

A background photograph of a group of people at a social gathering, holding up glasses of refreshing drinks with ice, lemons, and mint. The image is slightly blurred, creating a sense of movement and social atmosphere. A large dark blue circle is overlaid on the left side of the image, containing the title and subtitle text.

ITALY ON PREMISE CONSUMER PULSE REPORT

CGA by NIQ, DICEMBRE 2025

NIQ



Spingere sull'acceleratore durante il picco di visite di dicembre

La forte affluenza, l'evoluzione nelle scelte di bevuta e la voglia di innovazione indicano grandi opportunità di crescita

L'affluenza rimane solida

A dicembre il 97% dei consumatori ha visitato locali On Premise; sia il mangiare fuori (87%) che il bere fuori (57%) risultano in aumento rispetto all'anno scorso. Il coinvolgimento con il canale resta robusto, segnalando una domanda stabile nonostante le tipiche oscillazioni stagionali.

Rafforzare la presenza nei locali ad alto traffico e ottimizzare l'offerta per occasioni sia food-led sia drink-led.

Le scelte beverage mostrano chiari leader stagionali

Aperitivi, acqua in bottiglia, birra e bevande calde dominano i consumi; cocktail e digestivi mostrano spazio di crescita. Le categorie core restano fondamentali, ma le proposte premium ed esperienziali possono generare spesa incrementale.

Dare priorità all'assortimento sulle categorie top, spingendo cocktail e digestivi per intercettare l'upsell.

Forte appetito per l'innovazione tra i più giovani

Il 24% ha provato una nuova bevanda nell'ultimo mese (+19 punti tra la Gen Z); i cocktail guidano la sperimentazione. Le fasce più giovani trainano il "trial", creando opportunità per nuove referenze e percorsi di premiumisation.

Lanciare attivazioni mirate per la Gen Z nei principali hub urbani (Roma, Milano) e mettere in evidenza le proposte più innovative nel mondo cocktail.

REPORT MENSILE PULSE DI CGA

- Questo report mensile On-Premise Consumer Pulse ha l'obiettivo di rilevare i modelli di consumo dei consumatori e come questi fluttuano nel periodo di transizione tra novembre e dicembre 2025 in Italia.
- Questo studio analizza il comportamento On-Premise dei consumatori nell'ultimo mese e testa l'intenzione di visita per il mese successivo. In altri Paesi, questo check-in mensile è diventato un punto di riferimento per i fornitori di bevande e altre aziende interessate al canale.
- Questi aggiornamenti mensili aiuteranno le parti interessate a rimanere vicine alle intenzioni e ai comportamenti dei consumatori per il nostro amato canale On Premise.
- Per questa edizione di dicembre 2025, abbiamo intervistato 750 consumatori (di età 18+) tra il 20 e il 24 dicembre 2025. Questi consumatori erano distribuiti in tutte le regioni italiane e devono visitare tipicamente locali On Premise almeno una volta in un periodo di 3 mesi.

Indicatori chiave e visite nell'On Trade



GUARDANDO INDIETRO



87%

dei consumatori sono usciti
per mangiare nel mese

+4pp rispetto a novembre dello
scorso anno

57%

dei consumatori sono usciti per un drink
nel mese

+3pp rispetto a novembre dello scorso
anno



FONTE: REPORT MENSILE PULSE DI CGA DICEMBRE 2024, 2025 – CAMPIONE: 750 - 752

NIQ

CGA
Powered by NIQ

© 2025 Nielsen Consumer LLC. All Rights Reserved.

GUARDANDO INDIETRO

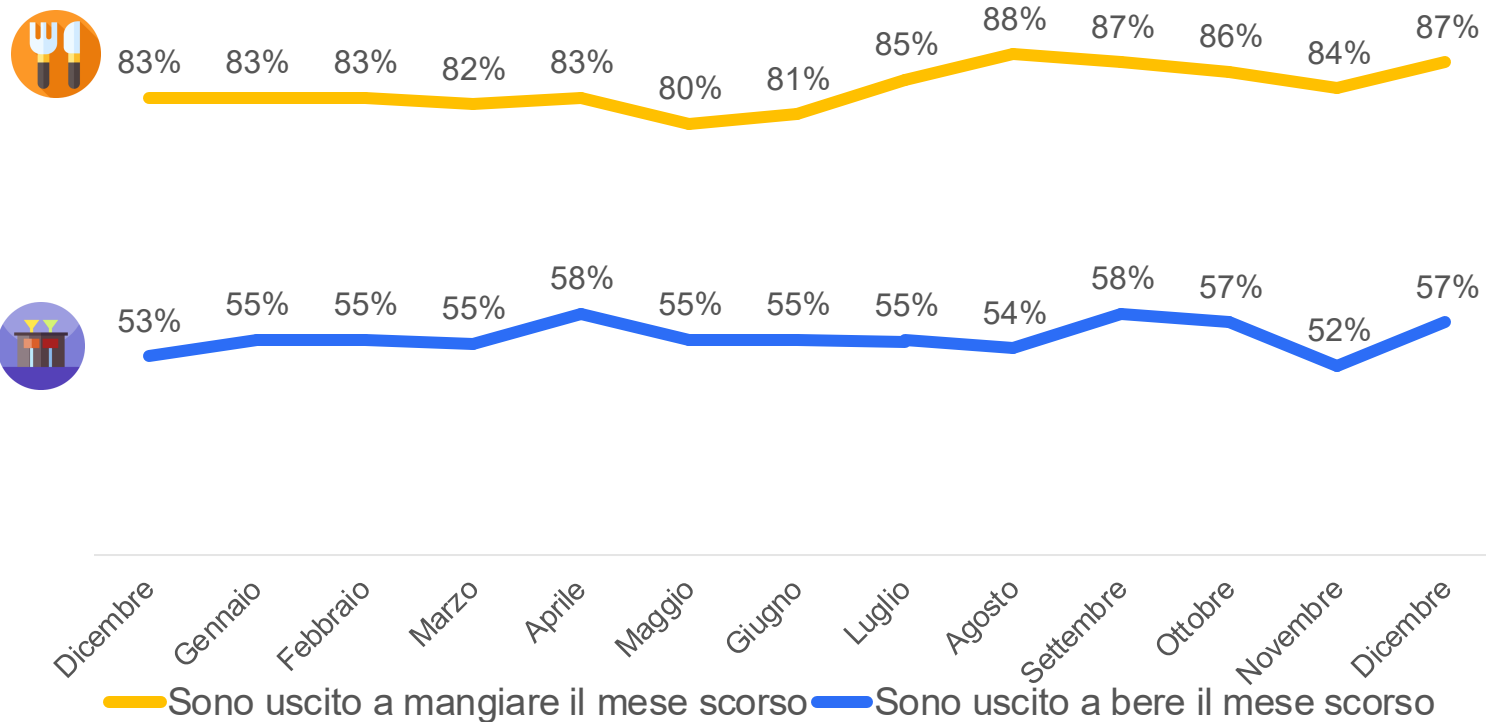


97% dei consumatori hanno visitato l'On Trade questo mese

+1pp vs novembre dello scorso anno

FREQUANZA DI VISITA NELL'ON TRADE IN QUESTI ULTIMI MESI

Yearly visitation rates to the On-Premise
Tassi di visita durante l'anno nel canale On Trade



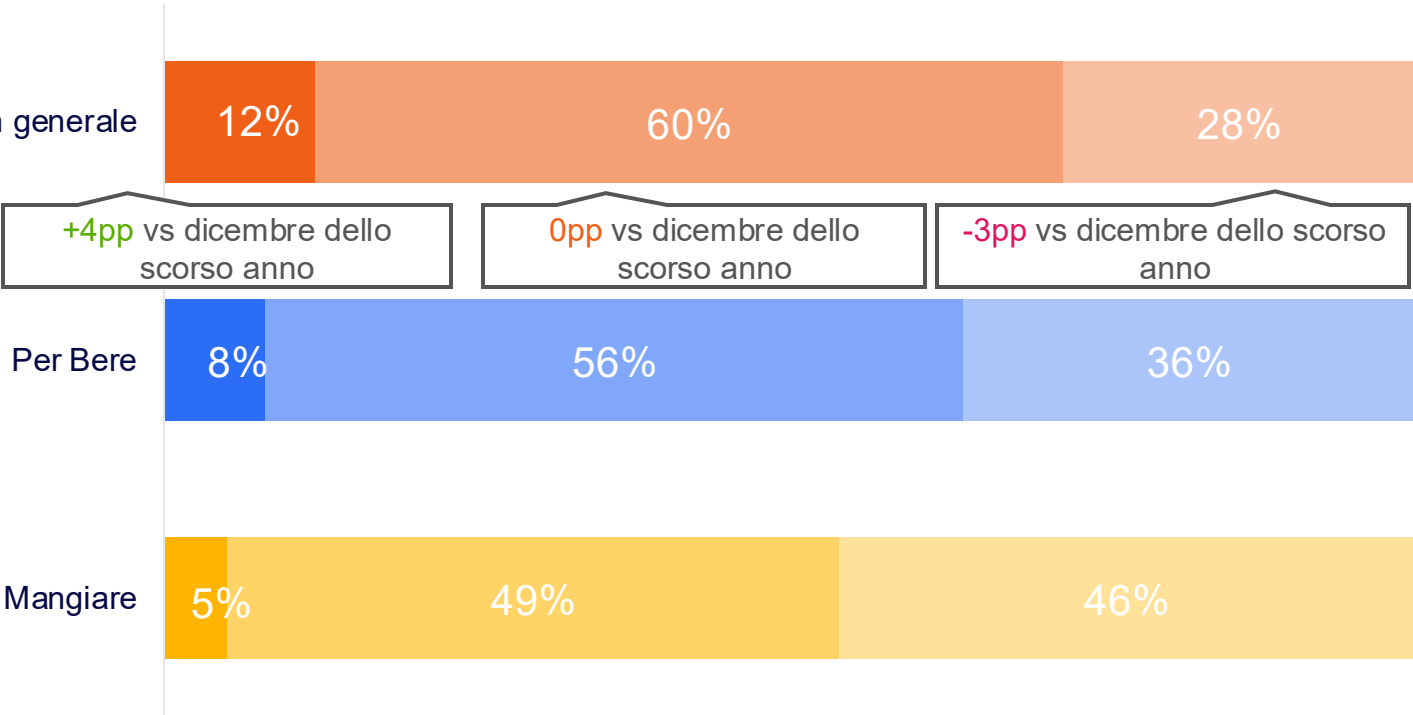
FONTE: REPORT MENSILE PULSE DI CGA DICEMBRE 2024 - 2025 – CAMPIONE: 750 - 752

QUANTO SPESSO HAI VISITATO BAR, RISTORANTI E LOCALI SIMILARI NELL'ULTIMO MESE?

Frequenza di visita nell'On Trade nell'ultimo mese



■ Ogni giorno / quasi ogni giorno ■ Settimanalmente ■ Mensilmente



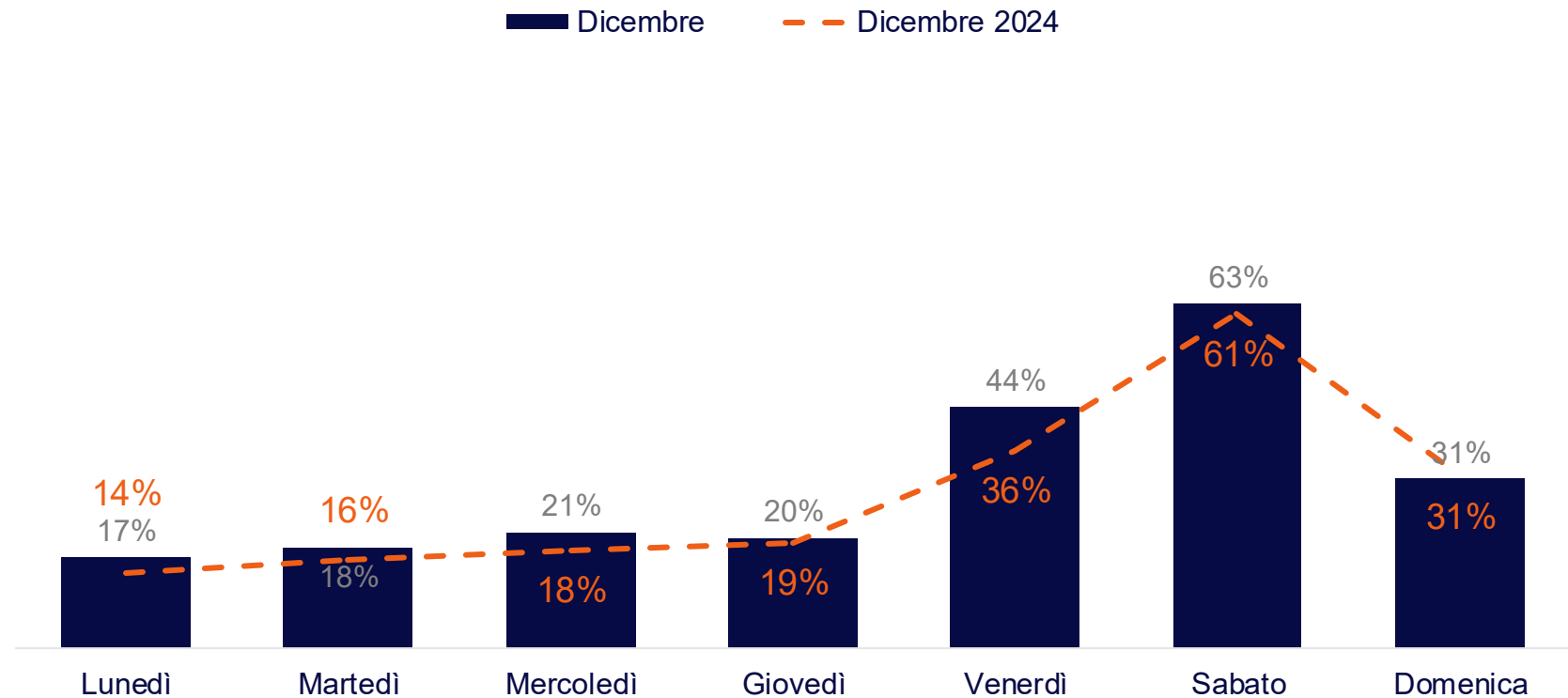
FONTE: REPORT MENSILE PULSE DI CGA DICEMBRE 2024, 2025 – CAMPIONE: 425 - 730





IN QUALI GIORNI DELLA SETTIMANA HAI VISITATO UN BAR, UN RISTORANTE O UN LOCALE SIMILARE, NELL'ULTIMO MESE?

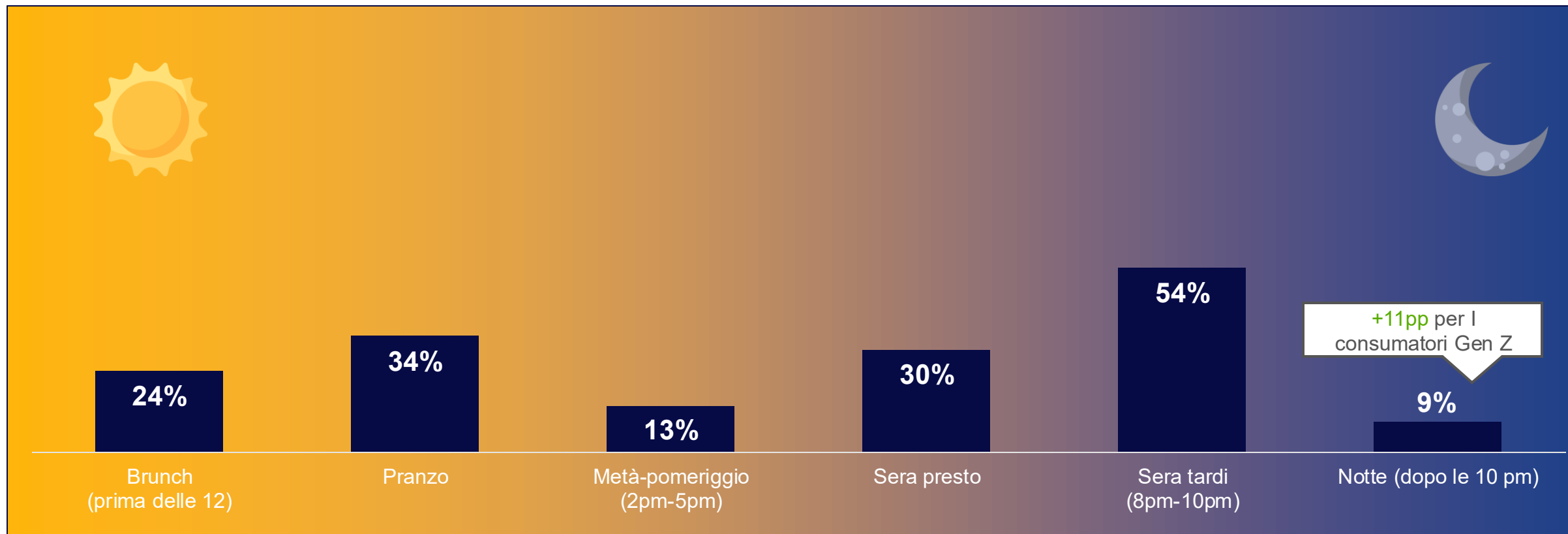
Giorno della Settimana in visita all' On Trade



FONTE: REPORT MENSILE PULSE DI CGA DICEMBRE 2024, 2025 – CAMPIONE: 723 - 730

IN QUALI MOMENTI DEL GIORNO HAI VISITATO BAR, RISTORANTI E LOCALI SIMILARI LO SCORSO MESE?

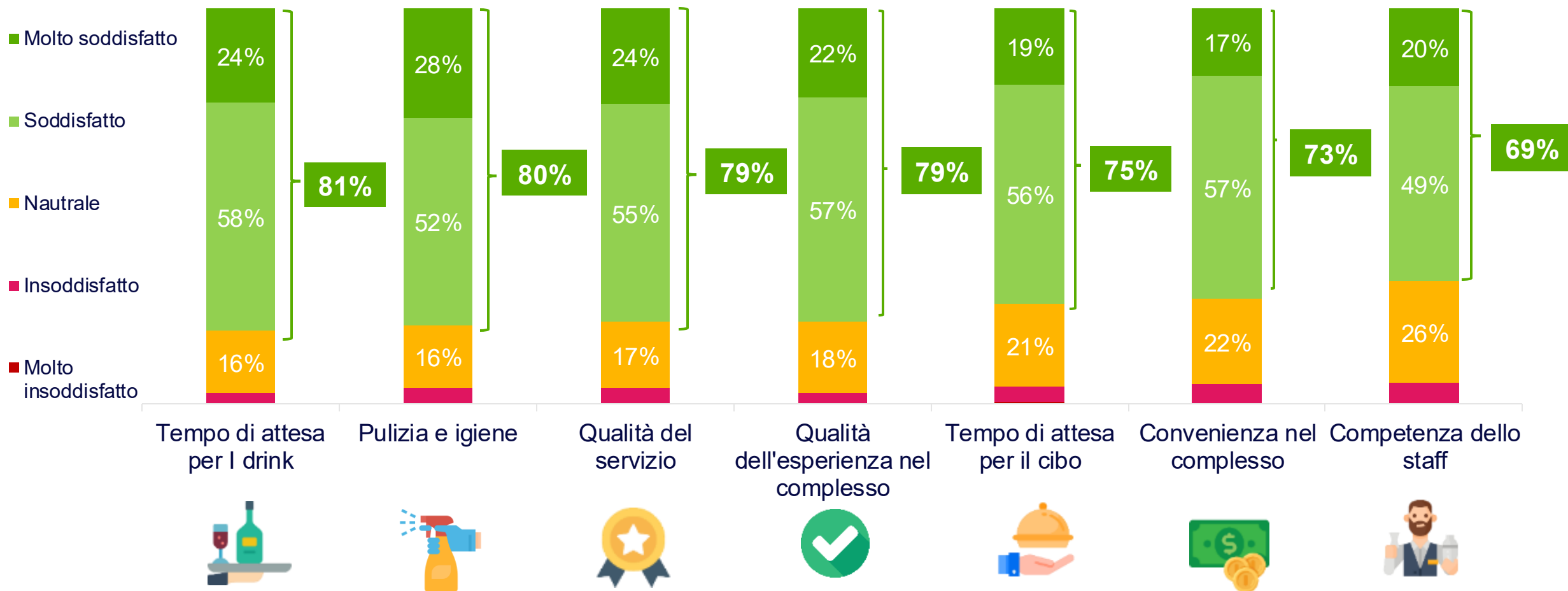
Momento del Giorno in visita all'On Trade



FONTE: REPORT MENSILE PULSE DI CGA DICEMBRE 2025 – CAMPIONE: 123 - 730

SODDISFAZIONE RISPETTO ALLA TUA PIU' RECENTE VISTA NELL' ON TRADE

Percentuale di consumatori molto soddisfatti/soddisfatti da...



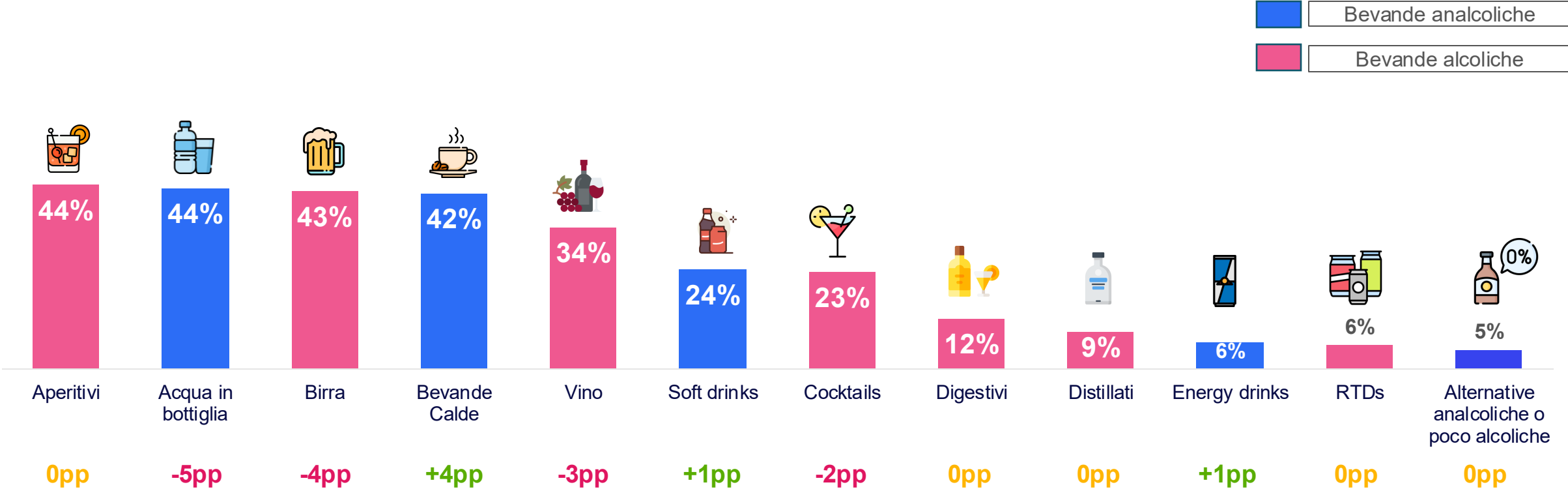
FONTE: REPORT MENSILE PULSE DI CGA DICEMBRE 2025 – CAMPIONE: 650 - 744

Indicatori chiave: Categorie Bevute



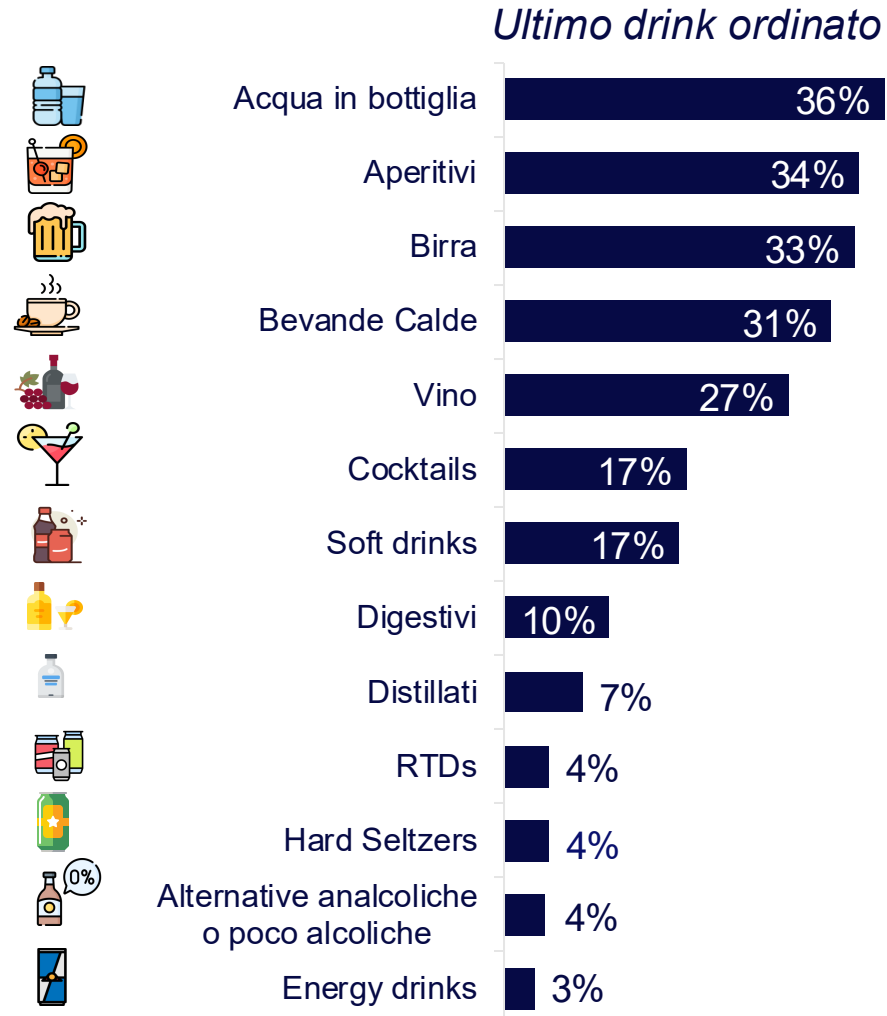
QUALE DEI SEGUENTI DRINK HAI BEVUTO IN BAR E/O RISTORANTI LO SCORSO MESE?

Categorie di drink più popolari
Top 12 | Indicizzato vs. Novembre



FONTE: REPORT MENSILE PULSE DI CGA NOVEMBRE & DICEMBRE 2025 – CAMPIONE: 717 - 730

PENSANDO ALLA TUA PIU' RECENTE VISITA A UN BAR, RISTORANTE O LOCALE SIMILARE, QUALE DELLE SEGUENTI CATEGORIE HAI BEVUTO?

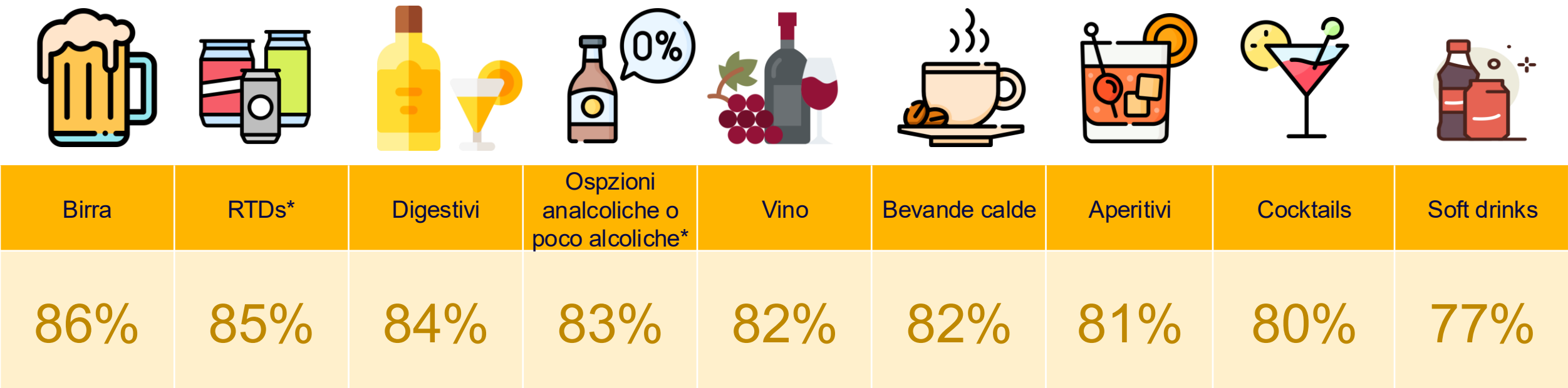


FONTE: REPORT MENSILE PULSE DI CGA DICEMBRE 2025 – CAMPIONE: 750

QUANTO DAI DRINK CHE HAI CONSUMATO NELLA TUA PI' RECENTE VISITA ALL'ON TRADE RIGUARDO ALLA SUA CONVENIENZA?

Mostrato a consumatori che hanno bevuto una singola categoria di drink nella loro ultima visita

% molto soddisfatto / soddisfatto dal prezzo conveniente 



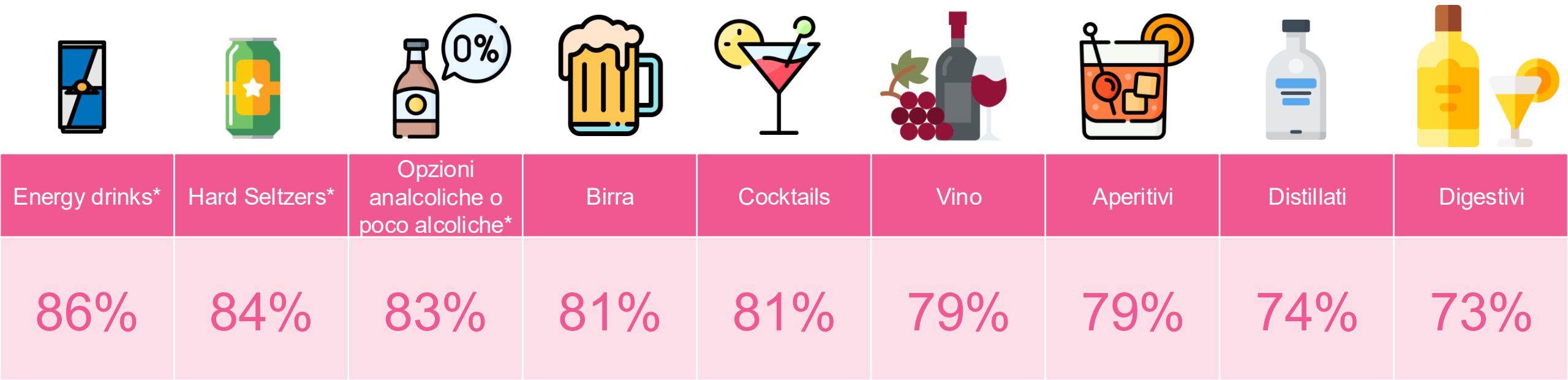
*Misura del campione sotto I 50

FONTE: REPORT MENSILE PULSE DI CGA DICEMBRE 2025 – CAMPIONE: 30 - 250

QUANTO SEI RIMASTO SODDISFATTO DAI DRINK CHE HAI CONSUMATO NELLA TUA ULTIMA VISITA NELL'ON TRADE RISPETTO A QUANTO FOSSERO ENTUSIASMANTI?

Mostrato a consumatori di un'unica categoria di bevande nella loro ultima visita

% molto soddisfatto / soddisfatto rispetto quanto fosse entusiasmante la bevanda 🤩



*Misura del campione sotto I 50

FONTE: REPORT MENSILE PULSE DI CGA DICEMBRE 2025 – CAMPIONE: 30 - 250

QUANTO SEI RIMASTO SODDISFATTO DALLE BEVANDE CHE HAI CONSUMATO NELLA TUA VISITA PIU' RECENTE RISPETTO ALLA QUALITA' DEL SERVIZIO?

Mostrato a consumatori di un'unica categoria di bevande nella loro ultima visita
% molto soddisfatto / soddisfatto dalla complessiva qualità del servizio



Opzioni analcoliche o poco alcoliche*	Bevande calde	Digestivi	Aperitivi	Vino	Birra	Hard Seltzers*	Energy drinks*	Cocktails
87%	85%	84%	83%	83%	83%	81%	81%	81%

*Misura del campione sotto I 50
FONTE: REPORT MENSILE PULSE DI CGA DICEMBRE 2025 – CAMPIONE: 30 - 250



HAI PROVATO UN NUOVO DRINK MENTRE ERI FUORI PER MANGIARE O BERE IL MESE SCORSO?

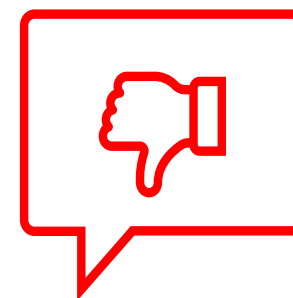
+19pp per i consumatori Gen-Z

+6pp per i consumatori a Roma
+8pp per i consumatori a Milano



24%

Si



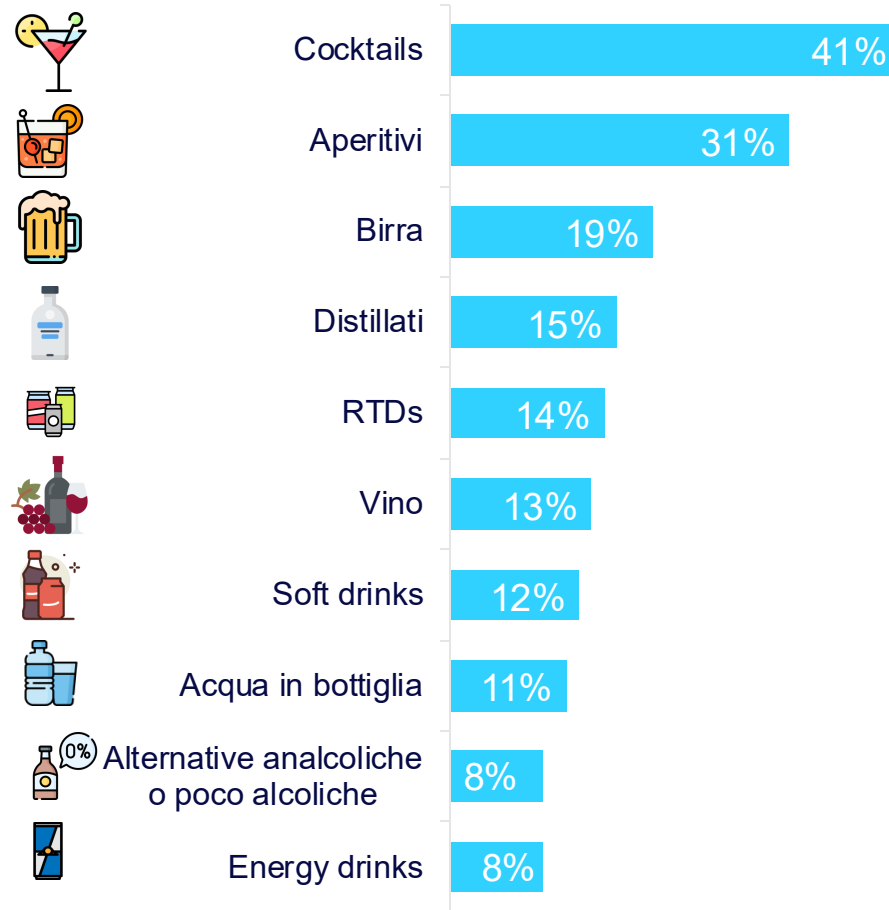
76%

No

FONTE: REPORT MENSILE PULSE DI CGA DICEMBRE 2025 – CAMPIONE: 49 - 730

A QUALE DELLE SEGUENTI CATEGORIE APPARTENEVA LA NUOVA BEVANDA CHE HAI PROVATO?

Nuovi drink provati da coloro che sono usciti per mangiare o per bere | Top 10



FONTE: REPORT MENSILE PULSE DI CGA DICEMBRE 2025 – CAMPIONE: 177

Indicatori chiave: Previsioni per il prossimo mese





80%

dei consumatori hanno in programma di
uscire
a mangiare il prossimo mese

40%

dei consumatori hanno in programma di
uscire
a bere il prossimo mese

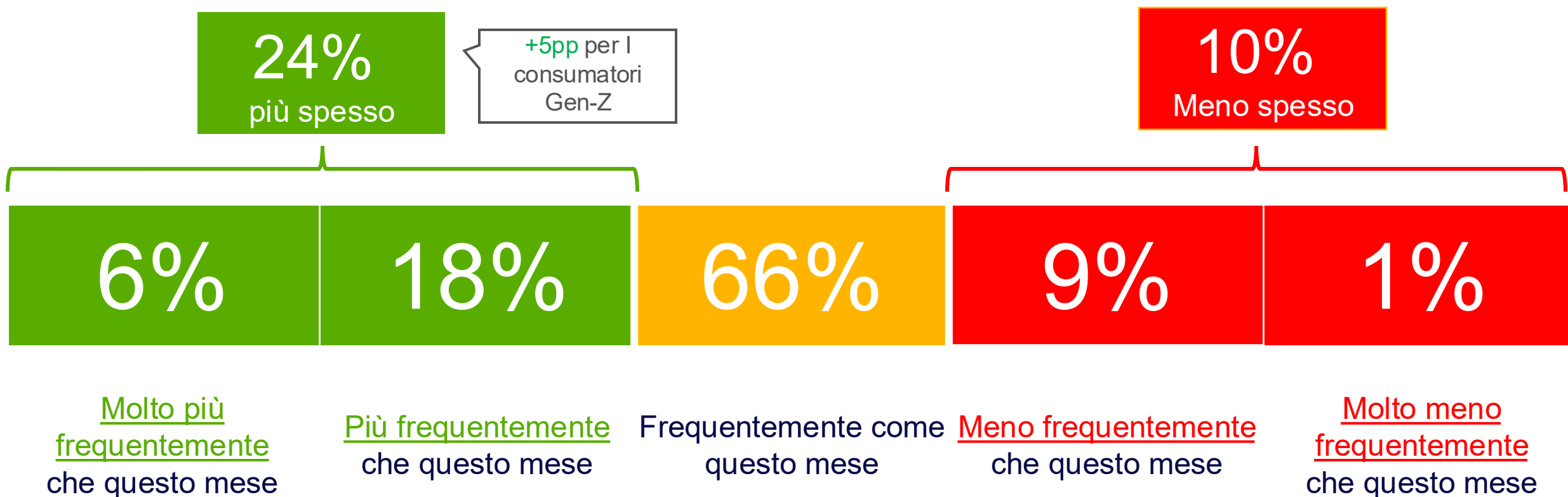


FONTE: REPORT MENSILE PULSE DI CGA DICEMBRE 2025 – CAMPIONE: 748



QUANTO SPESSO HAI PROGRAMMA DI VISITARE BAR, RISTORANTI O ALTRI LOCALI SIMILARI IL PROSSIMO MESE?

Chiesto a coloro che hanno in programma di visitare l'On Trade il prossimo mese



FONTE: REPORT MENSILE PULSE DI CGA DICEMBRE 2025 – CAMPIONE: 123 - 718

Stay up to date with On Premise trends and understand the impact they have on your brand and business performance



Scan the code or click [*here*](#) to receive the latest insight delivered straight to your inbox!

Subscribe to The Measure today!

The Measure

*On Premise news
& insights*



NIQ



CGA: Consumer Tools

Additional Consumer Reporting where CGA by NIQ's expertise can be leveraged



Custom RFP Support Decks

Take group-specific sales stories to your national account customers to speak to their consumers and showcase how your portfolio aligns with their strategies



Optimum Assortment

CGA's assortment tool allows you to enable your teams to showcase the optimal range for outlets and highlight where brands should be placed within a range to achieve highest sales and increase customer satisfaction



Path to Purchase

Understand the decision corridor consumers go through when purchasing products, and identify how these choices impact the decisions that result in final sales



Consumer Segmentation

Strategically and effectively target specific On Premise drinkers to identify offerings and opportunities that relate to them, ensuring \$ are spent more effectively in On Premise brand building



Custom Research

From online surveys to focus groups and in-outlet intercepts, CGA has access to millions of consumers across the world to answer your most important questions



Bartender Research

Bartenders and servers are the final touch point of influence in the channel. With such change, understanding advocacy and bartender needs is extremely important in influencing the sales of your products

Find out how to build a successful On Premise strategy

For more information on how CGA by NIQ can help your business grow in the Italian On Premise, get in touch:



STEPHEN WANN

Customer Success Director
stephen.wann@nielseniq.com



VALERIA BOSISIO

Client Success & Insights Manager
valeria.bosisio@nielseniq.com



ANDREW PETROU

Senior Consumer Research Executive
Andrew.petrou@nielseniq.com