité et un service rapide. Au menu de la fondatrice Elsa, on trouve des salades et des wraps à base d'ingrédients locaux («notre but est de partager avec les autres les aliments qui poussent autour de nous»). On obtient ainsi des associations équilibrées, comme une salade d'épinards avec de l'Ebly, des pois chiches, du brocoli, des carottes, des betteraves rouges, des pommes, de la feta et des graines de tournesol.

Tendance 2



3 questions à Elsa Eggen, fondatrice d'Elsalad

1. Qu'est-ce qui t'a poussée à créer Elsalad ?

Notre motivation était de montrer aux gens comment créer de nouvelles saveurs et un repas équilibré à l'aide d'ingrédients simples. Les salades doivent être accessibles à tout le monde. C'est pourquoi nous les proposons sous forme de bowl ou de wrap, afin que le plus grand nombre possible de clients puissent trouver quelque chose de sain et équilibré. Dans la mesure du possible, nous misons sur des produits régionaux, sans pour autant renoncer à la créativité. Avec nos salades du mois et de saison, qui contiennent autant d'ingrédients locaux que possible, nous avons trouvé l'équilibre parfait pour soutenir et montrer ce que l'on trouve sur place.

2. Qui mange ou commande chez Elsalad? Avez-vous un profil de clientèle?

Nous avons une clientèle incroyablement variée, des étudiants aux familles, en passant par les employés et tous les intermédiaires. Notre principal groupe cible est toutefois le public du midi, composé d'employés de bureau très occupés qui veulent manger rapidement un repas sain.

3. Elsalad connaît un grand succès en Suisse romande. Y a-t-il des projets d'expansion dans d'autres régions de Suisse?

Oui, nous voulons absolument nous développer dans toute la Suisse.



Tendance 3

Nocturnal Living

Cette année, le «Nocturnal Living» (en français: vie nocturne) est devenu une tendance forte, qui n'avait pas encore été observée avec une telle intensité. Ce terme désigne un décalage du rythme de vie quotidien, qui permet à une personne de rester éveillée plus longtemps et de décaler ses activités vers la fin de soirée et la nuit.

Différents facteurs favorisent cette tendance: les agendas surchargés dus à des obligations sociales et professionnelles densifient le quotidien. De nombreuses entreprises reviennent de plus en plus au travail en présentiel, ce qui a renforcé la tendance cette année. Ainsi, Amazon a demandé à ses collaborateurs de retourner au bureau en septembre 2024, tandis que de grandes entreprises industrielles suisses comme Sulzer, ABB et Siemens ont renforcé l'obligation de présence. Selon une étude de KPMG, 83% des cadres interrogés s'attendent à ce que le personnel revienne largement au bureau dans les trois prochaines années. Le renforcement du travail en présentiel a pour conséquence que les employés passent plus de temps en trajets pour aller au travail, ce qui réduit considérablement le temps dont ils disposent pour leur famille, leurs loisirs et leur détente.

Les changements sociaux influencent également cette tendance. L'évolution des rôles et les attentes élevées envers les deux parents, qui doivent à la fois exercer une activité professionnelle et participer activement à l'éducation des enfants, compliquent encore la planification du quotidien. À cela s'ajoute l'urbanisation croissante, qui favorise un mode de vie citadin. Il en résulte une mobilité accrue, des offres de loisirs flexibles et des possibilités de formation continue, ce qui se traduit par des journées de travail plus longues et un quotidien dynamique.

Aussi dans le domaine Livraison à la demande, c'est-à-dire la livraison à la demande, est à l'évolution des besoins Répondre aux exigences

Toutes ces contraintes font qu'il est de plus en plus difficile de maintenir des rituels fixes comme le souper classique. Cette évolution se reflète également à travers les commandes sur Just Eat: bien que la plupart des commandes soient encore passées entre 18h00 et 19h00, le volume des commandes passées après 20h00 a fortement augmenté cette année. Notre partenaire Midnyt, anciennement connu sous le nom de Midnight Delivery, profite de cette demande croissante au cœur de la nuit. Par l'intermédiaire de franchisés, il propose des livraisons de 19h00 à 4h00 dans presque toute la Suisse. La gamme Midnyt comprend des produits comme des boissons non alcoolisées, des snacks et des plats préparés.

C'est surtout pendant les mois chauds de l'été que la tendance du Nocturnal Living se renforce, le repas du soir étant souvent pris plus tard. Lors des journées chaudes où il a fait plus de 30 degrés, Just Eat a enregistré une augmentation de ses commandes de 60% entre 20h00 et 22h00 par rapport aux journées plus fraîches. Les

horaires de repas traditionnels sont également flexibles pendant la journée. De nombreux restaurants partenaires de Just Eat se sont adaptés à ces nouveaux besoins et ont supprimé les heures de service classiques. Au lieu de cela, ils proposent leurs plats en continu de 11h00 à 22h00.

Le domaine de la livraison à la demande réagit également à ces nouvelles exigences. C'est pourquoi Just Eat a conclu un partenariat avec SPAR. Entre 11h00 et 22h00, ses magasins d'alimentation livrent une grande variété de produits, dont des salades préparées, des sandwiches et des produits laitiers le midi, ainsi que du pain, de la viande séchée et des boissons le soir.

Nocturnal Living



Tendance 3

Les partenariats avec des boulangeries, des boucheries et des cavistes élargissent l'offre de produits et facilitent le quotidien grâce à des livraisons rapides à domicile ou au bureau. De plus en plus, la livraison à la demande ne se limite plus seulement aux boissons et aux snacks, mais comprend également des articles ménagers, de la nourriture pour animaux, des produits pour bébés et bien plus encore. Les commandes de produits à la demande ont plus que doublé chez Just Eat en 2024.

Un quotidien dynamique, marqué par une organisation flexible, a renforcé les livraisons 24h/24 et va les ancrer durablement dans les habitudes. À l'avenir, de plus en plus de branches proposeront leurs produits sur Just Eat. Fin septembre, Just Eat England a conclu un partenariat avec la plus grande chaîne de pharmacies et de drogueries anglaise, Boots. Plus de 1000 produits sont disponibles sur la plateforme, dont des médicaments, des articles d'hygiène, des articles pour bébés, des parfums et des cadeaux. Cela a permis d'élargir l'offre de produits alimentaires aux produits de consommation courante, de sorte que les clients peuvent obtenir à tout moment tout ce dont ils ont besoin. Étant donné que les conditions sociales sont similaires en Suisse et que les progrès technologiques ne cessent d'avancer, la tendance va se consolider dans ce domaine également.

Le Nocturnal Living montre à quel point les habitudes des gens sont en pleine mutation. Elle souligne aussi qu'une tendance se développe rarement seule. Grâce au succès du concept de Midnyt, d'autres commerces d'alimentation ont compris qu'il existait un besoin de livraison à la demande. Cela a conduit à des partenariats avec des entreprises de renommée internationale, comme SPAR, qui proposent leur assortiment pendant la journée et s'adressent ainsi à des personnes souhaitant organiser leur quotidien le plus efficacement possible. Sur d'autres marchés de Just Eat, comme l'Allemagne et le Royaume-Uni, la livraison à la demande fait déjà partie intégrante du comportement de commande de nos clients. Nous allons maintenant voir comment ces tendances entraînent également une augmentation des commandes pendant les heures creuses en Suisse.



Directeur
eCommerce
SPAR

3 questions à Fabian Schleicher

1. SPAR constate-t-elle également un changement des habitudes de sa clientèle?

Notre branche est en pleine mutation: les grosses courses sont de moins en moins fréquentes, en particulier chez les jeunes avec des horaires flexibles. Ils achètent de manière irrégulière et en petites quantités. Pourtant, il est important pour eux de faire des courses saines, même s'ils n'ont pas beaucoup de temps. Pour atteindre ce groupe cible, il est essentiel d'être présent sur différents canaux. Le partenariat avec Just Eat nous y aide. Nos filiales SPAR Express montrent également que la demande concernant des horaires d'ouverture plus tardifs augmente, ce qui confirme la tendance du Nocturnal Living.

2. Quels avantages SPAR voit-elle dans la collaboration avec Just Eat et la possibilité de proposer ses produits en livraison?

Les synergies entre SPAR et Just Eat sont excellentes. SPAR fournit l'infrastructure des marchés et les marchandises, tandis que Just Eat se charge de l'infrastructure technique et de la logistique. La livraison à vélo va dans le sens de notre stratégie de développement durable et est unique en son genre en Suisse. Grâce à sa grande notoriété et à sa popularité, Just Eat nous permet d'atteindre un groupe cible jeune et adepte d'Internet.

3. Selon quels critères SPAR a-t-elle élaboré l'assortiment proposé sur Just Eat?

Notre offre s'adapte clairement aux besoins de notre groupe cible. Nous souhaitons proposer des articles qui peuvent être commandés à tout moment de la journée. Nous nous sommes demandé: de quels produits a-t-on besoin pour une soirée barbecue improvisée? Quels en-cas et salades sont parfaits pour la pause du midi et de quels aliments a-t-on besoin lorsque le réfrigérateur est vide? Ce sont ces questions qui nous ont guidés dans l'élaboration de l'assortiment. Nous tenions également à proposer un large choix de boissons sans alcool et de bières adaptées. Notre assortiment est constamment analysé, optimisé et élargi en collaboration avec Just Eat. À cet égard, nous voyons un grand potentiel dans les produits régionaux.





À propos de Just Eat Suisse

Just Eat Suisse est le leader du marché de la livraison en ligne avec 5800 partenaires et 1,5 million de consommateurs actifs.

Just Eat a été fondée en 2007, initialement sous le nom de EAT.ch. Cinq ans plus tard, la société a créé une co-entreprise avec le groupe britannique Just Eat, sis à Londres. En 2015, EAT.ch est devenue une filiale à part entière du groupe Just Eat. Au début de l'année 2020, le groupe britannique JUST EAT a fusionné avec l'entreprise néerlandaise de livraison de plats à domicile Takeaway.com pour devenir Just Eat Takeaway.com. C'est dans ce contexte que s'est également produite en Suisse la fusion entre EAT.ch et Takeaway.com. L'entreprise a continué d'opérer sous le nom d'EAT.ch et en a profité pour asseoir encore plus sa position de leader sur le marché suisse.

Afin de pouvoir aussi mettre en œuvre efficacement les nombreuses activités de publicité et de marketing de la société mère Just Eat Takeaway.com sur le marché suisse, la marque EAT.ch est devenue Just Eat en mai 2021. En mars 2021, Just Eat Takeaway.com a signé l'un des plus importants partenariats jamais conclus avec l'UEFA.

Le directeur de Just Eat Suisse est Lukas Streich.
Le siège de Just Eat Suisse se trouve à Zurich.

**Just Eat
Suisse en
chiffres**

1600

collaborateurs

Pour le marché suisse, 160 collaborateurs travaillent au siège de Zurich, dans le reste de la Suisse et à Amsterdam.

Nous sommes également soutenus par des collègues de nos équipes internationales. Plus de 1,5 million de clients commandent régulièrement chez Just Eat.

clients

1,5m

58000

partenariats

On compte 5800 partenariats en Suisse.

90% des commandes Just Eat proviennent de NPA suisses.

codes postaux

90%



À propos de *Just Eat Takeaway.com*

Just Eat Takeaway.com est une plateforme en ligne leader dans le monde pour la livraison de repas. Elle est présente dans 20 pays: Allemagne, Australie, Autriche, Belgique, Bulgarie, Canada, Danemark, Espagne, États-Unis, France, Irlande, Israël, Italie, Luxembourg, Nouvelle-Zélande, Pays-Bas, Pologne, Royaume-Uni, Slovaquie et Suisse.

L'entreprise, dont le siège se trouve à Amsterdam, se concentre sur la mise en relation des consommateurs et des restaurants sur sa plateforme. Avec plus de 731 000 partenaires affiliés, Just Eat Takeaway.com propose aux consommateurs un large choix de plats et d'aliments.

Just Eat Takeaway.com collabore essentiellement avec des partenaires assurant eux-mêmes leur service de livraison. En outre, l'entreprise met à disposition une solution logistique pour les partenaires qui ne livrent pas eux-mêmes.





Sources

Pour ce rapport, Just Eat a analysé les données des 12 derniers mois.

Just Eat Suisse
Manessestrasse 85
8045 Zurich

Contact médias:
media@just-eat.ch

Responsable:
Séverine Götz,
Senior Manager Corporate
Communications & Public Affairs

Petar Djordjevic,
Manager Corporate Communications

Contact



