

Pizza, bière et 1750 commandes en cinq minutes : les habitudes de commande de la Suisse pendant la Coupe du monde 2026



▲ Just Eat

En Suisse, la Coupe du monde 2026 a aussi modifié les habitudes de commande. Étant donné que de nombreux supporters ont calé leurs repas sur les horaires des matchs, Just Eat a enregistré une nette hausse de la demande tout au long du tournoi. Une analyse récente des données de Just Eat, demi-finales incluses, montre à quel point les matchs de l'équipe nationale suisse ont influencé les habitudes de commande et quels plats ont eu le plus de succès pendant les retransmissions.

Journée record et pic de commandes: Pendant ce tournoi, le **dimanche 28 juin 2026** a été la journée avec le plus grand nombre de commandes pour Just Eat. La raison: le coup d'envoi de la phase à élimination directe avec le seizième de finale entre l'Afrique du Sud et le Canada (à 21h00). Ce jour-là, la plateforme a enregistré son record absolu sur cinq minutes: à 18h25, soit exactement deux heures trente avant le coup d'envoi, **1750**

commandes ont été passées en l'espace de cinq minutes (soit 350 commandes par minute). Le deuxième plus gros pic de demandes a été observé le dimanche 5 juillet, à l'occasion du huitième de finale entre le Brésil et la Norvège. La troisième journée la plus active de Just Eat remonte à la phase de groupes, le dimanche 14 juin.

Une commande de 28 pizzas: Au coup d'envoi du match entre l'Argentine et l'Autriche, le lundi 22 juin 2026 à 19h00, une **seule commande comprenait 28 pizzas au total.n.**

La chaleur a décalé les commandes: Les épisodes de forte chaleur pendant le tournoi, avec des températures atteignant jusqu'à 39 °C, ont sensiblement repoussé le pic des commandes vers les heures plus fraîches de la soirée. Lors des journées de match les plus chaudes, **les commandes de boissons et de glaces ont en outre augmenté d'environ 30% par rapport aux journées plus tempérées.**

La mi-temps et le pic de commandes: Au coup de sifflet de la mi-temps, la demande de snacks et de boissons a bondi. Pendant les 15 minutes de pause des matchs du soir, Just Eat a enregistré **40% de commandes en plus** que pendant le temps de jeu.

Classement des snacks et des boissons à la mi-temps: 1. la bière, 2. Coca-Cola, 3. Red Bull, 4. les glaces, 5. les pizzas surgelées, 6. les nachos épicés, 7. le vin blanc, 8. les gobelets de fête, rouge, 9. les barres chocolatées, 10. les chips

Plus de bière et plus de burgers que d'habitude: Pendant tout le tournoi, la **bière s'est hissée dans le top 10** des produits les plus commandés, une place qu'elle n'atteint pas en dehors de la Coupe du monde. Les commandes de bière ont culminé entre 21h00 et 22h00, particulièrement dans la ville de Zurich.

Si la pizza Margherita est restée le plat individuel préféré des Suisses et Suissesses, elle a perdu un peu de terrain pendant la Coupe du monde. À l'inverse, **plus de burgers** ont été commandés que lors de journées comparables hors Coupe du monde.

Le traditionnel **Röstigraben** s'est également retrouvé dans les habitudes de commande: en Suisse alémanique, les commandes se sont principalement portées sur les pizzas, les

kebabs et les burgers, tandis qu'en Suisse romande, ce sont les burgers, la cuisine orientale et méditerranéenne et les tacos français qui ont eu la cote.

Der kulinarische Röstigraben: In der Deutschschweiz dominierten Pizza, Kebab/Döner und Burger, in der Romandie standen Burger, orientalisches-mediterrane Küche und French Tacos besonders hoch im Kurs.

Les matchs de la Suisse: Les matchs de la Nati ont eu un impact direct sur la demande. Le volume a augmenté de **20%** par rapport aux jours sans match, aussi bien dans l'heure précédant le coup d'envoi que pendant les matchs. Le plus fort volume a été enregistré le samedi 13 juin à 21h00 lors du match Qatar – Suisse. Le match Suisse – Bosnie, disputé à 18h00, a lui aussi modifié les habitudes de commande: entre 18h00 et 19h00, Just Eat a constaté une forte hausse des **commandes groupées**. Pour les matchs se jouant en soirée, Qatar – Suisse et Suisse – Canada (à 21h00), les supporters ont soupé plus tard: les commandes ont fortement augmenté vers 20h00 et de nouveau entre 21h00 et 22h00.

L'effet «lendemain de match»: L'influence des matchs s'est également fait sentir le lendemain matin: les commandes de petit-déjeuner ont progressé de 10% en moyenne. Cette hausse a particulièrement pu être observée après le match entre la Suisse et l'Argentine. Le lendemain matin, Just Eat a enregistré une **augmentation de 18% des commandes pour le petit-déjeuner**.

Des promotions qui portent leurs fruits: Pour accompagner l'engouement autour des jours de match, Just Eat mise, jusqu'à la finale, sur des rabais attractifs et des offres exclusives, comme des **réductions de 70%**, et des promotions 2 pour le prix d'1. La campagne menée conjointement avec McDonald's, qui permet de gagner une **«Gold Card» offrant un an de McDonald's gratuit**, rencontre un succès particulier.

Les tendances observées à l'international chez Just Eat: L'impact de la Coupe du monde s'est également fait sentir dans les pays voisins. En Allemagne, pour la filiale Lieferando, les Hot Wings figurent parmi les plus fortes progressions, avec une hausse de **+2700%**.

En Autriche, **14 000 litres de boissons** ont été commandés pendant les trois premiers matchs de la sélection nationale. Des limonades rafraîchissantes y ont été commandées plus de trois fois plus souvent que la bière ou les glaces.

À propos

Gegründet im Jahr 2007 als Eat.ch von ehemaligen HSG-Studenten, ist Just Eat heute die führende Lieferplattform der Schweiz. Landesweit vernetzt das Portal 7'000 Anbieter mit rund 1,5 Millionen aktiven Kunden und deckt über 90 % aller Postleitzahlen ab. Die Bestellungen werden entweder direkt durch die Betriebe oder über das eigene Logistiknetz mit festangestellten Fahrern ausgeliefert. Der Schweizer Hauptsitz befindet sich in Zürich, Geschäftsführer ist Lukas Streich.

Von internationalen Ketten über unabhängige Familienbetriebe bis hin zu einem stetig wachsenden Retail-Angebot versteht sich Just Eat als starker Partner für Handel und Gastronomie. Das Unternehmen strebt eine Pionierrolle im dynamischen On-Demand-Markt an – ein Segment, in dem sich die Bestellungen hierzulande allein im letzten Jahr verdoppelt haben. Der Begriff steht für die sofortige Verfügbarkeit von Produkten bei Bedarf. Um diese Nachfrage zu bedienen, baut Just Eat sein Logistiknetz kontinuierlich aus.

Die Muttergesellschaft Just Eat Takeaway.com mit Sitz in Amsterdam gehört mit 362'000 Partnern in 16 Ländern zu den weltweit führenden Unternehmen für Online-Lieferungen. Im Jahr 2025 wurde Just Eat Takeaway.com von Prosus übernommen. Der globale Technologiekonzern agiert in mehr als 100 Märkten und entwickelt Lifestyle-E-Commerce-Unternehmen, die zusammen über zwei Milliarden Kunden bedienen. Zudem ist die Gruppe grösster Aktionär von Tencent, einem der wertvollsten Unternehmen der Welt.

Relations presse

Séverine Linda Götz

Manager Corporate Communications
Switzerland
severine.goetz@justeattakeaway.com

Melanie Marjanovic

Manager Public Affairs Switzerland
melanie.marjanovic@justeattakeaway.com

Lien vers cette page

<https://newsroom.justeattakeaway.com/fr-CH/268414-pizza-biere-et-1750-commandes-en-cinq-minutes-les-habitudes-de-commande-de-la-suisse-pendant-la-coupe-du-monde-2026/>