

# Just Eat lanza 'Quédate en el momento', su nueva plataforma global de marca



**La compañía redefine su estrategia creativa para poner el foco en los momentos cotidianos de disfrute y en el tiempo de calidad que el delivery devuelve al consumidor**

Just Eat Takeaway.com marca el comienzo de una nueva etapa con el **lanzamiento de su plataforma global 'Stay Just Where You Are' (Quédate en el momento)**.

Marcando el inicio de una nueva etapa en la comunicación de la compañía, la propuesta evoluciona la identidad creativa de la marca para otorgarle un papel más relevante en los momentos de ocio que las personas disfrutan genuinamente y de los que no quieren moverse.

La plataforma nace de una verdad universal: cuando alguien está viviendo un momento que le genera bienestar, lo último que desea es interrumpirlo para salir a buscar comida o

hacer la compra. Este insight está respaldado por un estudio internacional elaborado por IPSOS en España, que revela que **el 58 % de los españoles afirma que a la hora de ver una película o serie no soporta ninguna interrupción.**

Desde un maratón de series en el salón hasta una velada en la que empieza a escasear la comida, o , simplemente, una mañana tranquila de domingo, la campaña pone en valor todas esas situaciones +cotidianas de las que nadie quiere salir. De este modo, **'Quédate en el momento' pone el foco estratégico de la comunicación en visibilizar el tiempo que la plataforma devuelve al usuario para expresar** lo que verdaderamente importa, sin centrarse únicamente en qué entrega. Los datos avalan el rol activo de la marca en la rutina del consumidor: el 72 % de los encuestados señala que el servicio de entrega a domicilio de restauración, supermercado y productos esenciales les permite dedicar más tiempo a las actividades que valoran. La nueva idea creativa integra toda la amplitud de la oferta de Just Eat en un único concepto de gran carga emocional para conectar realmente con el consumidor.

## **Un despliegue audiovisual global con amplificación local**

Desarrollada en alianza con **la agencia creativa VCCP**, la [campaña global](#) cuenta con la dirección de Michael Spiccia a través de la productora estadounidense MJZ. La pieza central consta de ejecuciones audiovisuales y contenidos digitales desarrollados por el estudio Girl&Bear y fotografiados por Amanda Fordyce, que capturan situaciones reales como partidas de videojuegos, partidos de fútbol o tardes en familia.

En España, el lanzamiento contará con una campaña de medios, un plan de amplificación específico a través de influencers y creadores de contenido, así como en los canales propios de Just Eat, para dar vida a la plataforma de la mano de referentes reales de la cultura, la comedia y el ocio nacional.

La estrategia y ejecución se ha desarrollado en colaboración con la red de agencias de la marca, liderada en la parte creativa por VCCP, con la gestión de medios a cargo de WPP,

las relaciones públicas y la estrategia en redes sociales a cargo de Jungle True para Just Eat España.

**"Hemos construido una marca de gran reconocimiento global gracias a 'Did Somebody Say' ('¿Alguien ha dicho...?'), pero el rol que queremos que juegue Just Eat Takeaway.com ha evolucionado. 'Stay Just Where You Are' (Quédate en el momento) conserva nuestros activos de marca más distintivos al tiempo que nos traslada a un espacio más emocional y con mayor significado, arraigado en los momentos que la gente valora. Es una idea sencilla pero con un enorme potencial creativo, que nos permite mostrarnos de forma consistente en todos nuestros mercados, canales y partners."**

Ralph Rijks, Director Global de Marketing (CMO) de Just Eat Takeaway.com

**"En España nos apasiona disfrutar del presente y exprimir al máximo el tiempo libre con los nuestros. Con 'Quédate en el momento' invitamos a celebrar esa forma de vivir el presente, demostrando que Just Eat está ahí para ocuparse de la logística cotidiana sin obligar a nadie a hacer una pausa, sin perderse ese momento que no se va a repetir. Ya sea una reunión entre amigos que se alarga, una sesión de cine en el salón o la compra del supermercado, Just Eat asume las gestiones del día a día para que la única prioridad sea aprovechar al máximo ese momento que no se va a repetir."**

Patricia Fresneda, directora de Marketing de Just Eat España

Concebida como **una plataforma de marca a largo plazo**, **'Quédate en el momento'** **asentará las bases de la comunicación de Just Eat para los próximos años**, estrenando, además, una **identidad visual actualizada** y una evolución de su icónico jingle "Alguien ha dicho..".

# Acerca de Just Eat Takeaway.com

Just Eat Takeaway.com (JET) es un líder global de delivery con sede en Ámsterdam. A través de un ecosistema integrado, la compañía conecta a sus partners mediante tecnología orientada a la IA (AI-first) para impulsar su crecimiento, ofrece a los repartidores la flexibilidad y oportunidades que necesitan, y brinda a los consumidores la libertad para disfrutar de cada momento.

La plataforma aprovecha la inteligencia de datos para impulsar una logística más eficiente y conectar a sus 362.000 partners con millones de usuarios en todo el mundo, ofreciendo experiencias hiperlocales e hiper personalizadas. Con presencia en 14 países, Just Eat Takeaway.com apuesta por un crecimiento sostenible impulsado por la tecnología, elevando estándares de ejecución y aprovechando la fortaleza del ecosistema de Prosus.

## Datos del contacto

### True

Creative reputation for business impact.

[justeat@truepr.es](mailto:justeat@truepr.es)

[916588770](tel:916588770)

### Copiar enlace

<https://newsroom.justeattakeaway.com/es-ES/273488-just-eat-lanza-quedate-en-el-momento-su-nueva-plataforma-global-de-marca/>