La colazione degli italiani cambia volto: cresce del 7,1% il breakfast innovativo

La colazione tradizionale resta dominante nel carrello degli italiani, con il 60% del valore complessivo, ma perde il 2,2% dei volumi in un anno. **Comunicaffè** riprende l'ultimo dossier dell'Osservatorio Immagino di GS1 Italy, che segnala invece una colazione "innovativa" in crescita del 7,1% a volume, ben oltre il +1,4% del mercato complessivo della prima colazione, che nel 2025 ha superato gli 11,5 miliardi di euro di sell-out. A trainare il paniere innovativo sono tre fenomeni. Il free from vale il 48,6% del suo giro d'affari, oltre 2,2 miliardi di euro, in crescita del 9,4% a valore, spinto da claim come "senza lattosio" e "pochi zuccheri". Il rich-in rappresenta il 38,9% del fatturato innovativo (+9,5% a valore), mentre i super ingredienti, in particolare superfood e supercereali, arrivano al 27,7% del giro d'affari con una crescita a doppia cifra. Il claim "plant based" registra un +21,9% a volume nel paniere innovativo. Interessante anche il capovolgimento sui claim identitari: parole come "ricetta antica" o "filiera" funzionano meglio nella colazione innovativa (+11,4% a valore) che in quella tradizionale, dove perdono terreno (-2,7% a volume). Segno che l'italianità e la tradizione, oggi, vendono di più quando sono associate a un prodotto percepito come nuovo piuttosto che a uno status quo.