

Consumo en festivales: panorama 2025

vs 2024

LOS GASTOS AL ALZA

Un consumo al alza impulsado por las principales categorías, donde la barra sigue siendo el motor principal.

29,92 € +6%



Gasto medio por asistente y por día

Merch +0,1 pt

Varios -0,5 pt

Bebida +0,7 pt

Restauración -0,3 pt

Distribución de los ingresos

9

de cada 10 asistentes compran bebida +1,6 pt

7

de cada 10 asistentes compran comida +2 pts

1

de cada 10 asistentes compran merch estable

Tasa de penetración

LA BARRA SE DIVERSIFICA

Aunque la cerveza sigue siendo la reina, la barra se vuelve más ecléctica con una ampliación de la oferta hacia cócteles, espirituosos y bebidas sin alcohol.

7 de cada 10 asistentes consumen cerveza -0,3 pt

4 de cada 10 asistentes consumen refrescos +2,5 pts

2 de cada 10 asistentes consumen agua +4,6 pts

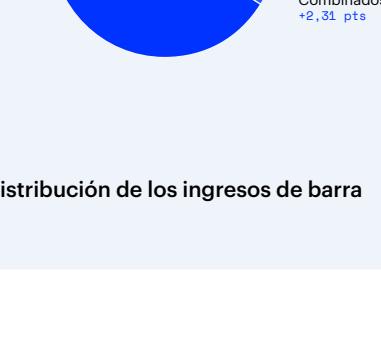
2 de cada 10 asistentes consumen cócteles & combinados +3 pts

<2 de cada 10 asistentes consumen vino & cava -0,3 pt



Taux de pénétration

Gasto medio por asistente durante el festival



Distribución de los ingresos de barra

FOCO EN LA CERVEZA

Volúmenes estables, valor al alza: el crecimiento proviene de la premiumización y de formatos propuestos con mayor valor añadido.

8,10 €

Precio medio de la cerveza +3,4%

7,40 €

Precio medio de la cerveza clásica +2,7%

8,89 €

Precio medio de la cerveza premium +3,9%

Precio medio de la cerveza (0,5 L)

0,74 L

estable

0,4 L

Cerveza clásica -1,9%

0,34 L

Cerveza premium +1,4%

Cantidad de cerveza por asistente y por día

Cerveza clásica -1,4 pt

48,60%

51,40%

Cerveza premium +1,4 pt

Distribución de los ingresos de cerveza

COMIDA

La restauración se revaloriza ligeramente, mientras que el merchandising confirma su estatus de nicho con un ticket promedio elevado.

25,94 €

gastados +2,7%

2,3

pedidos estable

de media por asistente durante el festival

31,55 €

gastados +1,7%

1,2

pedidos estable

de media por asistente durante el festival



TAMAÑO Y TERRITORIO

Los festivales urbanos y de gran formato ofrecen una propuesta premium y de mayor valor, mientras que los entornos rurales y formatos pequeños priorizan la accesibilidad.

