



Rapporto sul mercato BIO

4° trimestre 2018

Vendite di formaggio bio in costante crescita nel commercio al dettaglio



Tra il 2016 e il 2018 il volume delle vendite di formaggio bio nel commercio al dettaglio svizzero ha registrato un incremento notevole (+20,8 %). Lo smercio di formaggio convenzionale, invece, ha segnato un lieve calo nello stesso periodo (-1,1 %). La quota di mercato del formaggio bio è aumentata dal 5 al 6 per cento rispetto al

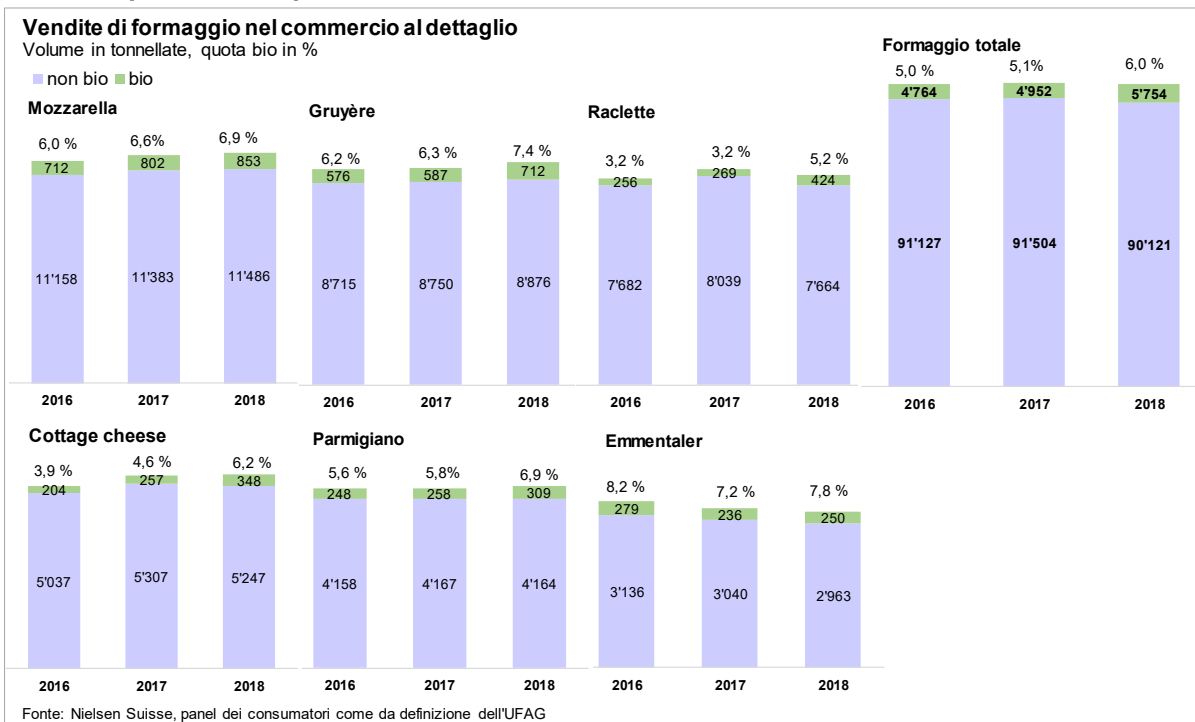
volume totale delle vendite di formaggio.

L'attuale analisi dei dati di Nielsen mostra l'evoluzione dei volumi e della cifra d'affari delle vendite di formaggio bio e convenzionale nel commercio al dettaglio svizzero negli ultimi tre anni, ponendo l'accento in particolare sull'evoluzione delle vendite delle sei varietà principali presenti nel commercio al dettaglio (Gruyère, mozzarella, formaggio da raclette, Emmentaler, parmigiano e cottage cheese). La quota di mercato bio di una varietà di formaggio indica la percentuale del quantitativo biologico rispetto al volume totale

della varietà in oggetto. Questa definizione si applica anche per la cifra d'affari.

Quota di mercato dei latticini bio in crescita

Nell'ultimo triennio le vendite di formaggio sono rimaste pressoché invariate nel commercio al dettaglio svizzero. L'analisi dei quantitativi smerciati in base al metodo di produzione (bio e convenzionale) indica una crescita delle vendite di formaggio bio e una lieve diminuzione di quelle di formaggio convenzionale. Tra il 2016 e il 2018 il volume delle vendite di formaggio nel commercio al dettaglio è aumentato del 20,8 per cento raggiungendo



quota 5 754 tonnellate. Il volume delle vendite di formaggio convenzionale, invece, è lievemente diminuito (-1,1 %; 90 121 tonnellate). La quota di mercato del formaggio bio ha segnato una crescita costante tra il 2016 e il 2018, passando dal 5 al 6 per cento rispetto al volume totale delle vendite di formaggio nel commercio al dettaglio svizzero. Anche la quota bio relativa alla cifra d'affari delle vendite di formaggio è aumentata in questo periodo, passando dal 6,5 al 7,9 per cento. La crescita della cifra d'affari è riconducibile non soltanto all'incremento dei quantitativi bensì anche al leggero rincaro dei prezzi del formaggio bio che sono passati, in media, da 21.45 fr./kg nel 2016 a 21.80 fr./kg nel 2018. Per quanto riguarda il formaggio convenzionale, la cifra d'affari ha subito una lieve diminuzione e il prezzo medio è rimasto praticamente stabile (16.27 fr./kg nel 2018). Ciò ha fatto aumentare di 22 ct./kg la differenza di prezzo tra formaggio bio e formaggio convenzionale.

La crescita della domanda di prodotti bio nel commercio al dettaglio non riguarda soltanto il formaggio bensì anche altri latticini. Tra il 2016 e il 2018, la quota del quantitativo bio è aumentata per il latte di consumo (dal 13,6 al 14,8 %), il burro (dal 7,2 al 7,7 %), la panna di consumo (dal 3,9 al 4,3 %) e lo yogurt (dal 16,4 al 16,9 %). Questi dati mettono in evidenza la crescente preferenza accordata dai consumatori ai latticini bio.

Evoluzione delle vendite in base alla varietà di formaggio

L'analisi delle vendite delle sei varietà di formaggio principali presenti sul mercato al dettaglio svizzero mette in evidenza una serie di differenze relative alle quote di mercato bio e alla loro evoluzione nell'ultimo triennio. Osservando l'andamento delle quote di mercato bio nel 2018 si nota tuttavia una tendenza al rialzo generalizzata. L'anno scorso, le quote bio di Emmentaler e Gruyère rispetto al volume totale delle vendite hanno se-

gnato un incremento pari rispettivamente al 7,8 e al 7,4 per cento. Pur restando le più basse, le quote di mercato bio del formaggio da raclette e del cottage cheese hanno comunque registrato un aumento notevole l'anno scorso, raggiungendo rispettivamente il 5,2 e il 6,2 per cento.

L'anno scorso, le vendite di formaggio bio nel commercio al dettaglio hanno generato una cifra d'affari pari a 125,47 milioni di franchi. Analogamente a quanto succede nel segmento di mercato convenzionale, anche in quello bio il Gruyère e la mozzarella sono i formaggi più venduti dal profilo sia dei quantitativi sia della cifra d'affari. Se la mozzarella è al primo posto in termini quantitativi, dal punto di vista della cifra d'affari il primato è detenuto dal Gruyère. L'anno scorso la cifra d'affari realizzata nel commercio al dettaglio ha totalizzato 16,14 milioni di franchi per il Gruyère bio e 12,93 milioni di franchi per la mozzarella bio.

Le carote sono la verdura biologica svizzera più importante



Le carote sono di gran lunga la verdura biologica svizzera più importante. Nel triennio 2016–2018 le carote hanno fatto registrare, in termini quantitativi, il 19 per cento del volume di vendita della verdura biologica nel commercio al dettaglio. Lo scorso anno il volume ha tuttavia subito un lieve calo. Negli ultimi anni il prezzo è tendenzialmente aumentato.

Nel triennio 2016–2018 una carota su cinque venduta nel commercio al dettaglio è stata prodotta in conformità delle direttive bio.

Smercio delle carote in calo

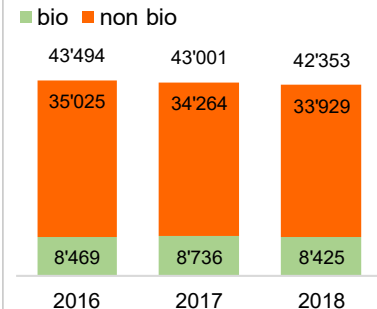
Osservando le vendite delle carote nel commercio al dettaglio degli ultimi tre anni, si constata un lieve calo. Nel 2016 sono state vendute 43'494 tonnellate

di carote. Nei due anni successivi il volume ha segnato un calo rispettivamente dell'1.1 e dell'1.5 per cento, con un quantitativo nel 2018 pari a 42'353 tonnellate. Per quanto concerne le carote biologiche, nel 2017 il volume ha segnato un aumento del 3.2 per cento rispetto all'anno precedente, con un quantitativo pari a 8'736 tonnellate. Nel 2018 è tuttavia diminuito del 3.6 per cento, con un quantitativo pari a 8'425 tonnellate. Tale evoluzione potrebbe essere dovuta al fatto che l'offerta di verdure nel commercio al dettaglio risulta sempre più variata. Con le carote gialle (Pfälzer), le pastinache o le patate dolci, nella categoria degli ortaggi a radice e tubero aumentano le alternative alle carote.

Prezzo delle carote bio in lieve aumento

I valori medi annui dei prezzi mensili delle carote biologiche dal 2008 mostrano chiaramente che dal 2011 al 2016 i prezzi hanno subito un aumento continuo e che negli ultimi due anni sono rimasti relativamente stabili.

Carote, fresche
Volumi di vendita nel commercio al dettaglio
in t

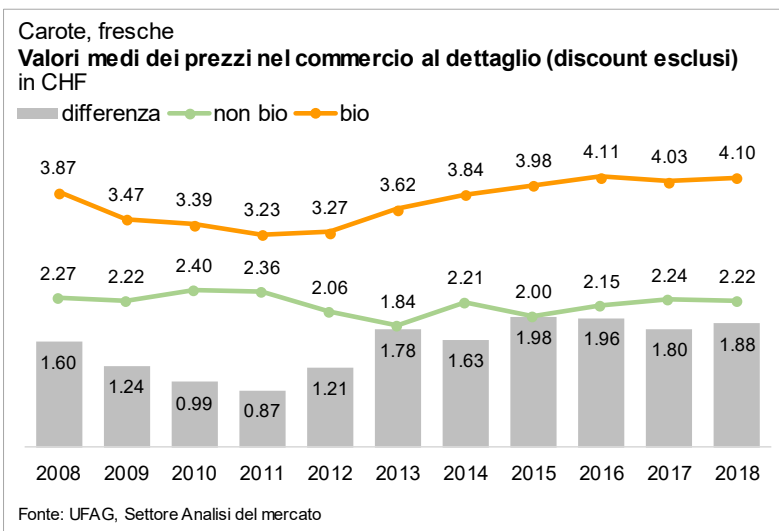


Fonte: Nielsen Svizzera, UFAG Pannello dei consumatori/commercio al dettaglio

La situazione è diversa per quanto concerne il prezzo delle carote convenzionali. Nel corso dell'intero periodo sotto esame, il prezzo ha segnato una leggera tendenza al ribasso, rimanendo pressoché costante negli ultimi tre anni. Di conseguenza è aumentata la differenza tra il prezzo biologico e quello convenzionale. Essa è passata da in media 1.18 franchi negli anni 2008–2012 a in media 1.84 franchi negli anni 2013–2018, il che corrisponde a un incremento del 55 per cento.

Più è alto il livello di benessere, più è basso il volume di carote. Con un aumento però della quota bio

Osservando i comportamenti d'acquisto delle economie domestiche in Svizzera in base ai dati del pannello dei consumatori di Nielsen, si osserva chiaramente che il volume di carote acquistate nel commercio al dettaglio diminuisce all'incrementare del livello di benessere dell'economia domestica. Il livello di benessere è tuttavia correlato in modo inverso alla grandezza dell'economia domestica. Le economie domestiche composte da una sola persona sono tendenzialmente più

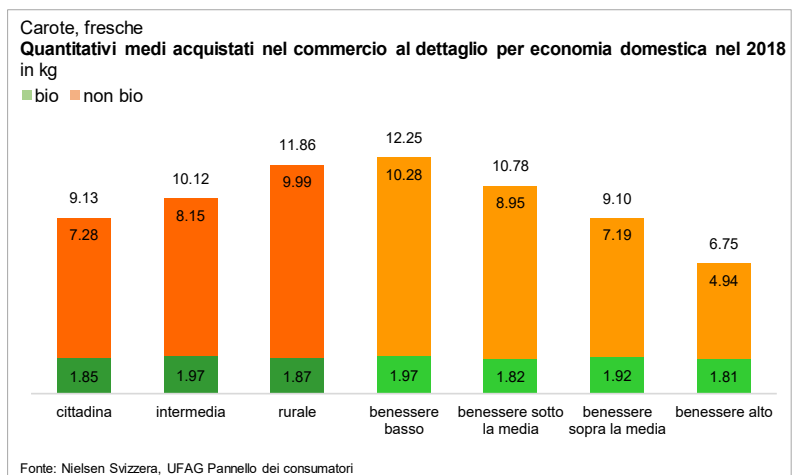


aggiate rispetto alle economie domestiche con diversi figli, le quali negli acquisti devono spesso prestare maggiore attenzione ai prezzi. Tuttavia, più aumenta il livello di benessere più è alta la quota biologica delle carote acquistate. Nelle economie domestiche con un livello basso di benessere, la quota di carote biologiche ammonta al 16 per cento, in quelle con un livello alto di benessere ammonta al 27 per cento.

Le carote sono apprezzate in campagna

I dati del pannello dei consumatori mostrano inoltre che nelle economie domestiche rurali viene consumato il 30 per cento di carote in più rispetto alle economie domestiche cittadine. Questo dato potrebbe essere riconducibile al fatto che le economie domestiche rurali sono tendenzialmente più grandi di quelle cittadine.

Tuttavia, nelle economie domestiche cittadine la quota biologica delle carote acquistate (20%) è



Definizione di benessere

Il reddito netto, il numero di bambini e la grandezza dell'economia domestica costituiscono la base per il calcolo del reddito pro capite per ogni economia domestica. Se tale reddito pro capite rientra nel 20 per cento più elevato, l'economia domestica viene attribuita al gruppo «benessere alto». Se il reddito pro capite rientra nel 20% più basso, l'economia domestica viene attribuita al gruppo «benessere basso».

nettamente superiore a quella registrata nelle economie domestiche rurali (16%).

L'analisi mostra chiaramente che le verdure tradizionali come le carote continuano a dominare

nettamente il mercato orticolo, mentre il loro consumo varia a seconda della struttura e del reddito dell'economia domestica.

Paniere delle merci: bio e non bio a confronto

in CHF	Paniere delle merci bio					Paniere delle merci non bio				
	12 2017	11 2018	12 2018	%-Δ Anno prec.	%-Δ MP	12 2017	11 2018	12 2018	%-Δ Anno prec.	%-Δ MP
Latte	37.48	37.93	37.79	+0.8	-0.4	27.24	27.01	26.95	-1.1	-0.2
Carne	61.38	61.68	61.56	+0.3	-0.2	41.39	41.26	41.41	+0.0	+0.4
Uova da allevamento all'aperto, fresche	22.62	22.72	22.84	+1.0	+0.5	17.28	16.97	17.26	-0.1	+1.7
Patate	6.52	7.16	6.93	+6.2	-3.3	3.65	3.75	3.82	+4.8	+1.9
Frutta	19.00	19.13	18.83	-0.9	-1.6	12.49	12.67	11.56	-7.5	-8.8
Verdura	32.86	38.95	37.18	+13.1	-4.5	21.29	23.29	22.91	+7.6	-1.7
Farina*	4.13	4.13	4.13	0.0	0.0	2.59	2.59	2.59	0.0	0.0
Paniere delle merci totale	184.00	191.70	189.25	+2.9	-1.3	125.93	127.55	126.51	+0.5	-0.8

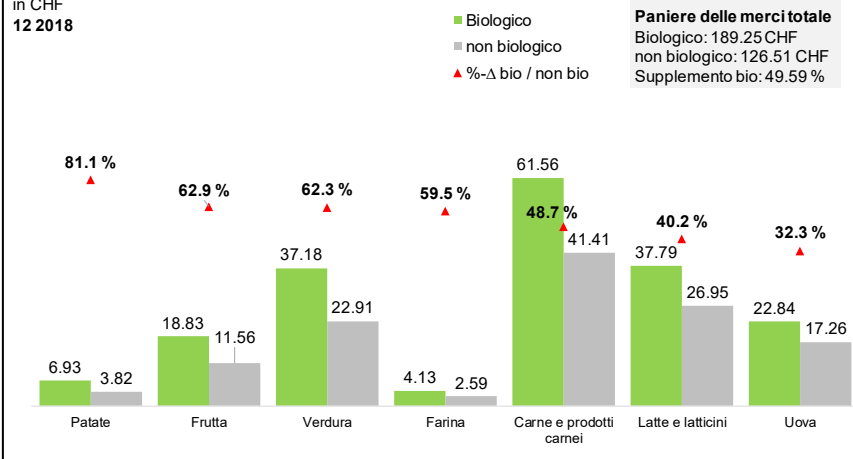
Per informazioni dettagliate sul confronto tra i panieri delle merci cliccare qui: [Paniere delle merci bio e non bio](#)

Confronto paniere delle merci bio e non bio

Uscite per un paniere delle merci sulla base degli acquisti al dettaglio mensili di un'economia domestica con 2 figli*

in CHF

12 2018



Composizione del paniere delle merci*

Latte

8.6 l Latte intero
 200 g Gruyère
 210 g Mozzarella
 150 g Emmentaler
 110 g Burro speciale
 4.5 dl Panna intera
 500 g Yogurt alla frutta, frutti di bosco
 350 g Yogurt naturale

Carne

120 g Entrecôte di manzo
 100 g Scaloppine di manzo
 60 g Bistecche di vitello (lombata)
 40 g Scaloppine di vitello (coscia)
 170 g Bistecche di maiale (lonza)
 210 g Cotolette di maiale
 180 g Scaloppine di maiale (coscia)
 80 g Salame CH
 310 g Wienerli
 470 g Bratwurst di vitello
 720 g Pollo intero
 160 g Petto di pollo

Uova da allevamento all'aperto, fresche

28 Stk. Totale Svizzera

Patate

1.5 kg Resistenti alla cottura
 650 g Farinose

Frutta

1.5 kg Mele, Gala, classe I
 1.2 kg Banane
 890 g Arance
 2.5 Stk. Kiwi

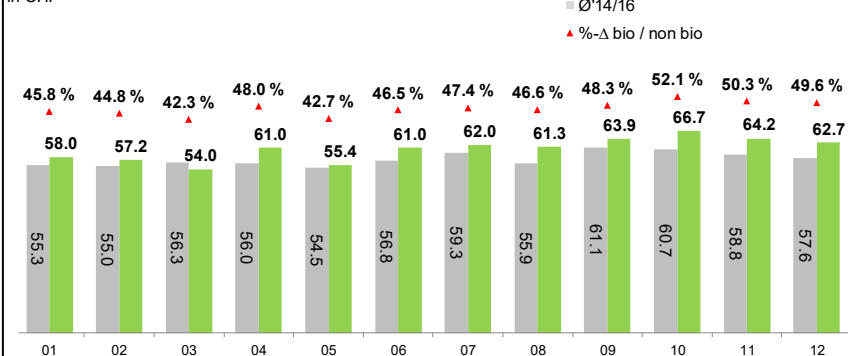
Verdura

1.2 kg Carote
 900 g Pomodori a grappolo
 1.5 Stk. Cetrioli
 370 g Zucchine
 400 g Insalata iceberg
 240 g Cipolle (gialle)
 330 g Cavolfiore
 260 g Finocchi
 250 g Broccoli
 160 g Porri
 210 g Funghi prataioli
 180 g Barbabietole al vapore
 150 g Sedano rapa
 150 g Melanzane
 60 g Valerianella

Farina

1.4 kg Farina bianca

Evoluzione della differenza tra i panieri delle merci bio e non bio in CHF



* Non si osserva il consumo totale, bensì quello di una specifica gamma di prodotti (prevalentemente freschi) di cui l'Osservazione del mercato rileva i prezzi nel commercio al dettaglio. Tali rilevazioni non includono i prezzi dei discount, tranne che nel caso di latte e uova.

Fonte: UFAG, Settore Analisi del mercato; Nielsen Svizzera, UFAG Pannello dei consumatori

Su richiesta, il rapporto viene inviato via e-mail. Ordine on line al sito Internet www.blw.admin.ch
 Per informazioni su responsabilità, protezione dei dati, eccetera vedasi: www.disclaimer.admin.ch