

Ufficio stampa
Fiera Milano

Rosy Mazzanti
Simone Zavettieri
+39 0249977457
+39 335 6992328
press.host@fieramilano.it

Fiera Milano S.p.A.
+39 02.4997.1
fieramilano@fieramilano.it
fieramilano.it

Ufficio stampa / Press office

Host 2025 svela le nuove tendenze del fuoricasa: una rapida evoluzione tra innovazione e convivialità

- Una ricerca condotta da CSA Research e promossa da Fiera Milano e HostMilano prevede di intervistare 8.000 rispondenti in 7 Paesi e territori sulle abitudini fuoricasa
- Emerge il quadro di un settore in rapido cambiamento, in cui gli operatori devono coniugare la qualità del cibo con il design, la tecnologia e l'esperienzialità
- I consumatori sono sempre più consapevoli e alla ricerca di un'esperienza coinvolgente, ma anche impulsivi e in cerca di assicurazioni
- Si delinea inoltre un forte bisogno di vivere il fuoricasa come momento di comunicazione e condivisione con gli altri: sul totale del campione globale, oltre un terzo (il 37%) mangia fuori soprattutto per svago e quasi la metà (45,1%) trascorre a tavola più di un'ora

Milano-Dubai, 6 novembre 2024 – L'esperienza internazionale del "mangiare fuori" sta cambiando rapidamente. In alcuni casi, **ancora più velocemente della stessa innovazione**, rendendo sempre più indispensabile l'adozione di **nuovi format e tecnologie** per il successo di un'attività fuoricasa.

È quanto rivela l'anticipazione della ricerca ***Eating Out. A Global Survey on Attitudes and Behaviors***, condotta da **CSA Research** e promossa da **Fiera Milano e HostMilano**, la manifestazione leader mondiale per l'innovazione nell'ospitalità, il fuoricasa e il retail. Una volta conclusa, l'indagine coinvolgerà in totale un campione di **8.000 rispondenti** da Italia, Medio Oriente, Spagna, Francia, Germania, Regno Unito e Stati Uniti, esplorando le tendenze in atto e future.

I risultati delineano un'esperienza sempre più diversificata, mutevole e sfaccettata, caratterizzata da **un'esplosione di esperienzialità** trainata da **nuove opportunità di consumo**. Domanda e offerta si sviluppano insieme, in **nuovi formati cliente-centrici** che ruotano intorno a un consumatore **sempre più consapevole** e alla ricerca di **un'esperienza coinvolgente**, ma anche **più impulsivo** e in cerca di **maggiori assicurazioni**. Il mangiare fuori è visto anche come un'opportunità per **interagire con gli altri** e si rileva un forte bisogno di **comunicare a tutto campo**.

In risposta, gli operatori puntano su **iper-localizzazione** (ad esempio, con ingredienti del territorio), **scalabilità dei formati**, **layout immersivi** e **tecnologie innovative**.

Associated to

**Ufficio stampa
Fiera Milano**

Rosy Mazzanti
Simone Zavettieri
+39 0249977457
+39 335 6992328
press.host@fieramilano.it

Fiera Milano S.p.A.
+39 02.4997.1
fieramilano@fieramilano.it
fieramilano.it

Italia e GCC: due mondi a confronto

Nell'anticipazione, che presenta un focus sui Paesi GCC, emergono elementi di particolare interesse dal confronto tra **l'Italia**, un Paese che coniuga l'innovazione con una radicata **tradizione enogastronomica**, e **i due principali mercati GCC, Arabia Saudita ed Emirati Arabi Uniti**, un'area che si distingue per l'attenzione agli sviluppi più contemporanei.

È interessante notare che nella scelta di un locale gli italiani si fanno guidare maggiormente dal **menu (27,7%)** e il **sapore degli ingredienti (27,3%)**, mentre **l'attenzione al servizio** spicca negli **Emirati Arabi (18,8%)** e, soprattutto, in **Arabia Saudita (22%)**.

Una priorità condivisa è la predilezione per **prodotti locali e di stagione**, sottolineata dal **73,6% degli italiani**, il **73,2% degli emiratini** e il **69,3% dei sauditi**. Le **tecniche di preparazione innovative** invece, come la cucina molecolare e la cottura a bassa temperatura o sottovuoto, hanno molto più peso nei Paesi GCC: sono giudicate importanti dal **57,6% negli EAU** e il **61,7% in Arabia Saudita**, mentre **in Italia**, riflettendo la forte influenza della tradizione, lo sono **solo per il 24,5%**.

Relazione personale vs fiducia nelle certificazioni

In coerenza con questo dato, anche **la sostenibilità** sembra avere più peso nei Paesi del Golfo: è un fattore di scelta importante per il **66% dei rispondenti negli Emirati** e il **61,3% in Arabia Saudita**, contro il **37,4% in Italia**. Di conseguenza, il possesso di una certificazione è rilevante per ben **l'82,7% dei sauditi** e il **75,6% degli emiratini**, ma soltanto per il **38,3% degli italiani**.

Un dato probabilmente connesso al fatto che gli italiani mangiano molto più spesso in **ristoranti indipendenti**, spesso familiari (**86,5%**), rispetto alle catene (**13,5%**). Di conseguenza, per sentirsi rassicurati sulla qualità danno maggiore importanza alla **relazione personale con il ristoratore** che agli standard. In particolare, per mangiare fuori gli italiani scelgono più spesso **pizzerie (28,4%)**, **bar e tavole calde (20%)** e **ristoranti casalinghi (16,7%)**.

Nei Paesi GCC, al contrario, la frequentazione delle due tipologie è più bilanciata: negli **Emirati Arabi** si divide tra **indipendenti al 64,4%** e **catene al 35,6%** e in **Arabia Saudita** tra un **57% di indipendenti** e un **43% di catene**. In dettaglio, gli **emiratini** preferiscono mangiare, nell'ordine, in **fast-food (18,4%)**, **ristoranti casalinghi (16,7%)** e **pizzerie (16,4%)**, mentre i **sauditi** optano per **fast-food (26%)**, **pizzerie (20%)** e **ristoranti casalinghi (13,7%)**. Con una maggiore incidenza, quindi, di locali con **processi standardizzati** che si prestano maggiormente alla necessità di certificazioni per garantire la qualità.

**Ufficio stampa
Fiera Milano**

Rosy Mazzanti
Simone Zavettieri
+39 0249977457
+39 335 6992328
press.host@fieramilano.it

Fiera Milano S.p.A.
+39 02.4997.1
fieramilano@fieramilano.it
fieramilano.it

Mangiare fuori per comunicare e condividere

Al di là degli stili di cucina e dei formati dei locali, un fattore trasversale sembra essere il fuoricasa visto come opportunità di **stare con gli altri e comunicare a 360 gradi**. Sul totale del campione globale, **oltre un terzo (il 37%)** mangia fuori soprattutto **per svago e quasi la metà (45,1%)** trascorre a tavola **più di un'ora**.

Anche in quest'ambito il confronto tra Italia e GCC risulta significativo. Se, infatti, per gli italiani è molto importante mangiare fuori anche **con gli amici (24,2% in Italia contro 4,4% negli Emirati e 5,3% in Arabia Saudita)**, nei Paesi del Golfo si vive questa esperienza soprattutto **con la famiglia (42% in Arabia Saudita e 32,8% negli EAU)** che, però, resta importante anche **per gli italiani (31,7%)**.

I locali di domani sembrano quindi delinearsi sempre più come veri e propri **content provider**, progettati con cura per coniugare il **cibo di qualità con design, tecnologia e multisensorialità**, avvolgendo il cliente in **un'esperienza relazionale immersiva** e in linea con il suo stile di vita.

A **Host 2025** le innovazioni che riserva il futuro dell'ospitalità saranno in anteprima a non solo lungo [il percorso espositivo](#), ma anche in [un fitto calendario di momenti formativi, eventi e competizioni](#).

L'appuntamento con la 44^a edizione è a **fieramilano a Rho dal 17 al 21 ottobre 2025**. Per info aggiornate: host.fieramilano.it, [@HostMilano](https://www.instagram.com/HostMilano).

Ufficio Stampa Fiera Milano

Rosy Mazzanti – Simone Zavettieri
M [+39 335 6992328](tel:+393356992328) – Simone.zavettieri@fieramilano.it

Ufficio stampa Alessia Rizzetto

Alessia Rizzetto, M +39 3495284994
Gerardo Mauro, M +39 3288948120
press.host@fieramilano.it, alessia@alessiarizzetto.com