



# BIO

Rapporto del mercato bio agosto 2025

## 2024 con un consumo di prodotti bio stabile a un livello elevato

Dopo la sensibile crescita della cifra d'affari registrata nel 2023, riconducibile principalmente all'inflazione, il 2024 è stato all'insegna della stabilità, con un aumento della cifra d'affari nel segmento bio dello 0,3 per cento. Parallelamente, stando al sondaggio del Biobarometro, il comportamento in materia di consumo è cambiato, spostandosi verso un'alimentazione più sostenibile. Tra il 2022 e il 2024 la quota di persone con un consumo elevato di prodotti biologici è aumentata di 6 punti percentuali, attestandosi al 55 per cento. Tra queste persone si delinea anche una tendenza a ridurre il consumo di carne e si rileva un lieve incremento del consumo di pasti vegani.

Il presente rapporto analizza l'evoluzione della domanda di generi alimentari biologici nel commercio al dettaglio svizzero, con particolare attenzione al consumo di prodotti animali e delle loro alternative vegetali.

L'analisi dell'evoluzione della domanda nel commercio al dettaglio svizzero si fonda sui dati del panel combinato economie domestiche / commercio al dettaglio di NielsenIQ Switzerland. Inoltre, vengono presentati i risultati del Biobarometro 2024, un sondaggio online rappresentativo condotto ogni due anni dall'Istituto di ricerca dell'agricoltura biologica (FiBL) sul tema del consumo di prodotti biologici e di carne in Svizzera, che coinvolge circa 1000 persone nella Svizzera tedesca e francese.

La maggior parte dei confronti temporali nell'analisi riguarda il periodo tra il 2022 e il

2024. Ciò consente di osservare l'evoluzione del consumo dalla fine delle misure tese a contrastare la pandemia e di effettuare un paragone con la penultima rilevazione del Biobarometro 2022. Il tema del consumo di carne non era stato rilevato nel 2022, pertanto l'anno di riferimento per questo gruppo tematico è il 2020.

Il presente rapporto combina il reale comportamento in materia d'acquisto, misurato in base ai dati delle vendite e delle cifre d'affari dei generi alimentari biologici nel commercio al dettaglio svizzero, con le autovalutazioni dei consumatori

### ACCESSO DIRETTO

L'indice è disponibile a [pagina 2](#).

L'analisi è disponibile a partire da [pagina 3](#).



sul proprio comportamento in materia di consumo bio. In tal modo è possibile ottenere una panoramica globale del consumo di prodotti biologici e della sua evoluzione in Svizzera.

### PROPOSTA DI CITAZIONE

Ufficio federale dell'agricoltura e Istituto di ricerca dell'agricoltura biologica (2025): 2024 con un consumo di prodotti bio stabile a un livello elevato

Maggiori informazioni sul Biobarometro disponibili all'indirizzo <https://biobarometer.fibl.org/>

### INDICE

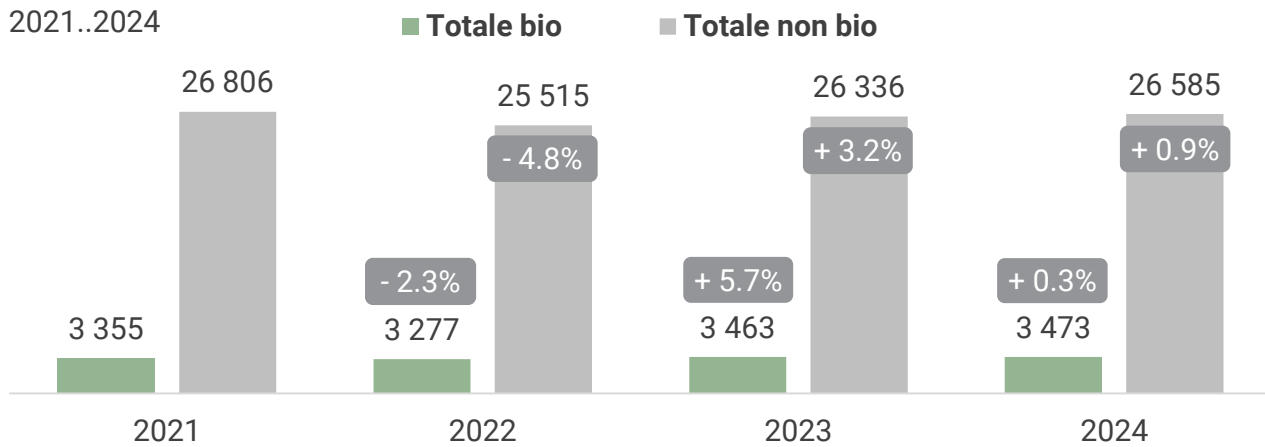
Cifre d'affari stabili nel 2024 .....	2
Quota bio costante.....	3
Più di una persona su due consuma regolarmente generi alimentari bio .....	3
Il prezzo rimane la principale barriera all'acquisto .....	4
I motivi per l'acquisto sono gli stessi .....	5
Calo dell'importanza del commercio specializzato come canale di vendita per i prodotti biologici.....	5
Il commercio al dettaglio classico presenta la quota più elevata di prodotti bio .....	6
I cereali e i prodotti da forno hanno ora la cifra d'affari più elevata.....	6
Gli alimenti per neonati hanno la quota bio più elevata .....	8
Aumento della quota di prodotti bio nelle alternative vegetali alla carne e al pesce.....	9
Andamento ambivalente delle abitudini di consumo di carne.....	10
Forte crescita della cifra d'affari per tofu, tempeh e seitan biologici.....	10
Uscite pro capite per carne e pesce relativamente stabili .....	11
Il consumo di prodotti bio è correlato a un minor consumo di carne .....	12
Il consumo di pasti vegani è in aumento.....	13
Calo della quota bio delle alternative vegetali ai latticini .....	13
Calo della cifra d'affari delle alternative bio al latte di consumo .....	13
Aumento delle uscite pro capite per le alternative vegetali ai latticini.....	15
Conclusioni .....	15

## IL BIO NEL COMMERCIO AL DETTAGLIO SVIZZERO

### Andamento della cifra d'affari dei prodotti bio

Cifra d'affari in mio. CHF

2021..2024



Fonti: UFAG, Settore Analisi del mercato; NielsenIQ Switzerland, Retail/Consumer Panel

### Cifre d'affari stabili nel 2024

Il 2022 ha segnato il ritorno alla normalità con la fine delle misure tese a contrastare la pandemia. Il consumo fuori casa in ristoranti, take-away, mense, eccetera è aumentato e gli acquisti nel commercio al dettaglio sono diminuiti rispetto agli anni della pandemia.

Tuttavia, negli anni 2023 e 2024 si osserva nuovamente un aumento della cifra d'affari nel commercio al dettaglio, con il maggiore incremento nel 2023. L'andamento è riconducibile principalmente agli effetti dei prezzi: secondo l'indice nazionale dei prezzi al consumo, nel 2023 il rincaro annuo medio ammontava al 2,1 per cento (fonte: [UST, IPC](#)). I prezzi più elevati hanno fatto aumentare le cifre d'affari. Il volume di vendita, invece, ha subito variazioni meno significative: secondo NielsenIQ Switzerland, nel 2023 il volume di vendita nel segmento biologico è aumentato dell'1,1 per cento rispetto all'anno precedente, mentre le vendite nel comparto non biologico sono addirittura diminuite dello 0,9 per cento.

Per il 2024 si delinea una stabilizzazione ai livelli dell'anno precedente: le cifre d'affari sono aumentate solo leggermente, dello 0,3 per cento (bio) e dello 0,9 per cento (non bio). Per quanto

riguarda i volumi di vendita, nel 2024 si osserva un aumento, con il segmento biologico che registra una crescita più forte (1,7 %) rispetto a quello non biologico (solo 0,5 %).

### Quota bio costante

La quota bio descrive la percentuale delle cifre d'affari nel commercio al dettaglio di generi alimentari realizzate con prodotti biologici. Anche in questo caso gli ultimi quattro anni sono stati all'insegna della stabilità: nel 2024 la quota bio si è attestata all'11,55 per cento e nel periodo dal 2021 al 2024 il tasso di crescita medio annuo è stato inferiore all'1 per cento.

### Più di una persona su due consuma regolarmente generi alimentari bio

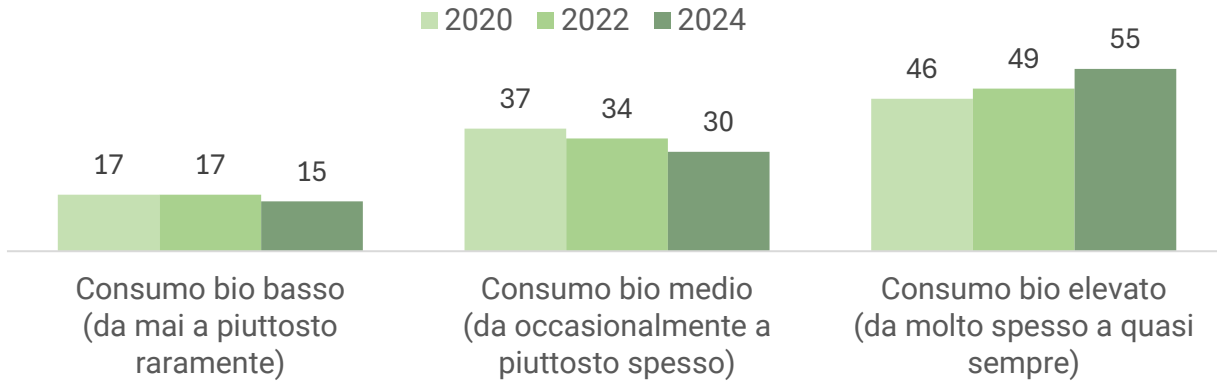
Il sondaggio del Biobarometro mostra che tra il 2022 e il 2024 il segmento di acquirenti che ha dichiarato un elevato consumo di prodotti biologici ha registrato la crescita più forte, pari a 6 punti percentuali. Nel 2024 questo gruppo rappresentava il 55 per cento degli intervistati. Allo stesso tempo gli altri gruppi sono diminuiti. Quello che ha dichiarato un consumo medio è sceso di quattro punti percentuali. La quota di persone che consuma pochi prodotti biologici



## IL BIO NEL COMMERCIO AL DETTAGLIO SVIZZERO

### Frequenza del consumo di prodotti bio per anno di rilevazione

in %  
2020..2024



Domanda: «Secondo te, al momento con quale frequenza consumi prodotti bio (escl. il consumo in ristoranti, mense, take-away)?»

Fonte: FiBL, sondaggio del Biobarometro

(da circa una volta al mese a mai) è diminuita di due punti percentuali tra il 2022 e il 2024, attestandosi al 15 per cento del totale.

### Il prezzo rimane la principale barriera all'acquisto

Come già nel 2022, anche nel 2024 il prezzo elevato («Gli alimenti bio sono troppo cari per

me») è stato indicato come la principale barriera all'acquisto. Rispetto al 2022, il fattore prezzo è diventato ancora più importante, mentre hanno perso rilevanza le barriere «Troppo poco reperibile in mense, ristoranti e take-away», «Troppo imballaggio», «Non è più buono» e «Troppo pochi prodotti provenienti dalla Svizzera». Nel settore degli imballaggi biologici

## IL BIO NEL COMMERCIO AL DETTAGLIO SVIZZERO

### Top 6 delle barriere all'acquisto di prodotti bio

in %  
2024



Domanda: «In basso sono elencati diversi motivi per i quali potresti non acquistare prodotti bio. Indica di volta in volta in che misura approvi personalmente i singoli motivi.»

Fonte: FiBL, sondaggio del Biobarometro

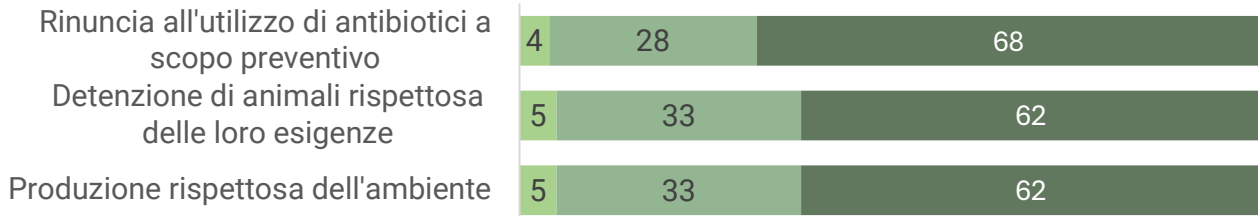
## IL BIO NEL COMMERCIO AL DETTAGLIO SVIZZERO

### Top 3 dei motivi correlati alla sostenibilità e personali per l'acquisto di prodotti bio

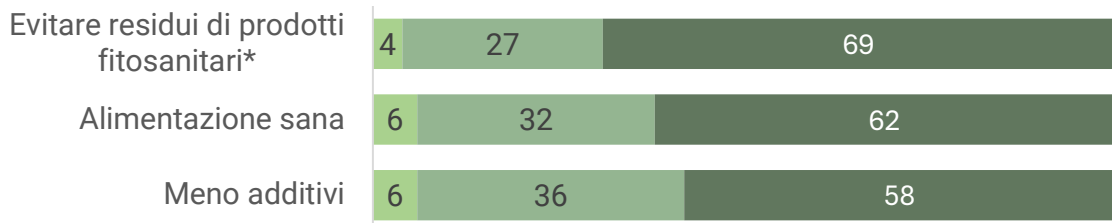
in %  
2024

■ Bassa approvazione   ■ Media approvazione   ■ Elevata approvazione

#### Motivi correlati alla sostenibilità



#### Motivi personali



Nota bene: \* Questo motivo rientra in entrambe le categorie.

Domanda: «In basso sono elencati diversi motivi per i quali potresti acquistare prodotti bio. Indica di volta in volta in che misura approvi personalmente i singoli motivi.»

Fonte: FiBL, sondaggio del Biobarometro

si prospettano cambiamenti nel commercio al dettaglio che contribuiranno a ridurre questa barriera all'acquisto fondamentale. È altresì interessante osservare che nel 2024 la barriera «Dubbi che dove c'è scritto bio, ci sia davvero un prodotto bio» ha perso rilevanza rispetto ai risultati del 2022.

#### I motivi per l'acquisto sono gli stessi

Rispetto all'ultimo sondaggio del 2022, i principali motivi per l'acquisto di alimenti biologici sono rimasti invariati. Mentre tra i motivi personali prevalgono «Evitare residui di prodotti fitosanitari», «Alimentazione sana» e «Meno additivi», tra i motivi correlati alla sostenibilità figurano «Rinuncia all'utilizzo di antibiotici a

scopo preventivo», «Detenzione di animali rispettosa delle loro esigenze» e «Produzione rispettosa dell'ambiente».

#### Calo dell'importanza del commercio specializzato come canale di vendita per i prodotti biologici

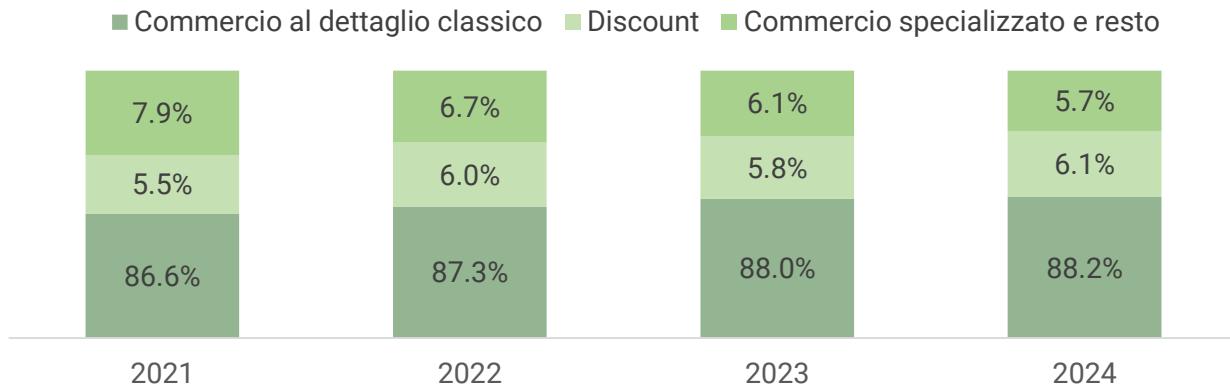
La commercializzazione dei prodotti bio può essere suddivisa nei seguenti tre canali di vendita: commercio al dettaglio classico, discount e commercio specializzato e resto. Un'analisi delle quote di mercato sulla cifra d'affari totale dei prodotti bio mostra che una quota sempre più ridotta della cifra d'affari totale dei prodotti bio viene realizzata nel commercio specializ-

## IL BIO NEL COMMERCIO AL DETTAGLIO SVIZZERO

Quota di mercato dei canali di vendita sulla cifra d'affari totale dei prodotti bio

in %

2021..2024



Fonti: UFAG, Settore Analisi del mercato; NielsenIQ Switzerland, Retail/Consumer Panel

zato, il quale comprende, tra l'altro, negozi specializzati in prodotti biologici, panetterie, macellerie, latterie e negozi di frutta e verdura. Nel 2024 solo il 5,7 per cento della cifra d'affari bio è stato realizzato nel commercio specializzato, mentre nel 2022 si attestava ancora al 6,7 per cento. Il commercio specializzato è quindi diventato il canale di vendita meno rilevante.

Nello stesso periodo, invece, i discount hanno registrato un leggero aumento della loro quota di mercato (+0,1 %), attestandosi al 6,1 per cento. I discount continuano a vedere un potenziale di crescita in questo settore e hanno ormai inserito diversi marchi propri di prodotti biologici nei loro assortimenti (fonti: [Aldi Suisse](#), [Lidl Svizzera](#)).

Tuttavia, la crescita più significativa è stata registrata dalle aziende del commercio al dettaglio classico, che hanno aumentato la loro quota di mercato di 0,9 punti percentuali tra il 2022 e il 2024. Attualmente, circa l'88,2 per cento della cifra d'affari dei prodotti biologici è realizzata nel commercio al dettaglio classico, che rimane quindi di gran lunga il canale di vendita più importante per i prodotti biologici.

### Il commercio al dettaglio classico presenta la quota più elevata di prodotti bio

La quota di prodotti biologici sulla cifra d'affari per canale di vendita è più elevata nel commercio al dettaglio classico, con il 13,5 per cento. Segue a ruota il commercio specializzato, dove circa il 12,4 per cento della cifra d'affari è realizzato con prodotti di origine biologica. I discount registrano di gran lunga la quota di prodotti bio più bassa, con solo il 3,8 per cento della cifra d'affari. Nel complesso, nel periodo dal 2022 al 2024, la quota di prodotti biologici nel commercio specializzato e nei discount è rimasta pressoché invariata. Solo nel commercio al dettaglio classico si è registrato un leggero aumento di 0,4 punti percentuali.

### I cereali e i prodotti da forno hanno ora la cifra d'affari più elevata

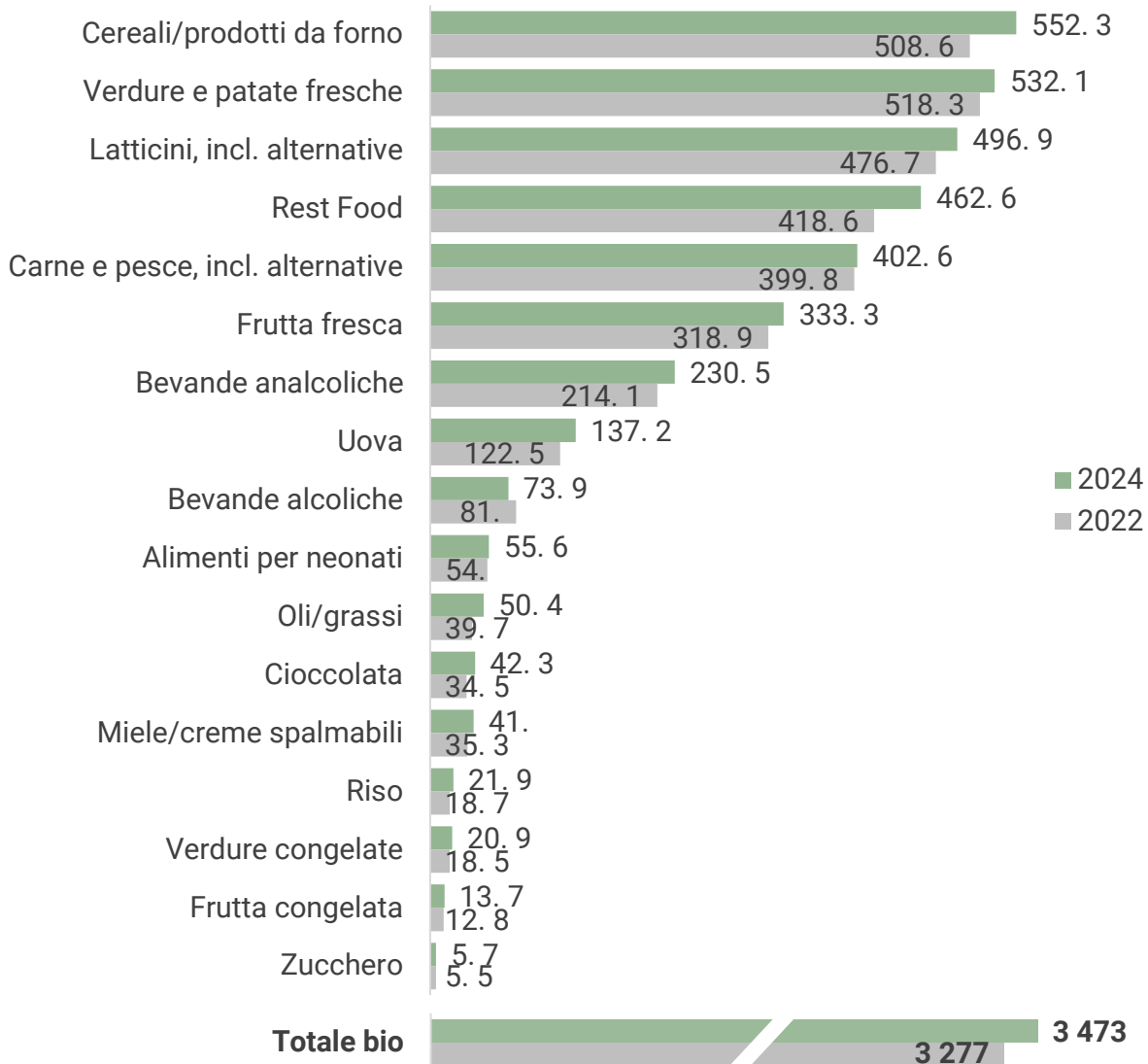
Tra il 2022 e il 2024, la cifra d'affari dei cereali e dei prodotti da forno è aumentata da 508,6 a 552,3 milioni di franchi, diventando così il gruppo di merci con la cifra d'affari più elevata nel segmento biologico. Questo sviluppo è dovuto sia agli effetti dei volumi che dei prezzi: secondo NielsenIQ Switzerland, in questo periodo il volume di vendita è aumentato in media del 2,1 per



## IL BIO NEL COMMERCIO AL DETTAGLIO SVIZZERO

### Cifra d'affari dei prodotti bio per gruppo di merci

Cifra d'affari in mio. CHF  
2022 e 2024



Fonti: UFAG, Settore Analisi del mercato; NielsenIQ Switzerland, Retail/Consumer Panel

cento all'anno. Inoltre, i prodotti a base di cereali sono rincarati: i prezzi al consumo della farina bianca bio, ad esempio, sono passati da 3,03 franchi al chilo nel 2022 a 3,22 franchi al chilo nel 2024. Ciò corrisponde a un aumento medio annuo dei prezzi del 3,1 per cento, superiore al rincaro annuo medio. Una delle ragioni dell'aumento dei prezzi superiore alla media in questo gruppo di merci potrebbe essere stata l'aggressione della Russia all'Ucraina, che ha provocato

un aumento temporaneo dei prezzi internazionali dell'energia e dei cereali.

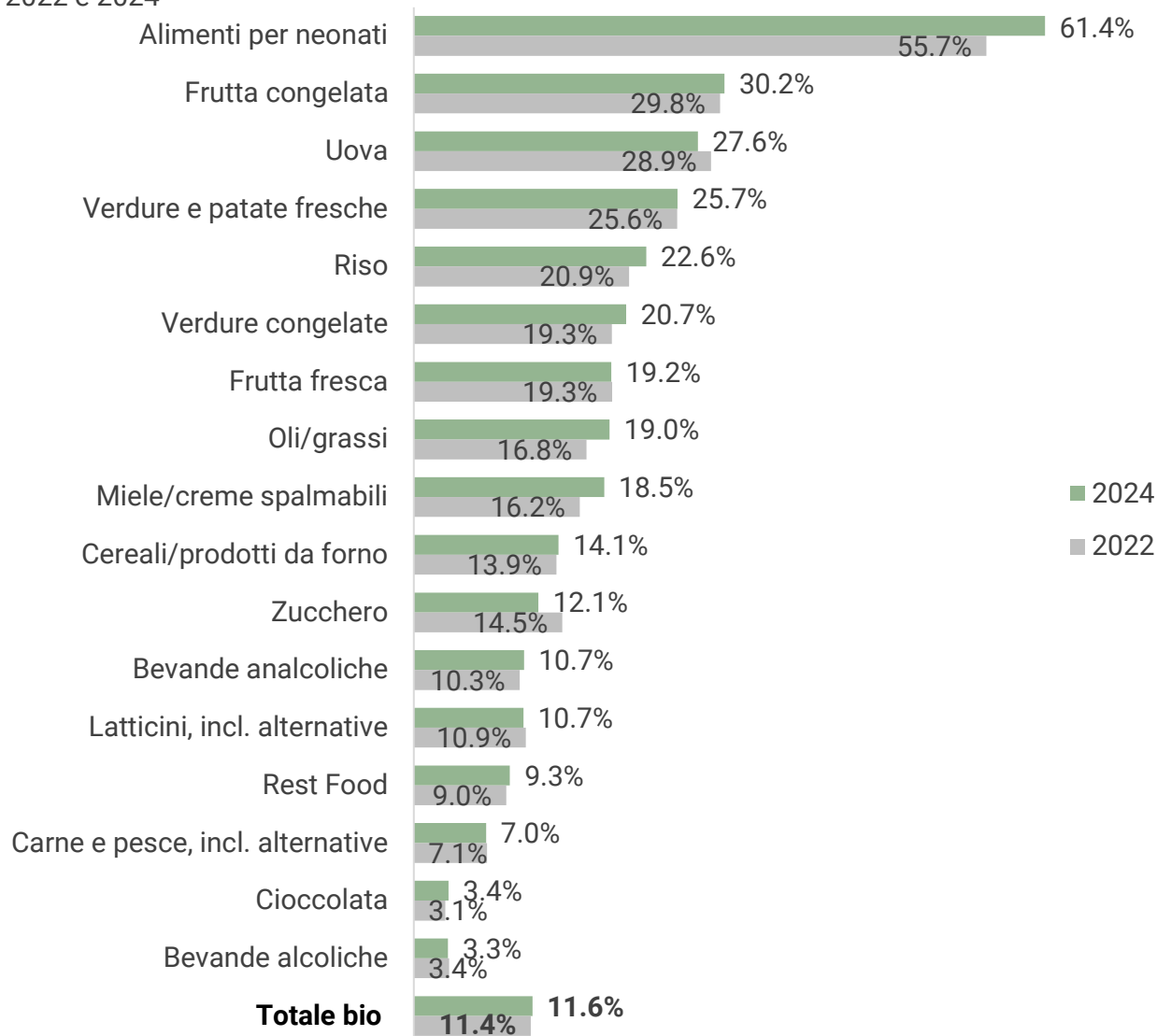
Anche le verdure e le patate fresche sono tutt'ora molto importanti nel mercato bio, rappresentando il secondo gruppo di merci maggiore in termini di cifra d'affari. Tra il 2022 e il 2024 la loro cifra d'affari è aumentata in media dell'1,3 per cento all'anno. Questo effetto è dovuto più all'aumento dei volumi che all'incremento dei prezzi; il tasso di crescita medio del volume di



## IL BIO NEL COMMERCIO AL DETTAGLIO SVIZZERO

### Quota bio sulla cifra d'affari per gruppo di merci

Quota in %  
2022 e 2024



Fonti: UFAG, Settore Analisi del mercato; NielsenIQ Switzerland, Retail/Consumer Panel

vendita in questo periodo è stato infatti dell'1,8 per cento.

Una crescita relativa particolarmente forte della cifra d'affari bio si osserva nel gruppo di merci oli/grassi, con un aumento da 39,7 milioni di franchi nel 2022 a 50,4 milioni di franchi nel 2024. Ciò corrisponde a un tasso di crescita medio annuo del 12,7 per cento, mentre nel segmento non biologico è stato solo del 4,4 per cento. Nello stesso periodo si registra anche un

aumento del volume di vendita nel comparto biologico, con un tasso di crescita medio annuo del 5,8 per cento. In quello non biologico, invece, le vendite sono in calo, con un tasso di crescita negativo del 4,6 per cento.

### Gli alimenti per neonati hanno la quota bio più elevata

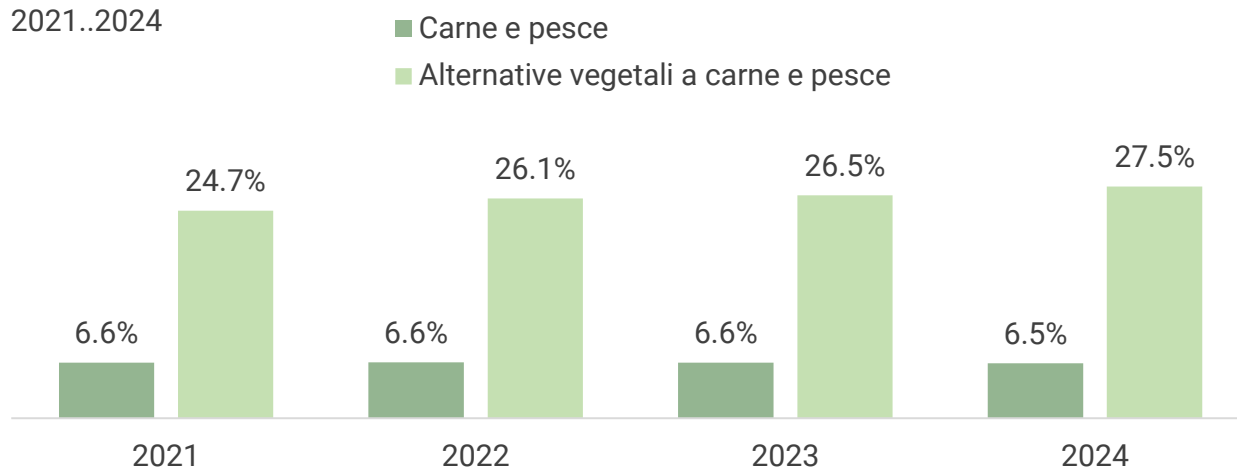
La quota bio per gruppo di merci descrive la percentuale di cifra d'affari realizzata con prodotti

## IL BIO NEL COMMERCIO AL DETTAGLIO SVIZZERO

### Andamento della quota bio di carne e pesce nonché delle loro alternative vegetali

in %

2021..2024



Fonti: UFAG, Settore Analisi del mercato; NielsenIQ Switzerland, Retail/Consumer Panel

biologici all'interno di un gruppo di merci. La quota bio degli alimenti per neonati ha registrato un nuovo aumento di 5,7 punti percentuali. Con il 61,4 per cento, gli alimenti per neonati rimangono quindi il gruppo di merci con la quota bio di gran lunga più elevata. Anche nel gruppo di merci miele/creme spalmabili la quota bio ha registrato un aumento superiore alla media, pari a 2,4 punti percentuali. Inoltre, nel gruppo di merci oli/grassi si è osservato un aumento della quota bio pari a 2,2 punti percentuali.

Per contro, la quota di uova bio ha registrato un calo dell'1,3 per cento. Una delle ragioni è da ricondurre ai cambiamenti strutturali del mercato. Le vendite nel commercio al dettaglio di uova non bio sono aumentate in media del 6,7 per cento all'anno, superando quelle delle uova biologiche, che hanno registrato una crescita media del 2,4 per cento. Nel segmento non biologico si sta infatti assistendo a un passaggio dalle uova da allevamento a terra a quelle da allevamento all'aperto. Una grande azienda del commercio al dettaglio, ad esempio, ha eliminato completamente le uova svizzere da allevamento a terra dalla propria gamma e nel segmento non biologico vende solo uova svizzere da allevamento

all'aperto e uova importate. Poiché le uova da allevamento all'aperto sono più costose di quelle da allevamento a terra, la quota bio in termini di cifra d'affari è diminuita a causa del cambiamento del gruppo di riferimento.

Anche per lo zucchero si registra una riduzione della quota bio pari a 2,4 punti percentuali. Tra il 2022 e il 2024, la cifra d'affari dello zucchero non biologico è cresciuta in modo significativamente più forte rispetto a quella dello zucchero bio.

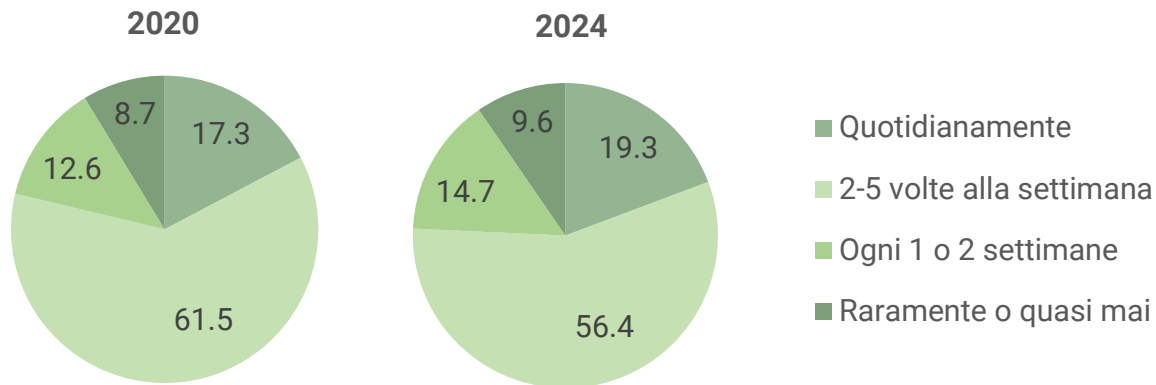
#### **Aumento della quota di prodotti bio nelle alternative vegetali alla carne e al pesce**

Un'analisi dettagliata del gruppo di merci «Carne e pesce, incl. alternative» fornisce ulteriori informazioni: con il 27,5 per cento nel 2024, la quota bio della cifra d'affari delle alternative vegetali, come ad esempio tofu, seitan e imitazioni della carne, è nettamente superiore a quella della carne e del pesce, che si attesta al 6,5 per cento. Le due categorie si differenziano anche in termini di andamento temporale: mentre la quota di carne e pesce biologici è rimasta bassa, quella delle loro alternative vegetali ha continuato ad aumentare, registrando un incremento di 1,4 punti percentuali tra il 2022 e il 2024.

## IL BIO NEL COMMERCIO AL DETTAGLIO SVIZZERO

### Consumo di pasti contenenti carne

in %  
2020, 2024



Fonte: FiBL, sondaggio del Biobarometro

### Andamento ambivalente delle abitudini di consumo di carne

La percentuale di intervistati dello studio del Biobarometro che dichiara di consumare carne meno di una volta ogni due settimane o mai è aumentata di 0,9 punti percentuali tra il 2020 e il 2024. Il gruppo che consuma carne solo una o due volte alla settimana è addirittura aumentato di 2,1 punti percentuali. Allo stesso tempo, anche il gruppo che consuma carne ogni giorno registra un aumento di 2 punti percentuali. Solo il gruppo più numeroso, con un consumo medio di 2-5 pasti contenenti carne alla settimana, registra un calo di 6,1 punti percentuali, passando dal 61,5 al 56,4 per cento.

### Forte crescita della cifra d'affari per tofu, tempeh e seitan biologici

Anche l'analisi della cifra d'affari del commercio al dettaglio per sottogruppo mostra sviluppi eterogenei, sia per i prodotti animali che per quelli vegetali. Mentre la cifra d'affari della carne fresca biologica è aumentata tra il 2022 e il 2024 con un tasso di crescita medio annuo del 2,1 per

cento, quella del pesce fresco biologico è diminuita nello stesso periodo in media del 6,3 per cento.

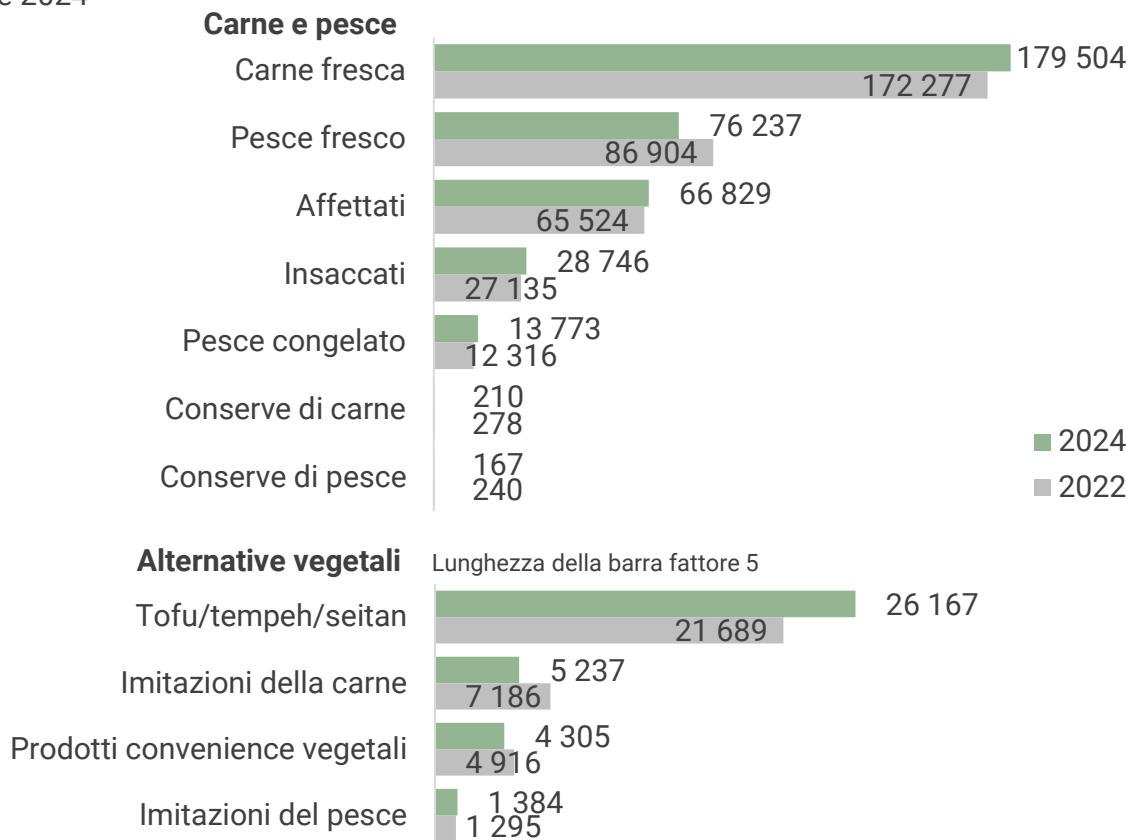
Per quanto riguarda le alternative vegetali, si registra un forte aumento delle vendite di tofu, tempeh e seitan biologici. La crescita media annua tra il 2022 e il 2024 è stata del 9,8 per cento, superiore a quella di tutti gli altri sottogruppi. L'effetto è stato determinato principalmente dall'aumento del volume di vendita, che nello stesso periodo è cresciuto in media del 12,3 per cento all'anno. Nel segmento non biologico, invece, si è registrata una riduzione della cifra d'affari di tofu, tempeh e seitan pari in media al 2,1 per cento all'anno, che è tuttavia dovuta principalmente a una diminuzione dei prezzi nel comparto non biologico. Anche in questo caso, infatti, il volume delle vendite è aumentato, ma in misura minore rispetto al segmento biologico.

Allo stesso tempo si è registrato un forte calo delle vendite di imitazioni della carne bio. La cifra d'affari in questo segmento è diminuita del 14,6 per cento all'anno. Anche nel comparto non bio le imitazioni della carne hanno registrato solo una leggera crescita media dello 0,2 per cento all'anno. Si registra inoltre un calo della cifra d'affari dei prodotti convenienza vegetali sia

## IL BIO NEL COMMERCIO AL DETTAGLIO SVIZZERO

### Cifra d'affari di carne e pesce bio nonché delle loro alternative vegetali di produzione biologica

Cifra d'affari in 1000 CHF  
2022 e 2024



Fonti: UFAG, Settore Analisi del mercato; NielsenIQ Switzerland, Retail/Consumer Panel

nel segmento biologico che in quello non biologico. L'andamento della cifra d'affari di tofu, tempeh e seitan biologici è quindi in controtendenza rispetto a quello delle altre alternative vegetali.

#### Uscite pro capite per carne e pesce relativamente stabili

Anche la crescita demografica e quindi il numero di consumatori influiscono sulla cifra d'affari totale. Un'analisi dettagliata delle uscite pro capite nel commercio al dettaglio consente di ottenere una panoramica approfondita del comportamento in termini d'acquisto individuale. Secondo Agristat, tra il 2022 e il 2024 la popolazione residente permanente media in Svizzera, compresi i

turisti e i frontalieri, è passata da 8,91 a 9,09 milioni di persone.

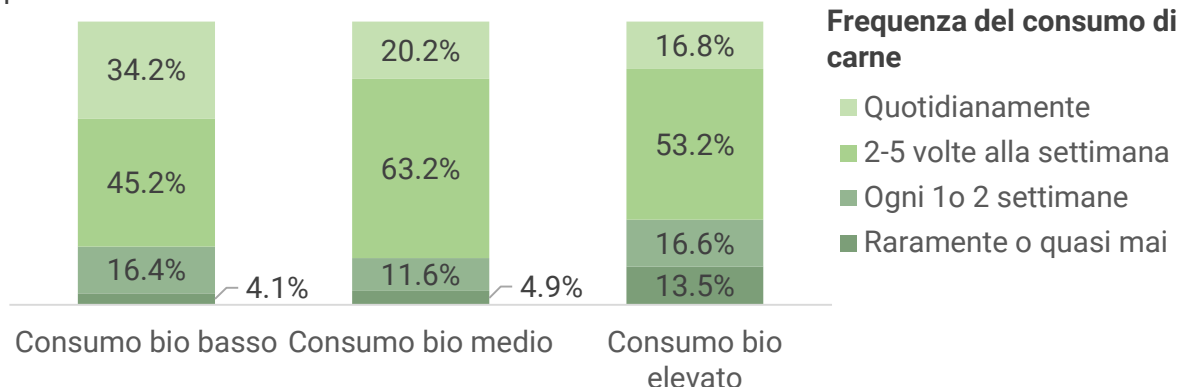
L'analisi pro capite mostra che nel commercio al dettaglio si è registrata una leggera riduzione delle uscite pro capite per carne e pesce biologici, pari in media allo 0,9 per cento all'anno, mentre per la carne e il pesce non biologici non si sono verificati cambiamenti significativi. Una delle ragioni di questo andamento potrebbe essere che i consumatori di prodotti bio riducono sempre più il loro consumo di carne o vi rinunciano completamente, con conseguente diminuzione delle uscite pro capite per la carne biologica.

Per quanto riguarda le alternative vegetali, si registra un aumento delle uscite pro capite per i

## IL BIO NEL COMMERCIO AL DETTAGLIO SVIZZERO

### Frequenza del consumo di carne secondo la frequenza del consumo di prodotti bio

in %  
2024



Fonte: FiBL, sondaggio del Biobarometro

prodotti biologici con un tasso di crescita dell'1,8 per cento, mentre le uscite pro capite per i prodotti non biologici diminuiscono all'incirca nella stessa misura.

### Il consumo di prodotti bio è correlato a un minor consumo di carne

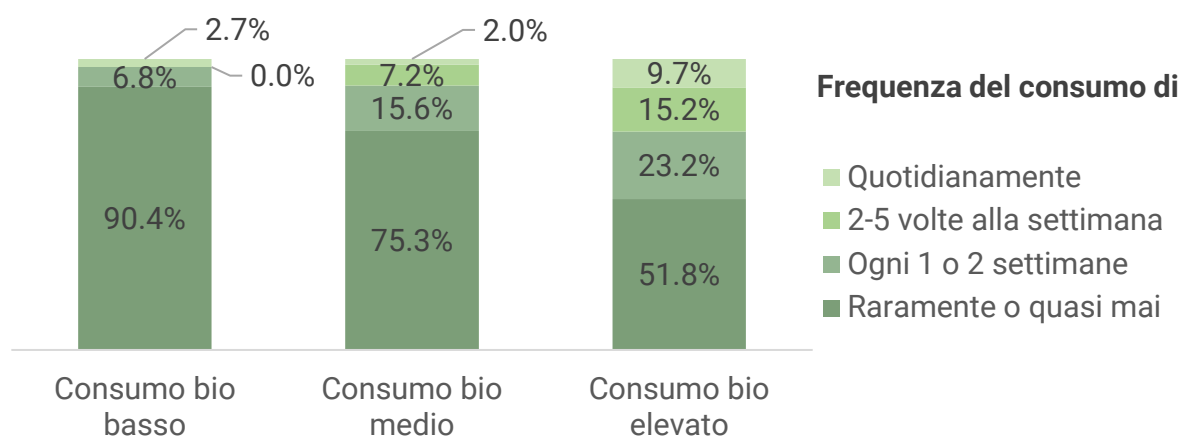
Questo sviluppo si riflette anche nei risultati del sondaggio del Biobarometro: le persone che consumano molti prodotti bio tendono a mangiare carne meno frequentemente rispetto a quelle che ne consumano pochi. Probabilmente

questo gruppo di consumatori acquista più spesso prodotti bio anche quando si tratta di alternative vegetali alla carne e al pesce. Ciò è presumibilmente dovuto a scelte legate alla sostenibilità che si sovrappongono e che comportano sia un maggiore consumo di prodotti biologici che una riduzione del consumo di carne, nonché una preferenza per le alternative vegetali alla carne provenienti da agricoltura biologica. Col passare del tempo, questa correlazione si rafforza: mentre nel 2020 il 12,3 per cento degli intervistati con un elevato consumo di prodotti

## IL BIO NEL COMMERCIO AL DETTAGLIO SVIZZERO

### Frequenza del consumo di pasti vegani secondo la frequenza del consumo di prodotti bio

in %  
2024



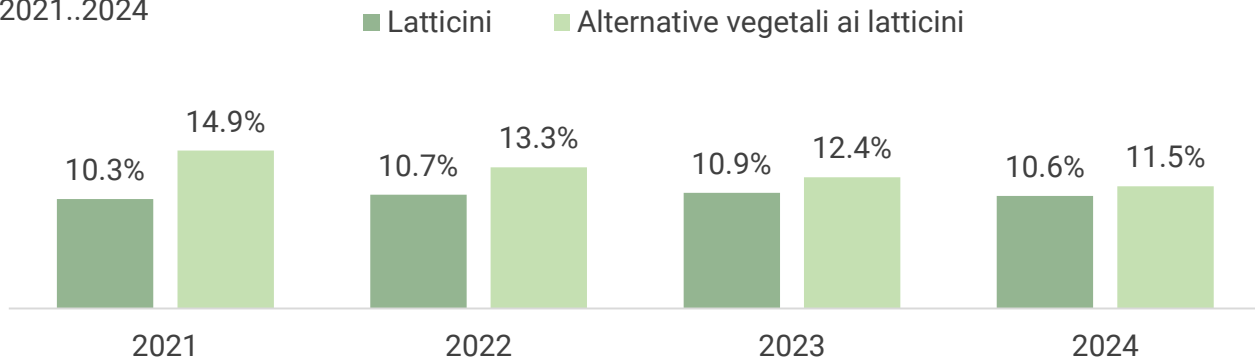
Fonte: FiBL, sondaggio del Biobarometro

## IL BIO NEL COMMERCIO AL DETTAGLIO SVIZZERO

### Andamento della quota bio dei latticini e delle loro alternative vegetali

in %

2021..2024



Nota bene: i prodotti non chiaramente classificabili come di origine animale o vegetale non sono considerati.

Fonti: UFAG, Settore Analisi del mercato; NielsenIQ Switzerland, Retail/Consumer Panel

bio mangiava carne meno di una volta ogni due settimane, nel 2024 la percentuale è salita al 13,5 per cento.

#### Il consumo di pasti vegani è in aumento

Il confronto della frequenza di consumo di pasti vegani tra il 2020 e il 2024 mostra un aumento, che è correlato alla frequenza di consumo di prodotti biologici. Tra gli intervistati con un consumo elevato di prodotti bio, la percentuale di coloro che consumano pasti vegani ogni una o due settimane è aumentata dall'8,4 al 12,8 per cento, mentre il consumo giornaliero di pasti vegani è aumentato dal 4,1 al 5,4 per cento nello stesso gruppo di persone.

Allo stesso tempo, la percentuale di intervistati che consumano raramente o mai pasti vegani è scesa dal 7,6 al 6,2 per cento tra le persone con un consumo di prodotti bio basso e dal 35,4 al 28,7 per cento tra quelle con un consumo medio, mentre è leggermente aumentata tra le persone con un consumo elevato, attestandosi al 17 per cento.

#### Calo della quota bio delle alternative vegetali ai latticini

A differenza delle alternative vegetali alla carne e al pesce, la quota di prodotti biologici tra le alternative vegetali ai latticini è in calo. Tra il 2022 e il 2024 si è registrata una riduzione complessiva di 1,8 punti percentuali. Per i latticini, invece, la quota biologica tende a rimanere stabile. Sia per i latticini che per la carne e il pesce si osserva quindi una quota bio stabile per i prodotti animali e un andamento divergente per le alternative vegetali.

#### Calo della cifra d'affari delle alternative bio al latte di consumo

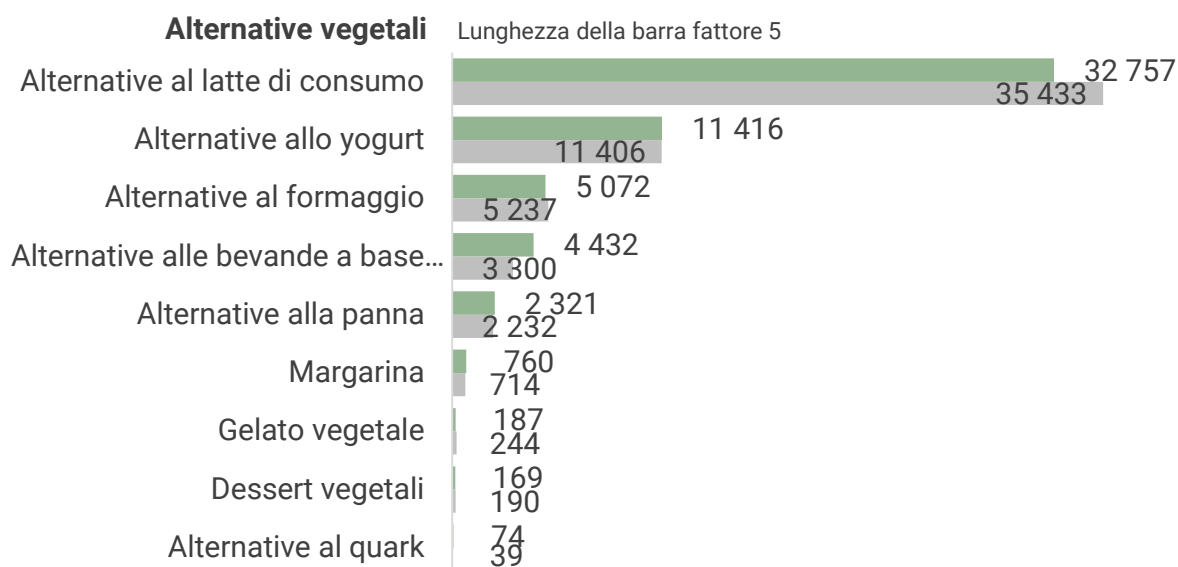
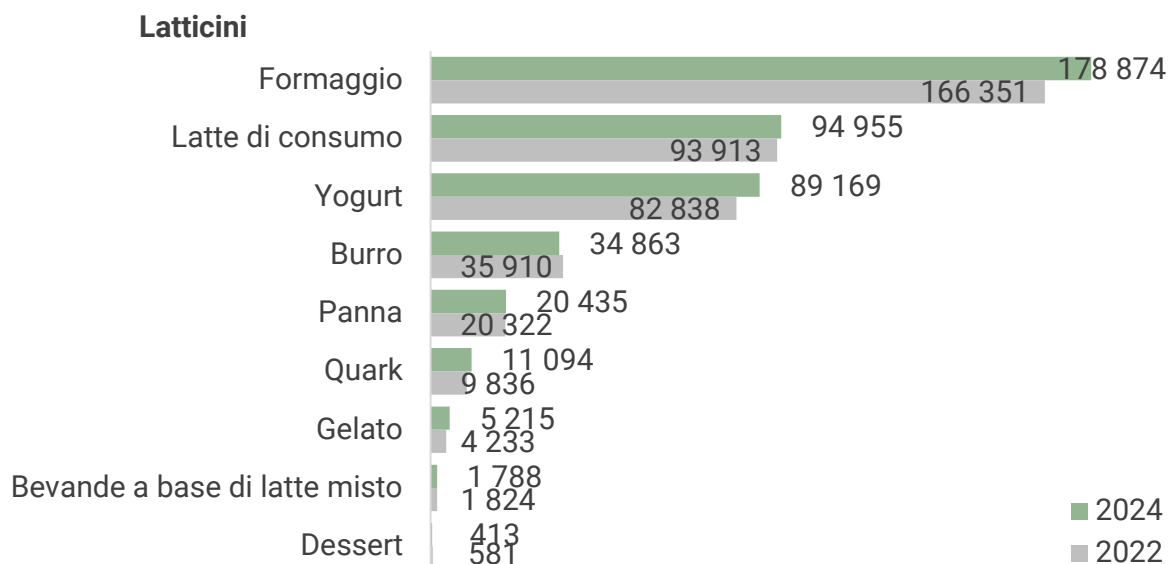
L'analisi per sottocategoria mostra che, in particolare nel caso delle alternative biologiche al latte di consumo, si registra un calo delle cifre d'affari pari in media al 3,9 per cento all'anno. Ciò è in contrasto con l'andamento del segmento non biologico, che nello stesso periodo ha registrato una crescita media del 14,5 per cento all'anno. Un mercato piccolo ma in forte crescita è quello delle alternative biologiche al quark, dove la cifra d'affari è aumentata in media del 37,6 per cento all'anno.



## IL BIO NEL COMMERCIO AL DETTAGLIO SVIZZERO

### Cifra d'affari dei latticini bio e delle loro alternative vegetali

Cifra d'affari in 1000 CHF  
2022 e 2024



Nota bene: i prodotti non chiaramente classificabili come di origine animale o vegetale non sono considerati.

Fonti: UFAG, Settore Analisi del mercato; NielsenIQ Switzerland, Retail/Consumer Panel

I latticini bio di origine animale registrano una crescita stabile della cifra d'affari pari in media al 2,5 per cento all'anno, leggermente inferiore alla crescita del segmento non bio (3,1% all'anno). La crescita più forte è stata registrata

dal gelato bio, con un tasso di crescita medio annuo dell'11 per cento tra il 2022 e il 2024.



## Aumento delle uscite pro capite per le alternative vegetali ai latticini

Mentre per i latticini tradizionali si registra solo una crescita modesta delle uscite pro capite, si osservano sviluppi molto più marcati per le alternative ai latticini: le uscite pro capite per questa categoria sono infatti in costante aumento, essendo passate da 43,1 franchi nel 2022 a 48,3 franchi nel 2024. Tuttavia, questa crescita si registra prevalentemente nel segmento non biologico, con una media del 5,9 per cento all'anno, mentre le uscite pro capite per le alternative vegetali ai latticini nel segmento biologico hanno registrato addirittura un tasso di crescita negativo del 2,4 per cento.

## Conclusioni

L'analisi del mercato bio svizzero 2024 presenta un quadro differenziato. Sebbene le cifre d'affari totali rimangano stabili e la quota bio costante all'11,5 per cento circa, gli sviluppi all'interno dei gruppi di merci sono diversificati. Il gruppo di merci cereali/prodotti da forno ha sostituito il gruppo di merci verdure e patate fresche come gruppo di merci bio con la cifra d'affari più elevata. In entrambe le categorie si è osservato un aumento delle cifre d'affari, ma in misura diversa. Il calo della quota bio per le uova e lo zucchero indica invece cambiamenti strutturali in questi segmenti di mercato.

Anche un'analisi dettagliata dei prodotti animali e delle loro alternative vegetali mostra un quadro eterogeneo: si è registrato un calo delle vendite delle imitazioni della carne e delle alternative ai

latticini bio, ma allo stesso tempo altre alternative vegetali hanno segnato un aumento, come ad esempio le alternative bio al quark nonché il tofu, il tempeh e il seitan biologici. Per quanto riguarda i prodotti animali quali carne, pesce e latticini, la quota di prodotti biologici è invece rimasta relativamente stabile.

I dati evidenziano anche cambiamenti nelle abitudini di consumo: la percentuale di consumatori con un elevato consumo di prodotti biologici è in aumento, mentre il consumo di carne in questo gruppo registra il calo più significativo. Inoltre, crescono le cifre d'affari dei prodotti biologici più tradizionali e meno trasformati, come il tofu o il tempeh. Ciò potrebbe indicare un cambiamento nelle preferenze in materia d'acquisto di questo gruppo di consumatori, i quali attribuiscono maggiore importanza al grado di trasformazione dei prodotti e a criteri ecologici. Un altro potenziale fattore determinante è la sensibilità degli acquirenti al prezzo, che porta a spostamenti all'interno del segmento biologico. Degno di nota è l'andamento contrastante registrato per le alternative vegetali: mentre la quota di prodotti biologici aumenta nel settore delle alternative alla carne, diminuisce in quello delle alternative ai latticini, dove invece registrano un incremento i prodotti non biologici. Questo indica diversi livelli di maturità del mercato e differenti effetti di sostituzione nei rispettivi segmenti.

### SONDAGGIO BIOBAROMETRO FIBL

**Oggetto:** sondaggio rappresentativo condotto a cadenza regolare sui temi consumo bio e sostenibilità.

**Scopo:** analisi delle tendenze e degli sviluppi attuali del consumo tenendo conto delle differenze sociodemografiche nonché dei comportamenti e delle abitudini dei consumatori.

**Procedura:** analisi dei dati tramite un questionario online nel dicembre 2024 (1063 partecipanti); successiva rilevazione statistica dei dati.

**Maggiori informazioni sul Biobarometro disponibili all'indirizzo** <https://biobarometer.fibl.org/>



## DATI DI NIELSEN IQ SWITZERLAND

I dati di NielsenIQ Switzerland analizzati nel presente rapporto si basano su due diversi panel di dati:

- il panel dei consumatori;
- il panel del commercio al dettaglio o Homescan panel.

Il panel dei consumatori di NielsenIQ Switzerland comprende circa 4000 economie domestiche della Svizzera tedesca e occidentale (Ticino, escl.). Le economie domestiche partecipanti registrano tutti gli acquisti effettuati da ogni membro della famiglia sull'arco dell'anno. Concretamente le economie domestiche devono indicare i quantitativi acquistati, i prezzi e il luogo di acquisto di tutti i prodotti comprati.

Nel panel del commercio al dettaglio o Homescan panel di NielsenIQ Switzerland sono registrati tutti i prodotti scansionati alle casse nei punti vendita delle aziende addette al commercio al dettaglio partecipanti al panel. Ad eccezione dei due discount tedeschi Aldi e Lidl, il panel del commercio al dettaglio comprende tutti gli attori rilevanti a livello nazionale nel commercio al dettaglio stazionario. Gli addetti al commercio specializzato, i negozi specializzati (p.es. macellerie) e i venditori diretti non sono rappresentati in questo panel.

Nel panel combinato (consumatori e commercio al dettaglio) i canali di vendita non compresi nel panel del commercio al dettaglio (p.es. Aldi, Lidl, commercio specializzato, ecc.) possono essere stimati mediante il panel dei consumatori e inseriti, congiuntamente al panel del commercio al dettaglio, in un panel globale per l'intero commercio al dettaglio stazionario, incluso quello online. Attraverso il panel combinato consumatori e commercio al dettaglio può quindi essere rappresentato l'intero commercio al dettaglio svizzero stazionario e possono essere utilizzate cifre più precise relative alle vendite e alla cifra d'affari. Il panel combinato è la base per la presente analisi.

### Cosa si intende per tasso di crescita annuo?

Il tasso di crescita annuo (ingl.: Compound annual growth rate CAGR) descrive la crescita media di un indicatore (p.es. vendite o cifra d'affari) per anno sull'arco di un periodo (più anni) definito. Determinanti per il calcolo sono il valore iniziale e quello finale nonché la durata del periodo in anni. Nella presente analisi si considera prevalentemente il periodo 2016-2020 (valore iniziale = 2022, valore finale = 2024, durata del periodo = 2).

## CONTATTO E PUBBLICAZIONI

### Ufficio federale dell'agricoltura

Settore Analisi del mercato  
Schwarzenburgstrasse 165, 3003 Berna

marktanalysen@blw.admin.ch  
[www.blw.admin.ch/it/osservazione-del-mercato](http://www.blw.admin.ch/it/osservazione-del-mercato)

Valori dettagliati relativi alla mercato bio disponibili all'indirizzo: [Cifre del mercato bio](#)

Iscrizione alla newsletter UFAG: [Newsletter](#)

Per responsabilità, protezione dei dati, copyright e altro vedasi: [Basi legali](#)

### FiBL Svizzera

Dipartimento Sistemi Agroalimentari  
Ackerstrasse 113, 5070 Frick

info@fibl.org  
[www.fibl.org/de/standorte/schweiz/departemente/agrar-und-ernaehrungssysteme](http://www.fibl.org/de/standorte/schweiz/departemente/agrar-und-ernaehrungssysteme)  
[biobarometer.fibl.org](http://biobarometer.fibl.org)