

**IL SETTORE BIO
IN CIFRE
2021**



BIOSUISSE

Indice.

A – Aziende e superficie utile biologica nel 2021.

Il numero delle aziende Gemma in Svizzera e nel Principato del Liechtenstein continua a crescere: nel 2021 la produzione di 7'216 aziende agricole è avvenuta secondo le direttive di Bio Suisse. Sono 94 in più rispetto al 2020.

Fig. 1	Numero di aziende bio in Svizzera e nel Principato del Liechtenstein	2, 3
Fig. 2	Sviluppo delle superfici utili biologiche	4

B – Fatturato dei prodotti bio per anno e per canale commerciale.

Nel 2021 il fatturato derivante dai prodotti alimentari bio è aumentato a CHF 4,005 miliardi. La quota di mercato dei prodotti biologici nell'intero mercato alimentare in Svizzera mantiene un livello elevato e si attesta al 10,9 %.

Fig. 3	Mercato bio in Svizzera: fatturato totale	5
Fig. 4	Mercato bio in Svizzera: sviluppo nei vari canali commerciali	6
Fig. 5	Notorietà e valori del marchio Gemma	7

C – Quote di mercato di prodotti bio selezionati.

I prodotti freschi rimangono il segmento più importante con CHF 1,683 miliardi. I beni di consumo confezionati hanno registrato un aumento sia del fatturato che della quota di mercato. L'elevato livello del 2020 è stato confermato. I prodotti bio inseriti più frequentemente nel carrello restano le uova, il pane e la verdura. Nel mercato bio i maggiori contributori al fatturato rimangono i latticini.

Fig. 6	Valori e quote di mercato delle vendite bio all'interno del mercato alimentare	8
Fig. 7	Sviluppo percentuale del mercato bio in Svizzera	9
Fig. 8	Mercato bio in Svizzera: sviluppo del mercato bio e quote bio dal 2019 al 2021	10
Fig. 9	Latticini: sviluppo del mercato bio e quote bio dal 2019 al 2021	11, 12, 13
Fig. 10	Frutta e verdura: sviluppo del mercato bio e quote bio dal 2019 al 2021	14
Fig. 11	Verdura, insalata e patate: sviluppo del mercato bio e quote bio dal 2019 al 2021	15
Fig. 12	Pane, prodotti da forno e uova: sviluppo del mercato bio e quote bio dal 2019 al 2021	16
Fig. 13	Carne e pesce: sviluppo del mercato bio e quote bio dal 2019 al 2021	17

D – Licenziatari, lavorazione e importazioni presso Bio Suisse.

Sempre più aziende operanti nel settore alimentare scelgono il marchio Gemma. Nel 2021 Bio Suisse ha raggiunto un nuovo picco e ha controllato in totale 2'475 domande di licenza.

Fig. 14	Numero di licenziatari e domande di licenza	18, 19
Fig. 15	Numero delle aziende estere certificate in base alle direttive Bio Suisse	20
Fig. 16	Importazioni sulla base delle direttive Bio Suisse e relativa origine	21, 22, 23, 24, 25

Fig. 1a

Aziende bio sul totale di aziende agricole presenti in Svizzera e nel Principato del Liechtenstein.

Il 16,8% di tutte le aziende agricole svizzere aventi diritto a pagamenti diretti sono aziende bio. Nel 2021 la produzione di 7'216 aziende è avvenuta secondo le direttive di Bio Suisse.

	Aziende Gemma 2021*	Nuove registrazioni nel 2022*	Tutte le aziende (bio e conv.)**	Aziende bio Gemma e conform. all'Ordinanza sull'agricoltura biologica***	Percentuale di aziende bio**
BE	1'358	47	9'420	1'371	14,6%
GR	1'232	9	2'026	1'294	63,9%
SG	476	13	3'407	485	14,2%
ZH	455	23	2'714	427	15,7%
LU	455	14	4'149	448	10,8%
TG	370	18	2'024	346	17,1%
VD	363	32	2'938	354	12,0%
AG	300	24	2'442	283	11,6%
VS	268	12	2'387	346	14,5%
FR	221	8	2'360	221	9,4%
JU	188	8	915	187	20,4%
OW	183	2	554	188	33,9%
SO	169	8	1'117	171	15,3%
SZ	165	5	1'388	170	12,2%
BL	163	1	764	148	19,4%
AR	134	6	592	131	22,1%
TI	132	6	693	153	22,1%
NE	115	3	676	109	16,1%
GL	91	2	325	97	29,8%
ZG	86	1	479	91	19,0%
NW	68	2	398	81	20,4%
GE	61	8	243	44	18,1%
UR	51	0	507	61	12,0%
SH	41	1	445	38	8,5%
AI	22	0	407	26	6,4%
BS	9	0	8	4	50,0%
SVIZZERA	7'176	253	43'378	7'274	16,8%
FL	40	4	99	40	40,4%
Totale	7'216	257	43'477	7'314	16,8%

* Incl. serricoltori e aziende Gemma non aventi diritto a pagamenti diretti.

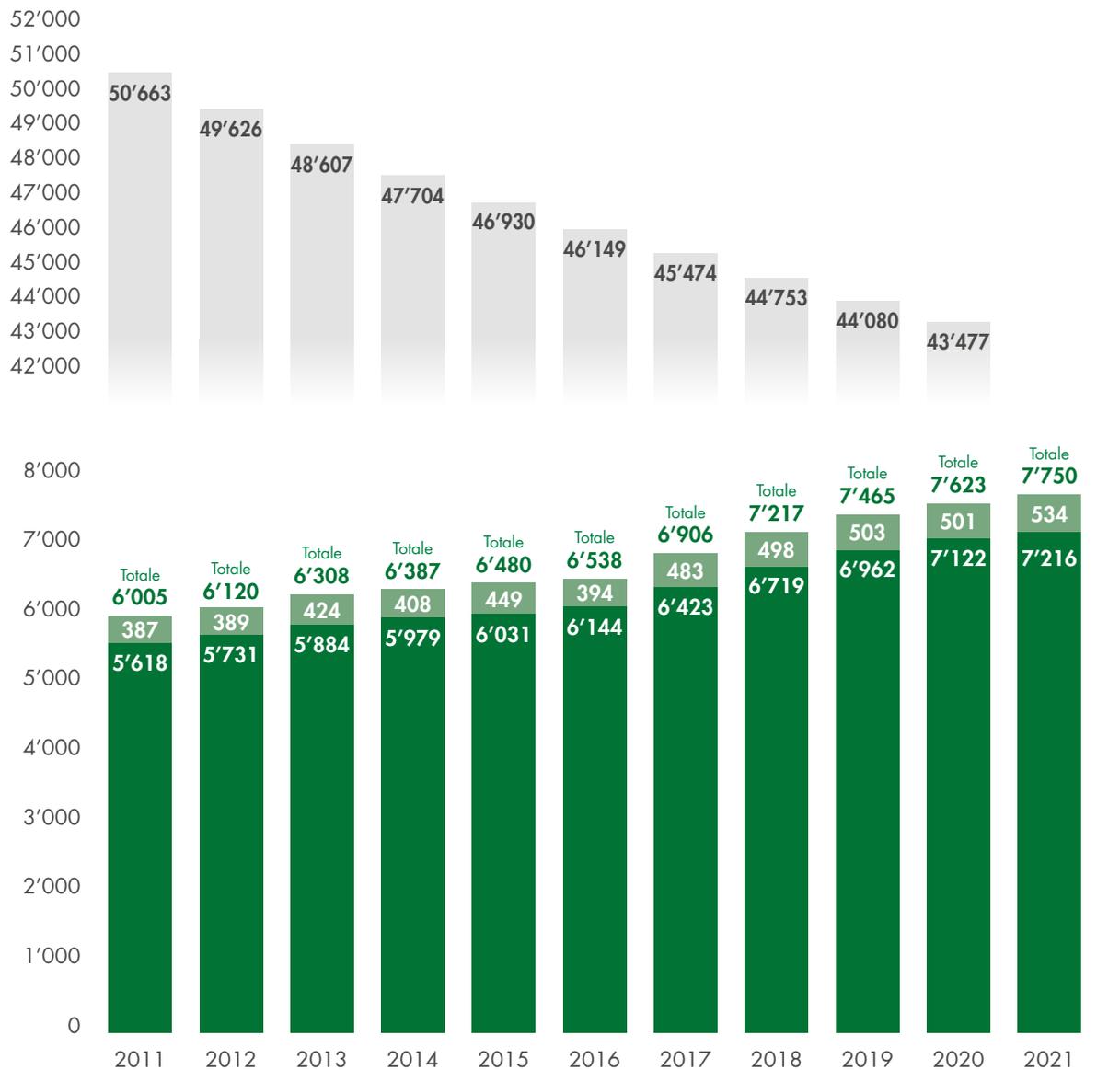
** Solo aziende aventi diritto a pagamenti 2020, fonte: UFAG 2021.

*** Solo aziende aventi diritto a pagamenti 2020, fonte: Rapporto agricolo 2021, Politica, Contributi per i sistemi di produzione (agrarbericht.ch/it/politica/pagamenti-diretti/contributi-per-i-sistemi-di-produzione).

Fonte: Bio Suisse

Fig. 1b Numero di aziende bio in Svizzera e nel Principato del Liechtenstein dal 2011 al 2021.

Alla fine del 2021 risultavano registrate in Svizzera 7'750 aziende bio (aventi diritto e non aventi diritto a pagamenti diretti), di cui il 93 %, ovvero 7'216 aziende, opera secondo le direttive di Bio Suisse: in tutto 94 aziende in più rispetto al 2020.



Aziende Gemma

Fonte: Bio Suisse

Aziende che rispettano l'Ordinanza sull'agricoltura biologica

Fonte: Uffici di controllo

Totale aziende agricole svizzere

Fonte:
Ufficio federale dell'agricoltura UFAG

Fig. 2a Sviluppo delle superfici utili espresso in 1'000 di ha.

Nel 2021 le superfici agricole coltivate in modo biologico sono aumentate di 4'970 ettari. In Svizzera e nel Principato del Liechtenstein la superficie totale coltivata in regime biologico è di 177'060 ettari.

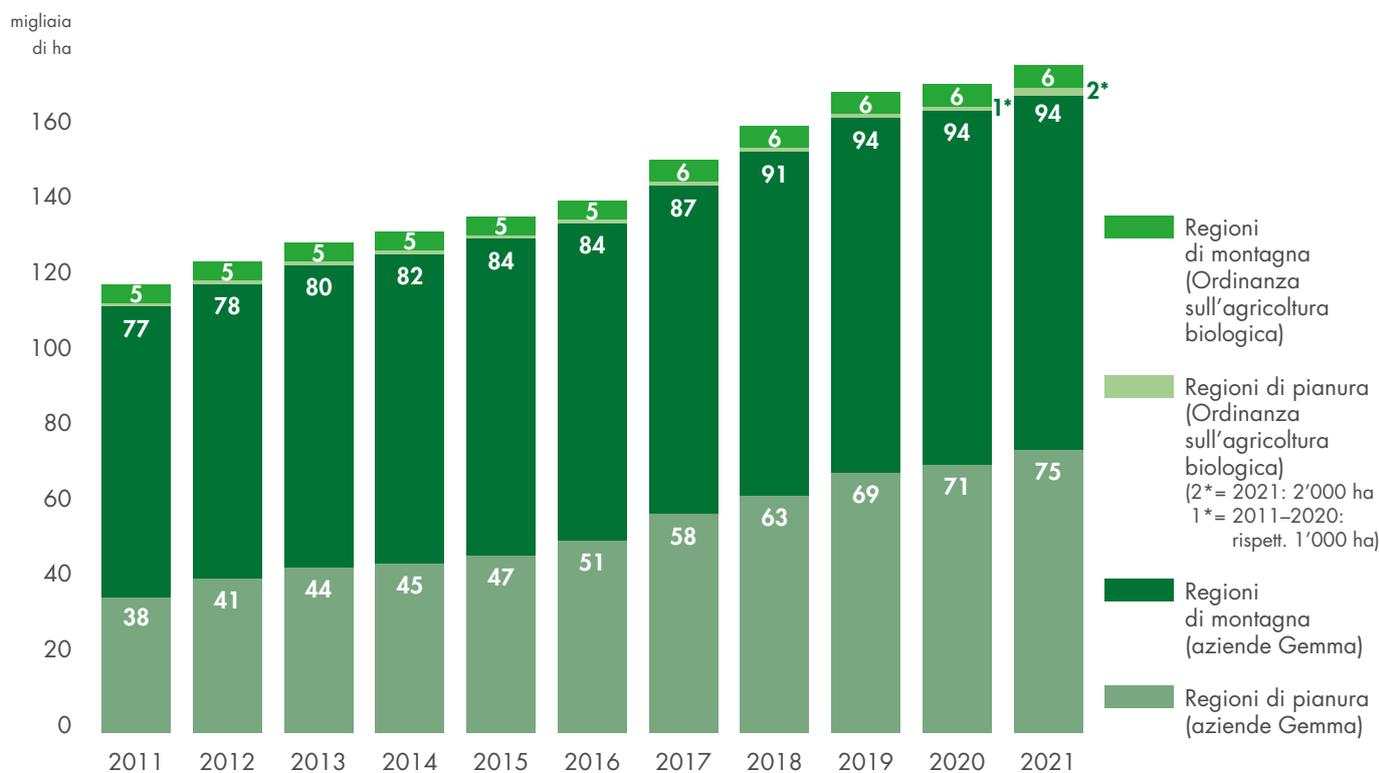
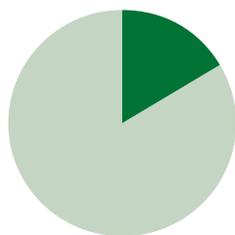


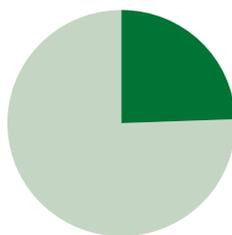
Fig. 2b Percentuale di superficie coltivata in modo biologico sul totale di superficie agricola utile (SAU).

Nel 2021 la percentuale di superficie utile biologica totale è leggermente aumentata e si attesta al 17%. Nelle regioni di pianura il 12% della superficie agricola utile (SAU) viene coltivato in regime biologico, mentre nelle aree di montagna si tratta di quasi un quarto.

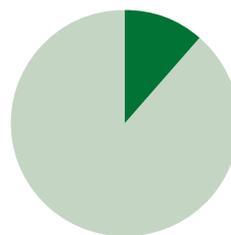
Percentuale bio su SAU totale
17%



Percentuale bio nelle regioni di montagna
24,7%



Percentuale bio nelle regioni di pianura
12%



● Superficie bio

Fonte: Bio Suisse

Fig. 3a **Mercato bio in Svizzera: fatturato totale espresso in milioni di franchi dal 2016 al 2021.**

Il bio varca la soglia dei 4 miliardi di fatturato. Malgrado l'elevata crescita dell'anno precedente, è stato possibile portare il fatturato a CHF 4,005 miliardi.

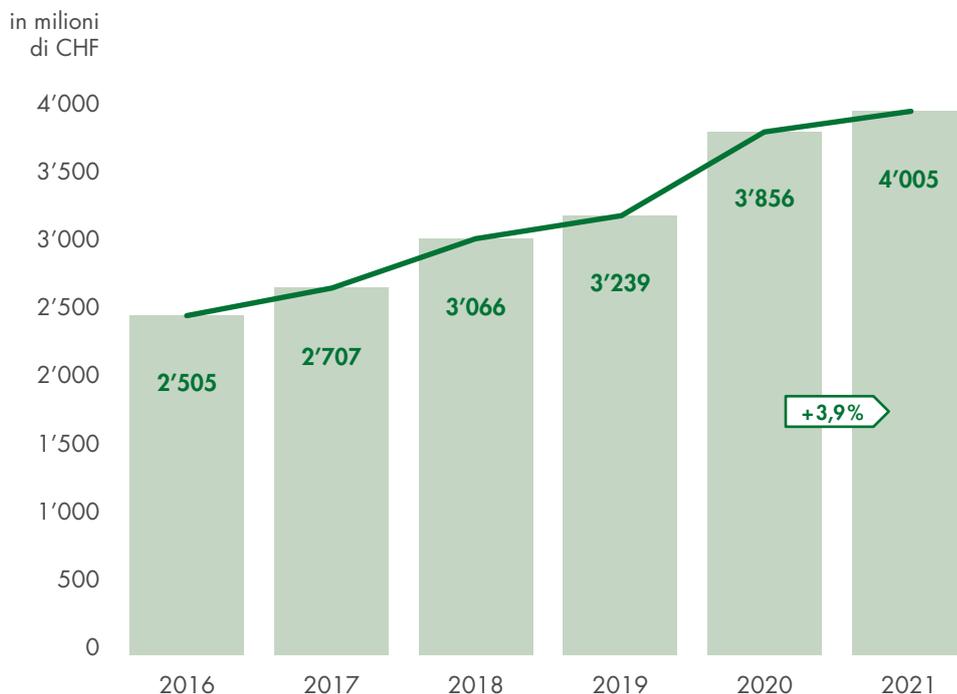


Fig. 3b **Mercato bio in Svizzera: consumo pro capite, dal 2016 al 2021.**

Il consumo pro capite, pari a CHF 459, registra un altro nuovo record.



Fonte: Bio Suisse

Fig. 4 Mercato bio in Svizzera: sviluppo nei vari canali commerciali dal 2016 al 2021.

Il fatturato nei canali commerciali continua la sua crescita. Nessun commerciante è riuscito a riconfermare le elevate cifre dell'anno precedente. Mentre i leader di mercato Coop e Migros sono riusciti a crescere moderatamente mantenendo un alto livello, gli altri commercianti al dettaglio e la vendita diretta hanno registrato una crescita superiore alla media.

Canale commerciale	2016 fatt. in mio di CHF	2017 fatt. in mio di CHF	2018 fatt. in mio di CHF	2019 fatt. in mio di CHF	2020 fatt. in mio di CHF	2021 fatt. in mio di CHF	2021 rispetto % anno prec.	2021 QM in %
Coop ^a	1'118	1'199	1'394	1'428	1'628	1'651	1,4	41,2
Migros ^b	808	889	990	1'047	1'211	1'249	3,2	31,2
Altri commercianti al dettaglio ^c	101	112	149	198	294	350	12,9	8,7
Commercio specializzato biologico ^d	272	275	287	303	370	371	0,2	9,3
Grandi magazzini e rivenditori specializzati ^e	74	89	87	94	134	136	1,6	3,4
Vendita diretta ^f	132	144	160	169	220	248	12,0	6,2
Totale mercato biologico	2'505	2'707	3'066	3'239	3'856	4'005	3,9	100,0

a: Coop nel suo complesso; **b:** Migros escl. online; **c:** Volg, Spar, discount, shop online; **d:** negozi bio; **e:** Manor, Globus, stima panetterie, macellerie ecc.; **f:** negozi delle fattorie

I fatturati di Nielsen e di Bio Suisse non sono calcolati sulla stessa base dati: i dati di Nielsen si basano infatti sulle cifre scansionate del pannello relativo ai commercianti al dettaglio, mentre quelli di Bio Suisse sulle informazioni inviate direttamente dai partner commerciali. Nel caso di Bio Suisse le cifre includono i fatturati come ad esempio quelli dei rivenditori specializzati, dei venditori diretti e del commercio online, che invece mancano completamente nel caso di Nielsen, e quindi anche in tutte le tabelle riferite a Nielsen.

Fonte: Bio Suisse

Fig. 5 Notorietà e valori del marchio Gemma.

La Gemma gode della stima dei consumatori. Inoltre continua ad avere un'elevata notorietà ed è riuscita ad aumentare i valori del marchio rispetto all'anno precedente.

Notorietà.



La notorietà della
Gemma è pari a

81 %

Valori del marchio.

**Fiducia nella
qualità biologica**

87 %

+11%

rispetto all'anno prec.

**Biodiversità/
varietà della specie**

80 %

+9%

rispetto all'anno prec.

**Naturale/
ecosostenibile**

88 %

+7%

rispetto all'anno prec.



BIO

**Benessere
degli animali**

77 %

+7%

rispetto all'anno prec.

Sostenibile

84 %

+8%

rispetto all'anno prec.

Fonte: Bio Suisse

Fig. 6

Valori e quote di mercato delle vendite bio all'interno del mercato alimentare.

La quota di mercato dei prodotti bio ha mantenuto il suo livello elevato. Le percentuali delle singole categorie di prodotti sono aumentate. In primo luogo prodotti convenienza freschi, categorie di prodotti surgelati, bevande e pane fresco.

Totale Svizzera	in milioni di CHF	Percentuale bio in %	Crescita vs anno precedente in %
Paniere totale	2'769,1	10,9%	+0,6%
Prodotti freschi	1'682,7	13,6%	-0,9%
Beni di consumo confezionati	1'086,4	8,4%	+3,0%
Uova	103,6	29,2%	-3,6%
Pane fresco	226,0	26,3%	+3,2%
Verdura/insalata/patate	370,5	23,8%	-5,0%
Frutta	294,7	19,4%	+0,9%
Colazione, contorni, prodotti per gli animali	347,0	17,1%	+1,0%
Convenienza, freschi	227,3	12,4%	+6,5%
Latticini, formaggio	404,8	11,4%	+0,0%
Convenienza, conservati	154,9	10,2%	+0,2%
Carne, pesce (senza surgelati)	283,1	6,2%	-0,3%
Categorie di prodotti surgelati	56,7	6,0%	+5,6%
Altri tipi di pane e prodotti da forno	64,9	5,6%	+1,6%
Totale bibite	159,0	4,5%	+6,2%
Dolci e snack salati	76,6	3,9%	+1,4%

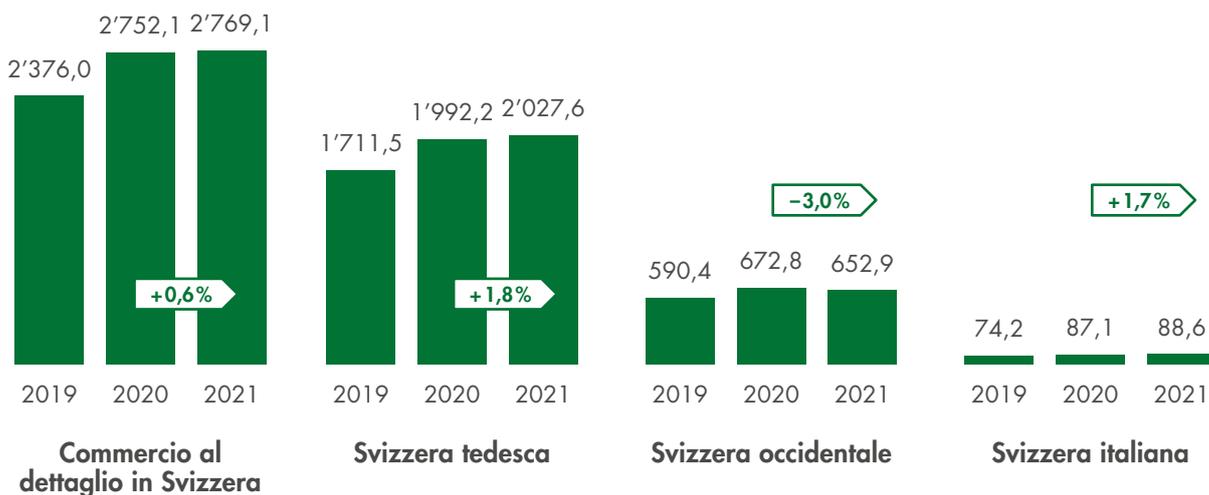
I fatturati di Nielsen e di Bio Suisse non sono calcolati sulla stessa base dati: i dati di Nielsen si basano infatti sulle cifre scansionate del pannello relativo ai commercianti al dettaglio, mentre quelli di Bio Suisse sulle informazioni inviate direttamente dai partner commerciali. Nel caso di Bio Suisse le cifre includono i fatturati come ad esempio quelli dei rivenditori specializzati, dei venditori diretti e del commercio online, che invece mancano completamente nel caso di Nielsen, e quindi anche in tutte le tabelle riferite a Nielsen.

Fonte: Nielsen

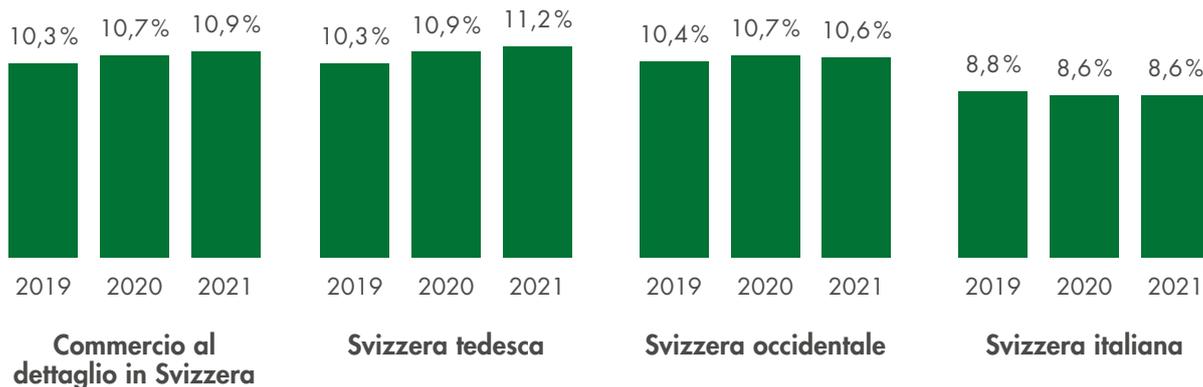
Fig. 7 Sviluppo percentuale del mercato bio in Svizzera.

I fatturati bio restano costanti in tutta la Svizzera. La Svizzera tedesca e la Svizzera italiana hanno potuto registrare anche nel 2021 una leggera crescita del fatturato.

Vendite bio: fatturati espressi in milioni di CHF.



Valori percentuali bio sul fatturato totale del mercato alimentare.

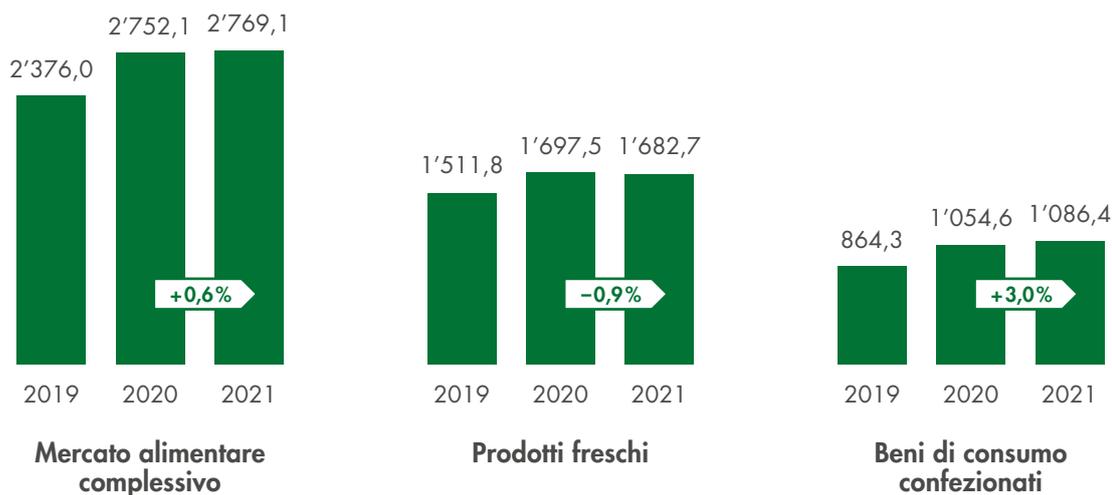


Fonte: Nielsen

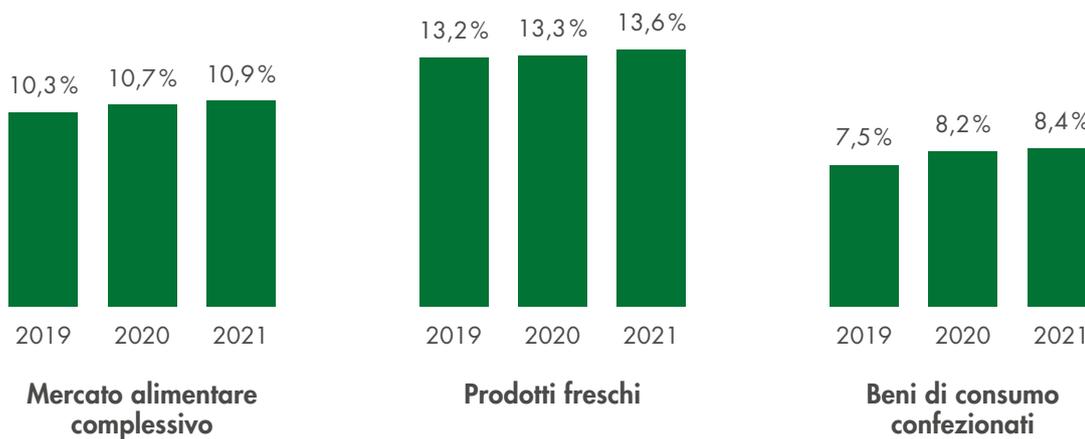
Fig. 8 Mercato bio in Svizzera: sviluppo del mercato bio e quote bio dal 2019 al 2021.

I prodotti freschi rimangono il segmento più importante con quasi CHF 1,683 miliardi. I beni di consumo confezionati hanno registrato un aumento sia del fatturato che della quota di mercato. L'elevato livello del mercato complessivo è stato confermato.

Vendite bio: fatturati espressi in milioni di CHF.



Valori percentuali bio sul fatturato totale del mercato alimentare.



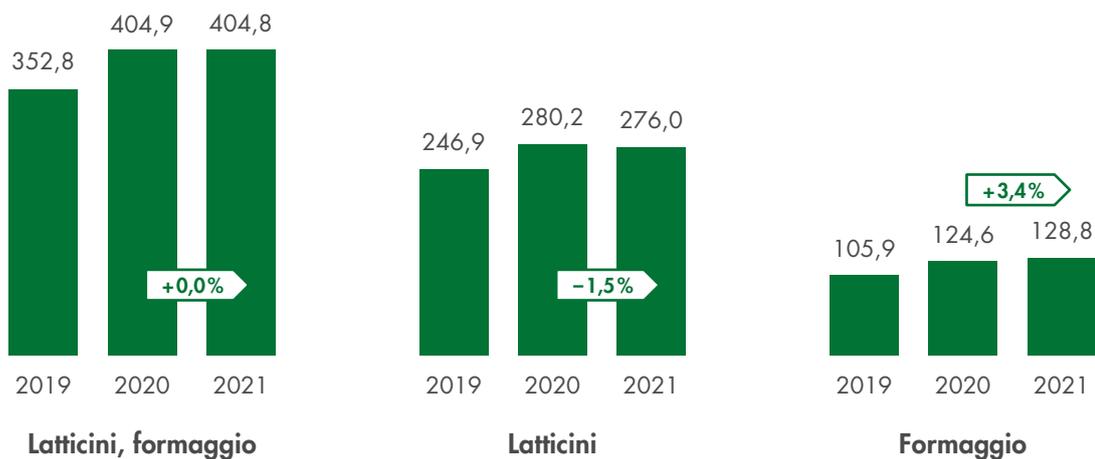
Fonte: Nielsen

Fig. 9a

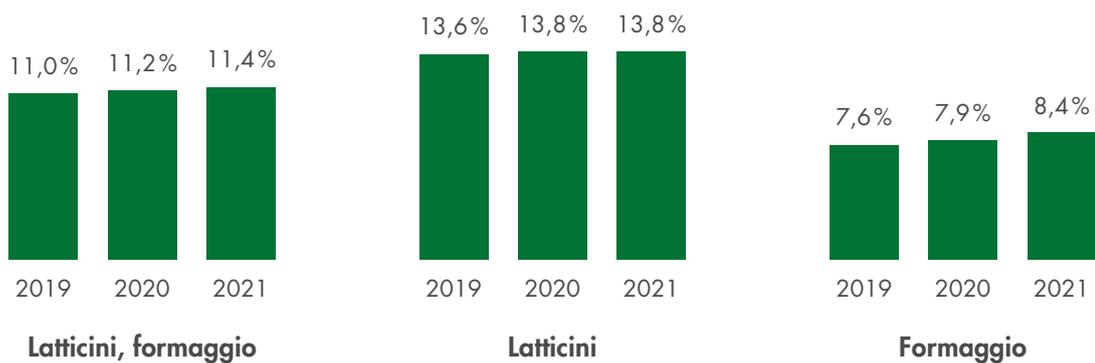
Latticini: sviluppo del mercato bio e quote bio dal 2019 al 2021.

Nel mercato bio i maggiori contributori al fatturato rimangono i latticini. Insieme al formaggio hanno generato un fatturato di quasi CHF 405 milioni, mantenendo l'elevato livello dell'anno precedente.

Vendite bio: fatturati espressi in milioni di CHF.



Valori percentuali bio sul fatturato totale del gruppo merci.



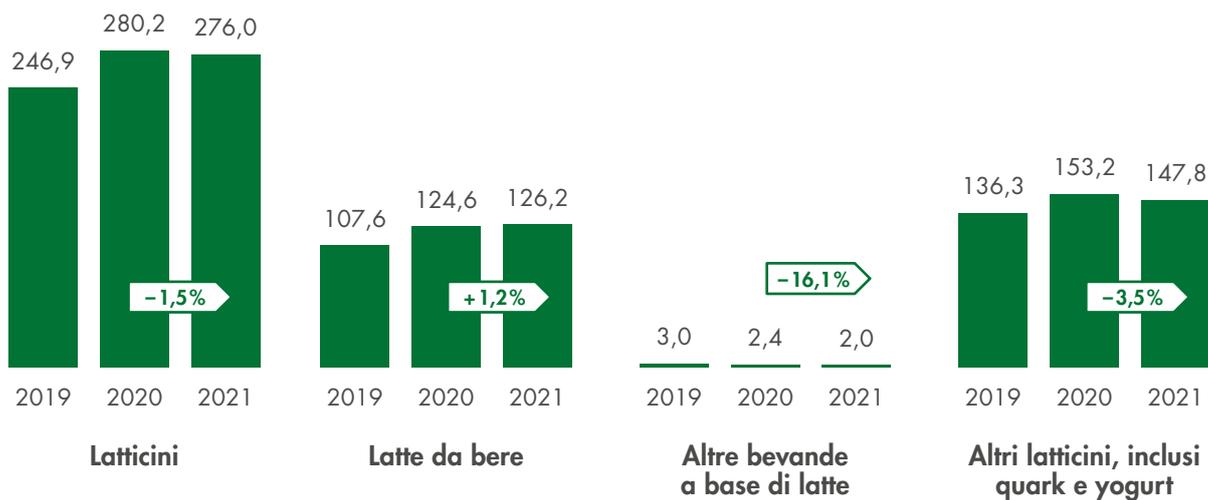
Fonte: Nielsen

Fig. 9b

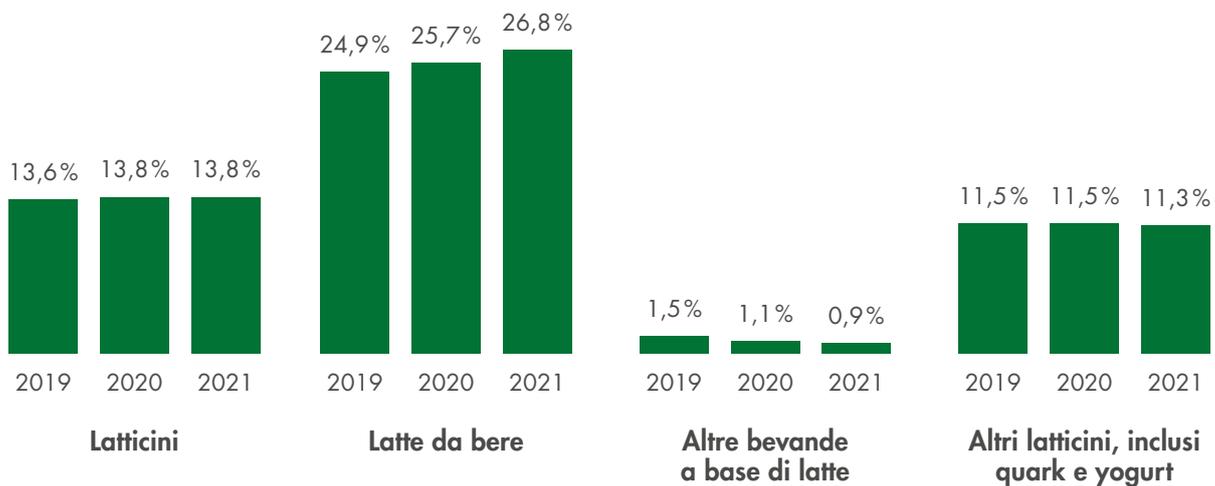
Latticini: latte da bere e altre bevande a base di latte nonché quark, yogurt e altri latticini.

Il fatturato dei latticini, formaggio escluso, è leggermente diminuito rispetto all'anno precedente. Il latte da bere ha registrato una lieve crescita. Con una quota di mercato pari quasi al 27 % il latte da bere figura tra le principali categorie di prodotti.

Vendite bio: fatturati espressi in milioni di CHF.



Valori percentuali bio sul fatturato totale del gruppo merci.

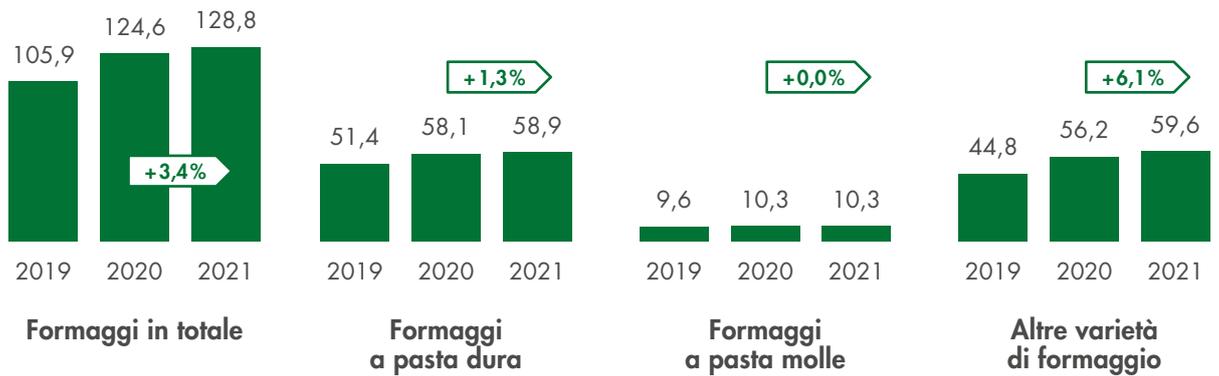


Fonte: Nielsen

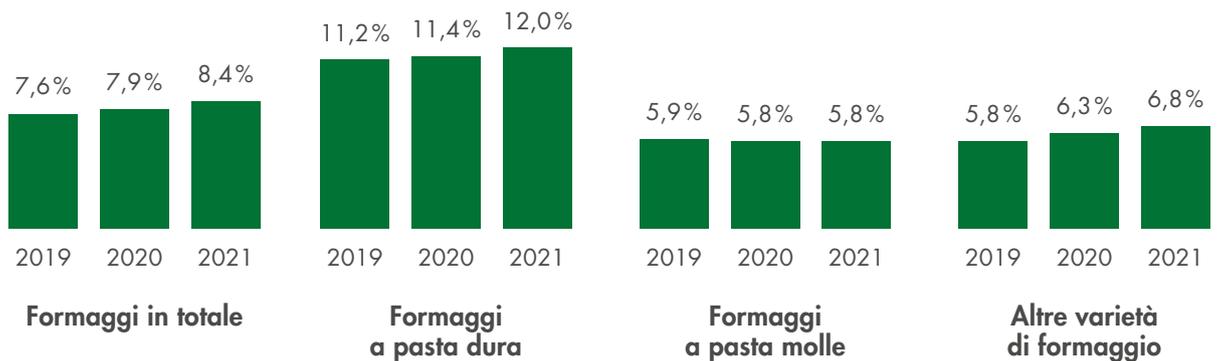
Fig. 9c Latticini: formaggio.

Rispetto all'anno precedente il formaggio ha registrato una netta crescita.

Vendite bio: fatturati espressi in milioni di CHF.



Valori percentuali bio sul fatturato totale del gruppo merci.

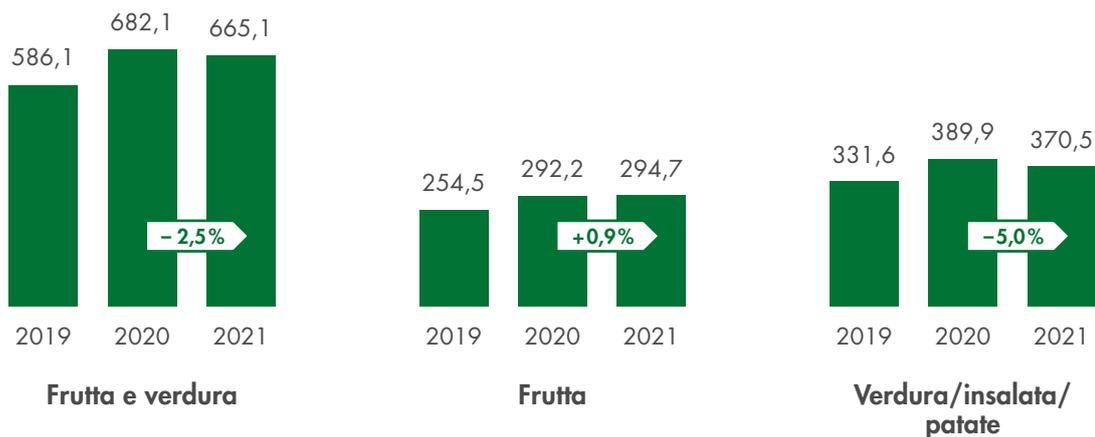


Fonte: Nielsen

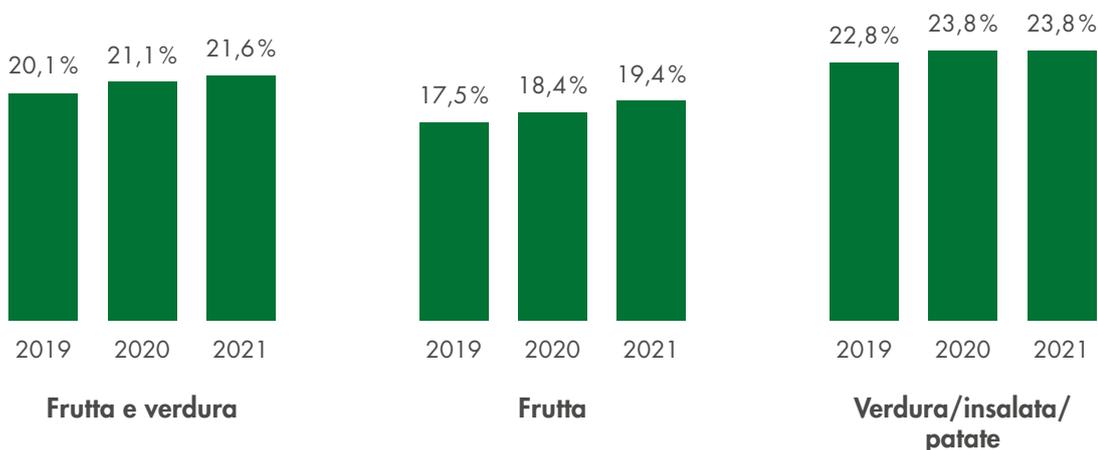
Fig. 10 Frutta e verdura: sviluppo del mercato bio e quote bio dal 2019 al 2021.

Per quanto riguarda la frutta, il fatturato e la quota di mercato sono leggermente aumentati. La categoria verdura, insalata e patate ha registrato perdite di fatturato a fronte di una quota di mercato che resta elevata. Questa situazione è da ricondurre tra l'altro al cattivo raccolto (per le avverse condizioni atmosferiche), a causa del quale i prodotti non erano disponibili in maniera continuativa presso i punti vendita al dettaglio.

Vendite bio: fatturati espressi in milioni di CHF.



Valori percentuali bio sul fatturato totale del gruppo merci.

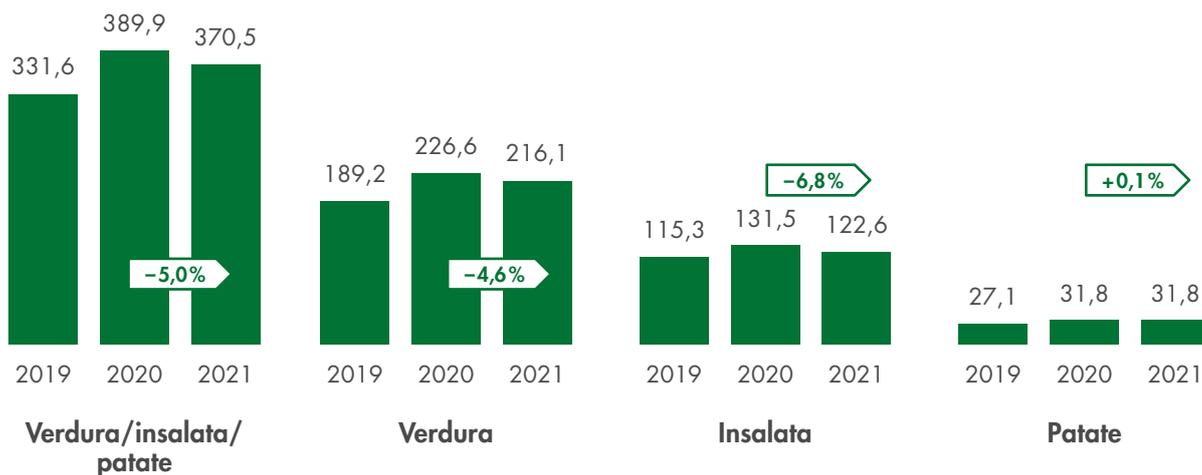


Fonte: Nielsen

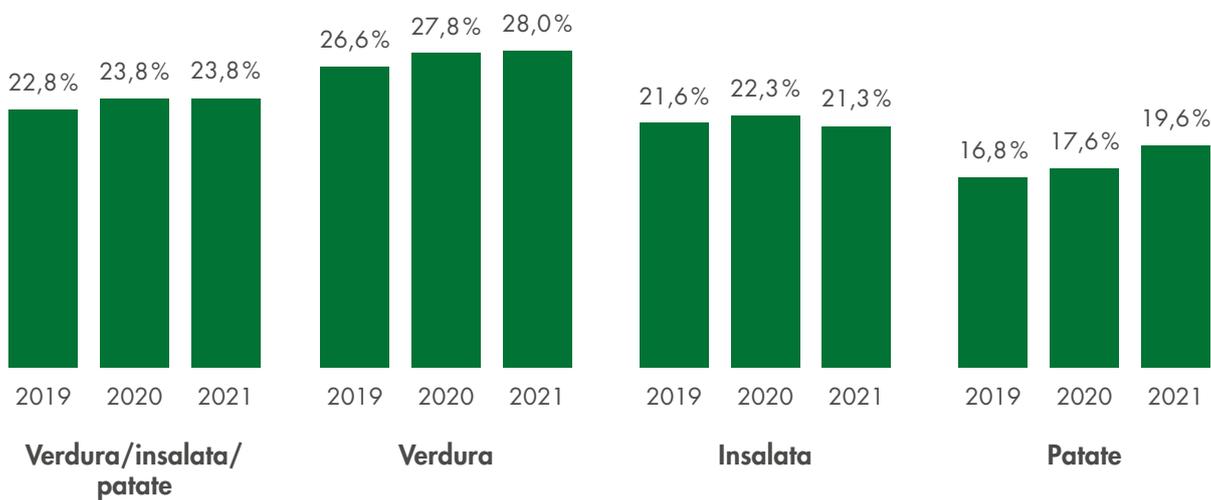
Fig. 11 **Verdura, insalata e patate: sviluppo del mercato bio e quote bio dal 2019 al 2021.**

I gruppi di prodotti verdura e insalata hanno registrato nette perdite di fatturato. Nel caso delle patate è stato possibile mantenere il livello dell'anno precedente. Con una quota di mercato del 28 % le verdure figurano tra le principali categorie di prodotti.

Vendite bio: fatturati espressi in milioni di CHF.



Valori percentuali bio sul fatturato totale del gruppo merci.

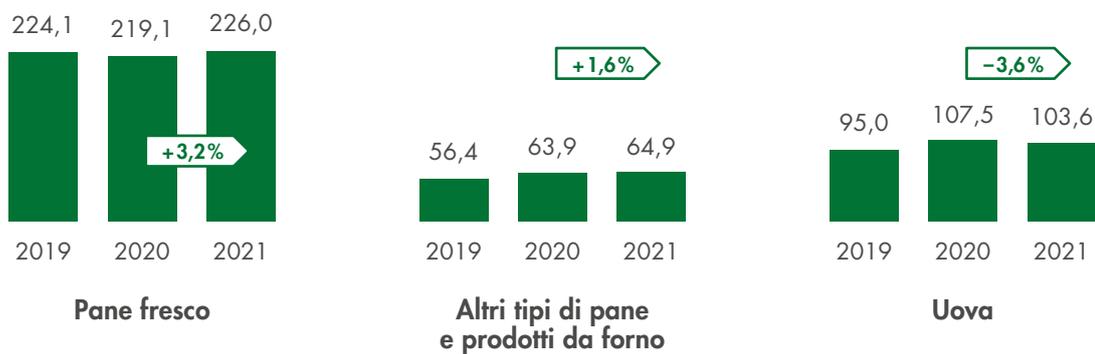


Fonte: Nielsen

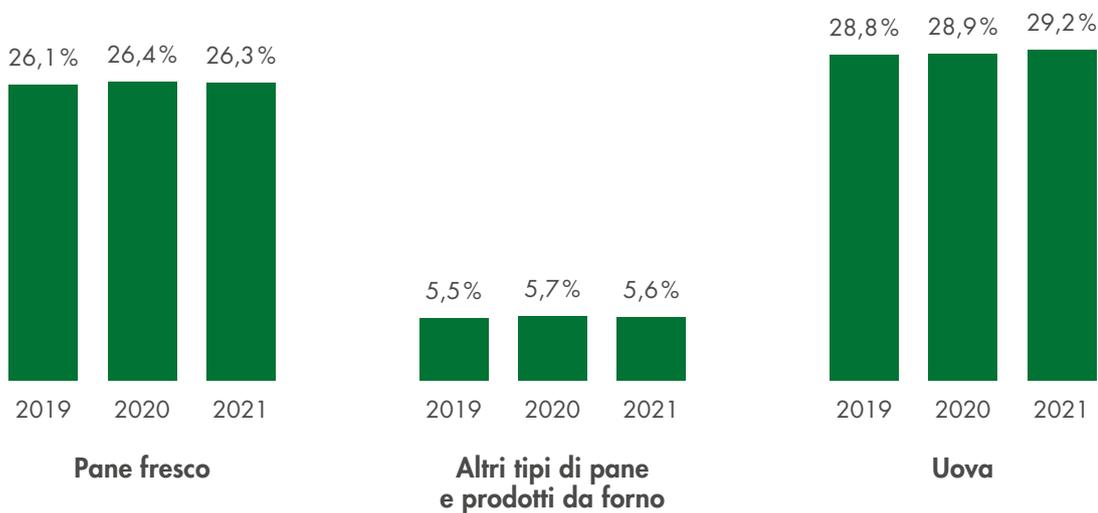
Fig. 12 Pane, prodotti da forno e uova: sviluppo del mercato bio e quote bio dal 2019 al 2021.

Soprattutto il pane fresco, ma anche gli altri prodotti da forno hanno registrato un aumento del fatturato. Malgrado le perdite di fatturato, le uova rimangono in testa alla classifica con una quota di mercato del 29,2 %.

Vendite bio: fatturati espressi in milioni di CHF.



Valori percentuali bio sul fatturato totale del gruppo merci.

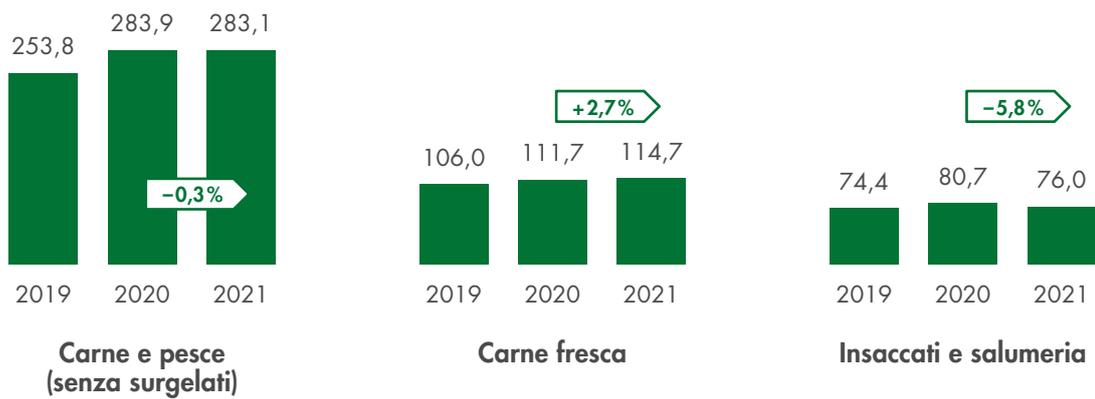


Fonte: Nielsen

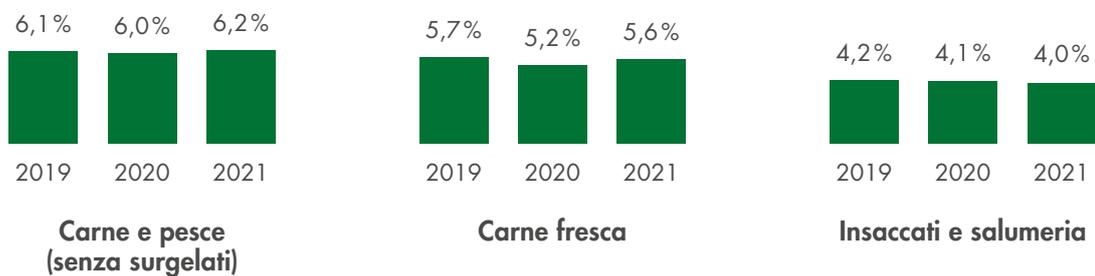
Fig. 13 **Carne e pesce: sviluppo del mercato bio e quote bio dal 2019 al 2021.**

La categoria carne e pesce ha mantenuto il fatturato dell'anno precedente e ha osservato un lieve aumento della quota di mercato.

Vendite bio: fatturati espressi in milioni di CHF.



Valori percentuali bio sul fatturato totale del gruppo merci.



Fonte: Nielsen

Fig. 14a Numero di licenziatari.

Sempre più aziende operanti nel settore alimentare scelgono il marchio Gemma.
Nel 2021 Bio Suisse contava 1'207 licenziatari.

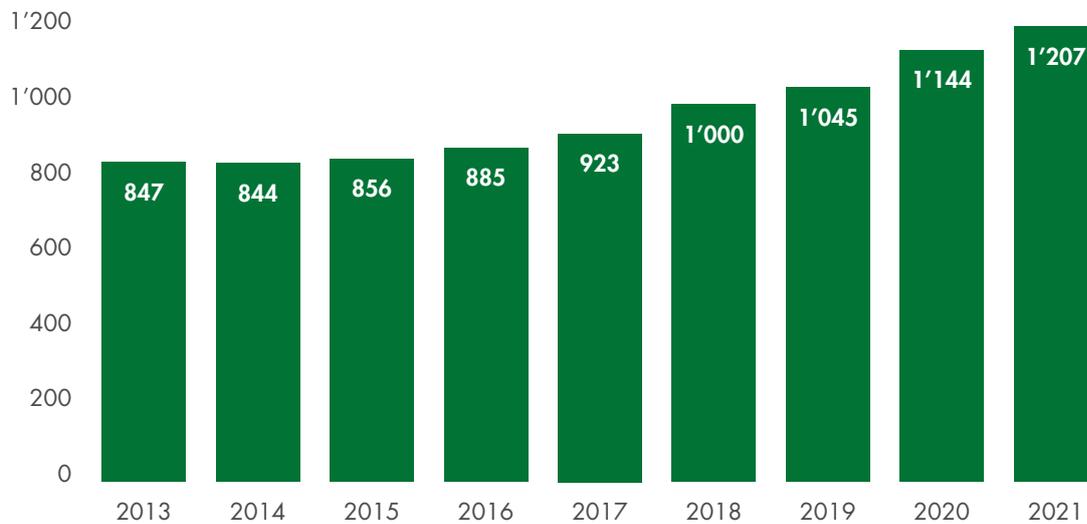
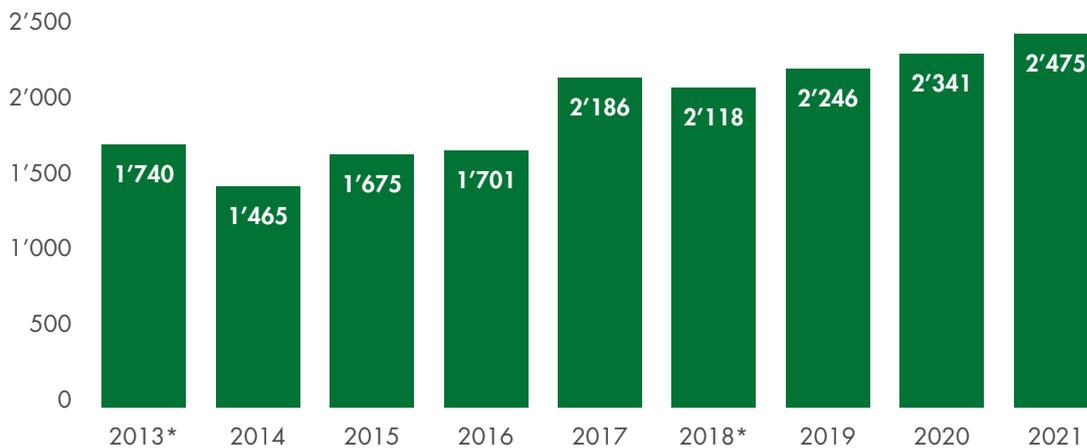


Fig. 14b Numero di domande di licenza.

Le domande presentate per prodotti con licenza Gemma sono nuovamente aumentate nel 2021 arrivando a 2'475.

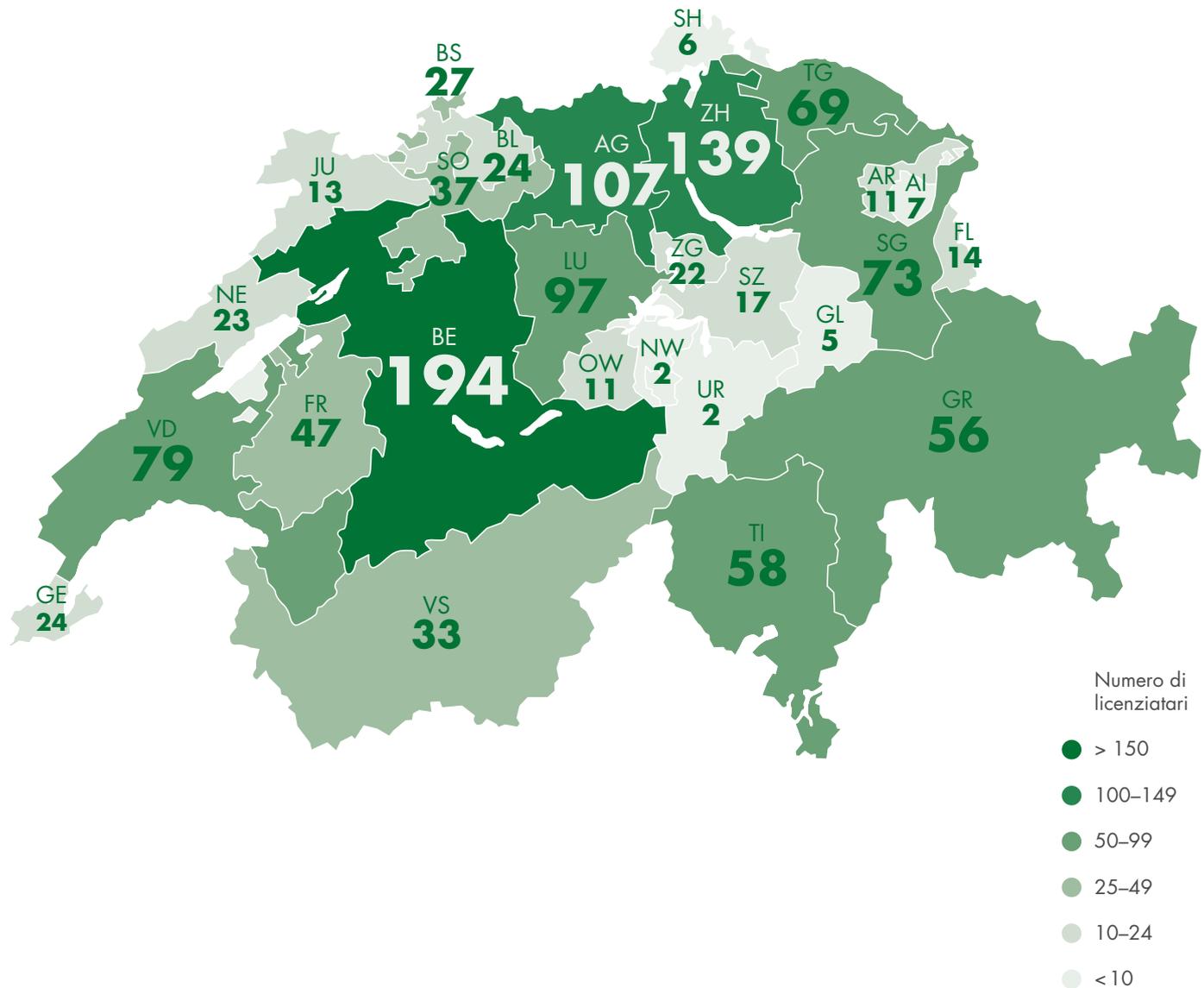


* Anniversario Coop Naturaplan.

Fonte: Bio Suisse

Fig. 14c Numero di licenziatari in base ai cantoni.

La maggior parte dei licenziatari di prodotti Gemma si trova nel canton Berna con 194 unità, seguito dal canton Zurigo con 139. Nello scorso anno i cantoni Zurigo, San Gallo, Argovia e Turgovia hanno registrato la crescita maggiore di licenziatari.



Fonte: Bio Suisse

Fig. 15 Numero delle aziende e delle associazioni di produttori estere certificate in base alle direttive Bio Suisse.

Nel 2021 sono oltre 2'500 le aziende e le associazioni di produttori estere che hanno ottenuto la certificazione Bio Suisse.

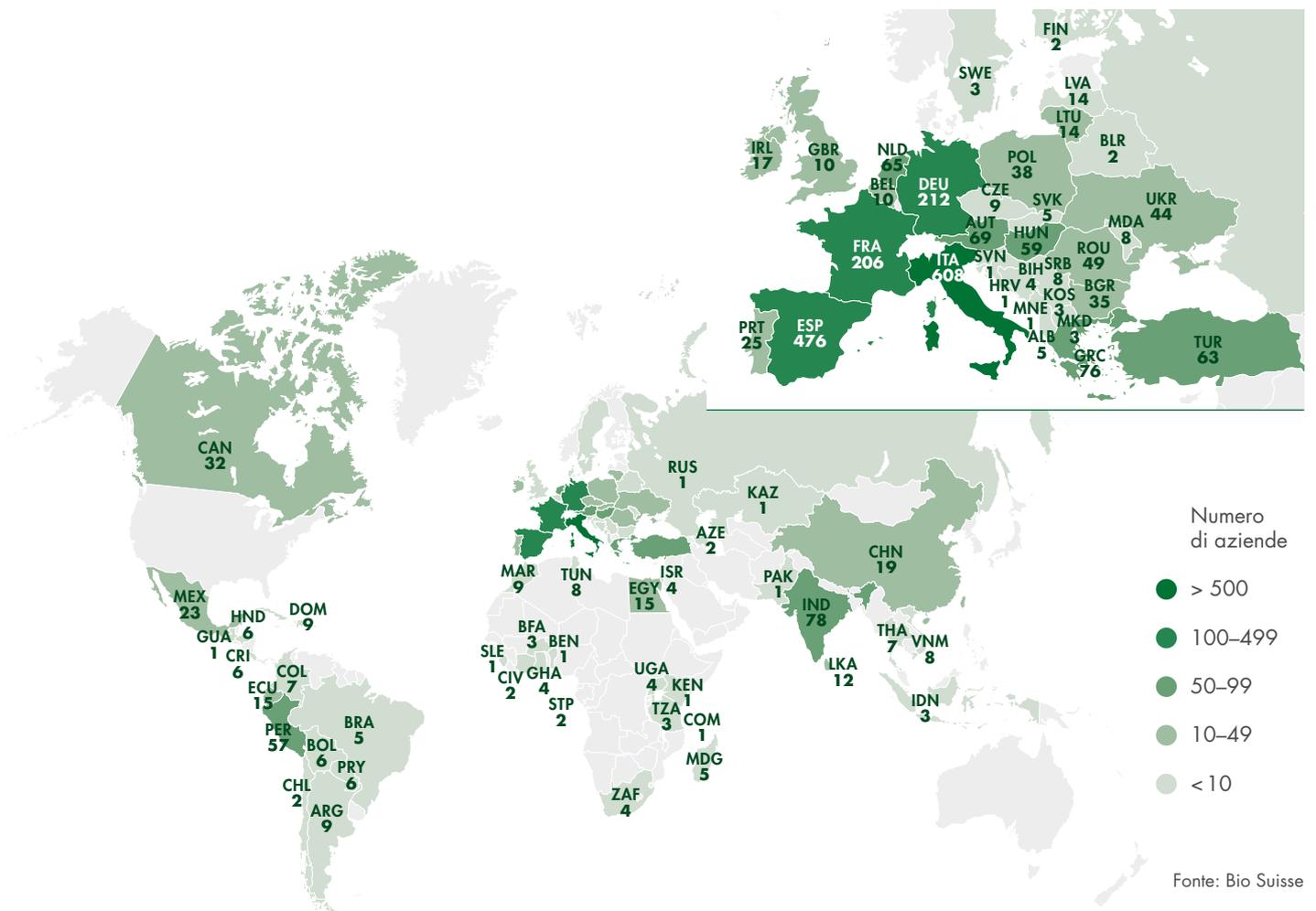
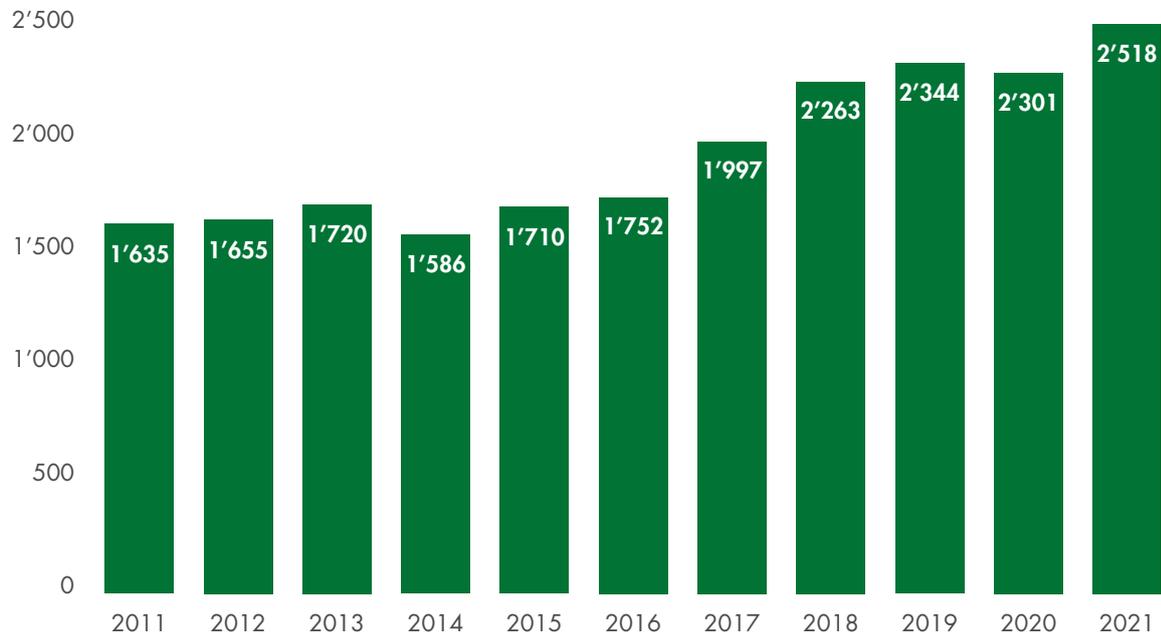
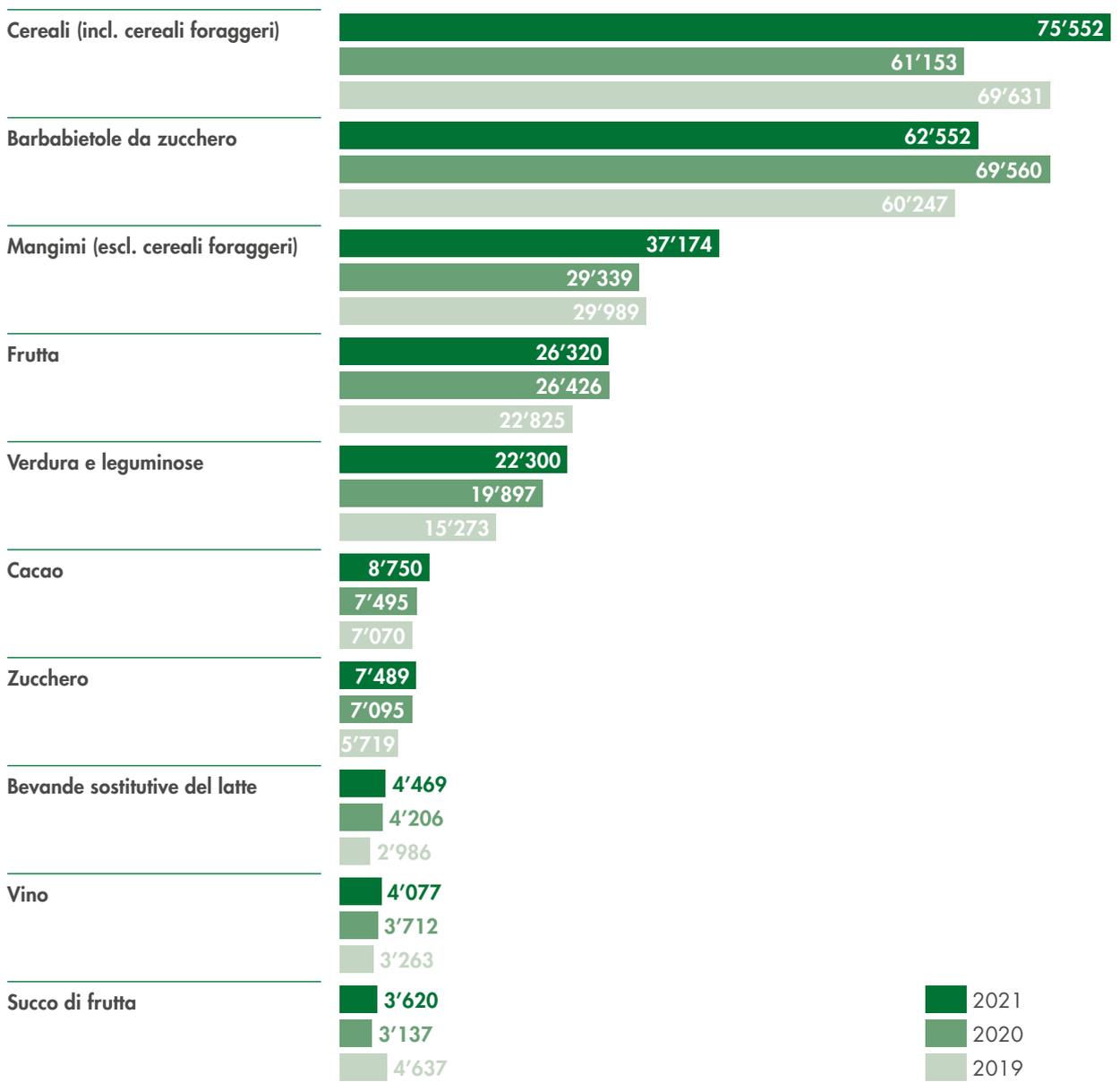


Fig. 16a Importazioni sulla base delle direttive Bio Suisse: le principali categorie di prodotti secondo i volumi di importazione.

Di norma può essere importato soltanto ciò che non viene prodotto dagli agricoltori Gemma (ad esempio caffè) o che viene prodotto in quantità non sufficiente (ad esempio cereali). L'importazione è quindi ammessa soltanto se la produzione locale risulta insufficiente o già venduta. La lavorazione viene effettuata principalmente in Svizzera. I prodotti freschi provenienti da oltremare sono ammessi solo in casi eccezionali (ad esempio mango e banane). Anche d'inverno la verdura proviene dall'Europa e/o dagli stati che si affacciano sul Mediterraneo. Sono vietate le importazioni che prevedono il trasporto aereo. Nel caso delle importazioni si privilegiano i paesi esteri confinanti.

Importazioni Gemma: le principali categorie di prodotti secondo i volumi di importazione nel 2021 in tonnellate.



Fonte: Bio Suisse

Fig. 16b Origine delle importazioni sulla base delle direttive Bio Suisse: cereali (incl. cereali foraggeri).

Paese d'origine dei cereali (incl. cereali foraggeri).

L'89% dei cereali importati proviene dall'Europa.

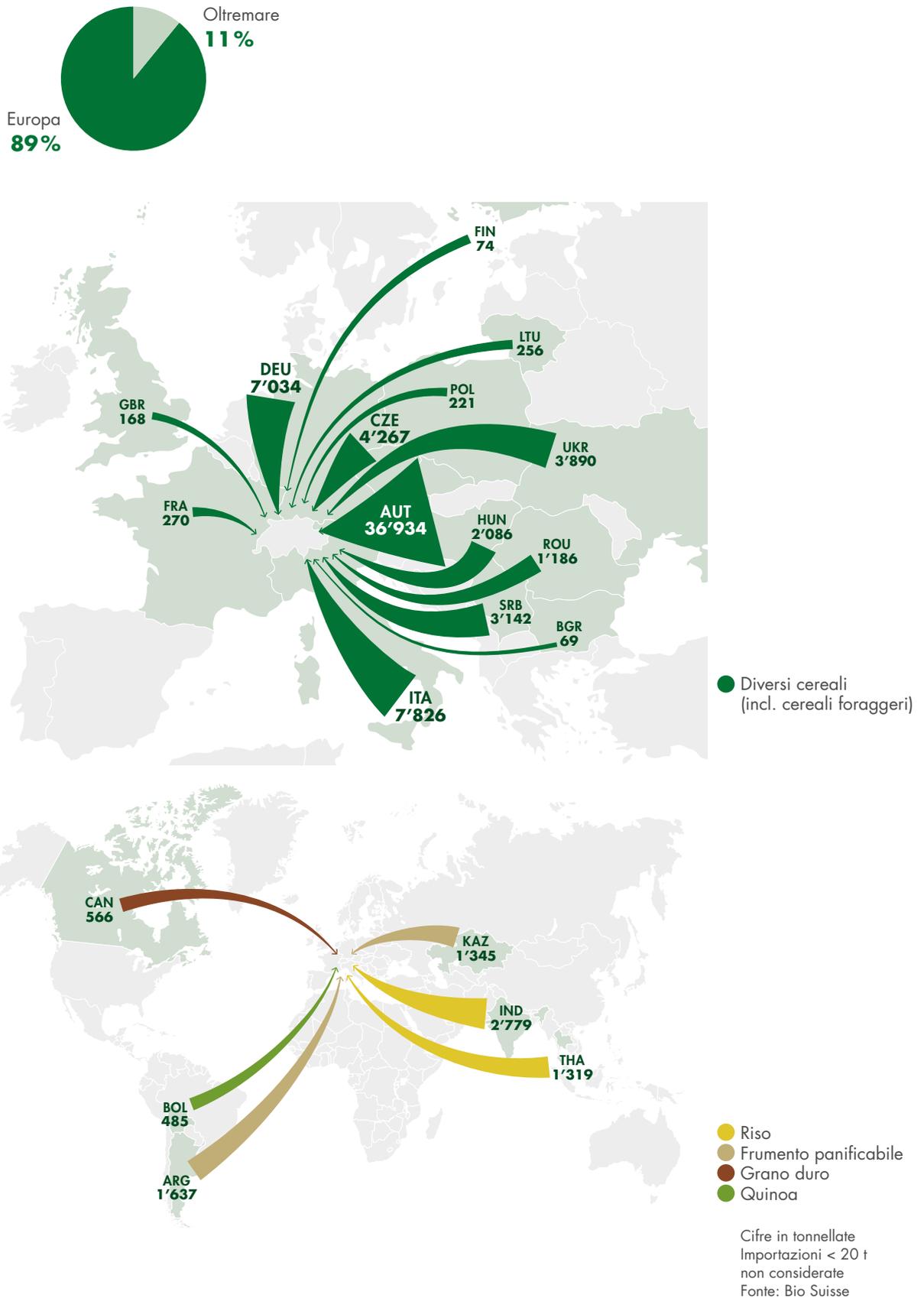
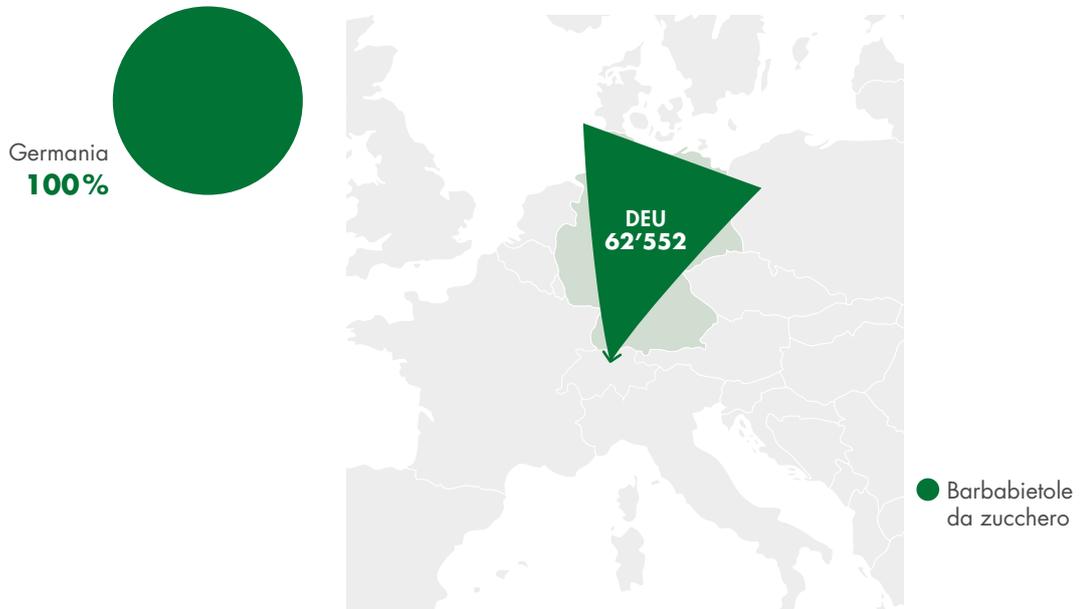


Fig. 16c Origine delle importazioni sulla base delle direttive Bio Suisse: barbabietole da zucchero e mangimi (escl. cereali foraggeri).

Paesi d'origine delle barbabietole da zucchero.

Tutte le barbabietole da zucchero importate provengono dalla Germania.

La produzione di barbabietole da zucchero biologiche svizzere viene costantemente sviluppata.



Paesi d'origine dei mangimi (escl. cereali foraggeri).

I mangimi importati provengono principalmente dall'Europa dell'Est.

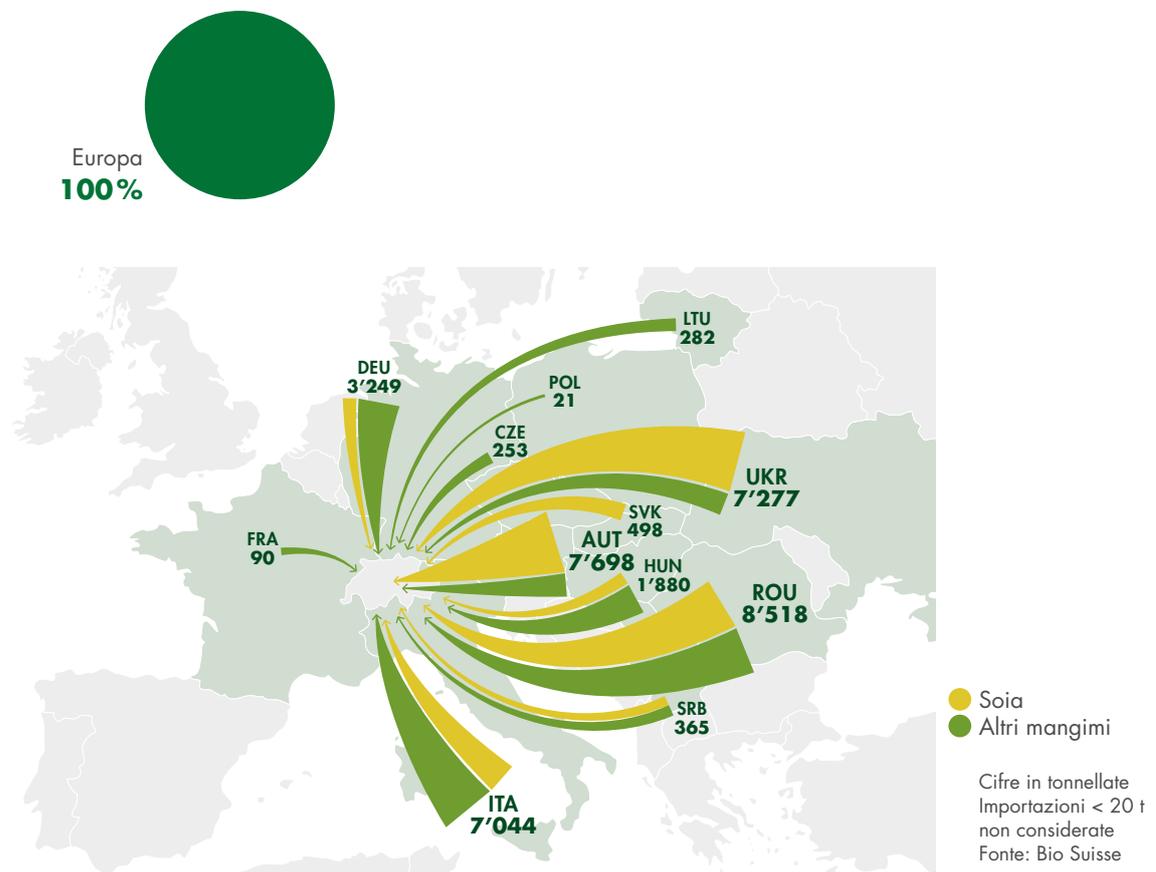


Fig. 16d Origine delle importazioni sulla base delle direttive Bio Suisse: frutta.

Paesi d'origine della frutta.

In questa categoria rientrano la frutta fresca e la frutta a lunga conservazione, gli agrumi, le bacche, la frutta fresca, le olive e la frutta lavorata e surgelata. Il 56 % di questa frutta proviene dall'Europa. Le banane costituiscono la quota principale delle importazioni provenienti da oltremare.

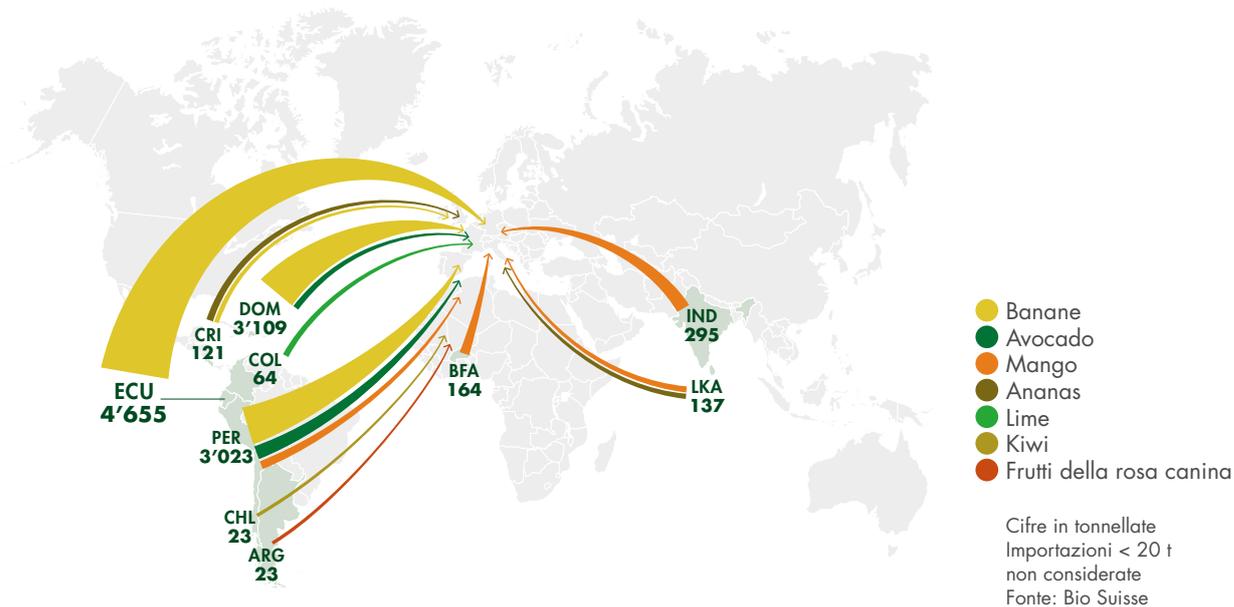
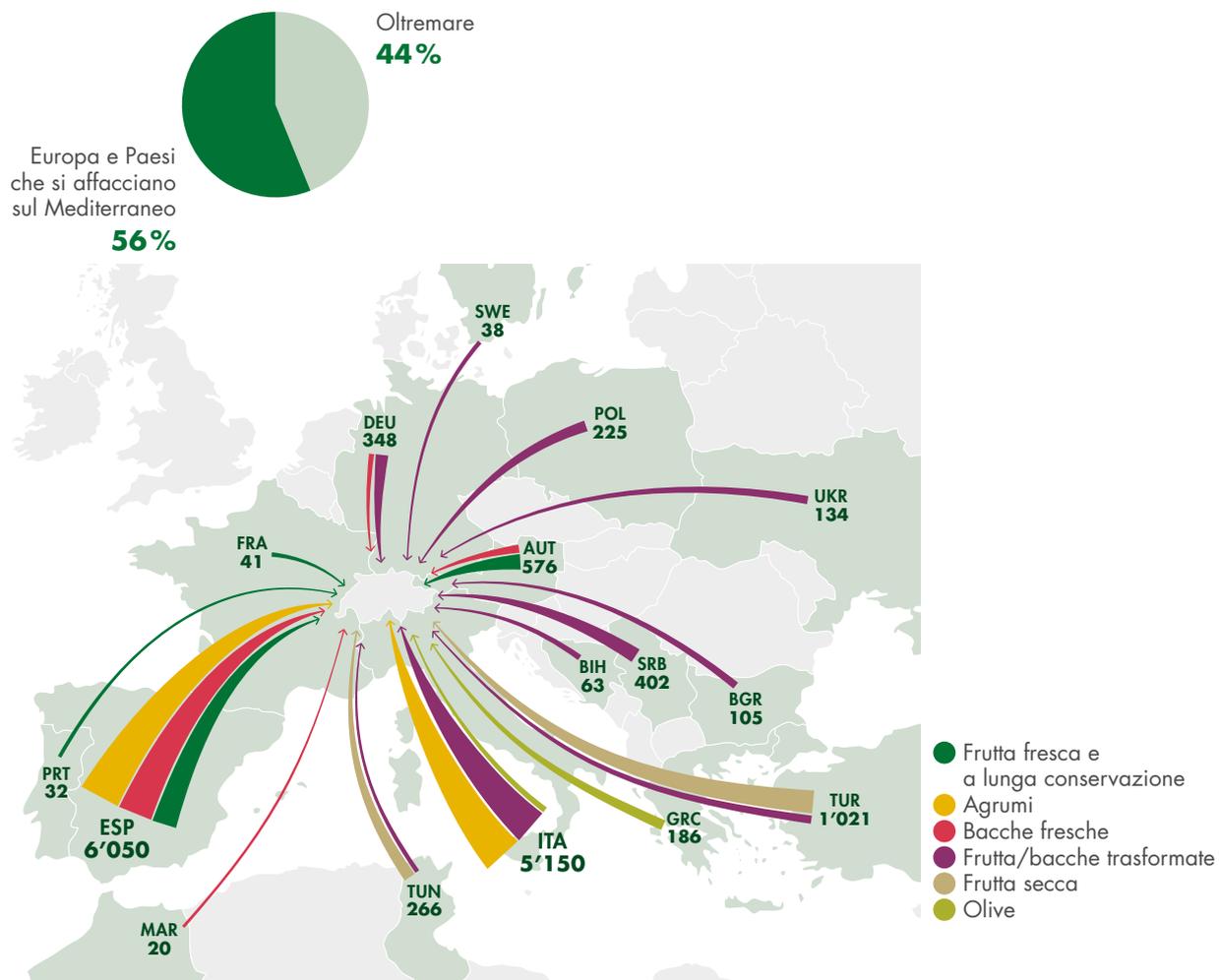


Fig. 16e Origine delle importazioni sulla base delle direttive Bio Suisse: verdura e legumi.

Paesi d'origine di verdura e legumi.

Tutta la verdura fresca importata proviene dall'Europa o dagli Stati che si affacciano sul Mediterraneo. I legumi essiccati (lenticchie e fagioli) vengono importati in parte da oltremare.

