COMUNICATO STAMPA

Schwarzenbach, 26.11.2026

ALDI SUISSE rafforza l'offerta di prodotti BIO svizzeri con il marchio «Saveurs Suisses»

ALDI SUISSE continua ad ampliare il proprio assortimento di prodotti BIO svizzeri e, a partire dal 2027, trasferirà gradualmente gli attuali prodotti «retour aux sources» sotto il marchio ombrello «Saveurs Suisses». Con la linea «Saveurs Suisses Bio» così creata, il discount offre un'identità ben definita ai prodotti BIO svizzeri. ALDI SUISSE continua così a perseguire il suo chiaro obiettivo: rendere accessibili al maggior numero possibile di persone prodotti alimentari BIO svizzeri di alta qualità a prezzi convenienti.

Dal lancio del marchio proprio BIO «retour aux sources» nel 2022, ALDI SUISSE ha ampliato costantemente la propria offerta di prodotti BIO svizzeri. I prodotti, che inizialmente erano due dozzine, sono diventati oltre 60; in totale ne sono stati venduti quasi 50 milioni. «Siamo orgogliosi di ciò che abbiamo costruito insieme ai nostri partner. Ora ampliamo la nostra offerta in modo mirato», afferma Jérôme Meyer, Country Managing Director di ALDI SUISSE.

Un ombrello comune per la qualità svizzera

«Il nostro obiettivo rimane invariato: vogliamo rendere i prodotti BIO svizzeri di alta qualità accessibili al maggior numero possibile di persone», ribadisce Jérôme Meyer. In futuro, i prodotti regionali, i prodotti di origine svizzera e i prodotti BIO svizzeri saranno quindi riuniti sotto il marchio «Saveurs Suisses». I prodotti BIO hanno ora una propria identità con il marchio «Saveurs Suisses Bio» e soddisfano gli stessi standard del marchio «Gemma» di Bio Suisse. «Con un marchio ombrello forte offriamo alla nostra clientela un orientamento più chiaro e rafforziamo al contempo il nostro impegno nei confronti della Svizzera e dell'agricoltura svizzera», afferma Meyer.

L'ulteriore sviluppo dopo una crescita di successo

Il marchio proprio BIO «retour aux sources» è stato lanciato nel 2022 come progetto pionieristico, facendo dell'allevamento senza antibiotici il proprio fiore all'occhiello. Negli anni successivi il marchio ha registrato un andamento molto positivo. Allo stesso tempo, l'esperienza ha dimostrato che i flussi separati di merci – resi necessari dall'allevamento senza antibiotici – comportano, con l'aumentare dei volumi soprattutto nel caso del latte, costi di lavorazione sproporzionatamente elevati. ALDI SUISSE ha quindi valutato, insieme ai propri partner, diverse possibilità per sviluppare ulteriormente il modello esistente nel lungo periodo. Ne è conseguito che gli attuali flussi separati di merci non saranno più mantenuti in futuro. ALDI SUISSE punta invece su un'offerta di prodotti BIO svizzeri ampiamente scalabile. Jérôme Meyer sottolinea a questo proposito: «La conclusione non è che l'idea di un marchio BIO basato su un allevamento senza antibiotici non funzioni. Al contrario: la parte agricola funziona, la domanda c'è e i prodotti convincono. La sfida risiede invece nella necessità di raggruppare grandi quantità e nei costi di lavorazione che ne derivano».

Continuiamo a essere aperti a soluzioni innovative

ALDI SUISSE continua a credere fermamente negli approcci innovativi nell'agricoltura svizzera, tra cui anche l'obiettivo di ridurre ulteriormente l'uso di antibiotici nell'allevamento. Laddove la collaborazione con altri operatori del mercato consenta di trovare soluzioni economicamente sostenibili, ALDI SUISSE è disposta a sostenerle. «Abbiamo acquisito esperienze preziose e continuiamo a intravedere un grande potenziale», afferma Meyer. «Il nostro sguardo è rivolto al

futuro: vogliamo avvicinare più persone al BIO svizzero e, allo stesso tempo, rafforzare l'agricoltura svizzera».

Responsabilità nei confronti dei partner
Al programma «retour aux sources» partecipano attualmente circa 370 aziende agricole dei settori lattiero, della carne e ortofrutticolo. ALDI SUISSE sta gestendo la transizione verso la nuova linea di prodotti in collaborazione con tutte le parti coinvolte e garantisce un'attuazione responsabile degli accordi in essere. «I nostri partner hanno contribuito in modo determinante al successo di «retour aux sources». Questa collaborazione e questa affidabilità valgono per noi anche nella fase successiva», sottolinea Meyer.

Contatti
ALDI SUISSE AG
Ufficio stampa
Niederstettenstrasse 3
9536 Schwarzenbach
Tel.: +41 71 980 20 10
media@aldi-suisse.ch

A proposito di ALDI SUISSE

ALDI SUISSE è un dettagliante svizzero con sede a Schwarzenbach (SG). Fa parte del Gruppo ALDI SÜD, con sedi in undici paesi del mondo. Dal suo ingresso sul mercato nel 2005, ALDI SUISSE ha ampliato costantemente la propria rete di filiali in tutta la Svizzera. L'azienda gestisce attualmente 241 filiali e offre impiego a circa 3500 persone. L'assortimento è caratterizzato dalla qualità top al miglior prezzo. Sugli scaffali di ALDI si trovano prodotti svizzeri di alta qualità, un'ampia scelta di prodotti freschi e prodotti BIO di altissima qualità. ALDI SUISSE è anche sinonimo di fairness, nei confronti della propria clientela, dei partner e dei propri collaboratori.