Nestlé Professional entra nel mondo beverage con KitKat per il fuori casa

05df571a-ea74-4b5e-8c2c-9d4804a4cdcb

Le bevande indulgenti e frozen conquistano sempre più spazio nei consumi fuori casa, soprattutto tra Gen Z e consumatori più giovani, che cercano esperienze beverage fresche, riconoscibili e legate ai momenti di pausa e socialità. In questo scenario si inserisce la nuova proposta di Nestlé Professional: per la prima volta KitKat diventa una referenza pensata in esclusiva per il canale fuori casa con una nuova bevanda al cacao aromatizzata al wafer KitKat, una soluzione studiata per bar, hotel e strutture hospitality, disponibile sia in versione calda sia in ricettazione fredda come KitKat Frappè Frozen.

Nella confezione stick monoporzione da 28 grammi

Secondo un concept test condotto da Nestlé Professional, il 73% dei consumatori associa le nuove bevande KitKat ai momenti di snack e pausa pomeridiana, confermando la crescente contaminazione tra il mondo snack e beverage. La ricetta KitKat Frappè Frozen emerge inoltre tra le proposte più distintive e attrattive grazie alla forte riconoscibilità del brand e alla sua capacità di inserirsi nel trend delle cold beverage experience.

La nuova bevanda è proposta in stick monoporzione da 28 grammi ed è realizzata con cacao certificato Rainforest Alliance. Sviluppata da Nestlé Professional, la soluzione è pensata per adattarsi facilmente ai diversi momenti di consumo – dalla colazione alla pausa pomeridiana fino all’after dinner – e alle esigenze del canale fuori casa. La preparazione richiede infatti ingredienti già presenti al banco, come acqua, latte o panna montata, permettendo di servire sia una bevanda calda sia una ricetta fredda premium senza attrezzature complesse o processi articolati. Le ricette fredde consentono inoltre di ampliare il menu beverage con proposte ad alto valore aggiunto, creando nuove opportunità di consumo e di valorizzazione dell’offerta.

Quote

Con questa novità vogliamo trasformare uno dei rituali più iconici della pausa in una nuova esperienza beverage dedicata al fuori casa. KitKat è un brand trasversale alle generazioni e fortemente riconoscibile: portarlo nel mondo delle bevande significa offrire agli operatori una soluzione semplice da gestire ma capace di differenziare il menu e ampliare i momenti di consumo durante tutta la giornata.

Paolo Pisano, Marketing Manager Nestlé Professional

La nuova bevanda disponibile da gennaio 2026

Anche il formato monoporzione contribuisce a ottimizzare la gestione operativa grazie al controllo del food cost, alla riduzione degli sprechi e a una maggiore igiene. Per i professionisti del fuori casa, la forza di un brand globale e iconico come KitKat rappresenta inoltre un importante acceleratore di vendita, capace di attrarre consumatori alla ricerca di esperienze beverage nuove e immediatamente riconoscibili.

La nuova bevanda KitKat è disponibile sul mercato italiano a partire da gennaio 2026 ed è rivolta principalmente al canale bar – dove sono già attivi oltre 220 locali in Italia – ma anche a hotel, B&B e, nella versione calda, a uffici e università.