



Rapporto del mercato bio

3° trimestre 2020

Covid-19: aumento delle vendite di prodotti bio e tendenza al rialzo dei prezzi

La pandemia di Covid-19 e le misure ordinate dalle autorità per arginare la crisi negli ultimi mesi hanno avuto ripercussioni sulle abitudini d'acquisto delle famiglie svizzere. In particolare, quando è scoppiata l'emergenza, a marzo, si è registrata un'impennata delle vendite della maggior parte dei generi alimentari dovuta alla corsa alle scorte, soprattutto di prodotti a lunga conservazione (cfr. [Rapporti speciali](#) del Settore Analisi del mercato dell'UFAG). Con la chiusura della ristorazione, durante il lockdown il consumo fuori casa ha lasciato il passo a quello casalingo. Anche dopo il primo allentamento delle misure, a maggio, il comportamento d'acquisto non è ritornato completamente alla normalità. Nel presente rapporto si analizza più approfonditamente come ha inciso la pandemia di Covid-19 sulla domanda di prodotti bio nel commercio al dettaglio svizzero.

Per analizzare l'evoluzione delle vendite e dei prezzi dei prodotti bio ne sono stati scelti alcuni rappresentativi dei settori carne, latte e latticini nonché frutta e verdura. In più sono stati presi in esame anche farina, patate e uova. Come base ci si è avvalsi dei dati rilevati da Nielsen Svizzera del panel combinato dei consumatori/commercio al dettaglio e di quelli raccolti tramite scanner.

Uova

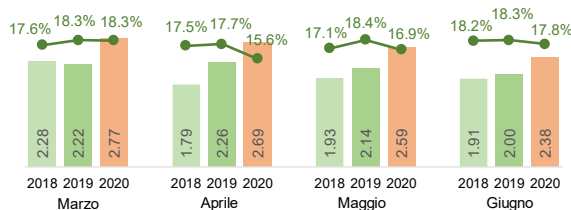
A marzo, nel commercio al dettaglio le vendite di uova crude bio sono aumentate di quasi il 25 per cento rispetto allo stesso mese dell'anno precedente; nel periodo aprile-giugno hanno segnato una crescita mensile del 20 per cento circa. A marzo le vendite di uova convenzionali sono aumentate proporzionalmente e perciò la quota bio è rimasta stabile al 18,3 per cento. Tra aprile e maggio, invece, ha subito un notevole calo rispetto al 2019 riconducibile essenzialmente all'offerta relativamente carente di uova bio. La scarsità

Metodologia

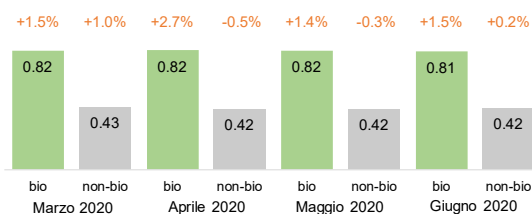
I prezzi sono unit values, ossia prezzi medi di diversi articoli di una categoria di prodotti, p.es. mozzarella. Se l'unit value della mozzarella aumenta, ciò può significare che i prezzi dei diversi articoli della categoria mozzarella sono aumentati e/o che è aumentato il volume di smercio di varietà a prezzo elevato o è diminuito il volume di smercio di varietà a basso prezzo.

Uova, crude

Volume delle vendite bio in Mio. pz. e quota bio in per cento nel commercio al dettaglio svizzero



Prezzo bio e non-bio in fr./pz. nel commercio al dettaglio svizzero e variazione in per cento rispetto al prezzo medio nel rispettivo mese degli anni 2018 e 2019



Fonte: Nielsen Svizzera, Panel dei consumatori/commercio al dettaglio come da def. UFAG

dell'offerta, oltre che al maggior consumo di uova da parte delle economie domestiche durante il lockdown, è dovuta fondamentale-mente all'aumento stagionale della domanda in concomitanza con la Pasqua. A questo proposito va rammentato che nel settore delle uova non si può procedere a un'espansione della produzione a breve termine per aumentare l'offerta. Inoltre, a differenza delle uova non bio non è stato neanche possibile coprire la domanda supplementare tramite un incremento delle importazioni e questo spiega la minore quota del mercato.

Nei mesi oggetto dell'analisi, i prezzi delle uova crude bio hanno segnato un rincaro compreso tra l'1,4 e il 2,7 per cento rispetto al prezzo medio degli stessi mesi degli anni

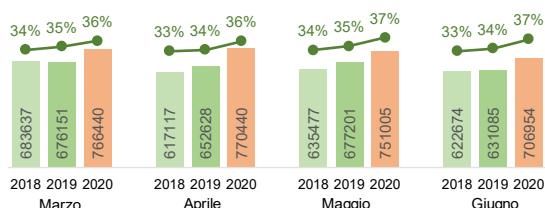
2018 e 2019. I prezzi delle uova non bio hanno registrato un aumento meno marcato e sono addirittura diminuiti nei mesi di aprile e maggio, anche perché per coprire la domanda supplementare sono state importate uova a prezzi più bassi.

Latte e latticini

Le vendite nel commercio al dettaglio dei latticini bio oggetto dell'analisi sono aumentate considerevolmente durante la crisi innescata dal coronavirus. Le vendite di Gruyère bio sono quasi raddoppiate a marzo e aprile rispetto all'anno precedente, quelle di mozzarella bio hanno segnato un aumento di oltre il 30 per cento, quelle di burro speciale del 40-50 per cento. Le vendite di latte di consumo

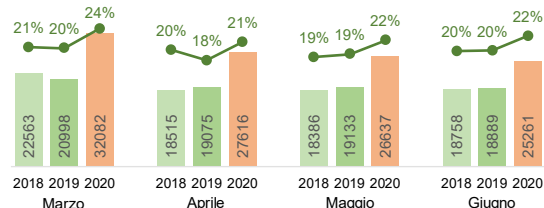
Latte di consumo pastorizzato

Volume delle vendite bio in litro e quota bio in per cento nel commercio al dettaglio svizzero

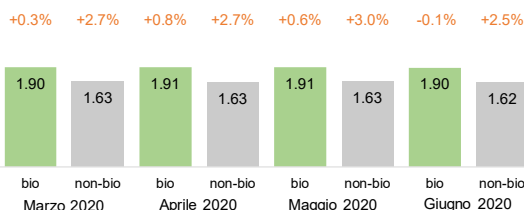


Burro speciale

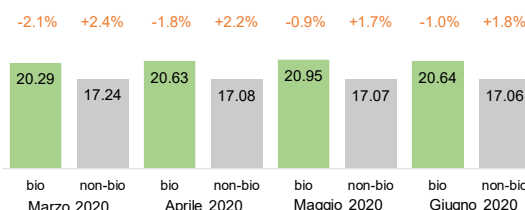
Volume delle vendite bio in kg e quota bio in per cento nel commercio al dettaglio svizzero



Prezzo bio e non-bio in fr./l nel commercio al dettaglio svizzero e variazione in per cento rispetto al prezzo medio nel rispettivo mese degli anni 2018 e 2019



Prezzo bio e non-bio in fr./kg nel commercio al dettaglio svizzero e variazione in per cento rispetto al prezzo medio nel rispettivo mese degli anni 2018 e 2019

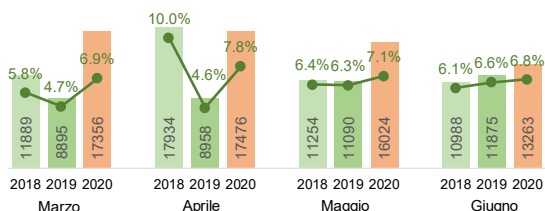


Fonte: Nielsen Svizzera, Panel dei consumatori/commercio al dettaglio come da def. UFAG

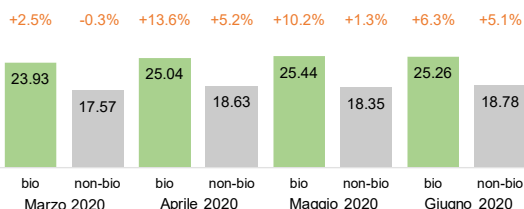
Fonte: Nielsen Svizzera, Panel dei consumatori/commercio al dettaglio come da def. UFAG

Gruyère

Volume delle vendite bio in kg e quota bio in per cento nel commercio al dettaglio svizzero



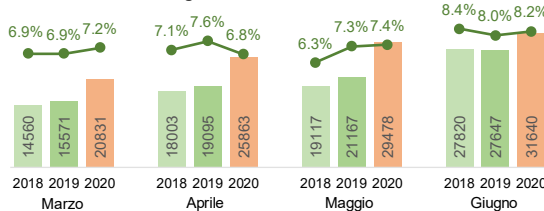
Prezzo bio e non-bio in fr./kg nel commercio al dettaglio svizzero e variazione in per cento rispetto al prezzo medio nel rispettivo mese degli anni 2018 e 2019



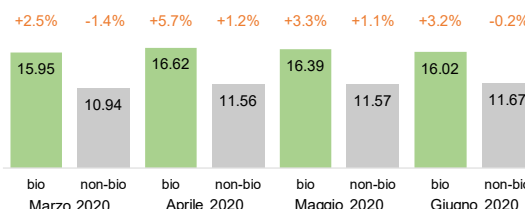
Fonte: Nielsen Svizzera, Panel dei consumatori/commercio al dettaglio come da def. UFAG

Mozzarella

Volume delle vendite bio in kg e quota bio in per cento nel commercio al dettaglio svizzero



Prezzo bio e non-bio in fr./kg nel commercio al dettaglio svizzero e variazione in per cento rispetto al prezzo medio nel rispettivo mese degli anni 2018 e 2019



Fonte: Nielsen Svizzera, Panel dei consumatori/commercio al dettaglio come da def. UFAG

pastorizzato bio sono cresciute del 13 per cento a marzo e del 18 per cento ad aprile. La domanda di latte pastorizzato bio è stata straordinariamente elevata, pertanto la quota bio a maggio e a giugno è aumentata al 37 per cento.

Anche lo smercio degli altri tre latticini oggetto dell'analisi ha segnato un aumento piuttosto straordinario e dunque anche la quota bio rispetto alle vendite totali di questi prodotti è risultata superiore alla norma. Da un lato la disponibilità di latticini bio era garantita, dall'altro la differenza di prezzo tra merce convenzionale e merce bio nel caso dei latticini non è particolarmente alta e questo si ripercuote sulla decisione d'acquisto. Anche dopo il lockdown, a giugno, le vendite bio sono rimaste

decisamente al di sopra del livello degli anni precedenti.

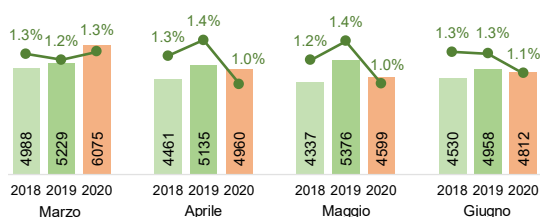
Il prezzo del latte pastorizzato bio è rimasto stabile rispetto al prezzo medio degli stessi mesi degli anni 2018 e 2019 mentre quello del burro speciale bio è leggermente diminuito. I prezzi del Gruyère e della mozzarella bio, invece, sono aumentati rispetto agli anni precedenti. Nei mesi marzo-giugno i prezzi medi della mozzarella bio hanno segnato un aumento del 2,5-5,7 per cento, quelli del Gruyère bio del 2,5-13,6 per cento.

Carne e prodotti carni

Nel segmento della carne, le vendite nel commercio al dettaglio dei prodotti bio oggetto dell'analisi non hanno segnato aumenti così

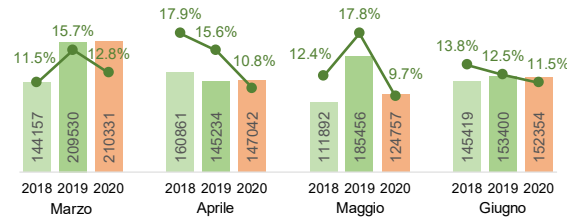
Petto di pollo

Volume delle vendite bio in kg e quota bio in per cento nel commercio al dettaglio svizzero

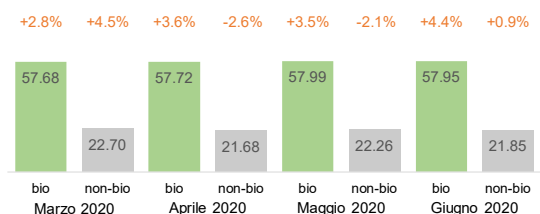


Macinata di manzo (hamburger, macinata, ecc.)

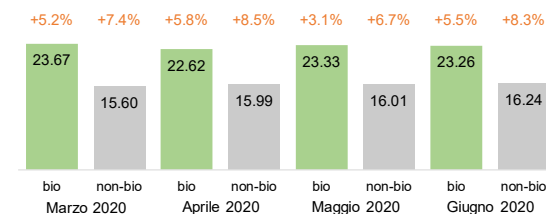
Volume delle vendite bio in kg e quota bio in per cento nel commercio al dettaglio svizzero



Prezzo bio e non-bio in fr./kg nel commercio al dettaglio svizzero e variazione in per cento rispetto al prezzo medio nel rispettivo mese degli anni 2018 e 2019



Prezzo bio e non-bio in fr./kg nel commercio al dettaglio svizzero e variazione in per cento rispetto al prezzo medio nel rispettivo mese degli anni 2018 e 2019

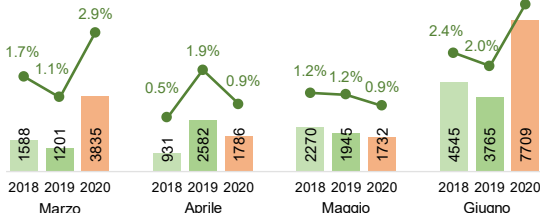


Fonte: Nielsen Svizzera, Panel dei consumatori/commercio al dettaglio come da def. UFAG

Fonte: Nielsen Svizzera, Panel dei consumatori/commercio al dettaglio come da def. UFAG

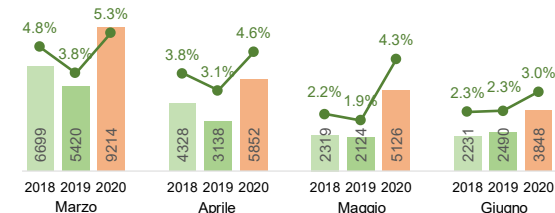
Scaloppina/bistecca di maiale

Volume delle vendite bio in kg e quota bio in per cento nel commercio al dettaglio svizzero

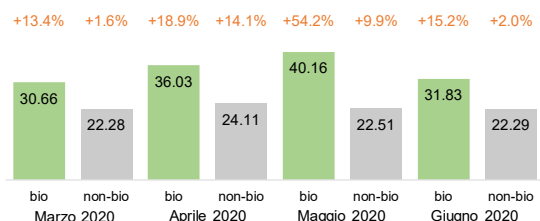


Wienerli

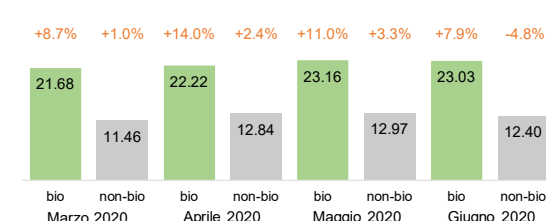
Volume delle vendite bio in kg e quota bio in per cento nel commercio al dettaglio svizzero



Prezzo bio e non-bio in fr./kg nel commercio al dettaglio svizzero e variazione in per cento rispetto al prezzo medio nel rispettivo mese degli anni 2018 e 2019



Prezzo bio e non-bio in fr./kg nel commercio al dettaglio svizzero e variazione in per cento rispetto al prezzo medio nel rispettivo mese degli anni 2018 e 2019



Fonte: Nielsen Svizzera, Panel dei consumatori/commercio al dettaglio come da def. UFAG

Fonte: Nielsen Svizzera, Panel dei consumatori/commercio al dettaglio come da def. UFAG

marcati come quelle delle altre categorie. Al contrario, per alcuni prodotti leader tipici del mercato della carne bio come i prodotti a base di macinata di manzo (hamburger, macinata, ecc.) a maggio e giugno le vendite sono state addirittura inferiori all'anno precedente. La stessa tendenza si è registrata anche per lo smercio di petto di pollo bio, eccezion fatta per il mese di marzo, e di scaloppine/bistecche di maiale, tranne nei mesi di marzo e giugno. Dato il minore smercio anche le quote bio sono diminuite perché le vendite di prodotti convenzionali sono state maggiori. Soltanto le vendite di wienerli bio sono costantemente cresciute da marzo a giugno. L'aumento è stato straordinariamente marcato rispetto ai wienerli convenzionali e di conseguenza la quota bio è cresciuta.

Secondo le stime degli esperti, l'evoluzione delle vendite di carne bio è stata fortemente influenzata dalla situazione relativa all'offerta di materia prima bio. La scarsa offerta di macinata e petto di pollo bio ha impedito una maggiore progressione delle vendite, mentre nel caso dei wienerli e delle scaloppine di maiale erano disponibili scorte sufficienti di materia prima bio.

I prezzi dei prodotti carnei bio oggetto dell'analisi hanno mostrato una netta tendenza al rialzo. Per il pollo di petto bio si sono registrati rincari fino al 4,4 per cento (giugno 2020) rispetto al prezzo medio degli stessi mesi degli anni 2018 e 2019. La macinata di manzo bio ha segnato rincari fino al 5,8 per cento (aprile 2020). I prezzi dei wienerli bio sono aumentati fino al 14 per cento (aprile 2020) e quelli delle scaloppine/bistecche di maiale addirittura fino al 54 per cento (maggio 2020). Le fluttuazioni di prezzo sono riconducibili, oltre che ai rincari effettivi, in particolare alle variazioni dello smercio dei prodotti in assortimento. Le categorie con un'ampia gamma di prodotti come quella della scaloppina/bistecca di maiale comprendono diverse qualità (bistecca di collo, di coscia, lombata) con diversi livelli di prezzi. Le variazioni della gamma di prodotti possono avere ripercussioni notevoli sul prezzo medio di queste categorie di prodotti.

Frutta e verdura

Le vendite di frutta bio durante la pandemia hanno avuto un'evoluzione particolarmente positiva. A marzo, lo smercio di agrumi bio, ad esempio, ha segnato un aumento del 38 per cento, ad aprile del 51 per cento, a maggio del 53 per cento e a giugno del 19 per cento rispetto allo stesso mese dell'anno precedente. Anche nel caso delle mele si osserva una tendenza analoga, seppure non così marcata.

Da marzo a giugno 2020 le vendite di mele bio hanno costantemente superato i livelli relativi alle mele convenzionali, mentre gli agrumi, a marzo e aprile, hanno fatto registrare una quota bio inferiore rispetto all'anno precedente. Questa situazione potrebbe essere riconducibile alle difficoltà di approvvigionamento a breve termine, soprattutto per la frutta d'importazione, a causa dell'improvvisa impennata delle vendite nel commercio al dettaglio.

I prezzi delle mele, sia bio sia convenzionali, sono rimasti in prevalenza al di sotto della media dei due anni precedenti. Ciò potrebbe essere dovuto al fatto che per coprire l'elevata domanda si è importato di più e le mele importate hanno notoriamente un prezzo più basso di quelle svizzere. Anche i prezzi degli agrumi convenzionali sono scesi nel periodo da marzo a maggio a fronte di un rincaro nel segmento bio.

A marzo e aprile si è registrata anche un'impennata delle vendite di carote bio, con un aumento del 40 per cento rispetto agli stessi mesi dell'anno precedente e una netta diminuzione delle scorte comparativamente elevate. Anche dopo il graduale allentamento delle misure, a maggio e giugno, il livello delle vendite bio è rimasto elevato ma senza scostarsi troppo da quello relativo alle vendite di merce convenzionale. Da maggio il prezzo delle carote ha segnato un ribasso, rispetto al prezzo medio del biennio precedente, riconducibile probabilmente al fatto che soprattutto nella seconda quindicina di maggio l'offerta di carote indigene è stata integrata con le importazioni. Durante la fase libera, le importazioni all'aliquota di dazio ridotta sono decisamente

cresciute rispetto agli anni precedenti. Un aumento estremo delle vendite è stato registrato per i prodotti ritenuti salutari, come ad esempio lo zenzero. A marzo le vendite di zenzero/curcuma bio sono aumentate del 110 per cento e sono rimaste a un livello decisamente elevato fino a giugno. L'evoluzione della quota bio ha seguito l'andamento degli anni passati. Il prezzo dei prodotti convenzionali ha segnato un forte ribasso mentre quello dello zenzero e della curcuma bio ad aprile e maggio ha superato di oltre il 4 per cento il prezzo medio degli stessi mesi del biennio precedente.

Patate

Le patate bio hanno segnato un record delle

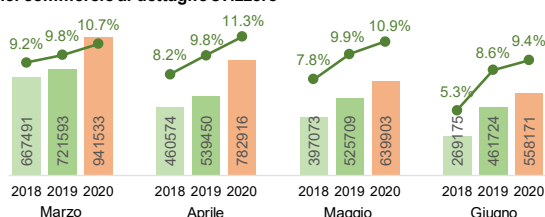
vendite durante il lockdown. Soprattutto a marzo quando si è verificata una corsa alle scorte e i consumatori ne hanno fatto incetta. Nel commercio al dettaglio le vendite di patate bio sono aumentate di un terzo rispetto a marzo 2019.

A maggio le vendite bio hanno subito una flessione e la quota bio è scesa decisamente al di sotto di quella degli anni precedenti. Ciò è riconducibile al fatto che le scorte di patate bio a maggio si erano esaurite. Da giugno lo smercio di patate bio si è nuovamente normalizzato.

A differenza delle patate convenzionali, il cui prezzo, tra marzo e giugno, è sceso al di sotto dei livelli del 2018 e 2019, quelle bio hanno segnato un rincaro del 7,4 per cento a marzo

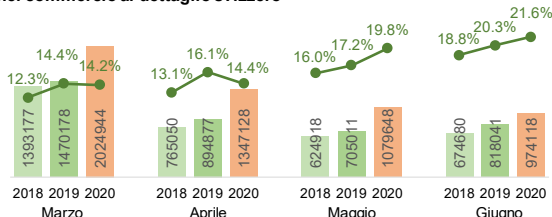
Mele

Volume delle vendite bio in kg e quota bio in per cento nel commercio al dettaglio svizzero

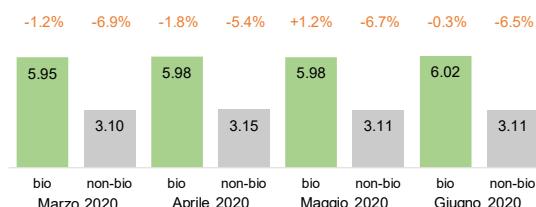


Agrumi

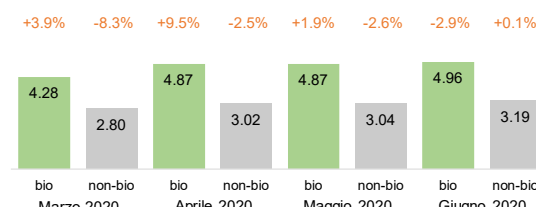
Volume delle vendite bio in kg e quota bio in per cento nel commercio al dettaglio svizzero



Prezzo bio e non-bio in fr./kg nel commercio al dettaglio svizzero e variazione in per cento rispetto al prezzo medio nel rispettivo mese degli anni 2018 e 2019



Prezzo bio e non-bio in fr./kg nel commercio al dettaglio svizzero e variazione in per cento rispetto al prezzo medio nel rispettivo mese degli anni 2018 e 2019

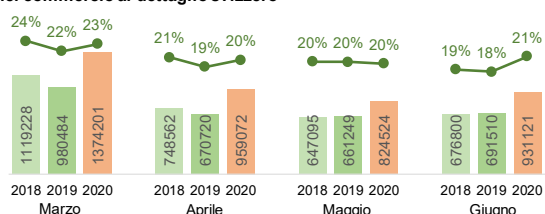


Fonte: Nielsen Svizzera, Panel dei consumatori/commercio al dettaglio come da def. UFAG

Fonte: Nielsen Svizzera, Panel dei consumatori/commercio al dettaglio come da def. UFAG

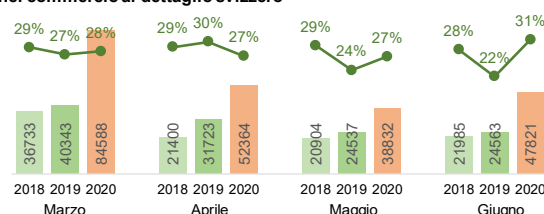
Carote, fresche

Volume delle vendite bio in kg e quota bio in per cento nel commercio al dettaglio svizzero

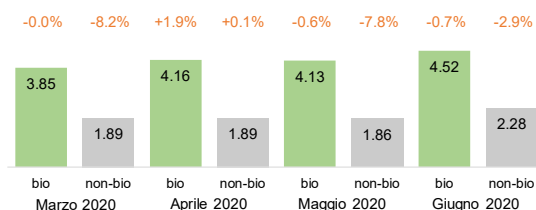


Zenzero/Curcuma

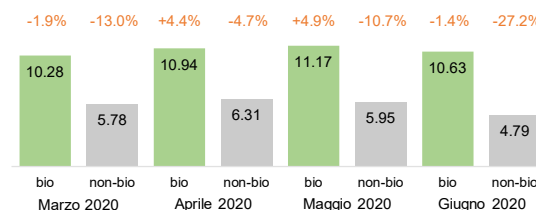
Volume delle vendite bio in kg e quota bio in per cento nel commercio al dettaglio svizzero



Prezzo bio e non-bio in fr./kg nel commercio al dettaglio svizzero e variazione in per cento rispetto al prezzo medio nel rispettivo mese degli anni 2018 e 2019



Prezzo bio e non-bio in fr./kg nel commercio al dettaglio svizzero e variazione in per cento rispetto al prezzo medio nel rispettivo mese degli anni 2018 e 2019

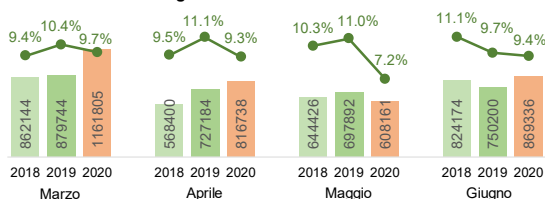


Fonte: Nielsen Svizzera, Panel dei consumatori/commercio al dettaglio come da def. UFAG

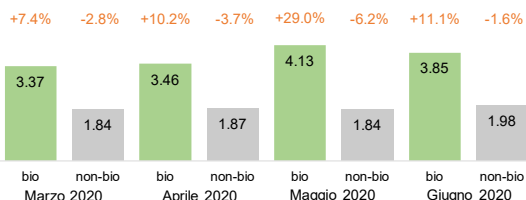
Fonte: Nielsen Svizzera, Panel dei consumatori/commercio al dettaglio come da def. UFAG

Patate, fresche

Volume delle vendite bio in kg e quota bio in per cento nel commercio al dettaglio svizzero



Prezzo bio e non-bio in fr./kg nel commercio al dettaglio svizzero e variazione in per cento rispetto al prezzo medio nel rispettivo mese degli anni 2018 e 2019



Fonte: Nielsen Svizzera, Panel dei consumatori/commercio al dettaglio come da def. UFAG

e del 29 per cento a maggio quando le scorte erano quasi esaurite.

Farina

Le vendite di farina bio durante il lockdown sono salite alle stelle; a marzo sono triplicate e ad aprile superavano ancora del 184 per cento il valore osservato ad aprile 2019. Anche a maggio e giugno le vendite hanno segnato rispettivamente +102 e +76 per cento. A marzo la quota bio rispetto alle vendite totali è rimasta praticamente stabile sui valori degli anni precedenti. Tra aprile e giugno, invece, è notevolmente cresciuta. Non è chiaro in che misura le difficoltà di approvvigionamento a breve termine di farina convenzionale dovute alla corsa agli acquisti verificatasi all'inizio della crisi abbiano inciso sull'evoluzione delle vendite di farina bio. Di fatto la produzione si

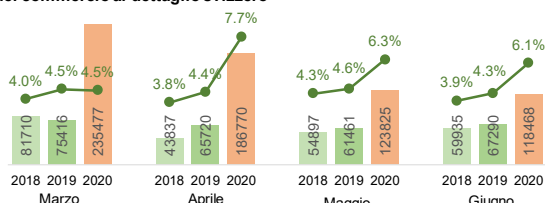
è concentrata sui problemi di fornitura e soltanto in un secondo tempo è ripresa la produzione di farine speciali tra cui anche quella bio. Tuttavia, il fatto che la quota bio da aprile a giugno sia stata notevolmente superiore all'anno precedente indica che la domanda di farina bio è cresciuta.

A differenza della farina bianca convenzionale, che nei mesi analizzati ha segnato un notevole rincaro rispetto al biennio precedente, quella bio non ha seguito un andamento dei prezzi così regolare.

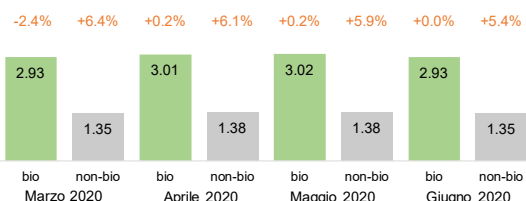
Anche le vendite di farina di spelta bio a marzo sono raddoppiate rispetto al 2019. Ad aprile sono crollate a causa dello stop della produzione di farine speciali per problemi di capacità, per poi tornare a crescere a maggio del 35 per cento e a giugno del 24 per cento rispetto all'anno precedente, anche se le scorte di spelta bio si sono esaurite in primavera e non è stato possibile approvvigionarsi fino al nuovo raccolto. Per la farina di spelta convenzionale vi sono state meno limitazioni e quindi si è registrato un aumento dello smercio ancora più marcato rispetto a quello della farina di spelta bio. Ciò è riconducibile alla netta diminuzione della quota bio tra marzo e giugno rispetto agli anni precedenti. La penuria di spelta bio ad aprile e maggio si è tradotta anche in un rincaro del 17,6 e del 10,7 per cento rispetto al prezzo medio degli stessi mesi degli anni 2018 e 2019. Il prezzo della farina di spelta convenzionale ha segnato un rincaro decisamente più contenuto,

Farina bianca

Volume delle vendite bio in kg e quota bio in per cento nel commercio al dettaglio svizzero



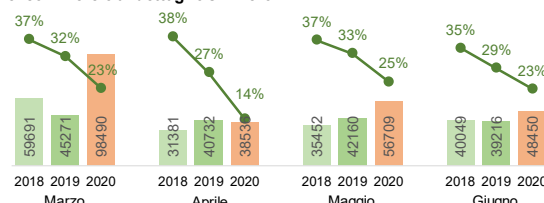
Prezzo bio e non-bio in fr./kg nel commercio al dettaglio svizzero e variazione in per cento rispetto al prezzo medio nel rispettivo mese degli anni 2018 e 2019



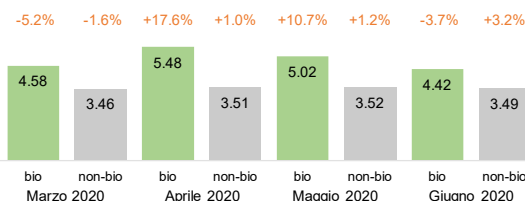
Fonte: Nielsen Svizzera, Panel dei consumatori/commercio al dettaglio come da def. UFAG

Farina di spelta

Volume delle vendite bio in kg e quota bio in per cento nel commercio al dettaglio svizzero



Prezzo bio e non-bio in fr./kg nel commercio al dettaglio svizzero e variazione in per cento rispetto al prezzo medio nel rispettivo mese degli anni 2018 e 2019



Fonte: Nielsen Svizzera, Panel dei consumatori/commercio al dettaglio come da def. UFAG

eccezion fatta per il mese di giugno.

Conclusioni

Durante i mesi di crisi le vendite di tutti i prodotti bio considerati sono aumentate. Nei casi in cui la disponibilità era data, l'incremento è stato addirittura straordinario rispetto allo smercio di prodotti convenzionali e di conseguenza la quota bio è cresciuta. Questa situazione potrebbe essere riconducibile anche alle difficoltà logistiche che all'inizio della pandemia non hanno consentito di far fronte alla corsa agli acquisti costringendo i consumatori ad acquistare i prodotti bio, gli unici ancora disponibili tra gli scaffali vuoti dei supermercati. Al contrario, la difficoltà nel reperire certi prodotti bio come uova, carne macinata o spelta non ha consentito di coprire totalmente la domanda. È difficile individuare i motivi della crescita straordinariamente più marcata delle vendite bio basandosi soltanto sulle cifre. Un'altra spiegazione potrebbe essere che i consumatori, associando la qualità bio a un'alimentazione sana e considerando i rischi per la salute legati al Covid-19, abbiano deciso di acquistare prevalentemente prodotti

bio. Inoltre è generalmente noto che nel settore della ristorazione la domanda di prodotti bio è più bassa. Il principale canale di smercio dei prodotti bio è il commercio al dettaglio. Con la chiusura del settore della ristorazione si è verificata una crescita superiore alla media della domanda di prodotti bio nel commercio al dettaglio.

Eccezion fatta per burro speciale, mele e carote e farina bianca tutti gli altri prodotti bio presi in esame hanno evidenziato una chiara tendenza all'aumento dell'unit value o dei prezzi medi rispetto ai due anni precedenti. Ciò è riconducibile alla minore attività promozionale che si è bloccata a causa della crisi. Un altro motivo potrebbe essere stata la variazione della gamma di prodotti anche se nel segmento bio l'assortimento degli articoli è perlopiù significativamente più piccolo rispetto al segmento convenzionale con molti prodotti di marca e a prezzo alto ma anche altrettanti prodotti convenienti che potrebbero averli sostituiti durante le difficoltà di approvvigionamento.

Paniere delle merci: bio e non bio a confronto

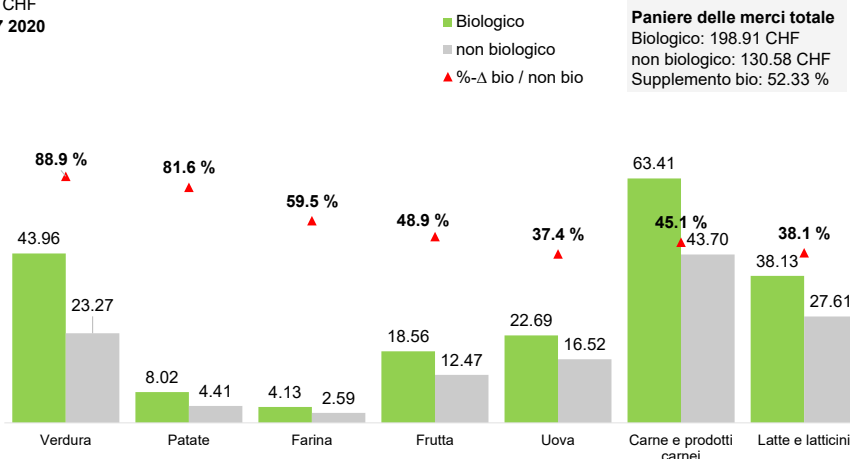
| In CHF | Bio | | | | | Non bio | | | | |
|--|---------------|---------------|---------------|---------------------|---------------------|---------------|---------------|---------------|---------------------|---------------------|
| | 07 2019 | 06 2020 | 07 2020 | %-Δ anno precedente | %-Δ mese precedente | 07 2019 | 06 2020 | 07 2020 | %-Δ anno precedente | %-Δ mese precedente |
| Latte | 37.58 | 38.13 | 38.13 | +1.5 | 0.0 | 27.16 | 27.87 | 27.61 | +1.7 | -0.9 |
| Carne | 62.24 | 63.30 | 63.41 | +1.9 | +0.2 | 44.12 | 44.75 | 43.70 | -0.9 | -2.3 |
| Uova da allevamento all'aperto, fresche | 23.11 | 23.06 | 22.69 | -1.8 | -1.6 | 16.68 | 16.11 | 16.52 | -1.0 | +2.6 |
| Patata da tavola | 7.73 | 7.02 | 8.02 | +3.8 | +14.2 | 4.59 | 4.21 | 4.41 | -3.9 | +4.8 |
| Frutta | 18.48 | 18.46 | 18.56 | +0.4 | +0.6 | 12.35 | 12.20 | 12.47 | +1.0 | +2.2 |
| Verdura | 44.19 | 46.40 | 43.96 | -0.5 | -5.3 | 25.33 | 25.29 | 23.27 | -8.1 | -8.0 |
| 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 | 197.46 | 200.49 | 198.91 | +0.7 | -0.8 | 132.82 | 133.02 | 130.58 | -1.7 | -1.8 |

* A causa della modifica del calcolo dei prezzi, si sono effettuate correzioni con effetto retroattivo per i prezzi della farina. In tali prezzi non sono più contenuti prodotti economici o dei discount.

Per maggiori informazioni sul confronto tra panieri delle merci cliccare [qui](#).

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
07 2020



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 Scalloppine di manzo
- 60 g Bistecche di vitello (lombata)
- 40 g Scalloppine di vitello (coscia)
- 170 g Bistecche di maiale (lonza)
- 210 g Cotolette di maiale
- 180 g Scalloppine 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 Fannose

Frutta

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

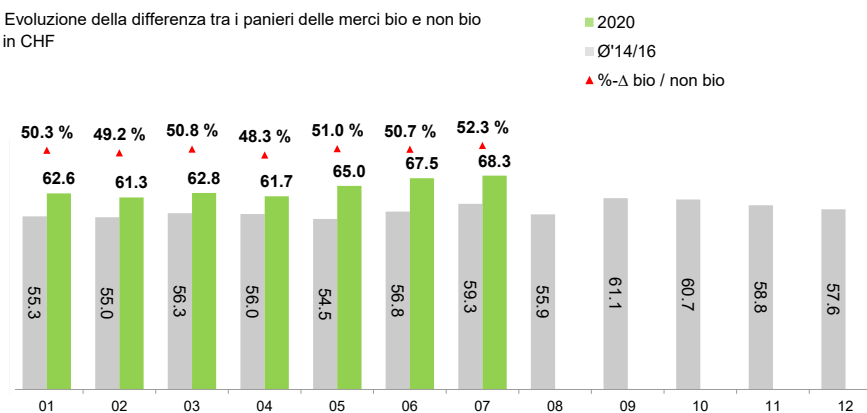
Verdura

- 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 Pom
- 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. Per l'ordinazione vedasi: www.blw.admin.ch

Per responsabilità, protezione dei dati, copyright, eccetera vedasi: www.disclaimer.admin.ch