

bioattualità

2/08

LA RIVISTA DEL MOVIMENTO BIO

MARZO



Ristoranti Gemma – nuovo slancio? **pagina 4**

BioFach: il Cervino in prestito ai nostri vicini **pagina 8**

Bio Suisse alla ricerca della retta via **pagina 10**

Eroi della natura. Marzo.

«In preda al panico, gridavo aiuto.»

Le mucche da latte e le manzette al di là del ruscello non avevano scelta. Guidate dal toro, hanno sfondato lo steccato che le separava da noi fattrici, poi, con un balzo, hanno attraversato il torrente e si sono rifugiate sul nostro pascolo. Alle loro spalle, le acque ribollivano già con violenza. A quel punto dovevamo agire insieme. Nel giro di pochi minuti la pioggia – un vero nubifragio – aveva trasformato il prato in un'isola tra due fiumi in piena. Se volevamo raggiungere la fattoria non ci restava che attraversare quello davanti a noi, ai piedi della collina. E bisognava farlo subito.

Noi, le tre fattrici, ci siamo messe in testa alla mandria con i nostri vitelli. Una volta al fiume abbiamo radunato i piccoli alla nostra sinistra. Poi siamo entrate nell'acqua, una dopo l'altra, e siamo avanzate verso destra, contro corrente, spingendo con tutta la potenza dei nostri 600 chili. Il resto della mandria, due dozzine di vacche e manze, ci seguiva da vicino. Solo il toro ci veniva dietro a distanza, riluttante.

Fino a quando la situazione non è precipitata.

La mia vitella, che si era spinta troppo avanti, è stata ghermita e trascinata via dalla corrente. Mi si è fermato il cuore e presa dal panico ho gridato aiuto. Poi, tutto è

accaduto in un attimo: il toro si è gettato coraggiosamente tra i flutti, ha raggiunto la vitella inerme e l'ha spinta con tutte le sue forze fino a riva, dove io aspettavo in preda all'angoscia. Ansimando, i due sono usciti dall'acqua. Ed ecco che eravamo di nuovo e tre insieme, padre, figlia ed io: un momento meraviglioso!

Ora, sette mesi più tardi, una giovane manza pascola accanto a me. Grande, forte e piena di voglia di vivere: la mia vitella. Da un paio di mesi non beve più il mio latte, ma come me si nutre di erba e fieno biologici e a volte anche di qualche carota biologica. Come vuole la natura, e grazie alle cure amorevoli del contadino della fattoria biologica. È così che anch'io mi mantengo sana e robusta. Forse produco un po' meno latte rispetto alle altre mucche, ma in compenso è sano e pieno di vitamine. Puro latte svizzero, biologico al 100%. Ottimo per squisiti yogurt biologici freschi. Senza chimica. Senza manipolazioni genetiche. Un piacere naturale che non cambierà mai: parola mia e del mio contadino. Venite a visitare una vera fattoria biologica svizzera, una di quelle con la Gemma, gestite biologicamente all'A alla Z, dal mangime al concime, dalla semina al raccolto. Senza se e senza ma. Oppure informatevi su www.bio-suisse.ch



Gemma vigorosa, bio vigoroso

Da oltre un anno stiamo lavorando alle nuove linee guida. Esse dovranno indicarci la via da seguire in futuro e delineare le priorità strategiche di Bio Suisse. All'assemblea dei delegati del 23 aprile si farà sul serio: i rappresentanti delle organizzazioni associate decideranno a quale delle tre varianti per il futuro vorranno dare la preferenza. Su questa base saranno poi formulate le nuove linee guida.

Per il consiglio direttivo la scelta dell'indirizzo da perseguire è di fondamentale importanza. Anche il consiglio direttivo si è occupato intensamente delle varianti per il futuro e raccomanda ai delegati di approvare la variante 3. Questa

offre sufficiente margine di manovra per posizionare la Gemma sul mercato in modo chiaro e forte da un lato e per rappresentare dall'altro lato gli interessi di tutte le aziende biologiche con la creazione di un'associazione nazionale.

Numerosi membri dell'associazione hanno collaborato all'elaborazione delle tre varianti. Per me è segno di grande forza il fatto di aver avuto il coraggio di discutere tutte le possibilità apertamente e senza timori. Numerosi membri si sono occupati dell'ulteriore sviluppo di Bio Suisse e della Gemma non solo nel forum di discussione in internet ma anche alla conferenza sul futuro tenutasi un anno fa e in occasione di diverse conferenze dei presidenti. Il gruppo di progetto ha continuamente riassunto e distillato le numerose idee, riflessioni e proposte.

Per la presente edizione di bioattualità si sono incontrati per discutere quattro membri del consiglio direttivo impegnati che parteggiano in modo più o meno pronunciato per una delle varianti. La "pacifica disputa" rimette ancora una volta le tre varianti sul banco di prova e certamente favorisce qua e là il processo di formazione delle opinioni.

Sarei lieta se tutti i bioagricoltori discutessero le tre varianti per il futuro nelle proprie organizzazioni associate e affidassero le proprie opinioni ai delegati.

regina fuhrer

Regina Fuhrer, presidente Bio Suisse

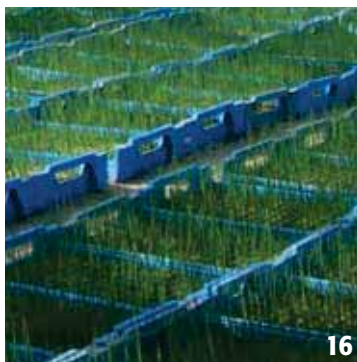
bioattualità



4



8



16



17

GASTRONOMIA

4 Come è messa la cucina Gemma?

Finora la Gemma non è riuscita a prendere piede nella gastronomia. Bio Suisse cerca di infondere nuovo slancio. Bioattualità propone il ritratto di un ristorante bio che cucina con successo con la Gemma.

QUI E ORA

8 Spunti dalla BioFach

Alla fine di febbraio il fiorente mercato del biologico di tutto il mondo si è dato appuntamento a Norimberga. C'era anche bioattualità.

BIO SUISSE

10 Linee guida: è quasi giunto il momento di scegliere

L'elaborazione delle nuove linee guida di Bio Suisse sta prendendo velocità. L'AD a metà aprile deciderà quale indirizzo perseguire.

11 Cambio ai vertici dell'AQ.

15 Tre nuovi membri per l'AD

All'assemblea dei delegati del 23 aprile sarà eletto un nuovo consiglio direttivo.

MERCATO

16 Marchio AB per la Svizzera

Bio Suisse offre in Svizzera il certificato AB per l'esportazione.

RUBRICHE

17 Consumo

18 Consigli

19 Notizie

20 La parola ai lettori

Foto in prima pagina: La coppia di biogastronomi Franz Huber e Yvonne Herzog davanti al ristorante «Adlergarten» a Schattdorf.

Foto: Markus Bär

Nuovi stimoli per la cucina Gemma?

Riuscirà Bio Suisse a riportare a galla il bastimento gastronomico? Salvo una fase tra il 2002 e il 2004 i due modelli cucina Gemma e cucina con componenti Gemma non hanno mai preso velocità. Esistono però esercizi di ristorazione che cucinano con la Gemma con grande successo! Bio Suisse si sta sforzando di infondere nuova vita al decennale progetto.

Il concetto gastronomico di Bio Suisse esiste da dieci anni. Il contrassegno con la Gemma è suddiviso in due livelli: la cucina con componenti Gemma offre in qualità Gemma singole componenti o interi menu. Il condimento in polvere è bandito dalla cucina: glutammato e altri intensificatori di sapore c'entrano con la cucina con componenti Gemma quanto i prodotti geneticamente modificati o irradiati. Anche i forni a microonde sono tabù. Gli esercizi di ristorazione che si fanno certificare secondo questo concetto possono far riferimento alla Gemma in modo generico solo sulla carta delle vivande, per esempio:

«Nel nostro esercizio impieghiamo esclusivamente carne di manzo O».

oppure: «Impieghiamo le seguenti verdure di qualità Gemma: carote, pomodori...».

Le aziende di ristorazione con cucina con componenti Gemma non possono però far pubblicità con la Gemma, non possono né applicarla all'entrata del locale né stamparla sui prospecti.

Obiettivo: bio al 100 per cento

Solo le aziende che si impegnano a cucinare secondo il più impegnativo concetto cucina Gemma possono impiegare liberamente il marchio Gemma nelle loro comunicazioni aziendali. Esse sono tenute a impiegare almeno il 50% delle materie prime di qualità Gemma e almeno il 70% delle materie prime deve presentare qualità bio. La carne va sempre impiegata di qualità bio (eccezione: selvaggina).

Il principio e l'obiettivo della cucina Gemma è naturalmente l'impiego del 100 per cento di prodotti bio; il 30% di merce non biologica deve quindi essere ammesso (parte C dell'Ordinanza Bio o lista bianca di Bio Suisse) e può essere impiegato unicamente se le materie prime corrispondenti non sono disponibili in qualità biologica.

Il progetto per la gastronomia di Bio Suisse naturalmente non ha avuto un ini-

zio facile; il mercato del biologico alla fine degli anni novanta era ancora lungi da quello che è ora, sia per quanto riguarda la domanda sia per quanto riguarda l'offerta. Oggigiorno non è più difficile reperire le materie prime di qualità biologica e/o Gemma, salvo forse qualche rara eccezione esotica e perlomeno nelle città e nelle agglomerazioni la domanda dovrebbe essere sufficiente.

Alta pressione transitoria

Fra il 2002 e il 2004 sembrava che la Gemma si affermasse nella gastronomia – almeno quanto nel rimanente mercato alimentare. All'Esposito 2002 Coop ha fatto una splendida figura con il ristorante «Biotavola», nello stesso anno Coop era già arrivata al traguardo di 127 ristoranti self-service con cucina con componenti Gemma.

Nel 2003 Vreni Giger del ristorante Jägerhof a San Gallo (17 punti Gault-Millau, 1 stella Michelin) è stata eletta cuoca dell'anno – haute cuisine con cucina Gemma!

Nel frattempo i pionieri della cucina Gemma come Renato Blättler del ristorante «Neuhof» a Bachs ZH e l'albergatore Rafael Biner a Zermatt si erano affermati con i loro progetti.

Il ristorante per il personale dell'emittente televisiva SF DRS, la mensa del politecnico e SV-Service, il maggior sistema di esercizi di ristorazione in Svizzera hanno puntato sulla cucina con componenti Gemma.

Il motore e l'icona di questo prosperare della Gemma è stata Cordelia Galli, allora responsabile del marketing. Per lei era importante la qualità bio controllata «dal campo fino al piatto» e ha riconosciuto l'opportunità che si presentava nei numerosi piatti della gastronomia: nell'opuscolo «fattori di successo della Gemma sulla carta delle vivande» del 2004 scriveva: «I prodotti bio hanno conquistato un posto fisso nel frigorifero e nelle pentole degli svizzeri. (...) Quello che a casa è natura-

le, nella gastronomia e nella ristorazione collettiva ha ancora un grande potenziale di sviluppo».

Passeggeri di spicco abbandonano il bastimento

Qualche anno più tardi tuttavia non era rimasto nulla dell'atmosfera di entusiasmo. SV Svizzera, le mense di SF DRS e del politecnico di Zurigo hanno abbandonato la cucina con componenti Gemma; il politecnico offre un unico menu bio in uno solo dei suoi stabilimenti di ristorazione zurighesi. Pure la collaborazione prevista con il programma Goût-mieux del WWF (a un livello inferiore della cucina con componenti Gemma e quindi attrattivo per chi intende iniziare) si è sgretolata. Certamente gli ostacoli per iniziare erano e sono relativamente alti: il concetto di gastronomia Gemma limita la libertà imprenditoriale, l'acquisto richiede più tempo e (pur sfruttando i prezzi di stagione)

Vatter grande assente

La Vatter Gastro SA, che fa parte di «Vatterland» del pioniere del biologico bernese Thomas Vatter, rinuncia alla certificazione secondo uno dei due modelli Gemma: il ristorante e il servizio party non si presentano più con la Gemma. bioattualità ha voluto sapere il motivo. Ecco la risposta:

Il concetto delle componenti è ragionevole per le aziende di ristorazione che intendono convertire al biologico. Vatter è molto più avanti. (...) A giusto titolo la ditta Vatter viene associata a bio al 100% (...). Abbiamo conosciuto Goût-mieux come organizzazione molto impegnata dal punto di vista gastronomico. Goût-mieux offre alla gastronomia una piattaforma di comunicazione. Bio Suisse invece non ha mai lanciato un concetto gastronomico in certo qual modo completo che dedicatesse la necessaria attenzione agli aspetti approvvigionamento/logistica della merce, assicurazione della qualità e marketing.

Matthias Wiesmann, PR Vatter Gastro SA



i prodotti bio sono generalmente sensibilmente più cari di quelli convenzionali. Il controllo e la certificazione richiedono altro tempo e denaro e Bio Suisse non è mai riuscita a lanciare una grande campagna pubblicitaria o a appoggiare in modo sostanziale la comunicazione delle aziende.

Bassa pressione transitoria

L'intero progetto gastronomico stava andando alla deriva. Bio Suisse dopo alcune partenze di personale non ha più completato gli effettivi. Sono così venute a mancare risorse di personale e finanziarie che non hanno permesso l'ulteriore sviluppo della presenza della Gemma nel settore della gastronomia. Sabine Würth, responsabile del settore trasformazione e commercio, si è assunta l'ingrato compito di mantenere in vita il progetto gastronomico alle condizioni esistenti senza poterlo portare avanti e trovare nuovi stimoli.

I pochi ristoratori, albergatori e cuochi rimasti fedeli a bordo del bastimento beccheggianti naturalmente avrebbero auspicato maggiori stimoli e si lamentavano periodicamente della mancanza di appoggio nel campo della comunicazione. Una piattaforma pubblicitaria sarebbe senz'altro una fra le finalità principali.

Presto nuovi stimoli?

«Il progetto per la gastronomia a causa della mancanza di risorse si è un po' sgonfiato» spiega Jürg Schenkel, dal 2006 responsabile di marketing presso Bio Suisse. Lui, come pure la direzione e i vertici dell'associazione sono però convinti dell'importanza del tema. Soprattutto per quanto riguarda l'immagine, Schenkel vede nella gastronomia grandi possibilità di guadagno per la Gemma. L'anno scorso Bio Suisse ha analizzato questo settore di mercato e cercato delle opportunità per la Gemma.

Il mercato della gastronomia è un settore molto frammentato, innanzitutto vi è la ristorazione tradizionale che spazia dal buffet della stazione ai templi dell'alta gastronomia, secondariamente vi è il settore dei take-away e dei self-service e in terzo luogo la cosiddetta gastronomia sistemica, quindi mense e cucine comunitarie. Da dove deve iniziare Bio Suisse, quali sono le migliori opportunità per la Gemma? La ristorazione tradizionale per quanto riguarda la cifra d'affari forse non è la più importante, ritiene Schenkel, in compenso crede che questo settore possa giovare all'immagine. Bio Suisse probabilmente nella ristorazione tradizionale

La cucina Gemma del ristorante «Adlergarten» a Schattdorf UR descritto nel ritratto aziendale a pagina 6.

si concentrerà sulla fascia di prezzo media. Negli altri settori le ulteriori analisi indicheranno quali sono le possibilità più promettenti.

«Abbiamo sempre colto le opportunità che si sono presentate» insiste Schenkel, «anche durante la fase che definisci «beccheggianti». All'inizio di quest'anno a Basilea è stato aperto un nuovo ristorante con cucina Gemma, il «Bio-Bistro» di Transform, un'azienda che fa parte dell'ospedale cittadino e che offre posti di lavoro adeguati a persone disabili. Cerchiamo anche nuove forme di collaborazione nel settore della gastronomia, per esempio con take-away.»

Ed è proprio in questo mese di marzo che un nuovo «key account manager» (assistente o consulente alla clientela) inizia la sua attività presso Bio Suisse e che con una percentuale d'impiego del 20% si occuperà del settore della gastronomia. «L'intero reparto marketing e tutti gli altri dipartimenti gli assicurano un appoggio fattivo», promette Schenkel.

Markus Bär

Foto: Ilona Schmid

Il ristorante bio sulla strada del Gottardo

Franz Huber e Yvonne Herzog hanno realizzato con impegno e cura un ristorante bio a Schattdorf nel Canton Uri: il ristorante Adlergarten vale senz'altro una visita. Il modello aziendale è sorprendente.

Il cinquantenne, statura alta, sembra calmo e pacato. Non è per niente stressato, pur gerendo non solo il ristorante «Adlergarten» ma anche una ditta di commercio di carburanti e combustibili. Franz Huber si accorge del mio stupore per questa combinazione: «Sì, mia moglie ed io proveniamo da altre esperienze. Ci raggiungerà più tardi, è consulente aziendale attiva soprattutto nel settore sanitario.»

Da carne bio a bio integrale

«Per voi il ristorante Adlergarten è un hobby?» chiedo. «Beh, tutto è iniziato così...», e ci si accorge presto che Franz Huber e Yvonne Herzog agiscono spinti da una convinzione di fondo. «Desideriamo riunire la salute e il piacere. E cerchiamo

di fare tutto con cura, senza pasticciare».

La coppia biogastronomica ha ripreso il ristorante nel 2002. «Abbiamo iniziato a servire carne biologica, per noi era importante. Una delle cose peggiori infatti sono i trasporti degli animali. Risultava però sempre più difficile spiegare ai clienti e anche a noi stessi perché l'ossobuco è biologico e la pannacotta al sedano con tartufo nero invece no».

L'intera cucina quindi all'inizio del 2004 è stata convertita a bio integrale, alla cucina Gemma certificata. «Il segmento bio rappresenta dal cinque al dieci per cento di tutta la popolazione, è un bel mercato» si sono detti Yvonne Herzog e Franz Huber e hanno osato l'esperimento del ristorante bio a Schattdorf, un Comune

che conta 4800 abitanti. La posizione dal punto di vista stradale è favorevole: sulla strada del Gottardo tra Altdorf e Erstfeld nel Canton Uri dove non esiste nessun negozio bio.

Il ristorante Adlergarten non offre gastronomia di tendenza o di altissimo livello bensì una cucina curata e fantasiosa. «Desideriamo che l'apprendista venga qui a mangiare con la sua ragazza e che venga anche il signor professore. Tutti e tre saranno trattati alla pari».

Tutte le salse, le minestre, il pane, i gelati sono fatti in casa. L'unico prodotto già pronto che il ristorante acquista sono le patate fritte – gli esperimenti per prepararli finora non hanno avuto risultati soddisfacenti.



Foto: Markus Bär

«Bio da solo non riempie un ristorante»

La maggior parte degli avventori non è alla ricerca di una cucina biologica ma va all'Adlergarten perché è un posto simpatico e perché si mangia bene. I giovani ci vengono soprattutto per la pizza.

L'influsso dello chef di cucina non si ferma alla questione bio o non bio. «Bio da solo non riempie un ristorante» spiega Franz Huber. «Ci vuole un team impegnato, creatività, gentilezza, qualità costante».

Pian piano la voce che ci sia un ristorante bio in un Comune urano poco conosciuto che vale la pena visitare ha iniziato a circolare anche fra i consumatori bio nelle altre regioni svizzere e alcuni abbandonano l'autostrada (o il treno a Flüelen) per andare a mangiare all'Adlergarten. Per circa 60 franchi compresa la colazione si può anche pernottare in una delle quattro camere per gli ospiti che durante l'estate attirano soprattutto i ciclisti.

Il ristorante Adlergarten acquista il 90 per cento della carne da aziende bio del luogo. «Il nostro macellaio si fa certificare solo per noi». La verdura proviene soprattutto da un orticoltore locale. «Acquistare e trasformare qui, mantenere la creazione di valore nel Canton Uri», questo è importante per Franz Huber.

Mangiare all'«Adlergarten»: in famiglia nella pizzeria...

Nella prossima edizione: la guida gastronomica Gemma

Nell'edizione di aprile di bioattualità offriremo una panoramica di tutte le aziende gastronomiche – alberghi, ristoranti, case di cura e centri di formazione – che cucinano con la Gemma. Coloro che desiderano festeggiare già prima un compleanno importante con un banchetto o offrire ai partecipanti a seminari piatti biologici possono trovare l'elenco aggiornato degli esercizi di ristorazione Gemma sotto www.bio-suisse.ch > Konsumenteninfos > Hier essen Sie Bio.

Nel mese di aprile bioattualità offrirà inoltre due ulteriori ritratti di esercizi con cucina Gemma: un albergo in un castagneto con magnifica vista e una cucina mobile senza sede fissa che si reca dai propri clienti in diverse località. mb

Il personale al timone

Il personale viene trattato in modo davvero degno di nota. Nell'azienda lavorano tre cuochi diplomati, un pizzaiolo con formazione empirica, un apprendista e



Foto: Gemeinde Schattdorf

Schattdorf visto dall'alto

sei camerieri con un grado di occupazione variante dal 60 al 100 per cento. Tutte queste persone tuttavia devono saper fare tutto, infatti vige la rotazione del lavoro tra servizio, buffet, cucina e forno per pizza. «Questa rotazione favorisce la comprensione reciproca, tutti devono essere coinvolti nel lavoro» spiega Huber. Non c'è uno chef de service, vi sono responsabili per i diversi incarichi e anche loro sottostanno al principio della rotazione.

Per il ristorante Adlergarten è molto importante anche il perfezionamento. Tutti seguono ogni anno un corso di perfezionamento. Quest'anno si tratta di un corso di dietetica. L'azienda paga i costi per i corsi, il personale mette a disposizione il proprio tempo.



Foto: Markus Bär

... o in ambiente più esclusivo nel grotto.

Huber vuole personale che cerchi più di un semplice lavoro. Infatti prima o poi Huber prevede che il personale riprenda il ristorante, questo è il suo obiettivo dichiarato. Tutti lo sanno e tutti sono a conoscenza di tutte le cifre aziendali. Visto che l'azienda deve pagare il 2 per cento in meno d'affitto può versare salari più alti del 2% di quanto non siano usuali nel ramo.

Non meraviglia quindi che non vi è praticamente cambio di personale. Nel team regna armonia e l'avventore lo sente.

Yvonne Herzog e Franz Huber svelano volentieri il piccolo segreto del risto-

rante Adlergarten: «Non siamo costretti a vivere della gastronomia, a questo proposito siamo privilegiati». Dimostrano comunque che è possibile: un ristorante con cucina Gemma in un paesino senza turismo dove la maggior parte della gente va a casa a pranzare.

Infatti nel frattempo, grazie ai sussidi incrociati che la coppia Huber-Herzog ha versato per due anni, l'azienda si finanzia da sé. Anzi, un sussidio incrociato sussiste tuttora: la coppia di gerenti a tempo parziale non percepisce alcun salario!

Markus Bär



Foto: Ilona Schmid

Il pizzaiolo Ramesh Sinnathamby.

Cervino e zucchero filato

La superficie bio aumenta. Il volume di mercato bio aumenta. La superficie espositiva aumenta. Alla fine di febbraio ci si incontra a Norimberga alla BioFach, il più grande e impressionante appuntamento del mercato bio globale. Quest'anno c'era anche bioattualità.

Dal discorso inaugurale di Gerard Depardieu in occasione dell'apertura della fiera mondiale del mercato biologico, la BioFach di Norimberga, non è emerso quanto sia biologica la viticoltura praticata nei suoi vigneti. Tuttavia, a suo dire, si sente vicino all'agricoltura biologica e reputa positivamente il biologico, una via per uscire dall'anonimità della produzione alimentare: «L'agricoltura biologica inizia al momento dell'incontro tra il consumatore e il produttore». Una dozzina di guardie del corpo ha poi impedito l'incontro dei visitatori con il popolare interprete di Obelix.

★

Nel suo discorso inaugurale il presidente dell'associazione mondiale per l'agricoltura biologica IFOAM Gerald A. Herrmann ha affermato che bio sarebbe diventata una tendenza e costruirebbe ponti tra lavoro artigianale e stile di vita moderno – per poi fare subito la morale ai commercianti e ai trasformatori presenti: «Bio è diventato un buon affare, sempre più aziende vi aderiscono e va bene così. Affinché bio rimanga un buon affare anche a medio e lungo termine non dobbiamo però perdere il nostro spirito dei primi anni». Ogni imprenditore ha l'obbligo di sviluppare ulteriormente il sistema e di trasmettere lo spirito del biologico ai nuovi arrivati. «Non basta solo partecipare».

★

Bio Suisse quest'anno non ha partecipato con una bancarella propria – una misura di risparmio decisa dal reparto marketing. L'organizzazione mantello è tuttavia riuscita a trovare un modesto posticino presso il Swiss Pavilion dell'Osec, l'ufficio federale che incoraggia la promozione delle esportazioni. Per quanto riguarda la cura dello spirito del biologico si trattava però anche di scendere a compromessi: Osec ha offerto agli ospiti Nespresso in tazzine di plastica, panna da caffè in porzioni singole e amaretti, tutta merce convenzionale. bio.inspecta nella bancarella di fronte ha chiuso entrambi gli occhi davanti a questa immagine della Svizzera.

★

Non avrebbe certo fatto brutta figura la Svizzera, che continua a considerarsi la culla dell'agricoltura biologica dato che ai tempi era molto più avanti dei Paesi confinanti, offrendo a una fiera di questo calibro un buon caffè biologico equo e solidale, panna con la Gemma e un croccante biscotto di avena con zenzero tutto bio. Di tutto ciò ce n'era più che sufficienza nelle oltre 2500 bancarelle di 110 Paesi su più di nove ettari di superficie espositiva. Poiché è proprio per questo che erano presenti: per far degustare il proprio caffè, la propria panna da caffè, presentare le tazzine compostabili e i biscottini bio.

★

Durante i quattro giorni BioFach è rimasta aperta per complessivamente 35 ore. Chi in questo tempo avrebbe voluto visitare tutte le bancarelle avrebbe avuto a disposizione circa 50 secondi per ogni bancarella.

★

Il mercato bio stanno vivendo un boom irrefrenabile. Alla BioFach sono state presentate le più recenti cifre disponibili globalmente e che concernono l'anno 2006. Rispetto al 2005 la superficie bio è aumentata di 1,8 milioni raggiungendo 30,4 milioni di ettari – soprattutto in Australia e Oceania (oltre 600'000 ettari) e in Europa (oltre 500'000 ettari). L'esperta del FiBL Helga Willer ha spiegato che per alcuni Paesi sono già disponibili i dati per il 2007 che indicano un'ulteriore crescita. Il mercato del biologico invia segnali ancora più ottimistici. La società di studi e ricerche di mercato Organic Monitor di Londra ha reso noto che nel 2006 la cifra d'affari ammontava a 38,6 miliardi di dollari americani, 5 000 000 000 di dollari in più rispetto al 2005. Il mercato del biologico tra il 2000 e il 2006 è quindi cresciuto del 116 %. Anche in questo caso per finire una buona notizia: anche per il 2007 e gli anni successivi ci si attende una sana crescita.

★

Tutti questi numeri invitano a giocare con le cifre. Suddividendo uniformemente la cifra d'affari conseguita con prodotti bio nel 2005 su tutte le superfici gestite in regime biologico, in media per

ettaro sarebbero stati guadagnati 1150 dollari. Per il 2006 eseguendo lo stesso calcolo si otterrebbero già 1270 dollari. Limitiamo ulteriormente il calcolo: la crescita di mercato 2006 diviso la crescita delle superfici nel 2006 ci danno la bella cifra di 2777 dollari per ettaro. I bioagricoltori quindi guadagnano sempre di più? Difficilmente! Gettando uno sguardo nei padiglioni della fiera si può concludere che una parte sempre minore delle cifre d'affari in crescita finisce nelle tasche dei produttori.

★

L'esposizione delle novità ha mostrato che cosa riesce a entusiasmare ai nostri giorni facendo aumentare il fatturato. Per i golosi zucchero filato in scatola o moretti, per gli appassionati di cucina rōsti o riso per sushi, per i salutisti biscotti light o fiocchi arricchiti con omega 3, per gli amanti del fast-food hamburger con panini al sesamo. C'erano però anche ortaggi di nuova invenzione: il «cetriolo primitivo» presentato dal selezionatore olandese Eosta, che ha l'aspetto e il gusto di un vero cetriolo. Oppure la nuova varietà di barbabietole «Robuschka» della ditta di sementi Bingenheimer SA che riunisce tutte le caratteristiche di una buona barbabietola. In mezzo ai vari crunch! crock! crisp! crack! pop! chips! sembravano relitti di un buon, vecchio mondo bio in via di estinzione.

★

In ottima posizione nel padiglione del commercio specializzato germanico, vicino alla bancarella delle novità, ecco la latteria Biedermann di Bischofszell. Il trasformatore svizzero registra successi sul mercato bio tedesco da quando il grossista Dennree offre ai negozi bio della Germania intera una gamma delle sue specialità – con la Gemma. Il suo lassi (una specie di iogurt da bere) ai fiori di rosa figurava fra le novità, il lassi di mango ha addirittura ottenuto il premio «successo dell'anno». Questo onore viene conferito a un prodotto che nell'anno precedente è stato presentato come novità e che da allora è stato il più venduto in Germania. Biedermann intanto consegue il tre per cento della cifra d'affari all'infuori della Svizzera.

Lo successo ottenuto sul palcoscenico UE non è però piovuto dal cielo. Dal 2000 Pius Biedermann è stato sempre presente alla BioFach per allacciare contatti e prendere piede sul mercato dell'esportazione, dapprima alla bancarella comunitaria svizzera dove Osec si occupa di tutti i lavori amministrativi e preparatori per gli espositori, e dall'anno scorso con una bancarella propria.

★

Poco lontano da Biedermann la Switzeland Cheese Marketing GmbH ha cercato di posizionare sul mercato bio germanico specialità di formaggio svizzero. Bisogna dire che ha avuto luogo un positivo cambiamento di paradigma: pochi anni fa il settore del formaggio svizzero non ha manifestato alcun interesse di aprire i canali d'esportazione per il formaggio bio. Al contrario, si temevano collisioni con la presenza sul mercato di formaggio convenzionale che all'estero viene offerto con un'immagine vicina al biologico. Oggi il vortice dei mercati bio circostanti sembra essere così grande che gli addetti al marketing hanno dovuto ricredersi. Adesso ci sono anche loro.

★

Poco distante dalla modesta bancarella comunitaria svizzera dell'Osec, l'Austria si è presentata con un padiglione molto vistoso e spazioso. Il partner di Euro 08 sembra di avere più voglia di esportare che la Svizzera. 111 espositori austriaci hanno presentato i propri prodotti bio, dalla Confederazione se ne sono presentati tre volte meno. L'appartenenza dell'Austria all'UE sarà anche un motivo. Per gli esportatori svizzeri le formalità doganali potrebbero giocare un ruolo deterrente anche dopo lo smantellamento delle frontiere.

★

La promozione delle esportazioni del Paese confinante a est è più offensiva. Agli offerenti svizzeri l'Osec fornisce gratuitamente unicamente una parte dei propri servizi. Per la presenza alle fiere dispone di un budget di meno di due milioni con i quali deve presenziare a una ventina di fiere; BioFach è una delle meno importanti. Coloro che desiderano partecipare alla bancarella comunitaria devono pagare il posto di tasca propria – e devono oltre tutto versare un contributo alle spese dell'Osec, per esempio per l'acquisto della macchina Nespresso. Lo stato austriaco è nettamente più generoso con i partecipanti: oltre ai servizi si assume anche una parte notevole delle tasse per la bancarella.



Foto: Alfred Schädeli

Un vero colpo da maestro: l'Austria sposta le montagne. Marketing per formaggio bio svizzero alla bancarella comunitaria dell'Austria.

★

Grazie al Cervino la promozione dell'esportazione austriaca concede qualche briciola di elemosina ai vicini meno abbienti. Infatti al mercato bio conferisce nuovo splendore all'identificazione svizzera: con il Cervino, la croce svizzera e la Gemma Bio Suisse l'azienda commerciale Gute Zeit GmbH promuove il formaggio bio proveniente dalla Svizzera – sotto la

bandiera di Bio Austria. Mercato mirato: il commercio specializzato germanico. Chiaro? Il direttore di Gute Zeit Wolfgang Böhlk vuole posizionare l'Emmental, il Gruyère e l'Appenzell, che fa porzionare e imballare in Austria, nella fascia di prezzo superiore. I prezzi al chilo si situano fra 22.90 e 24.90 euro. Quindi tra 36.60 a 39.80 franchi.

Alfred Schädeli

Fase decisiva nel processo d'elaborazione delle linee guida

Alla prossima AD i delegati dovranno scegliere fra tre varianti per decidere il futuro orientamento strategico di Bio Suisse. In occasione dell'AD nell'autunno 2008 saranno sottoposte all'approvazione (o al rigetto) linee guida formulate.

Nelle nuove linee guida Bio Suisse definisce l'orientamento strategico a lungo termine. All'inizio del 2007 il consiglio direttivo ha avviato la revisione delle linee guida del 1997. Un gruppo di progetto coordina il processo e ha il compito di coinvolgere membri e responsabili del mondo agricolo.

Il consiglio direttivo sottopone all'approvazione dei delegati tre varianti per il futuro:

strategia dell'ASOAB degli anni ottanta quando non esisteva ancora Bio federale bensì una sola "confederazione bio". La variante 1 oggi indebolirebbe inutilmente la rinomata Gemma. Con l'adeguamento delle direttive all'Ordinanza bio si rinunciarebbe a un'importante parte di autonomia nella definizione delle direttive.

La visione comune

Le linee guida dell'anno 1997 non rispon-

politica, 2) nell'assicurazione della qualità e nello sviluppo dell'agricoltura biologica, 3) nel mercato e 4) nella formazione.

- f. La democrazia all'interno dell'associazione e la Gemma rappresentano alti valori per Bio Suisse.
- g. Esiste contemporaneamente una visione del Paese bio Svizzera (un bio) e di un alto posizionamento (raggiungere maggior valore sul mercato, direttive proprie, motore di sviluppo).

Lo scopo di Bio Suisse è e rimane il promuovimento dell'agricoltura biologica e il perseguimento di obiettivi ecologici. Il metodo di gestione biologica va ulteriormente esteso sulla base dei principi dei pionieri del biologico e del loro continuo sviluppo fino ai nostri giorni. In tal modo i principi dell'agricoltura biologica possono essere tradotti in modo ancora più credibile e l'agricoltura biologica potrà posizionarsi più chiaramente come la forma di agricoltura sostenibile e lungimirante. La visione consiste nel fatto di conseguire una sempre maggiore affermazione sul mercato dei prodotti biologici ottenuti e trasformati in Svizzera. Le aziende biologiche devono continuare a essere gestite dalle generazioni future in strutture rurali in modo redditizio. In ogni caso vogliamo raggiungere lo scopo con un'organizzazione in cui i bioagricoltori siano i promotori e che tramite i delegati abbiano il supremo potere decisivo. La democrazia nell'associazione nonché il vantaggio che i membri traggono dalle conquiste rimangono valori fondamentali.

Domande aperte

In diversi workshop sono state discusse e trattate le domande scottanti che riguardano il futuro delle aziende biologiche svizzere e lo sviluppo positivo delle aziende di trasformazione e commerciali con la Gemma. Nel corso del processo di revisione delle linee guida sono emerse le seguenti domande chiave:

- a) La Gemma viene posizionata come marchio (marchio di qualità) o come

Variante 1: strategia del marchio	Variante 2: Strategia della marca	Variante 3: separazione di associazione e marca
Gemma come marchio sulla base di Bio federale; Bio Suisse in futuro organizza tutte le aziende Bio in Svizzera.	Posizionare la Gemma come marca forte; Bio Suisse organizza solo aziende Gemma.	1. Nuova associazione nazionale di tutti i bioagricoltori; 2. Sviluppare ulteriormente la Gemma Bio Suisse come marca forte.
La Gemma come marchio sul maggior numero possibile di prodotti bio in Svizzera è sinonimo dello standard riconosciuto dalla legge (OBio)	La Gemma, la marca forte delle aziende Bio Suisse è sinonimo di prodotti bio di alta qualità e dall'ottimo sapore.	Vengono tutelati sia gli interessi dei produttori che quelli degli utenti della Gemma, ma in due strutture separate dal punto di vista dell'organizzazione.

Il consiglio direttivo raccomanda ai delegati l'approvazione della variante 3 "separazione associazione e marca". Ciò significa che l'associazione in futuro sarà organizzata in due unità separate. I concetti Bio Suisse e Gemma inseparabili da 27 anni rimarranno associati: nelle teste dei consumatori svizzeri sono fortemente ancorati. La Gemma va ulteriormente sviluppata come marca forte. I produttori continueranno a mantenere la sovranità sulle direttive. In futuro tuttavia sarà necessario riunire tutte le tendenze del biologico in Svizzera, anche e soprattutto a livello dei produttori. Ciò richiede la fondazione di una nuova associazione unica dei produttori bio svizzeri. Quest'associazione con una struttura snella dovrà rappresentare gli interessi delle aziende bio svizzere e provvedere affinché i diversi orientamenti dell'agricoltura biologica non si contrastino a vicenda. Il consiglio direttivo respinge la variante 1 "strategia del marchio". Questa via corrisponde alla

dono più a tutte le esigenze attuali. Il processo per la revisione delle linee guida ha mostrato che in numerosi punti occorre trovare un nuovo consenso ma che attualmente sono fortemente ancorati i seguenti punti:

- a. Bio non si riduce solo a agricoltura, Ordinanza Bio e direttive Bio Suisse bensì rappresenta una forma globale e indipendente di agricoltura, trasformazione e commercializzazione.
- b. I produttori bio contrassegnano con la Gemma i loro prodotti con un'alta qualità di processo.
- c. I prodotti biologici vanno seguiti "dal campo fino al piatto".
- d. Bio Suisse, l'organizzazione dei bioagricoltori, si impegna contemporaneamente a favore 1) delle esigenze ecologiche 2) degli interessi dei membri e 3) della commercializzazione della Gemma.
- e. Bio Suisse si impegna professionalmente 1) nelle pubbliche relazioni/in

Cambio ai vertici dell'assicurazione qualità

Alla fine di febbraio Markus Wittmer, responsabile dell'assicurazione della qualità, ha lasciato Bio Suisse per affrontare nuove sfide. Hans Ramseier, che essendo attivo quale responsabile del settore importazione già conosce l'azienda a perfezione, assumerà il suo compito presso Bio Suisse.

Markus Wittmer ha lavorato per Bio Suisse per più di dieci anni vivendo di persona la rapidissima crescita della Gemma e quindi anche del segretariato centrale a Basilea. Ha iniziato la sua carriera come responsabile del dipartimento importazione. «In quegli anni di forte crescita si trattava soprattutto di adeguare le strutture e di mettere ordine nei più disparati processi» ricorda Wittmer. Ciò comportava anche la creazione di una banca dati. Come responsabile del progetto BioFach ha anche portato avanti il rafforzamento dell'immagine internazionale di Bio Suisse.

Nel 2001 l'ingegnere agronomo diplomato ha assunto la direzione dell'assicurazione della qualità. «Una posizione complessa e esposta», così descrive il suo compito. Temi come residui e l'apertu-

ra della certificazione hanno occupato l'associazione. Markus Wittmer è anche stato nominato membro del primo consiglio di amministrazione di bio.inspecta. Certamente il suo non è sempre stato un compito facile. Markus Wittmer negli scorsi anni ha continuamente ampliato e rielaborato il sistema di assicurazione della qualità interno ed esterno. Si è sempre preoccupato di una buona e stretta collaborazione con le commissioni del marchio. Wittmer si rallegra di poter consegnare a Hans Ramseier un dipartimento che «continua a funzionare come il motore di un maggiolino VW. Grazie a una buona base oggi si possono eseguire delle modifiche nei processi senza che l'intero sistema sia subito messo in questione».

Assieme al suo team Markus Wittmer ha contribuito moltissimo all'alta credibilità della Gemma.

«Mantenere alta la credibilità della Gemma nel quotidiano significa trovare un buon equilibrio tra prescrizioni, controllo e appello alla responsabilità propria degli utenti della Gemma», conclude Wittmer. «Occorre però tenere d'occhio tutti quanti, anche gli organi Bio Suisse e gli uffici di controllo. Non si trovano solo amicizie, il lavoro può essere snervante.»

Markus Wittmer si rallegra di affrontare il nuovo compito di responsabile di progetto presso Grün Stadt Zürich dove potrà continuare a impegnarsi per risolvere i problemi legati all'ecologia.

Jacqueline Forster-Zigerli

marca (marchio commerciale)? O quanto carattere di marca e quanto di marchio deve avere la Gemma?

- b) La Gemma deve discostarsi da Bio federale o va piuttosto armonizzata con l'Ordinanza Bio?
- c) La Gemma è anche sinonimo della qualità del prodotto o solo della qualità di processo?
- d) La Gemma include l'intera catena di creazione del valore aggiunto o si limita primariamente alla produzione?
- e) La Gemma si orienta in primo luogo alle esigenze dei produttori o anche a quelle dei consumatori?
- f) Chi sono i proprietari (responsabili) di Bio Suisse e della Gemma e chi sono i clienti: produttori, aziende di trasformazione, commercianti e consumatori?
- g) Bio Suisse è l'associazione di "bio" o della "Gemma"?

Dalle domande aperte nel corso del processo in atto da un anno e mezzo sono risultate le tre varianti che saranno oggetto della votazione dell'AD nella primavera 2008. Ai delegati la responsabilità di indicare la via verso il futuro.

Christian Voegeli, Bio Suisse



Foto: zVg

Non sempre un lavoratore silenzioso: Markus Wittmer lascia Bio Suisse dopo un impegno più che decennale.

Lotta per le priorità

Quale delle tre varianti delle linee guida è la migliore? Quale influsso hanno le diverse priorità sul futuro della Gemma? Quattro membri di Bio Suisse si sono incontrati a Zurigo pre scambiarsi le opinioni in merito ai vantaggi e agli svantaggi delle varianti.

Negli scorsi anni è stata investita tantissima energia nel lavoro per lo sviluppo delle linee guida. Perché sono necessarie nuove linee guida? Che vantaggi rappresentano per Bio Suisse?

Alfons Cotti: Anch'io all'inizio avevo qualche perplessità in merito. Ci si potrebbe anche chiedere: perché non si può lasciare la situazione così com'è? Non era poi così male. Vale però la pena chiedersi se siamo sulla giusta via. Nuove linee guida possono essere d'aiuto.

Christian Butscher: Si tratta di trovare l'identità e di formulare gli obiettivi, cosa che per un'organizzazione come Bio Suisse è assolutamente importante perché deve rimanere attuale e questo comporta sempre uno sviluppo. Un'organizzazione così importante per l'agricoltura biologica deve avere un obiettivo e questo obiettivo viene formulato in comune grazie all'elaborazione delle linee guida.

Stefan Schreiber: Le sfide che l'agricoltura svizzera e l'agricoltura biologica in particolare dovranno affrontare diventeranno sempre più importanti: bio UE, Bio federale, accordi di libero scambio. Ci muoviamo su un determinato binario, e va bene così, ma la direzione deve essere quella giusta. Le linee direttive sono un buon strumento. Anche le discussioni che sorgono tra gli agricoltori sono preziose. **Elsbeth Arnold:** Sostengo gli accordi sugli obiettivi che figurano nelle attuali linee guida e in fondo potremmo anche mantenerli. Negli ultimi anni però vi sono stati numerosi cambiamenti in seno a Bio Suisse, anche dissidi e scontenti. La discussione su un nuovo obiettivo e la via che occorre percorrere per raggiungerlo è buona. È anche positivo che siano in molti a partecipare e a riflettere.

Bio Suisse negli scorsi anni ha agito con successo. La Gemma ha un alto grado di notorietà, la gente ha fiducia in essa, i prodotti Gemma sono ottenibili ovunque. In quale ambito bisogna agire?

Elsbeth Arnold: Non bisogna soprattutto sottovalutare gli influssi dello spazio UE che ci riserverà ancora tante sorprese. Ci è già successo a più riprese di trovarci alle assemblee dei delegati con le mani legate

e di dover constatare che non ci restava che semplicemente accettare determinate norme del Regolamento UE e dell'Ordinanza Bio della Confederazione.

Stefan Schreiber: Provengo dalla Valle di Frick, vicino alla frontiera con la Germania. Constato che le radio regionali germaniche trasmettono regolarmente pubblicità per il biologico. Una grande catena di negozi è stata convinta a commercializzare prodotti biologici e sfrutta enormemente questo fatto nella pubblicità. Ho partecipato a più riprese alle degustazioni di latte e mi sono accorto che la Gemma per la gente riveste una posizione importante. Dopo un lungo lavoro di sviluppo la Gemma può anche raccogliere qualche frutto. Essa deve impersonare l'agricoltura biologica svizzera e rappresentarla verso l'esterno. Con la Gemma abbiamo creato un ottimo marchio e dobbiamo averne cura. Dobbiamo scoprire nell'attuale discussione quale delle tre varianti sia la più adatta a questo scopo.

Secondo voi la Gemma ha bisogno di maggiori stimoli?

Stefan Schreiber: Penso di sì. Come produttori dobbiamo poter appoggiare maggiormente la Gemma. È importante che la Gemma possa rientrare nel concetto dei produttori, nel senso di un'agricoltura biologica normale e naturale. È qui che dobbiamo trovare soluzioni.

Christian Butscher: Non possiamo in nessun caso mettere in gioco quanto abbiamo raggiunto finora con la Gemma. La discussione attorno alle linee guida mostra però che per i bioagricoltori è molto difficile mantenere la visione d'insieme.

Gli interlocutori

Elisabeth Arnold, contadina di Spirigen UR, ha collaborato nel gruppo di progetto linee guida.

Christian Butscher, contadino a Madiswil (BE, è presidente dell'associazione per l'agricoltura biodinamica.

Stefan Schreiber, contadino a Wegenstetten AG, è presidente della Aargauische Bioland-Vereinigung.

Alfons Cotti, contadino a Sur GR, è presidente di Bio Grischun.

Lo si legge anche nelle lettere che i lettori hanno inviato a bioattualità: ci si distacca, nessuno ha voglia di leggere 35 pagine di contenuti che non interessano l'azienda agricola in senso stretto come per esempio la cura del paesaggio, la cura del suolo, la salute degli animali, eccetera. Qui si tratta di strutture nel mercato e nella direzione dell'associazione.

Alfons Cotti: Al momento della fondazione di Bio Suisse si sono riunite sotto un solo tetto – nonostante le grandi differenze – tutte le organizzazioni per l'agricoltura biologica importanti. Questo è stato un atto da pionieri. Adesso siamo giunti a un bivio, dove questa conquista viene in parte messa in forse a causa degli sviluppi degli ultimi anni. Bio Suisse 25 anni fa faceva lei stessa la politica del biologico ed era libera nell'elaborazione delle direttive dato che la Confederazione non se ne occupava. Quando poi la Confederazione ha iniziato a prendere tanto sul serio il biologico da introdurre l'Ordinanza Bio, la situazione si è fatta più difficile. Sono sorti i problemi descritti da Elisabeth. Ora dobbiamo chiederci se è giusto permettere in misura sempre maggiore allo Stato di dire che cosa è bio e che cosa invece no. Penso che dobbiamo creare strutture che ci permettano di esercitare un influsso molto forte.

Un esempio negativo è la produzione bio settoriale resa possibile grazie all'Unione contadini. Non abbiamo potuto esercitare sufficiente influsso per impedirlo.

Christian Butscher: Le questioni riguardanti le direttive sono certamente importanti ma non vanno sopravvalutate. Vi sono altri campi spesso trascurati come per esempio la ricerca, la formazione e la qualità. Finora in questi campi abbiamo fatto troppo poco. Come possiamo far influire nella ricerca le questioni che ci occupano in azienda? Come possiamo formare la futura generazione affinché possa continuare il nostro lavoro? Come possiamo migliorare la qualità dei prodotti? A queste domande occorre dare una risposta. Questo però dipende solo da noi, non possiamo aspettarci nessun aiuto dallo Stato.



Foto: Alfred Schädli

Quale sarà il futuro dell'associazione e della Gemma? Christian Butscher, Elsbeth Arnold, Alfons Cotti, Stefan Schreiber.

Da tutti gli interventi emerge che le nuove linee guida dovranno diventare uno strumento per Bio Suisse per prendere in mano le proprie sorti. Quale variante è la più adatta a questo scopo?

Christian Butscher: Dobbiamo cercare con cura delle vie e creare spazi per trovare all'interno di Bio Suisse una nuova struttura tra i contadini, il commercio e la trasformazione. Sono del parere che la prima e la terza variante in questo punto divergono fortemente mentre la seconda è la migliore a questo proposito. Le discussioni di principio che concernono veramente gli agricoltori devono ottenere spazio. Coloro che sono attivi nel commercio e nella trasformazione e che sono vicini al mercato devono poter disporre di una piattaforma all'interno di Bio Suisse. Demeter ha trovato una buona soluzione separando l'associazione dalla federazione. Ciò però non significa che si possa semplicemente adottare questa soluzione per Bio Suisse.

Alfons Cotti: Se si vuole aprire la Gemma e renderla più consona ai bisogni di mercato si possono sviluppare le direttive per la Gemma in modo più indipendente dall'Ordinanza Bio. Dall'altra parte vorremmo conquistare tutti i bioagricoltori. Questo potrebbe rivelarsi un'impresa ardua e la variante tre è la più adatta per realizzarla. Ne risulterebbe un'associazione bio aperta a tutte le aziende biologiche, con o senza Gemma, e in questa associazione ci sarebbe una Bio Suisse che appoggia la Gemma e che la riempie di contenuti.

Riuscirà l'associazione a vincere questa sfida?

Alfons Cotti: Penso di sì. I produttori che commercializzano con la Gemma aderiranno a Bio Suisse per considerazioni di economia di mercato. Coloro che non necessitano della Gemma aderiranno piuttosto all'organizzazione bio senza la Gemma. Nei Grigioni vi sono allevatori di pecore che sono membri di Bio Suisse da dieci o quindici anni e che non sono mai riusciti a vendere un agnello con la Gemma. È evidente che siano scontenti. E non sono nemmeno disposti a inasprire le direttive per motivi di economia di mercato. Ciò in definitiva può portare a una paralisi.

Le varianti 3 e 1 hanno in comune che possono aderire all'organizzazione bio anche aziende senza la Gemma. La variante 1 tuttavia non prevede più direttive proprie. Questo risolverebbe anche il dilemma?

Elsbeth Arnold: Con la variante 1 potremmo evitare di elaborare e discutere normative. Potremmo affidare questo lavoro alla Confederazione. Si libererebbero potenzialità enormi, si potrebbero incaricare esperti a diventare politicamente attivi e a esercitare il loro influsso in Svizzera e anche a livello europeo. Lavoro volentieri con la Gemma. Quello che però mi infastidisce è il continuo inveire contro i poliziotti delle normative, è ovvio ed è umano che si commettano errori durante i controlli. Con la variante 1 la Gemma potrebbe liberarsi da queste discussioni.

Christian Butscher: Come organizzazione dei bioagricoltori possiamo partecipare a tutte le procedure di consultazione della Confederazione. A questo si aggiungono buoni contatti personali in seno all'Ufficio federale dell'agricoltura. Possiamo quindi già ora esercitare il nostro influsso e dire che cosa è l'agricoltura biologica. È però solo grazie alla nostra iniziativa che acquisiamo questo potere. Perderemmo di peso se riposassimo sugli allori per quanto riguarda le direttive.

Bio Suisse avrebbe sufficiente profilo con questa variante per soddisfare i membri che oggi si impegnano?

Elsbeth Arnold: Bisognerebbe soddisfare una condizione: i produttori che attualmente collaborano strettamente con Bio Suisse devono assolutamente rimanere fedeli alla Gemma. Se con questa variante non si sentono più rappresentati e si ritirano, la stessa non è attuabile.

Christian Butscher: Se abbandoniamo le nostre stesse direttive e non diciamo più che cosa è l'agricoltura biologica – le dimensioni del porcile, come concimare, quale semente impiegare – la nostra forza di condeterminazione viene a mancare. Finiremmo per sederci a un grande tavolo presso l'associazione bio: uno avrebbe davanti a sé la bandierina dell'ingrasso di maiali, un altro la bandierina dell'ingrasso di bovini e il nostro rappresentante la bandierina bio, ma a parlare sarebbe solo il presidente.

Alfons Cotti: Bio Grischun all'inizio ha

dato la preferenza alla variante 1. Ora però siamo giunti alla conclusione che non dobbiamo allontanarci dalle direttive. Altrimenti vi è il rischio che le aziende che possono adempiere requisiti più severi, come per esempio NOP, si organizzerebbero in proprio e si avrebbe una scissione all'interno dell'agricoltura biologica. Dobbiamo impedirlo.

Stefan Schreiber: Con la variante 1 possiamo da un lato tenere unito il movimento bio, ma dall'altro lato perdiamo importanti produttori Gemma che finora si sono molto impegnati. Questa perdita sarebbe peggiore che se dovessimo rinunciare a aziende Ordinanza bio. Non bisogna poi dimenticare un altro punto: la Gemma non è importante solo per quanto riguarda la produzione ma anche per la trasformazione e il commercio. Una «Gemma Bio federale» probabilmente non avrebbe più lo stesso valore. Potrebbe anche darsi che Coop si ritirerebbe. Coop attualmente valuta molto positivamente la Gemma e paga anche le tasse di licenza. Con la variante 1 corriamo il rischio che Coop si abbassi al livello della Migros e si accontenti di contrassegnare i prodotti solo con «bio». Sarebbe più un danno che un beneficio.

Con la variante 1 la Gemma come marchio riuscirebbe a imporsi a lungo termine? O potrebbe essere spiazzata da altri marchi, per esempio il marchio UE?

Elsbeth Arnold: Il buon nome che la Gemma gode presso i consumatori non scompare da un anno all'altro. Con la variante 1 possiamo impiegare la nostra energia per rafforzare la Gemma – forse anche con nuove specificazioni del marchio per aziende particolarmente inno-

vative che risparmiano energia o che gestiscono l'azienda in modo rispettoso del clima. Sarebbe un punto a favore rispetto ad altri marchi.

Alfons Cotti: L'apertura in linea di massima è un fatto positivo ma non deve succedere che sorgano nuovi marchi sul mercato che scacciano la Gemma.

La variante due in fondo corrisponde alla continuazione della politica già avviata da Bio Suisse. Esiste il rischio che il numero dei membri diminuisca e che il marketing assuma maggior peso – a spese dell'impegno politico.

Stefan Schreiber: Non necessariamente. Preferisco una piccola associazione con membri impegnati piuttosto che un'associazione importante che si disperde. Considero la Gemma la forma ideale per l'agricoltura biologica in Svizzera. Bio federale è a un livello inferiore che permette alle aziende di passare in un secondo tempo alla Gemma.

Christian Butscher: Grazie alla grande lungimiranza al momento della fondazione di Bio Suisse non ci si è limitati a definire bio quanto produce il campo. Si è andati oltre fino alla trasformazione e il commercio e addirittura fino ai prodotti importati. La nostra scala dei valori deve essere soddisfatta fino al prodotto finale. Fino ad oggi questi valori sono definiti da coloro che hanno a che fare con gli animali e che arano i campi. Con le varianti 1 e 3 queste forze saranno ridotte. Il pensiero di fondo della variante 3 non è male ma dobbiamo tenere davanti agli occhi questi rischi. Dobbiamo trovare una via affinché il marchio non diventi ostentato ma possa mantenere la nostra scala dei valori.

Stefan Schreiber: La variante 2 può ser-

vire a integrare i migliori aspetti delle varianti uno e tre. Dobbiamo stare attenti a non pensare troppo in questi termini di circoscrizione. Qui attorno al tavolo abbiamo tutti obiettivi simili, affrontiamo i problemi insieme. Tutte e tre le varianti hanno buoni approcci. Bisognerebbe ora mettere in atto una soluzione ideale senza perdersi in guerre di trincea. Anch'io mi rendo conto del rischio che la Gemma come marca non avrà più nulla a che vedere con i produttori e che si trasformi in un puro simbolo di marketing.

Nella variante 3 i contenuti della marca sono definiti dai produttori. Quale è la differenza rispetto ad oggi?

Stefan Schreiber: La questione è, se la Gemma con la variante 3 potrà mantenere l'importanza che ha attualmente.

Alfons Cotti: La differenza rispetto ad oggi secondo me sta nel fatto che nel programma Gemma partecipano solo coloro che producono per la Gemma.

Le direttive Bio Suisse quanto dovrebbero scostarsi da Bio federale?

Stefan Schreiber: Considero Bio federale un mezzo per scoprire l'agricoltura biologica e vedere la natura da un altro punto di vista. Una volta scattata la molla e quando il messaggio è entrato nel cuore, nell'anima e nell'intelletto si può passare alla Gemma.

Alfons Cotti: Condivido. La variante 1 si riduce a un livello di partenza e finisce lì. Nella variante 2 esiste una porta d'entrata ma non porta all'interno dell'organizzazione bio. Nella variante 3 abbiamo sia il livello di partenza sia l'ulteriore sviluppo sotto un solo tetto.

Intervista: Alfred Schädeli

bioattualità

La rivista del movimento bio. 10 volte all'anno (all'inizio di ogni mese, salvo agosto e gennaio).

Editore: FiBL e Bio Suisse



abo

Tagliando di ordinazione

Desidero abbonare «bioattualità». Dieci edizioni mi costano fr. 49.– (estero 59.–)

Nome e cognome

Indirizzo

CAP/Luogo

Data

Firma

Si prega di inviare a FiBL, Istituto di ricerca sull'agricoltura biologica, bioattualità, Ackerstrasse, casella postale, 5070 Frick

Nuovi volti per il consiglio direttivo

Il 23 aprile i neoeletti delegati delle organizzazioni associate si riuniranno a Olten per l'assemblea dei delegati di Bio Suisse. I temi da discutere sono importanti: si deciderà in merito al futuro orientamento strategico di Bio Suisse che sarà ancorato nelle nuove linee guida e sarà eletto un nuovo consiglio direttivo per i prossimi quattro anni.

La tabella offre un quadro generale degli affari che saranno trattati all'AD. L'elenco definitivo degli argomenti all'ordine del giorno e la relativa documentazione saranno inviati ai delegati a metà marzo. I delegati possono inoltrare per

iscritto le mozioni inerenti agli argomenti entro la data dell'AD.

Per domande e suggerimenti vogliate rivolgervi alla coordinazione federativa della Bio Suisse, Christian Voegeli, tel. 061 385 96 23, e-mail christian.voegeli@bio-

suisse.ch. Gli allegati relativi all'invio AD possono essere visionati sul sito internet di Bio Suisse: www.bio-suisse.ch > documentation > info fédération > assemblée des délégués.

Christian Voegeli, Bio Suisse

Ordine del giorno dell'assemblea dei delegati Bio Suisse del 23 aprile 2008		
1 Affari statutari		
1.1	Saluto	Ordine del giorno, scrutatori
1.2	Verbale	Approvazione del verbale dell'AD del 14 novembre 2007
1.3	Rapporto annuale 2007	Rapporto relativo all'anno passato
1.4	Bilancio 2007	Approvazione del bilancio e del rendiconto finanziario dell'anno civile 2007, incl. rapporto dell'ufficio di revisione e della commissione di gestione
2 Altre decisioni		
2.1	Linee guida: decisione relativa alle tre varianti per il futuro	Bio Suisse definisce l'orientamento strategico a lungo termine nelle nuove linee guida. In questa AD sarà deciso quale strategia Bio Suisse vorrà perseguire in futuro. Si dovrà scegliere tra tre varianti: 1) strategia del marchio, 2) strategia della marca e 3) separazione di associazione e marca (Gemma). In occasione dell'AD nell'autunno 2008 saranno presentate le linee guida formulate.
2.2	Ecologia nell'importazione	Il consiglio direttivo presenta ai delegati tre concetti relativi all'ecologia delle importazioni. L'AD li ha commissionati nella primavera 2007 dando seguito a una proposta dei produttori bio di Zurigo e Sciaffusa. Da analisi è emerso che la Gemma soddisfa già oggi i più severi criteri di tutti i marchi bio conosciuti per quanto riguarda la protezione del clima, l'efficienza energetica e l'ecologia. Ciononostante, il consiglio direttivo è disposto a fare un ulteriore passo avanti: a partire dal 2010 il consiglio direttivo vorrebbe compensare le emissioni di CO ₂ dei trasporti di prodotti Gemma fino ai confini di Stato. Il consiglio direttivo non intende tuttavia punire le importazioni di prodotti con la Gemma con più ampie restrizioni.
3 Elezioni		
3.1	Commiato	Il consiglio direttivo si accomia dai membri dimissionari.
3.2	Elezione consiglio direttivo	I delegati eleggono i sette membri del consiglio direttivo per un periodo di quattro anni. Quattro attuali membri si ricandidano: Regina Fuhrer (presidente), François-Philippe Devenoge (vicepresidente), Martin Riggenbach e Danielle Rouiller. Si cercano nuovi candidati (vedi annuncio su bioattualità 10/07, dicembre). Le organizzazioni associate possono proporre dei candidati.
3.3	Conferma delle nomine delle commissioni del marchio	Il consiglio direttivo ha riletto le tre commissioni del marchio produzione, importazione e trasformazione/commercio per un nuovo mandato. Le nomine vanno confermate in occasione dell'assemblea dei delegati.
4 Modifiche delle direttive/ aggiunte		
4.1	Immagine di mercato, dichiarazione Dir cap. 6.1	Il consiglio direttivo intende rinnovare l'immagine della Gemma. Al fine di rafforzare la provenienza svizzera, per i prodotti indigeni si potrà specificare la Gemma con una croce svizzera. Per i prodotti che contengono meno del 90 per cento di materie prime prodotte in Svizzera sarà impiegata anche in avvenire la Gemma senza la specificazione "Suisse". Per le specificazioni del marchio, il consiglio direttivo in avvenire desidera poter sostituire la parola "Suisse". Ciò permetterà di contrassegnare determinati prodotti in modo particolare, per esempio con una Gemma Gourmet.
4.2	Produzione di funghi Dir. art. 2.8.2	Il consiglio direttivo e le commissioni del marchio hanno deciso di adeguare nei limiti del possibile le normative per i funghi commestibili all'Ordinanza Bio. Il consiglio direttivo chiede che il substrato e le aggiunte, riferiti alla sostanza secca organica, debbano provenire da coltivazione biologica nella misura del 75 per cento invece che dell'80 per cento.
4.3	Commercializzazione dopo la conversione Dir. art. 4.1.4	Giusta le direttive Bio Suisse i prodotti di animali da reddito consumatori di foraggio grezzo delle aziende in conversione possono essere commercializzati con la Gemma integrale solo a partire dal 1° maggio del terzo anno. Questo a differenza dell'Ordinanza Bio, secondo la quale tutti i prodotti possono essere commercializzati come prodotti biologici a partire dal 1° gennaio del terzo anno. Il consiglio direttivo propone di adeguare l'articolo 4.1.4 delle direttive all'Ordinanza Bio.
5 Informazioni		
5.1	Presa di posizione in merito agli accordi di libero scambio	La presa di posizione di Bio Suisse sarà spiegata. Il documento può essere scaricato dal sito internet di Bio Suisse (link nella pagina iniziale).

AB apre le porte della Grande Nation

La domanda di prodotti bio in Francia supera l'offerta. Dall'inizio dell'anno bio.inspecta offre ai propri clienti il marchio Agriculture Biologique France (AB). Alle aziende bio svizzere si aprono così le porte per l'esportazione nella Grande Nation.

I produttori di ortaggi e un trasformatore di latte con 15 aziende subfornitrici nella Svizzera romanda nutrono nuove voglie: vista l'ottima domanda desiderano esportare i propri prodotti bio in Francia. Il Ministero dell'agricoltura e della pesca del nostro vicino occidentale intende però dire la sua.

Infatti i prodotti bio svizzeri devono essere contrassegnati con il marchio AB di Agriculture Biologique France. Per superare questo ostacolo, dall'inizio dell'anno bio.inspecta controlla le aziende bio svizzere secondo le prescrizioni di AB France aprendo le porte al mercato d'esportazione Francia.

«Vogliamo offrire i servizi richiesti dai nostri clienti» spiega Maurice Clerc che rappresenta bio.inspecta nella Svizzera romanda. Per la nuova offerta, il controllo secondo il marchio AB, non è necessario considerare i dati degli anni precedenti. «Non controlliamo retroattivamente come avviene di consueto, bensì verificiamo la situazione attuale nell'anno corrente» osserva Clerc.

Nel 2008, in particolare per gli alle-

vatori di bovini AB, valgono condizioni leggermente più severe di quelle che devono soddisfare le aziende Bio Suisse (cfr. riquadro). Presumibilmente tuttavia queste prescrizioni nel 2009 saranno adeguate al Regolamento UE che i bioagricoltori svizzeri adempiono già ora senza problemi. Nella produzione vegetale i requisiti di AB corrispondono già ora a quelli di Bio Suisse.

È quindi ragionevole offrire la certificazione AB a tutte le aziende bio interessate. Nel corso di quest'anno possono essere certificati secondo AB le aziende di produzione vegetale e gli allevatori di bovini nonché i rispettivi trasformatore e il commercio. Se vi è sufficiente interesse, a partire dal 2009 bio.inspecta intende controllare anche altri rami aziendali. «Siamo aperti a tutto» sottolinea Clerc.

Per l'azienda biologica stessa è tutto molto semplice. «Il capozia non deve interessarsi personalmente in Francia» spiega Maurice Clerc. Il formulario compilato «Domanda per l'impiego del marchio AB» va inviato a bio.inspecta. L'azienda bio riceverà quindi il necessario materiale informativo.

Differenze rispetto alla Gemma

Un'azienda Gemma che desidera impiegare il marchio di Agriculture Biologique France (AB) deve adempiere alcuni requisiti supplementari:

- I prodotti in conversione non possono essere venduti con il marchio AB
- Per le colture pluriennali la conversione a AB dura tre anni
- Per quanto riguarda l'etichettatura, AB prescrive regole particolari che vanno rispettate. bio.inspecta esegue i controlli.
- Rispetto a Bio Suisse, nella produzione vegetale non vi sono requisiti supplementari
- Nell'allevamento di bovini è ammesso al massimo il 50 per cento di insilati nel foraggio. Per l'impiego di farmaci valgono condizioni più severe rispetto a Bio Suisse. Le terapie ai boli sono vietate. I pavimenti grigliati possono coprire al massimo il 50 per cento della superficie praticabile. uf



Foto: bio.inspecta

L'azienda Gemma Bioplants a Lonay presso Morges vuole esportare in Francia piantine di ortaggi e si fa certificare secondo le direttive AB. Il capozia Paolo Pessoa (a destra) a colloquio con Maurice Clerc che rappresenta bio.inspecta nella Svizzera romanda.

Ueli Steiner, direttore di bio.inspecta, facendo riferimento a possibili sinergie spiega: «Siamo comunque già presenti nell'azienda». Se il marchio AB dovesse essere controllato separatamente, le aziende interessate avrebbero notevoli oneri supplementari. Così invece i costi rimangono ragionevoli. «Il controllo AB avviene contemporaneamente al controllo annuale dell'azienda» spiega Steiner. L'onere supplementare attualmente non dovrebbe superare i 200 franchi.

Sviluppare nuovi mercati non è certo l'attività principale di bio.inspecta. Tuttavia essa dispone di buone relazioni e si basa sulla competenza dei concedenti il marchio. Aiuta quindi i propri clienti a immettere i prodotti su mercati interessanti, «anche all'estero», sottolinea Steiner. In linea di massima è tuttavia il produttore o il trasformatore stesso che deve occuparsi di trovare canali di smercio. «Noi ci concentriamo sui marchi e sulla corrispondente certificazione dei prodotti».

Ueli Frei

Regula Bachmann, geografa economica e sociale, 8200 Sciaffusa

Regula Bachmann ha 51 anni, vive sola e lavora come segretaria all'assistenza sociale presso l'Ufficio del servizio sociale. Laureata in geografia economica e sociale, si interessa da sempre dell'uomo e dell'ambiente. Il suo piatto preferito è una bella scelta di verdure della regione e di tanto in tanto un arrosto di agnello o un bel pesce. Le piace leggere e pratica attività sportive.

1 Perché acquisti prodotti bio?

Da un lato perché mi piace nutrirmi in modo sano e non intendo intossicarmi mangiando, dall'altro ritengo importante che la terra non sia distrutta a causa della produzione, che quindi anche i produttori abbiano cura della terra.

2 Quali prodotti acquisti sempre di qualità bio, quali mai?

Acquisto di qualità biologica praticamente tutte le verdure, anche le patate e i latticini. Magari la pasta che acquisto non è sempre biologica perché quella che preferisco non esiste in qualità bio.

3 A quanto valuta la percentuale di prodotti biologici nella sua economia domestica?

È alta, direi l'80 per cento. Alcuni prodotti non esistono di qualità biologica. Recentemente ho dovuto acquistare un prodotto chimico perché altrimenti non sarei riuscita a togliere la muffa.

4 Dove acquisti solitamente i generi alimentari?

Nelle vicinanze. Al mercato, qui nel negozio bio e talvolta presso la Bottega del mondo.

5 Secondo lei i prodotti bio sono troppo cari?

Certamente hanno il loro prezzo. Se sono troppo cari? Ho l'impressione che Coop e Migros facciano pressione sui prezzi. Visto che lavoro presso l'Ufficio dei servizi sociali so però anche che c'è gente che vive con il minimo esistenziale e che non può permettersi i prodotti biologici, nemmeno se acquistati direttamente dal contadino bio. Vi è una grande discrepanza.

6 Che ne pensa delle linee di prodotti a basso prezzo dei grandi distributori?

La mia opinione in merito è spaccata. So che esistono persone in Svizzera che ne hanno bisogno. Io mi trovo nella posi-



Foto: Irène Böhm

Regula Bachmann davanti al negozio specializzato in prodotti biologici viva natura.

zione fortunata di non essere costretta ad acquistarli. Mi rendo conto di essere privilegiata e quindi non posso dire a priori che sia sbagliato acquistarli.

7 Presta attenzione alla provenienza dei prodotti?

Sì, sempre.

8 Quale importanza hanno per lei i marchi bio, per esempio la Gemma?

Per me è importante ed anche una garanzia sapere quale filosofia sta dietro e che siano effettuati controlli per verificare se la produzione avviene a regola d'arte e corrisponde alle norme bio rispettivamente Gemma.

9 Ricorda un evento determinante che ha fatto di lei un consumatore di prodotti biologici?

(riflette) A 16 anni ho aderito al WWF e mi sono formata in questa direzione. Che importanza ha la natura? Che importanza ha l'ambiente? Infatti poi ho studiato geografia. Per me è un tema che non finisce mai. Da adolescente ho lavorato allo zoo.

Un collega mi ha fatto notare che il WWF avrebbe fatto per me e così vi ho aderito. A quei tempi non era da tutti essere membro del WWF. Sono passati tanti anni.

10 Che cosa pensa dei bioagricoltori? Quali caratteristiche li contraddistinguono?

Ho rispetto di loro. Sono persone coraggiose, percorrono una buona via che però è tutta in salita e che richiede tanta energia. Per me si tratta anche di persone lungimiranti. Appoggio il loro lavoro acquistando i loro prodotti. Nella vita quotidiana vedo quanta gente non attribuisce alcun valore all'ambiente e che acquista prodotti a buon mercato pur potendo permettersi di pagare prezzi equi per poi andare chissà dove in vacanza. Faccio fatica a capirlo. È difficile motivare le persone ad agire in modo rispettoso dell'ambiente e delle risorse. Per questo ammiro i bioagricoltori che agiscono senza lasciarsi abbattere. Li apprezzo molto per questo e perciò desidero appoggiarli acquistando prodotti regionali. È quanto posso fare per mostrare il rispetto per il loro lavoro.

Intervista: Irène Böhm

Esperimenti in aziende bio: i contadini sono responsabili

Una ditta intende sperimentare un nuovo prodotto ausiliario biologico e mi ha chiesto se sono disposto a partecipare agli esperimenti su un mezzo ettaro di terreno arabile. Il permesso è già stato chiesto al FiBL e dovrebbe pervenire a giorni, ma occorrerebbe eventualmente effettuare il primo trattamento già prima. Posso partecipare senza che vi siano problemi?

» No, i problemi ci sono, eccome! In linea di massima nelle aziende biologiche (Gemma e Bio federale) possono essere impiegate unicamente le sostanze ausiliarie che figurano nell'elenco delle sostanze ausiliarie del FiBL (vedi sotto). È chiaro che per sviluppare ulteriormente l'agricoltura biologica sono necessari esperimenti e test di nuove sostanze attive. Ogni esperimento di questo tipo tuttavia è soggetto ad autorizzazione. Nel permesso scritto, che va in ogni caso anche all'azienda agricola, l'esperimento autorizzato è descritto con precisione e limitato, anche nel tempo e territorialmente. Vi figurano pure eventuali limitazioni per la commercializzazione. Chi si attiene a queste prescrizioni non corre alcun rischio.

La domanda in generale viene inoltrata dalla ditta o dall'istituzione che intende eseguire l'esperimento. Il formulario corrispondente può essere scaricato dal sito internet www.fibl.org > Forschung - Phitopathologie > Hilfsstoffe > a destra: "Versuchsbewilligung: Anträge für Praxisversuche auf Biobetrieben" (solo in tedesco). Oltre al formulario vi si trovano anche spiegazioni (in tedesco): "Erläuterungen zu den Praxisversuchen auf Biobetrieben". Responsabile delle domande è Jacques Fuchs, FiBL, tel. 062 865 72 30, fax 062 865 72 73, e-mail jacques.fuchs@fibl.org al quale vanno pure inoltrate le domande.

Importante: la responsabilità incombe al responsabile dell'azienda agricola! Il contadino è giuridicamente responsabile e deve anche assumersi un eventuale danno economico. Vi sono stati casi in cui il raccolto ha dovuto essere distrutto.

Nei criteri relativi alla domanda di esperimenti figura per esempio la pre-

scrizione che le superfici sperimentali rispettivamente il numero di animali devono essere possibilmente esigui. Non è quindi possibile valutare se il mezzo ettaro nel nostro esempio sia adeguato o meno. Occorre quindi anche stare attenti in caso di un successivo ampliamento della superficie sperimentale rispettivamente di un aumento del numero di animali che partecipano all'esperimento. Un tale ampliamento dell'esperimento va oggettivamente motivato ed è pure soggetto ad autorizzazione.

Gli esperimenti con prodotti fitosanitari non ammessi, rispettivamente con organismi non ammessi, necessitano inoltre di un permesso dell'Ufficio federale dell'agricoltura.

E se si tratta di esperimenti con semente o piantine?

» Risposta: Anche in questo caso vale: la responsabilità incombe agli agricoltori. Gli esperimenti con semente convenzionale non trattata necessitano di un'autorizzazione se le specie sono classificate nel livello 1 o 2. La superficie è limitata a 10 are o al 10 per cento di una particella. A dipendenza dell'esperimento, per le colture arabili possono essere autorizzate superfici superiori.

Gli esperimenti con semente trattata chimicamente sono sempre soggetti a permesso. Il raccolto va in ogni caso commercializzato separatamente e come convenzionale. Se una separazione netta non è possibile, occorre commercializzare come convenzionale l'intero raccolto frutto dell'esperimento.

Le domande per esperimenti varietali con l'impiego di semente convenzionale possono essere inoltrate tramite la banca dati di semente www.organicXseeds o tramite il formulario per esperimenti varietali scaricabile dal sito <http://www.fibl.org/forschung/bodenwissenschaften/saatgut/pdf/formular-sortenversuch.pdf>.

Dei permessi si occupa l'ufficio semente presso il FiBL: Andreas Thommen, tel. 062 865 72 08, fax 062 865 72 73, e-mail andreas.thommen@fibl.org al quale vanno pure inoltrate le domande.

Markus Bär

Foraggio proveniente da aziende Ordinanza Bio

L'impiego di componenti del foraggio convenzionali ammesse per i ruminanti dall'inizio del 2008 è ulteriormente limitato. Quale è la situazione per quanto riguarda il foraggio proveniente da aziende Ordinanza Bio?

» Le normative Bio Suisse (Dir. appendice 5) impongono foraggio Gemma nella misura del 95 per cento. Il rimanente 5 per cento può essere coperto con le seguenti qualità e componenti:

- Ordinanza Bio
- semi di lino
- destrosio
- proteine di frumento per farina per vitelli
- paglia da foraggiare
- colture campicole incl. cereali pianta intera (anche granoturco), freschi, insilati, essiccati
- barbabietole da foraggio non trasformate

Ordinanza Bio, provenienza svizzera e Paesi confinanti

- foraggio di prati permanenti e artificiali, fresco o conservato non biologiche
- fettucce di barbabietole da zucchero
- melassa proveniente dalla produzione di zucchero
- sciroppo di frutta
- scarti della trasformazione della frutta e della verdura
- trebbie di birra, trebbie di malto
- proteine di patate
- glutine di mais
- lievito di birra
- patate non trasformate provenienti dalla produzione di derrate alimentari

Significa che le aziende Bio Suisse possono acquistare illimitatamente anche foraggio da aziende Ordinanza Bio al posto di foraggio Gemma?

No, a questo proposito non vi sono mo-

» difiche. Anche finora le aziende Bio Suisse potevano acquistare da aziende PER o Bio federale il 5 per cento delle componenti del foraggio elencate nell'appendice 5 delle direttive Bio Suisse. La parte di foraggio proveniente da aziende Bio federale assieme al foraggio non biologico non deve superare il 5 per cento della razione annua dei ruminanti calcolata sulla sostanza secca.

Christoph Fahnkauser, Bio Suisse

Blossom protect ammesso

L'Ufficio federale dell'agricoltura ha autorizzato un secondo prodotto contro il fuoco batterico. Tre settimane dopo l'ammissione del preparato antibiotico streptomycin ottiene luce verde anche il preparato a base di lievito Blossom Protect. Anche le aziende biologiche hanno così a disposizione un mezzo per proteggere le piante di frutta a nocciolo dalla temibile malattia. Il saccaromicete *aureobasidium pullulans* esiste anche in natura sulla superficie delle mele ed è innocuo per l'uomo, per gli animali e per l'ambiente.

In diversi esperimenti con tre - quattro trattamenti per pianta, Blossom Protect ha raggiunto un grado di efficacia dell'80 % circa, che è comparabile con l'efficacia della streptomycin. Il prodotto potrebbe essere interessante anche per aziende frutticole convenzionali che non possono o non vogliono impiegare antibiotici. Per trattamento ed ettaro sono da prevedere costi attorno ai 200 franchi.

La ditta Andermatt Biocontrol, che vende il prodotto a una ditta della Germania meridionale in Svizzera, invita i frutticoltori a effettuare le ordinazioni entro il 15 marzo per assicurare una fornitura tempestiva. Se il prodotto non dovesse essere necessario nel corso di quest'anno può essere conservato fino all'anno prossimo. mgt

Swissness per la Gemma

Per i prodotti indigeni la Gemma da subito può essere impiegata con la croce svizzera come specificazione del marchio. Per intanto è disponibile un logo come soluzione transitoria. Il logo definitivo sarà deciso in occasione dell'assemblea dei delegati in aprile, l'aspetto dovrebbe però essere simile. La domanda della specificazione del marchio presso i trasformatori e i commercianti bio è grande. Presso Coop la nuova immagine figurerà sull'imballaggio dei prodotti bio a partire da aprile. «Con il nuovo logo vogliamo distinguerci ulteriormente dalla concorrenza, in particolare per quanto riguarda i prodotti bio importati e altri marchi bio propri», spiega Jürg Schenkel, responsabile di marketing Bio Suisse. Bio Suisse, nell'ambito di questa ristrutturazione, vuole anche rinnovare l'immagine globale senza tuttavia toccare la Gemma come base. lid



Consegnata l'iniziativa per il clima

Il 29 febbraio sono state consegnate oltre 150'000 firme per l'iniziativa popolare federale per un clima sano. La rapida riuscita dell'iniziativa mostra che un'ampia fascia della popolazione riconosce la necessità di intervenire e richiede provvedimenti efficaci e immediati. La richiesta di ridurre i gas a effetto serra di almeno il 30 per cento entro il 2020 sul territorio federale dovrà avvenire sulla base di un accurato impiego delle riserve energetiche, con l'introduzione di un'imposta sulle emissioni di CO₂ dei carburanti e utilizzando nuove energie rinnovabili. mgt

Mercato delle piantine ProSpecieRara

Quando

26 aprile, 8.00-13.00

Dove

Bellinzona, Corte del Municipio

Programma

Il tradizionale mercato delle piantine si sposta nella pittoresca corte del Municipio nel centro di Bellinzona. Saranno proposti una dozzina di varietà di pomodori e 16 ortaggi, che, nella giusta combinazione, daranno un effetto particolarmente ornamentale al vostro orto. Le piantine sono di produzione biologica ticinese. Grande scelta di semi della ditta Sativa.

Quando

2 e 3 maggio

Dove

6854 San Pietro, Masseria ProSpecieRara, Vicolo Sta. Lucia 2

Programma

Il tradizionale mercato delle piantine viene proposto anche nel Mendrisiotto, presso il centro ProSpecieRara. Vi saranno una dozzina di varietà di pomodori e 16 ortaggi, fra cui è possibile scegliere una particolare combinazione per un'aiuola ornamentale. Piantine di produzione biologica ticinese. Sementi di ortaggi rari della ditta Sativa.

IMPRESSUM

bioattualità



anno 17

Pubblicazione 10 volte all'anno (all'inizio di ogni mese, salvo agosto e gennaio); durata dell'abbonamento un anno civile, disdetta per la fine di dicembre.

Destinatari aziende di produzione e di trasformazione Bio Suisse.

Editore FiBL, Istituto di ricerca sull'agricoltura biologica, Ackerstrasse, casella postale, 5070 Frick, telefono +41 (0) 62 865 72 72, fax +41 (0) 62 865 72 73, www.fibl.org. BIO SUISSE (Vereinigung Schweizer Biolandbau-Organisationen), Margarethenstrasse 87, 4053 Basel, telefono +41 (0) 61 385 96 10, fax +41 (0) 61 385 96 11, www.bio-suisse.ch.

Redazione Alfred Schädli, Markus Bär, Thomas Alföldi (FiBL); Jacqueline Forster, Christian Voegeli (Bio Suisse); bioaktuell@fibl.org.

Traduzione Regula van den Berge, 6648 Minusio.

Layout Daniel Gorba

Stampa Brogle Druck SA, casella postale, 5073 Gipf-Oberfrick, telefono +41 (0) 62 865 10 30.

Inserzione Nicole Rölli, FiBL, casella postale, 5070 Frick, telefono 062 865 72 04, fax 062 865 72 73, e-mail nicole.roelli@fibl.org

WTO e libero scambio nel settore agroalimentare sono costrutti elitari

» La consigliera federale Doris Leuthard e il direttore dell'UFAG (Ufficio federale dell'agricoltura) M. Bötsch sono favorevoli a un accordo di libero scambio Svizzera – UE. L'Unione contadini e migliaia di famiglie contadine si oppongono a questo accordo che distrugge inutilmente numerose possibilità di esistenza.

Nel suo comunicato stampa l'UDC rivendica una politica agricola indipendente dall'UE che metta in atto il mandato costituzionale per l'agricoltura e che assicuri almeno l'attuale grado di autoapprovvigionamento. L'UDC lancerà un referendum contro un eventuale contratto di libero scambio.

WTO e il previsto accordo di libero scambio in ambito agricolo tra Svizzera e UE sono costrutti di un ceto elitario della classe politica, amministrativa ed economica dei rispettivi Paesi e sono destinati sempre più a fallire. Il popolo e in particolare i contadini ne hanno più che abbastanza di questo tipo di accordi e sanno molto bene che è insensato e inutile trasportare in giro per il mondo beni agricoli. I prodotti della regione per la regione assumono un'importanza sempre maggiore. I motivi contro gli accordi menzionati sono evidenti, ad approfittare sono in prevalenza grandi industrie – e le nazioni commerciali.

Walter Gisler, Lucerna, e simpatizzanti

Arroganza fatale

In merito all'articolo «Agricoltura biologica al contrario», bioattualità no. 1, gennaio 2008

» Nell'editoriale di Alfred Schädeli della scorsa edizione di bioattualità si legge che lo stesso considera i contadini che abbandonano il biologico dei guidatori in contromano. Sfolgiando il bollettino si arriva poi alla lettera di un contadino al quale è stato ritirato il certificato per una mancanza di ordine burocratico. Che mondi diversi! Dietro all'espressione guidatori in contromano a mio parere si nasconde una fatale arroganza e una comoda semplificazione dei fatti.

I guidatori in contromano sono persone che mettono in pericolo la vita di terzi. Mi sembra che oltrepassi il cinismo, paragonarli a famiglie contadine che decidono di rinunciare al marchio bio. Una tale decisione è il risultato di un'intensa analisi. Le famiglie contadine



rischiano di essere considerati dei falliti da chi li circonda, degli incapaci che non sono più in grado di adempiere tutte le direttive che cambiano ogni anno. Ecco un'altra variante. Sono stufi delle direttive complicatissime e spesso burocratiche e continuano a lavorare in regime biologico, ma senza il marchio.

Per questi motivi l'affermazione di Alfred Schädeli mi appare fuori posto, teorica e arrogante.

Per quanto riguarda la lettera del lettore: qualcuno di questo enorme apparato Bio Suisse ha mai preso personalmente contatto con questo contadino? Oppure il computer ha sputato richiamo su richiamo per poi alla fine buttare fuori anche la revoca del certificato? È questa la Bio Suisse che assicura la sostenibilità e la cura di tutti gli esseri viventi? Secondo me un'azienda che si lascia scappare i clienti dovrebbe innanzitutto chiedersi: sbagliamo noi? Invece si parla di nuove linee guida allestite con immenso dispendio. Mi chiedo: Bio Suisse è al servizio dei contadini o è forse il contrario?

Magdalena Schatzmann, Diemtigen



Mühle Rytz AG

Agrarhandel und Bioprodukte

Il vostro partner BIO

Iso-vitmin®

Sale minerale per aziende BIO

- 8732 Universal Natura, perlato equilibrato
- 8733 Universal Natura, granulato equilibrato
- 8735 Magvit Natura, con 12 % Magnesio
- 8736 Calphomag Natura, perlato, ricco in Fosforo

Secchi e blocchi da leccare

- 8738 Secchi da leccare Natura, con 6% Magnesio
- 8720 Blocco da leccare, con 70mg/kg Selenio
- 8721 Blocco da leccare, 17 % Calcio, 6 % Fosforo

Mühle Rytz AG, 3206 Biberen
 Tel. 031 754 50 00, mail@muehlerytz.ch
 www.muehlerytz.ch

Il vostro consulente ticinese
 Lorenzo Frigerio
 6986 Novaggio
 079 623 06 22



PROVIMI KLIBA





Sementi bio et matériel de jardinage littérature, analyses du sol ...
& ökologisches Gartenzubehör...

(Catalogo in francese o tedesco contro una busta C5 affrancata Fr. 1.10)



Susanne & Adrian Jutzet Jossi



CH-2019 Chambrélen NE / Tel. 032 855 14 86
 Fax. 032 855 10 58 / biosem@biosem.ch

e-shop: www.biosem.ch

Bio-Samen
Semences bio
Sementi bio