**معرض Host 2025 يكشف عن التوجهات الجديدة للأنشطة خارج المنزل:**

**تطور سريع بين الابتكار والودّية**

* *تُخطط دراسة استقصائية أجرتها شركة CSA Research وروّج له معرض* فييرا ميلانو *ومعرض HostMilano لمقابلة 8000 مشارك في 7 دول وأقاليم حول العادات خارج المنزل*
* *وقد سلّط البحث الضوء على صناعة سريعة التغير، حيث ينبغي على المشغلين الجمع بين جودة الطعام والتصميم والتكنولوجيا والتجربة*
* *أصبح المستهلكون أكثر وعيًا ويبحثون عن تجربة جذابة، ولكنهم أيضًا مندفعون ويبحثون عن الطمأنينة*
* *علاوة على ذلك، تنشأ حاجة قوية لتجربة تناول الطعام خارج المنزل باعتباره لحظة للتواصل والمشاركة مع الآخرين: من إجمالي العينة العالمية، أكثر من الثلث (37%) يتناولون الطعام خارج المنزل بشكل أساسي للترفيه ويقضي ما يقرب من نصفهم (45.1%) أكثر من ساعة على الطاولة*

*ميلان-دبي، 6 نوفمبر 2024* - تشهد التجربة الدولية في "تناول الطعام خارج المنزل" تغيرات سريعة. وفي بعض الحالات، تكون وتيرة العمل خارج المنزل **أسرع من الابتكار نفسه**، مما يجعل اعتماد **التنسيقات والتقنيات الجديدة** أمرًا ضروريًا بشكل متزايد لنجاح الأعمال خارج المنزل.

هذه هي النتائج الرئيسية من المعاينة الأولية لبحث ***تناول الطعام خارج المنزل. دراسة استقصائية عالمية حول المواقف والسلوكيات***، أجرتها **شركة CSA Research** وروّج له معرض **فييرا ميلانو** ومعرض **HostMilano**، الحدث الرائد عالميًا للابتكار في مجال الضيافة والأنشطة الخارجية وتجارة التجزئة. وشملت الدراسة الاستقصائية عينة مكونة من **8000 مشارك** من إيطاليا والشرق الأوسط وإسبانيا وفرنسا وألمانيا والمملكة المتحدة والولايات المتحدة لاستكشاف التوجهات الحالية والمستقبلية.

وتُسلط النتائج الضوء على تجربة متزايدة التنوع والتغير ومتعددة الأوجه وتتميز **بزيادة في التجربة** مدفوعة **بفرص جديدة للمستهلكين**. يتطور العرض والطلب معًا، في **تنسيقات جديدة تُركز على العملاء** وتدور حول المستهلك الذي أصبح **أكثر وعيًا** ويبحث عن **تجربة جذابة**، ولكنه أيضًا **أكثر اندفاعًا** ويسعى إلى **مزيد من الطمأنينة**. ويُنظر إلى تناول الطعام خارج المنزل أيضًا باعتباره فرصة **للتفاعل مع الآخرين**، وهناك حاجة قوية **للتواصل بشكل عام**.

واستجابةً لذلك، يُركّز المشغلون على **التوطين الفائق** (على سبيل المثال باستخدام المكونات المحلية)، **والتنسيقات القابلة للتوسع، والتصميمات الشاملة، والتقنيات المبتكرة**.

**إيطاليا مقابل دول مجلس التعاون الخليجي: مقارنة بين عالمين**

تُبرز عناصر ذات اهتمام خاص في المعاينة، التي تُركّز على دول مجلس التعاون الخليجي، من المقارنة بين **إيطاليا**، البلد الذي يجمع بين الابتكار و**تقاليد الطعام والنبيذ** العريقة، و**سوقين رئيسيين في دول مجلس التعاون الخليجي**، وهي منطقة تميزت بتركيزها على التطورات المعاصرة.

ومن المثير للاهتمام أنه عند اختيار مكان لتناول الطعام، يسترشد الإيطاليون أكثر **بالقائمة (27.7 في المائة)** و**مذاق المكونات (27.3 في المائة)**، بينما تبرز **أهمية الخدمة** في **الإمارات العربية المتحدة (18.8 في المائة)** وخصوصًا في **المملكة العربية السعودية (22 في المائة)**.

وتُمثل الأفضلية **للمنتجات المحلية والموسمية** أولويةً مشتركة، وهو ما أكّده **73.6 في المائة من الإيطاليين**، و**73.2 في المائة من الإماراتيين، و69.3 في المائة من السعوديين**. ومن ناحيةٍ أخرى، تحظى **تقنيات التحضير المبتكرة**، مثل الطهي الجزيئي أو الطهي على درجات حرارة منخفضة أو الطهي بتفريغ الهواء بأهمية أكبر في دول مجلس التعاون الخليجي: وتُعد مهمة لدى **57.6 في المائة في الإمارات** و**61.7 في المائة في السعودية**، بينما في إيطاليا، لا تُمثل **سوى 24.5 في المائة**، مما يعكس التأثير القوي للتقاليد.

**العلاقة الشخصية مقابل الثقة في الشهادات**

تماشيًا مع هذه النتائج، يبدو أن **الاستدامة** تحظى بأهمية أكبر في دول الخليج: وهي تُمثل عامل اختيار مهمًا لدى **66 في المائة** من المشاركين في **الإمارات** و**61.3 في المائة في السعودية**، مقارنةً بنسبة **37.4 في المائة في إيطاليا**. ونتيجة لذلك، فإن الحصول على شهادة أمر مهم لما يصل إلى **82.7 في المائة من السعوديين و75.6 في المائة من الإماراتيين**، إلا أنه مهم لدى **38.3 في المائة فقط من الإيطاليين**.

وربما ترتبط هذه النتيجة بحقيقة أن الإيطاليين يتناولون الطعام في **المطاعم المستقلة، وغالبًا العائلية، بنسبة أكبر بكثير (86.5 في المائة)** مقارنةً بسلاسل المطاعم **(13.5 في المائة)**. وبناءً عليه، فإنهم يولون أهمية أكبر **للعلاقة الشخصية مع صاحب المطعم** أكثر من المعايير، ليشعروا بالاطمئنان بشأن الجودة. يُفضّل الإيطاليون في أغلب الأحيان تناول الطعام في **مطاعم البيتزا (28.4 في المائة)، والحانات وحافلات الطعام (20 في المائة)، والمطاعم ذات الطابع المنزلي (16.7 في المائة)**.

وعلى العكس، فإن نسبة الحضور بين النوعين أكثر توازنًا في دول الخليج: وتتوزّع النسبة بين **المطاعم المستقلة بنسبة 64.4 في المائة** و**سلاسل المطاعم بنسبة 35.6 في المائة** في **الإمارات**، وبين **57 في المائة للمطاعم المستقلة** و**43 في المائة لسلاسل المطاعم** في السعودية. وبشكل تفصيلي، يُفضّل **الإماراتيون** تناول الطعام في المطاعم على الترتيب التالي: **مطاعم الوجبات السريعة (18.4 في المائة)، والمطاعم ذات الطابع المنزلي (16.7 في المائة)**، و**مطاعم البيتزا (16.4 في المائة)،** بينما يُفضّل **السعوديون مطاعم الوجبات السريعة (26 في المائة)، ومطاعم البيتزا (20 في المائة)**، و**المطاعم ذات الطابع المنزلي (13.7 في المائة)**. لذلك، هناك نسبة أكبر من الأماكن التي تتبنى **عمليات موحدة**، مما يزيد من الحاجة إلى الشهادات لضمان الجودة.

**تناول الطعام خارج المنزل للتواصل والمشاركة**

بجانب أساليب الطهي وتنسيقات الأماكن، يبدو أن هناك عاملًا مشتركًا يتمثّل في اعتبار تناول الطعام خارج المنزل فرصةً **للتواجد مع الآخرين والتواصل بشكل عام**. يتناول **أكثر من ثلث العينة العالمية (37 في المائة)** الطعام خارج المنزل بشكل رئيسي لأغراض **الترفيه**، ويقضي **ما يقرب من نصفهم (45.1 في المائة) أكثر من ساعة** على الطاولة.

وللمقارنة بين إيطاليا ودول مجلس التعاون الخليجي في هذا المجال أهمية أيضًا. في الواقع، بينما يُعد تناول الطعام خارج المنزل **مع الأصدقاء** أمرًا مهمًا للغاية للإيطاليين أيضًا (**24.2%** في إيطاليا مقابل **4.4% في الإمارات و5.3% في السعودية**)، فإن هذه التجربة تتم في الأساس **مع العائلة** في دول الخليج (**42% في السعودية و32.8% في الإمارات**)، على الرغم من أن تناول الطعام مع العائلة لا يزال مهمًا **للإيطاليين أيضًا (31.7%)**.

ويبدو أن أماكن المستقبل تتشكّل على نحوٍ متزايد باعتبارها **مقدمي محتوى** حقيقيين، ومصممة بعناية لتجمع بين **جودة الطعام** و**التصميم** و**التكنولوجيا والتجربة متعددة الحواس**، لاحتضان العميل في **تجربة علاقات غامرة** تتماشى مع أسلوب حياته.

سوف يشهد معرض **Host 2025** الكشف عن الابتكارات التي يحملها مستقبل الضيافة ليس فقط طوال فترة [**تنظيم المعرض**](https://host.fieramilano.it/en/visitare/perche-visitare.html)، ولكن أيضًا في [**جدول غني من اللحظات التعليمية، والفعاليات، والمسابقات**](https://host.fieramilano.it/en/eventi/eventi-in-fiera-2025.html).

وسوف ينعقد المعرض في نسخته الرابعة والأربعين في معرض **فييرا ميلانو – رو في الفترة من 17 إلى 21 أكتوبر 2025.**

للحصول على أحدث المعلومات: host.fieramilano.it, @HostMilano.

**المكتب الصحفي لمعرض فييرا ميلانو**

روزي مازانتي - سيموني زافيتيري

رقم الهاتف [‎+39 335 6992328](tel:+393356992328) – [Simone.zavettieri@fieramilano.it](mailto:Simone.zavettieri@fieramilano.it)

**المكتب الصحفي لأليسيا ريزيتو**

أليسيا ريزيتو، رقم الهاتف: ‎+39 3495284994

جيراردو ماورو، رقم الهاتف ‎+39 3288948120

[press.host@fieramilano.it](mailto:press.host@fieramilano.it)، [alessia@alessiarizzetto.com](mailto:alessia@alessiarizzetto.com)