

# bioattualità

9/11

LA RIVISTA DEL MOVIMENTO BIO

NOVEMBRE



Vino bio: in visita da Lenz **pagina 3**

Sapori bio genuini e insoliti **pagina 8**

Gemma, bio federale, bio UE **pagina 12**



# bioattualità

## PRODUZIONE

### 3 **Vino Gemma in grande stile**

Roland e Karin Lenz sono riusciti solo al secondo tentativo a convertire il vigneto al biologico. Adesso tutto fila liscio, sia sulla superficie coltivata di 13 ettari che nella propria cantina.



### 12 **Bio e bio**

Gemma, bio federale, bio UE – che cosa c'è dietro? Le materie prime Gemma sono prodotte in conformità a direttive più severe e Bio Suisse nella trasformazione permette meno additivi e coadiuvanti. Una panoramica.

## BIODIVERSITÀ

### 6 **Bio Suisse si muove**

I contadini promuovono la biodiversità nelle loro fattorie Gemma e la loro organizzazione ha elaborato una nuova direttiva per la biodiversità che ora sarà applicata.



## RICERCA

### 8 **Che sapore ha bio?**

Il progetto Ecropolis ha analizzato le caratteristiche sensoriali di prodotti bio in cinque Paesi UE e in Svizzera. bioattualità presenta un riassunto con particolare riferimento alla Svizzera.



## RUBRICHE

### 12 **Mercato e consumo**

### 17 **Consigli**



## Restare aggiornati

Gli scandali alimentari e le materie prime scarseggianti hanno sensibilizzato l'opinione pubblica sulle derrate alimentari. Numerosi consumatori vogliono sapere da dove provengono i prodotti, come sono stati ottenuti e trasportati, si interessano delle condizioni sociali, ma anche degli aspetti ambientali.

Anch'io la penso così. Per quanto riguarda il cibo punto sulla sostenibilità completa senza però rinunciare al piacere. È molto semplice, basta osservare alcuni punti. Per esempio, consumo spesso pasti vegetariani e contribuisco in tal modo a proteggere il clima.

Un pranzo vegetariano infatti provoca in media emissioni CO<sub>2</sub> tre volte inferiori rispetto a un menu con carne. Ritengo particolarmente positivo il fatto che la gastronomia abbia scoperto la cucina vegetariana sfiziosa e alla moda e che sulla carta figurino sempre più piatti senza carne.

Inoltre creo il mio piano personale dei menu a seconda del contenuto del mio frigorifero. Così facendo impedisco che i prodotti freschi si deteriorino e debbano essere buttati via. Trasformo regolarmente i resti in gustose pietanze arrostandoli o impiegandoli per preparare ghiotti sformati. È importante, perché da noi circa il 30 per cento degli alimenti, per la maggior parte nelle economie domestiche, finisce nella spazzatura. Dovremmo assolutamente gestire in modo più economico la preziosa risorsa alimenti.

Per finire, ma non meno importante, acquisto prodotti biologici perché soddisfano un principio di sostenibilità globale; vale a dire che tengono conto della salvaguardia del suolo, delle acque, del clima e del benessere degli animali nonché dei requisiti sociali. Mi sembra però importante che anche l'agricoltura biologica affronti le nuove sfide come la crescente scarsità di acqua, la problematica del clima che si sta inasprendo e la biodiversità sotto grande pressione. Marchi bio forti e credibili come la Gemma lo stanno già facendo.



*J. Zimmermann*

Jennifer Zimmermann,  
responsabile progetto consumo  
WWF Svizzera

# Vino Gemma al secondo tentativo, ma in grande stile

Roland e Karin Lenz di Uesslingen TG si sono avvicinati sistematicamente alla viticoltura biologica. Con la combinazione ideale di varietà internazionali e resistenti alle malattie crittogamiche hanno ora sotto controllo i processi di lavoro e sono in grado di soddisfare le esigenze della loro clientela. I rinomati vini Lenz dimostrano come bio e piacere possano andare a braccetto.

Il terroir, una parola magica nel mondo dei vini, può essere assaporato solo laddove un suolo vivo fornisce nutrimento alla vite, così disse un tempo un viticoltore francese di fama mondiale. Un numero crescente di viticoltori sembra aver riconosciuto quanto sia vero questo principio e produce secondo le direttive biologiche e spesso anche biodinamiche.



Per la commercializzazione del vino sono in primo piano la qualità e il nome, spiega Roland Lenz. La Gemma pertanto figura solo sull'etichetta dei vini destinati ai ristoranti.

Alcune aziende viticole affermate rinunciano però tuttora alla denominazione bio sull'etichetta. Si tratta sempre del pregiudizio che il vino bio sia di ecologia? No, la cattiva immagine del vino bio si sta sgretolando, sostiene Roland Lenz. La giovane generazione di viticoltori ci sta lavorando. Assieme alla moglie Karin, il quarantenne turgoviese cosmopolita gestisce una grande azienda viticola affermata sull'Iselisberg. Da due anni l'intera azienda è certificata secondo le direttive Gemma.

## Conversione al secondo tentativo

Il pensiero ecologico è stato al centro sin dall'inizio, ricorda Roland Lenz. Già ai tempi, quando era un giovane studente di enologia, questa era stata la sua con-

cezione di gestione aziendale moderna: produrre un vino di elevata qualità grazie al terreno e ai vitigni sani a lungo termine.

Quando poi – ancora studente – ha potuto rilevare del tutto inaspettatamente un vigneto di 7,5 ettari, lo ha convertito al biologico senza esitare. Il primo tentativo è fallito. Le varietà di vite, tutte Müller-Thurgau e Pinot noir, erano troppo soggette a malattie e la sua conoscenza dei diversi tipi di terreno e degli influssi climatici era insufficiente. Dopo due anni di raccolti scarsi a causa dell'oidio, Lenz ha temporaneamente accantonato il desiderio di produrre secondo le direttive Gemma. In compenso ha investito nella vinificazione propria. Attualmente la sua azienda comprende una cantina, uno stabilimento di produzione e una moderna infrastruttura con un potenziale di produzione annuo di 150'000 bottiglie. Anche in questo caso in primo piano vi era la tecnologia delicata ed energeticamente efficiente. I vini di Lenz si sono ben presto affermati e hanno fatto la loro comparsa nei migliori ristoranti della regione. Anche la superficie di produzione è cresciuta continuamente fino a raggiungere 13 ettari –

e con essa si è moltiplicata anche la clientela privata.

## Varietà PIWI: un'opportunità se impiegate correttamente

Roland Lenz ha allora affrontato la sfida della produzione biologica con maggiore cautela. Sulle nuove particelle ha piantato le cosiddette varietà PIWI resistenti alle malattie crittogamiche. Con grande pazienza ha sperimentato nella sua cantina come combinare al meglio le loro caratteristiche organolettiche nelle cuvées. Le varietà tradizionali non hanno comunque perso importanza nella cantina. Lenz infatti è convinto che i loro caratteri varietali non possano essere sostituiti dalle varietà PIWI. Inoltre, secondo la massima «piacere anziché rinuncia» non intende privare i suoi clienti dei vini terroir.

Nonostante la loro predisposizione alle malattie fungine, secondo Lenz è possibile coltivare le varietà internazionali secondo le direttive dell'agricoltura biologica. Naturalmente hanno bisogno di tutte le attenzioni, infatti i viticoltori che non possono far uso di fungicidi devono essere continuamente all'erta per preve-



Questo Zweigelt è sano e ben sviluppato, Roland Lenz ne è contento. Grazie alle reti anti-grandine laterali la resa è assicurata.





Lselisberg nel Canton Turgovia: vigneti a perdita d'occhio. Il 30 per cento è attualmente coltivato in regime biologico.

nire possibili infezioni. La defogliazione richiede molto lavoro manuale, sono necessari numerosi controlli e diversi trattamenti con prodotti ricostituenti.

Lenz si rende conto che i 13 ettari coltivati a varietà esclusivamente internazionali non potrebbero più essere gestiti come azienda a carattere familiare. Ed è proprio per questo motivo che le varietà PIWI sono molto benaccette nella sua azienda viticola. Infatti riducono il carico di lavoro e garantiscono un buon raccolto. Inoltre i clienti privati si sono abituati ai caratteri varietali particolari dei vini PIWI e a volte addirittura li richiedono. Su una buona metà della superficie colti-

vata a vite attualmente sono piantate varietà resistenti alle malattie fungine. Dal punto di vista della tecnica del lavoro e del mercato per l'azienda è il rapporto ideale.

### Anche la clientela è passata al biologico

Grazie alla collaborazione con un bioagricoltore della regione, Roland e Karin Lenz hanno potuto sperimentare per diversi anni se la conversione completa al biologico è possibile o meno. Su incarico del vicino hanno gestito secondo le direttive Gemma alcune grandi particelle coltivate

a Pinot noir già prima della conversione. Ciò ha permesso loro di raccogliere importanti esperienze senza dover rischiare l'intero reddito aziendale. Anche la clientela in quegli anni ha fatto le prime esperienze con il biologico: «Grazie a questa conversione molto lenta abbiamo potuto abituare gradualmente i loro palati ai vini biologici», spiega Roland Lenz. In una cantina bio per esempio vi sono grandi differenze tra le annate e occorre comunicarlo. Da bravo venditore spiega: «I miei vini prodotti secondo le direttive Gemma offrono al cliente un vantaggio aggiuntivo.»

### 180 viticoltori Gemma su 300 ettari

Nel 2010 in Svizzera sono stati circa 180 i viticoltori Gemma che hanno coltivato 300 ettari di superficie viticola, pari al due per cento della superficie viticola svizzera. Solo un terzo dei produttori Gemma coltiva una superficie viticola superiore a un ettaro e solo il cinque per cento coltiva più di cinque ettari. Da circa due anni si registra un netto aumento delle superfici coltivate, in precedenza la superficie viticola era rimasta relativamente costante per diversi anni. In Svizzera l'associazione per l'agricoltura biodinamica conta attualmente 35 produttori di vino biodinamico, tendenza crescente; infatti i vini biodinamici sono particolarmente apprezzati. rb/sja



Le varietà PIWI rigettano le foglie infestate togliendo la base alimentare agli agenti patogeni. Nel vigneto sono pertanto facili da gestire. La loro commercializzazione invece richiede parecchio tempo.





Fotos: Ursina Galbusera

Per la credibilità ritiene molto importante che sull'etichetta figurino il numero dell'ente di certificazione. L'argomento principale per la commercializzazione rimane però la qualità e il nome Lenz. Quando si tratta di un prodotto enogastronomico come lo è il vino, al cliente importa il piacere e non la coscienza ecologica. Roland Lenz dopo la conversione non ha aumentato il prezzo dei vini e non intende nemmeno farlo. Delle circa 90'000 bottiglie prodotte ne vende più o meno il 60 per cento ai clienti privati, gli esercizi di ristorazione ne acquistano un altro 20 per cento e il rimanente 20 per cento viene commercializzato attraverso il commercio specializzato in vini, principalmente dall'impresa Baur au Lac.

### Si profila una crescente domanda

Roland Lenz è soddisfatto: con la conversione all'agricoltura biologica ha dimostrato a sé stesso e ai suoi clienti di poter produrre i vini Lenz di elevata qualità anche secondo le direttive Gemma. Dubita però che altre grandi aziende viticole seguano il suo esempio. Sono troppe le condizioni che rendono complicata la produzione e il maggior prezzo ottenibile sul mercato è troppo esiguo. Ciononostante Lenz è convinto che in un futuro le esigenze della clientela di poter acquistare qualsiasi vino svizzero anche in qualità biologica metteranno sotto pressione i produttori di vino. La percentuale crescente

di vini bio esteri rende sempre più sensibili i clienti e potrebbe dar origine a una tale tendenza.

Coop, leader del commercio al dettaglio di vini in Svizzera, conferma la domanda tendenzialmente in crescita: «La parte ancora modesta di vini bio – si tratta circa del 5 per cento dell'intera offerta - è in forte aumento. Intendiamo ampliare l'offerta soprattutto per quanto concerne i vini bio svizzeri», spiega la portavoce Susanne Sugimoto. L'assortimento dei vini bio tuttavia non sarà ampliato nella stessa misura come è per esempio il caso

del pane e dei latticini perché la viticoltura bio è troppo esigente, in particolare nelle nostre regioni climatiche. La famiglia Lenz intanto ha dimostrato che anche una grande azienda viticola può essere gestita secondo le direttive Gemma se si affronta la sfida con sistema e convinzione. Passeggiando sull'Iselisberg, dove i filari si allineano su grandi distese, non si può fare a meno di notare i vigneti ben curati e inerbiti dell'azienda Lenz. Proprio là sono prodotti i vini terroir – su suoli vivi.

Ursina Galbusera



I vini di Lenz dimostrano: bio è sinonimo di grande piacere.



# «Un'esperta in biodiversità mi ha indicato il potenziale»

Che la biodiversità possa rivelarsi interessante anche per intraprendenti produttori di erbe lo dimostra Lukas Studer di Attiswil. Grazie ad una consulenza ha scoperto come ne possono approfittare sia l'ecobilancio che la situazione economica.

**L**ukas Studer produce erbe. Nella sua azienda Gemma a Attiswil nel Canton Berna coltiva più di trenta diverse varietà di erbe e di piante da seme, è continuamente alla ricerca di nuove varietà e pratica inoltre l'allevamento di bovini da ingrasso al pascolo. Ai soleggiati piedi del Giura però non prosperano ottimamente solo le erbe e i bovini bensì anche l'imprenditorialità agricola. Nel corso degli anni Lukas Studer ha trasformato l'azienda in una piccola impresa che da metà marzo a fine ottobre impiega nove collaboratori e che nel proprio impianto di essiccazione e di selezione trasforma anche erbe Gemma di terzi. Il personale richiede un certo impegno da parte del capoziaia ma gli offre anche una certa libertà: «Grazie ai collaboratori e alla famiglia posso sviluppare ulteriormente la mia azienda», spiega Studer. Infatti attualmente sta valutando la fattibilità di un nuovo impianto per la selezione – un grande investimento per l'azienda.

## «Mi sono detto: adesso ci vuole un professionista»

Presso il produttore Gemma, oltre allo spirito imprenditoriale e alle tisane crescono anche numerose siepi e alberi da frutta ad alto fusto e nell'intera azienda sono sparsi mucchi di rami e rifugi per le api selvatiche che offrono alla microfauna numerose possibilità per ripararsi. Lukas Studer promuove la biodiversità e l'imprenditorialità sostenibile e concede spazio sia alla natura che alla chiusura contabile.

Questo presso la famiglia Studer ha tradizione e recentemente l'azienda ha fatto un altro passo avanti. «Circa un anno fa mi sono detto, adesso è necessaria una consulenza per aggiornare la situazione per quanto riguarda la biodiversità», racconta Studer. Era convinto che ci fosse un grande potenziale. «Ad un tratto mi sono accorto di avere buone conoscenze per quanto riguarda le erbe ma di sapere ben

Foto: Stephan Jaun



Lukas Studer offre a numerosi organismi utili «un tetto sopra la testa».

poco in fatto di biodiversità». Un professionista quindi doveva fornire gli impulsi decisivi. Le sue ricerche lo hanno ben presto portato al programma per la promozione della biodiversità che Bio Suisse aveva appena lanciato assieme al FiBL e a ASPU/Bird Life Svizzera finanziato dal Fondo Coop per lo sviluppo sostenibile.

## Davvero: ne vale la pena

Véronique Chevillat, consulente in biodiversità presso il FiBL, in occasione di una visita sul posto ha indicato le possibilità di sviluppo. Racconta: «L'azienda Studer presentava già tutta una serie di elementi per promuovere la biodiversità. Lukas Studer ci teneva a continuare a gestire la coltivazione di erbe in modo intensivo nell'ambito delle direttive Bio Suisse. Con diverse misure siamo riusciti a promuovere ulteriormente la biodiversità anche con questi presupposti.»

Seguendo la raccomandazione della consulente, il piccolo imprenditore ha quindi deciso di rivalorizzare il suo frutteto di alberi ad alto fusto per migliorare la qualità ecologica. In seguito ha appeso cassette per gli uccelli, ha predisposto un mucchio di rami e ha annunciato la superficie come prato estensivo. «Le possi-

bilità di nidificazione e l'offerta di nutrimento dei prati estensivi sotto gli alberi serviranno a promuovere soprattutto gli abitanti dei frutteti ad alto fusto diventati rari come il picchio verde o il codirosso», così Véronique Chevillat motiva il modo di procedere. Quel che fa bene alla natura conviene anche alla contabilità di Lukas Studer: per il frutteto ora riceve i contributi per la qualità ecologica.

## Può essere anche più difficile

«Sono riuscito a inserire i diversi elementi per la biodiversità sulle superfici rimanenti della mia azienda», spiega Studer. «Altri magari non dispongono di condizioni altrettanto favorevoli perché coltivavano esclusivamente preziose superfici campicole.» In questi casi probabilmente potrebbe essere vantaggiosa la collaborazione con altri produttori e sicuramente ognuno può trovare una soluzione fatta su misura. Come prossimo passo Lukas Studer intende piantare alberi di noce. «Non per la resa o per l'ecologia ma perché ho osservato che i passanti raccolgono con piacere le noci e se le portano a casa.»

Ulteriori informazioni sull'azienda Studer:  
[www.swisstea.ch](http://www.swisstea.ch) Stephan Jaun

# «Possiamo comunicare meglio le nostre prestazioni per la biodiversità»

Dopo l'approvazione della nuova direttiva sulla biodiversità la primavera scorsa da parte dei delegati, Bio Suisse ha elaborato un catalogo delle misure e lo ha sottoposto alle organizzazioni associate. Il presidente di Bio Suisse Urs Brändli spiega quanto le famiglie contadine Gemma devono sapere in merito.

**bioattualità:** Bio Suisse ha inviato in consultazione una nuova norma sul tema della biodiversità. È davvero necessaria una nuova direttiva?

**Urs Brändli:** La norma serve da guida, indica a noi produttori Gemma come possiamo dimostrare e se necessario promuovere la biodiversità nelle nostre aziende. Contiene un elenco di misure concrete per la promozione mirata della biodiversità. Bio Suisse con questa norma dà seguito alla decisione dei delegati che nella primavera 2011 hanno approvato a grande maggioranza la direttiva «Promozione della biodiversità». Abbiamo ora inviato la norma in consultazione e le organizzazioni associate a Bio Suisse hanno quindi la possibilità di indire un referendum facoltativo.

*I produttori Gemma quindi devono adottare nuove misure per la biodiversità?*

La maggior parte delle aziende Gemma fornisce già da anni importanti prestazioni a favore della biodiversità. Il catalogo delle misure di Bio Suisse e il corrispondente sistema di punteggio rendono più semplice la comunicazione di queste prestazioni. Queste aziende non devono adottare misure supplementari ma naturalmente possono in ogni momento realizzare nuove misure contenute nel catalogo. Il catalogo indica alle aziende con un potenziale di sviluppo una via ragionevole per promuovere meglio la biodiversità in futuro.

*Come sono state stabilite le misure?*

Dopo l'approvazione la scorsa primavera della nuova direttiva sulla biodiversità da parte dei delegati, un gruppo di lavoro si è occupato dell'elaborazione dei dettagli del catalogo delle misure. In primo piano vi era la credibilità e i reali vantaggi delle singole misure per la biodiversità. Il catalogo contiene misure che dal punto di



Foto: Ruben Wytenbach

ogni azienda deve raggiungere almeno 12 punti.

*I produttori possono essere sicuri che questo limite sarà valido per i prossimi anni?*

Non è previsto un aumento del punteggio minimo. Le aziende che raggiungono almeno 12 punti presentano un livello di biodiversità superiore alla media e negli anni a venire non dovranno preoccuparsi. Oggi come oggi non siamo in grado di predire come il mercato cambierà in futuro e se occorrerà aumentare il punteggio minimo. Corrisponde però al pensiero fondamentale del biologico se un capoazienda adotta misure supplementari. In tal modo contribuisce a conservare l'ambiente anche per i suoi successori e può utilizzare le proprie prestazioni a favore della biodiversità come argomento di vendita, per esempio nella vendita diretta.

*Quando entrerà in vigore la nuova norma e come possono informarsi i produttori?*

Attualmente la norma è in consultazione presso le organizzazioni associate e può essere scaricata dal sito internet di Bio Suisse. Se il catalogo delle misure entrerà in vigore all'inizio di gennaio 2012 come previsto, ne riferiremo nella newsletter di Bio Suisse e sulla rivista bioattualità – ogni azienda potrà allora verificare quanti punti raggiunge. Per la realizzazione è previsto un periodo di transizione di tre anni fino al 1° gennaio 2015. Le aziende che devono adottare nuove misure hanno quindi sufficiente tempo a disposizione. Siamo inoltre valutando come Bio Suisse può sostenere le aziende nella realizzazione delle misure.

Intervista: Stephan Jaun

«Ogni capoazienda Gemma può decidere da sé quali misure adottare,» spiega Urs Brändli, presidente di Bio Suisse.

vista della qualità promuovono maggiormente la biodiversità rispetto ad altre e che pertanto valgono il doppio. Non tutte le misure possono essere realizzate in tutte le aziende, infatti le aziende Gemma sono molto diverse l'una dall'altra.

*Tra quante misure si può scegliere e quante vanno adottate?*

Il catalogo comprende 54 misure. 32 misure valgono due punti mentre 22 ne valgono uno solo. Ogni capoazienda Gemma può decidere da sé quali misure adottare. Complessivamente comunque

# I sapori bio sono autentici, ma talvolta insoliti

Nell'ambito di un progetto collettivo europeo, che ha coinvolto cinque Paesi dell'UE e la Svizzera, sono state analizzate le caratteristiche sensoriali, vale a dire le proprietà percepite dagli organi di senso, di prodotti biologici. Sono diversi al tatto, hanno un sapore diverso? Diverso come? Che cosa si aspettano i consumatori? Uno degli obiettivi del progetto è stata l'elaborazione di basi decisionali per trasformazione, commercio e marketing. bioattualità offre un riassunto con particolare riferimento alla Svizzera.

**N**ell'ambito di uno studio qualitativo il progetto di ricerca europeo Ecropolis (vedi riquadro a pagina 12) ha cercato innanzitutto di dare una risposta a due domande: Come percepiscono i consumatori le proprietà sensoriali\* degli alimenti bio? E che cosa si aspettano i consumatori dalle caratteristiche sensoriali degli alimenti bio? Nel 2009 sono state eseguite a questo proposito cinque discussioni di gruppo con acquirenti di prodotti bio.

## Discussioni di gruppo: «bio ha un sapore autentico»

Dallo studio è emerso che le percezioni dei consumatori di alimenti biologici sono soggettivamente e fortemente caratterizzate dall'immagine dei prodotti: quanto più positivo è l'atteggiamento dei consumatori nei confronti dei prodotti bio, quanto migliore è la loro immagine, tanto più la percezione sensoriale è positiva.

Anche le consuetudini di consumo influiscono sulla percezione: quanto più

bio. Nei gruppi è stata discussa, talvolta in modo alquanto controverso, la questione se esistono davvero delle differenze. La grande maggioranza parte però dal presupposto che i prodotti bio si differenziano dai prodotti convenzionali. I prodotti bio freschi e non trasformati come frutta e verdura ottengono di gran lunga i migliori risultati. A questi prodotti vengono attribuiti un gusto più intenso e un miglior aroma, il loro profilo sensoriale in generale viene descritto come «più autentico». Sono però stati menzionati anche esempi negativi. Molto spesso sono state espresse riserve riguardo ai prodotti biologici fortemente trasformati per i quali comportano differenze sensoriali anche le tipiche ricette bio. Alcuni partecipanti hanno fatto notare che il sapore dei prodotti trasformati e dei prodotti a base di cereali integrali è piuttosto insolito e bisogna abituarvisi. In particolare per quanto riguarda i prodotti voluttuari come per esempio il vino, il cioccolato o le patatine, i consumatori si orientano ai prodotti convenzionali e si aspettano che i prodotti bio presentino delle caratteristiche sensoriali possibilmente simili.

L'idea di modificare le direttive bio a favore dell'analisi sensoriale ha però incontrato ampia disapprovazione, si tratta piuttosto di comunicare più attivamente le differenze sensoriali. Gli offerenti di prodotti bio dovrebbero quindi richiamare maggiormente l'attenzione sulle particolarità sensoriali dei loro prodotti proponendo degustazioni e fornendo un'informazione mirata. – Probabilmente i consumatori accetteranno meglio le proprietà sensoriali per esempio del cioccola-

to bio sapendo che è stato prodotto senza emulgatori.

## Test sensoriali: questione di gusto

Perché bio ha un sapore diverso? Il progetto di ricerca si è occupato di questa domanda nell'ambito di test sensoriali con consumatori e un gruppo di professionisti con l'obiettivo di elaborare delle basi per un'eventuale modifica dello sviluppo dei prodotti e nella comunicazione.

In Svizzera sono stati analizzati salame, mele, olio di semi di girasole, iogurt, formaggio cremoso e biscotti di qualità biologica e non biologica di aziende leader nell'offerta. Gli almeno sei prodotti per categoria sono stati dapprima sottoposti ad un test alla cieca al quale è seguito un secondo test nel quale i prodotti biologici e quelli

convenzionali erano riconoscibili come tali.

**«È impossibile scindere determinati usi o costumi dalle aspettative sensoriali; è tutto correlato.»**

**Consumatore polacco**

Per quanto riguarda le differenze organolettiche, i risultati in Svizzera sono stati molto diversi. Per le mele non è stato decisivo il sistema di coltivazione bensì le varietà, l'ubicazione e la conservabilità. L'olio di semi di girasole, sia biologico che non biologico, in generale non ha soddisfatto le aspettative dei consumatori. I partecipanti hanno criticato soprattutto la mancanza di aroma degli oli. Per lo



**«I prodotti bio hanno un sapore più tipico, più genuino. Le fragole convenzionali non sanno di niente.»**

## Consumatrice francese

spesso qualcuno consuma prodotti bio, tanto più positiva è la percezione sensoriale di prodotti bio.

Alcuni partecipanti non hanno riscontrato nessuna differenza tra le caratteristiche sensoriali di prodotti bio e non

\*Analisi sensoriale: analisi sensoriale significa valutare le caratteristiche di un prodotto attraverso gli organi di senso. Gli alimenti sono valutati soprattutto in base al loro aspetto, al loro odore e al loro sapore. Ma anche il tatto svolge una funzione importante: qual è la sensazione percepita dalle mani, qual è la sensazione in bocca, qual è la consistenza del prodotto? In alcuni casi, per esempio per le patatine chips, può essere determinante anche l'udito.





Foto: Lukas Baumgart

La disposizione influenza la percezione: partecipanti a una discussione di gruppo in Svizzera.

iogurt naturale nel test alla cieca sono risultate vincitrici due varianti bio e anche nel caso del salame ha conquistato il primo posto una variante bio. Per quanto riguarda il formaggio cremoso ha convinto maggiormente una variante bio seguita da una variante convenzionale e da un'ulteriore variante bio, mentre per i biscotti sono risultati pari una variante bio e una convenzionale. Per alcuni prodotti, indipendentemente se biologici o convenzionali, è stato riscontrato potenziale di miglioramento.

### Anche le normative possono avere un impatto sulle proprietà sensoriali

Gli standard bio possono influire sulle proprietà sensoriali di prodotti bio? Anche a questo proposito il progetto Ecropolis ha fornito i primi risultati, dai quali emerge che possibili influssi dipendono molto dal prodotto e sono riscontrabili soprattutto per quanto riguarda i prodotti trasformati.

Il raffronto delle normative e dei processi di trasformazione con i risultati dei test sensoriali ha mostrato che le direttive

bio e in particolare le norme private che vanno oltre il regolamento bio UE possono senz'altro influire sulle caratteristiche sensoriali delle derrate alimentari. Ne è un esempio lampante lo iogurt alle fragole: le direttive di Bio Suisse e di Demeter Svizzera vietano l'impiego di aromi e di coloranti, anche se ottenuti in modo na-

**«Credo che sia importante a che cosa si è abituati. Ho notato che in genere ho bisogno del sapore convenzionale, mi piace, ne ho fatto l'abitudine e lo preferisco.»**

**Consumatrice svizzera**

turale. Nei test sensoriali il colore degli iogurt alle fragole bio è pertanto risultato molto meno intenso rispetto a quello degli iogurt alla fragola convenzionali, il che si è manifestato chiaramente nella valutazione.

Per quanto riguarda gli oli, Bio Suisse e Demeter vietano la vaporizzazione e la raffinazione. L'olio ha pertanto un sapore molto più intenso con un marcato aroma

di noce – troppo intenso per alcuni consumatori.

### Analisi dei gruppi mirati: chi è sensibile alle informazioni sensoriali?

In uno studio quantitativo sono stati intervistati circa 1800 consumatori in sei Paesi europei, fra i quali anche la Svizzera, per analizzare le loro preferenze e il loro comportamento di consumo, con lo scopo di identificare gruppi mirati per misure di marketing per quanto riguarda le caratteristiche sensoriali. I temi principali dell'analisi dei gruppi mirati sono stati le preferenze sensoriali, le consuetudini di consumo e le abitudini culinarie.

Lo studio ha permesso di identificare sette gruppi fra gli acquirenti di prodotti biologici (vedi riquadro a pagina 10).

### Innovazione e informazione

Riassumendo, dallo studio è emerso che la maggior parte degli acquirenti di prodotti biologici è fondamentalmente aperta nei confronti di nuovi prodotti e che si fanno volentieri sorprendere da nuove delizie del palato. Gli offerenti di prodot-



ti bio hanno quindi successo sul mercato soprattutto se perseguono una strategia dell'innovazione.

Non tutti gli acquirenti bio sono però interessati ad un'elevata qualità sensoriale. Circa il 25 per cento degli acquirenti bio forma il gruppo mirato per strategie di marketing rivolte alle proprietà sensoriali. Attribuisce grande importanza al

## «Quando acquisto prodotti bio mi aspetto dei prodotti più gustosi, un sapore più genuino.»

### Consumatore francese

sapore degli alimenti. Predilige un gusto naturale, un sapore proprio deciso, prodotti artigianali e accetta una variabilità

dell'aspetto e del sapore di frutta e verdura. Questo gruppo di acquirenti è disposto a pagare un maggior prezzo per prodotti di qualità. Una strategia che promette successo per rivolgersi a questo gruppo è un'informazione dettagliata sulle caratteristiche sensoriali in combinazione con degustazioni in negozio.

Hanna Stolz, FiBL

Gruppo di acquirenti	Caratteristiche
1. I cuochi appassionati 19,2 per cento degli intervistati	Per gli acquirenti di questo gruppo cucinare è molto importante, essi dedicano parecchio tempo alla cucina. Questo gruppo mirato apprezza il sapore delle pietanze preparate da sé e predilige sapori intensi e prodotti artigianali mentre disprezza ampiamente i prodotti già pronti e di massa. I cuochi appassionati rappresentano un gruppo mirato molto importante per il settore bio, infatti questo gruppo è costituito per la maggior parte da persone che acquistano regolarmente prodotti bio. Durante gli acquisti i cuochi appassionati si orientano fortemente ai marchi e sono disposti a pagare un maggior prezzo per derrate alimentari di qualità. Questo gruppo di acquirenti è presente soprattutto in Polonia, è rappresentato abbastanza fortemente in Svizzera e in Italia e più raramente in Germania e in Olanda.
2. Coloro che disprezzano i prodotti già pronti 18,7 per cento degli intervistati	I consumatori di questo gruppo sono benestanti e acquistano prodotti di marca in modo mirato. Attribuiscono grande importanza al gusto e all'aroma, apprezzano i prodotti artigianali e respingono prodotti di massa, ma in misura minore rispetto al gruppo dei cuochi appassionati. È interessante constatare che rifiutano aromi e spezie dal gusto intenso. Coloro che disprezzano i prodotti già pronti desiderano informazioni in merito alle proprietà sensoriali delle derrate alimentari, ciò che li rende un gruppo mirato interessante per il marketing per quanto riguarda gli aspetti sensoriali. Anche gli acquirenti di questo gruppo sono disposti a pagare un maggior prezzo per alimenti di elevata qualità, ma rispetto agli altri gruppi consumano prodotti bio solo con frequenza media. Questo gruppo è rappresentato soprattutto in Polonia e in Italia, meno spesso in Svizzera.
3. Gli esigenti per quanto riguarda la qualità ma che dispongono di poco tempo 5,2 per cento degli intervistati	Le persone esigenti in questioni di qualità e che hanno poco tempo dispongono di un reddito maggiore rispetto agli altri gruppi di acquirenti e si orientano maggiormente ai prodotti di marca. Inoltre sono più propensi a pagare un prezzo superiore per alimenti di qualità particolarmente elevata. Questo gruppo include la più alta percentuale di persone che acquistano regolarmente prodotti biologici. Frequentano spesso negozi di specialità gastronomiche; vista la fretta nella vita quotidiana non disdegnano il consumo di prodotti già pronti scelti. In generale non apprezzano aromi e spezie dal gusto molto intenso. Gli appartenenti a questo gruppo sono molto interessati alle informazioni riguardanti le proprietà sensoriali. Sono però piuttosto scettici nei confronti dei marchi che distinguono i prodotti per le loro caratteristiche sensoriali e sono dell'opinione che le proprietà sensoriali vadano percepite in primo luogo assaggiando i prodotti e raccogliendo esperienze proprie anziché attraverso comunicazione mirata ed etichettatura. Il rifiuto di queste misure di comunicazione è probabilmente da ricondurre alla mancanza di tempo con la quale questo gruppo si sente confrontato anche quando fa la spesa. Questo gruppo è rappresentato soprattutto in Polonia, mediamente in Italia e in Germania e meno spesso in Olanda.
4. Gli opulenti 18,3 per cento degli intervistati	Gli acquirenti di questo gruppo prediligono prodotti convenienti e si accontentano di una qualità inferiore. Non badano a prodotti di marca e attribuiscono solo media importanza alla preparazione e al sapore delle pietanze. Gli appartenenti a questo gruppo consumano prodotti bio solo con media frequenza. Ciononostante sono interessati alle informazioni relative alle proprietà sensoriali degli alimenti e le considerano un grande aiuto per le decisioni al momento dell'acquisto. Questo gruppo è rappresentato più spesso in Svizzera e in Germania, meno spesso in Italia e in Francia.
5. Coloro che si orientano ai prezzi 17,5 per cento degli intervistati	Questo gruppo si situa al centro per quanto riguarda l'importanza del cucinare, le preferenze sensoriali, la rilevanza del gusto e l'orientamento ai marchi. Questo gruppo di acquirenti non predilige particolarmente prodotti artigianali e fondamentalmente non disprezza prodotti di massa. Sono degni di nota il peso superiore alla media che questi clienti attribuiscono ai prezzi (secondo dopo il gruppo di acquirenti 7) e la scarsa disponibilità a pagare un maggior prezzo per prodotti di alta qualità. Non c'è quindi da meravigliarsi che questo gruppo presenti solo una bassa percentuale di acquirenti bio (penultimo dopo il gruppo di acquirenti 6). Nei confronti di informazioni sulle proprietà sensoriali degli alimenti i consumatori di questo gruppo sono fondamentalmente aperti. È rappresentato soprattutto in Francia, meno in Svizzera, Germania, Italia e Polonia.



<p>6. I negati ai fornelli 13,0 per cento degli intervistati</p>	<p>Questo gruppo si distingue in particolare per l'interesse estremamente scarso per la cucina. È pure tipica la scarsa consapevolezza della qualità. L'orientamento ai marchi e l'atteggiamento nei confronti dei prodotti già pronti si situano nella media. L'interesse per i marchi e la disponibilità a pagare un maggior prezzo per prodotti di qualità sono scarsi. Gli acquirenti di questo gruppo sono poco interessati alle informazioni sulle proprietà sensoriali e ai rispettivi marchi. I rappresentanti di questo gruppo sono particolarmente frequenti in Olanda, un po' meno in Svizzera, in Germania e in Italia, raramente in Polonia.</p>
<p>7. I buongustai con reddito limitato 8,1 per cento degli intervistati</p>	<p>Disponendo di un reddito molto limitato, questi consumatori non prediligono prodotti di marca e la disponibilità a pagare un maggior prezzo è molto bassa. Disprezzano però i prodotti già pronti e anche per il resto questo gruppo assomiglia molto a quello dei cuochi appassionati (gruppo 1): come i cuochi appassionati, i buongustai con un budget limitato consumano prodotti bio in misura superiore alla media, prediligono prodotti artigianali e respingono i prodotti di massa. Di tutti i gruppi attribuiscono maggiore importanza alle proprietà sensoriali delle derrate alimentari. Il loro interesse per le informazioni sulle proprietà sensoriali dei prodotti è scarso. Questo gruppo è sottorappresentato in Polonia.</p>

## «il tema è stato esaminato da tutti i lati»

Che cosa ne dice l'esperto in marketing Toralf Richter che fornisce consulenza al commercio specializzato in prodotti bio? bioattualità gli ha chiesto se i risultati del progetto Ecropolis hanno un'utilità pratica per il settore del biologico.

**bioattualità:** *I risultati emersi dal progetto Ecropolis sono nuovi e interessanti?*

**Toralf Richter:** Innanzitutto vorrei esprimere un complimento. Sono stati eseguiti numerosi studi sulle caratteristiche sensoriali dei prodotti biologici. Il tema è stato per così dire esaminato da ogni lato: conoscere la percezione dei consumatori, valutare l'influsso delle condizioni di produzione, di stoccaggio e di trasformazione, allestire profili sensoriali eccetera. Siamo ora in grado di capire meglio alcune relazioni tra l'aspetto e il sapore di un prodotto e la sua accettabilità o meno sul mercato.

*I risultati son rilevanti per la pratica?*

I risultati in gran parte sono molto importanti per i produttori di derrate alimentari, ma anche per i venditori al dettaglio o per le associazioni biologiche. Per me è stato affascinante vedere per esempio come molti prodotti dichiarati come alimenti bio sono stati valutati tendenzialmente come più gustosi. I prodotti ricevono dai consumatori per così dire un premio bio per il sapore. Dall'altro lato abbiamo visto che alcuni prodotti bio, pur non avendo ottenuto buoni risultati nei test sensoriali, mantengono una forte posizione sul mercato e che i consumatori non desiderano che questi prodotti siano modificati: si oppongono ad un adeguamento delle tec-

nologie di trasformazione agli obiettivi sensoriali.

Per finire ogni produttore di alimenti bio

deve scoprire da sé come e perché i suoi prodotti sono accolti o meno dalla clientela mirata. Il gusto è soggettivo e varia da persona a persona.

### Progetto Ecropolis

Il progetto internazionale Ecropolis è in corso da gennaio 2009 e sarà concluso nel mese di dicembre 2011. L'intero



progetto è finanziato dall'Unione europea, la parte svizzera viene assunta dalla Segreteria di Stato per l'educazione e la ricerca SER.

Ecropolis analizza le caratteristiche sensoriali di prodotti biologici con l'obiettivo di elaborare dei profili sensoriali di alimenti biologici in Europa e di metterli a disposizione di una banca dati interattiva (OSIS). Il progetto include anche ricerche sui consumatori e una ricerca dei potenziali influssi di direttive per la trasformazione sulle caratteristiche sensoriali di prodotti bio.

L'Istituto di ricerche dell'agricoltura biologica (FiBL) coordina il progetto al quale partecipano partner di ricerca, PMI e associazioni bio in Francia, Germania, Italia, Polonia, nei Paesi Bassi e in Svizzera.

I risultati e rapporti relativi al progetto possono essere consultati sul sito [www.ecropolis.eu](http://www.ecropolis.eu)

*Che cosa si potrebbe cambiare?*

Il progetto Ecropolis punta su un forte coinvolgimento delle associazioni e delle PMI nel lavoro scientifico. Ci è riuscito solo in parte perché gli scienziati e i professionisti parlano un linguaggio diverso e le loro esigenze sono nettamente diverse. Per i futuri progetti andrebbe pertanto attribuito maggior peso alla questione del tipo e dell'entità dell'acquisizione e della trasmissione di informazioni nei confronti dei professionisti. Per fare un esempio: gli scienziati amano mostrare diagrammi complessi o rappresentare in modo completo connessioni tematiche. I professionisti al contrario preferiscono mostrare solo i risultati più importanti dai quali si può apprendere il massimo, in modo semplice sia dal punto di vista della lingua che da quello grafico, oppure illustrare soprattutto fenomeni particolari. Va inoltre osservato che le esigenze specifiche delle PMI devono essere maggiormente considerate – ciò significa che è possibile una maggiore flessibilità.



Intervista: Hanna Stolz



# Gemma, bio federale, bio UE – bio non è semplicemente bio

I prodotti Gemma sono costituiti da materie prime Gemma, i prodotti ottenuti secondo l'Ordinanza bio svizzera sono costituiti da materie prime prodotte secondo l'Ordinanza bio svizzera («bio federale») e i prodotti bio UE sono costituiti da materie prime bio UE. Sembra semplice, ma che cosa c'è dietro? Le materie prime Gemma sono state prodotte nel rispetto di prescrizioni più severe e per quanto riguarda la trasformazione, le direttive Gemma ammettono meno additivi e coadiuvanti per la trasformazione che il Regolamento UE o l'Ordinanza bio svizzera.

I prodotti ottenuti in conformità all'Ordinanza bio svizzera non adempiono, o adempiono solo in parte, i criteri come la biodiversità, il consumo di acqua, il commercio equo e standard sociali.

Tra l'Ordinanza bio svizzera e il Regolamento bio UE non esistono praticamente differenze: in virtù degli accordi di equivalenza la Svizzera è tenuta ad aggiornare regolarmente le proprie normative al Regolamento bio UE. In mancanza di questo accordo, l'UE potrebbe chiudere le frontiere alle importazioni dalla Svizzera.

Per la Gemma valgono prescrizioni più severe sia per i contadini che per le aziende di trasformazione. Vi sono direttive per la trasformazione delicata, per il materiale da imballaggio, per le misure per combattere gli organismi nocivi, vi sono restrizioni all'importazione in caso di sufficiente approvvigionamento indigeno e il divieto di trasporti per via aerea. Per i prodotti ottenuti secondo l'Ordinanza bio svizzera o secondo il Regolamento bio UE non esistono prescrizioni di questo tipo.

## Dettagli nella trasformazione

Contrariamente alla Gemma, l'Ordinanza bio svizzera, ad eccezione del divieto di irradiazione e dell'impiego di organismi geneticamente modificati (OGM), non prevede restrizioni per quanto riguarda i procedimenti di trasformazione.

Gli alimenti Gemma vanno trasformati in modo delicato. Per esempio non esistono latticini sterilizzati Gemma, bensì è ammesso solo latte riscaldato a temperature ultra alte (latte UHT) perché è un trattamento più delicato. La Gemma vieta le fasi di trasformazione inutili. Prendiamo per esempio il succo di mele: per risparmiare costi di stoccaggio il succo di mele normalmente viene concentrato e ridiluito prima di giungere in commercio. Questo per il succo di mele Gemma non è ammesso.

## Niente additivi estranei o sintetici

Le direttive Gemma prevedono un minor impiego di additivi rispetto all'Ordinanza bio. L'impiego di additivi è ammesso solo laddove sono indispensabili per la fabbricazione di un prodotto. Sovente l'impiego di additivi permetterebbe di produrre un prodotto a costi notevolmente inferiori. Per i prodotti Gemma non è permesso. L'acido citrico per esempio può essere usato solo se il succo di limone non è sufficiente o non è adatto per l'acidificazione. Per far sì che i pezzetti di mela non diventino scuri durante l'essiccazione va per esempio impiegato succo di limone, nonostante il fatto che l'impiego di acido citrico sarebbe più pratico e più conveniente. Per il pane è ammessa solo la polvere di acerola quale fonte naturale di vitamina C mentre nella produzione bio «normale» può essere impiegata la forma chimica di sintesi dell'acido ascorbico.

## Nessun inganno

Un prodotto Gemma deve corrispondere alle giustificate aspettative dei consumatori senza indurre in inganno. Per questo motivo sono vietati in particolare i coloranti e gli aromi.

Per i prodotti Gemma non è nemmeno ammesso l'impiego di succo di barbabietola o di sambuco come colorante se è estraneo al prodotto. Nello yogurt alle fragole quindi è vietato l'impiego di succo di barbabietole mentre è ammesso in un cocktail di verdure. L'aggiunta di succo di barbabietole allo yogurt alle fragole infatti non deve simulare una quantità maggiore di fragole di quante ne siano realmente contenute.

Anche gli aromi, come i coloranti, simulano la presenza di qualche cosa che non è presente nel prodotto. Per i prodotti Gemma sono addirittura vietati gli aromi naturali certificati bio. Nei prodotti Gemma è ammesso l'impiego di un estratto

ottenuto delicatamente dall'ingrediente (mediante pressatura, distillazione o soluzione) laddove non è possibile impiegare direttamente un ingrediente.

«Aroma naturale» invece significa unicamente che l'aroma non è stato prodotto chimicamente. Non deve provenire dalla materia prima che dà il nome al prodotto bensì da una materia che proviene nel senso più lato dalla natura (p. es. cellulosa). Possono essere impiegate sostanze problematiche come solventi e estraenti che spesso sono riscontrabili ancora nel prodotto finito. Sono impiegati come aromi anche microorganismi geneticamente modificati. Uno yogurt alla fragola può pertanto essere aromatizzato con un «aroma naturale» senza aver mai visto una fragola.

## Nessuna ingerenza

Spesso viene rivolta a Bio Suisse la domanda perché è ammessa la pizza congelata con la Gemma. Ecco la risposta di Max Eicheberger, presidente della commissione competente per questo tipo di decisioni: «Non è compito di Bio Suisse prescrivere ai consumatori quello che devono mangiare. La Gemma offre però loro quello che si aspettano: un prodotto bio ottenuto con procedimenti delicati.» Per la produzione Gemma numerose sostanze non sono generalmente permesse o vietate, la decisione viene invece presa singolarmente per ogni caso concreto. I trasformatori devono sottoporre per approvazione a Bio Suisse tutte le ricette Gemma.

## La produzione delle materie prime

Oltre alle differenze nella trasformazione elencate sopra, fra i prodotti Gemma e i prodotti bio UE esiste una differenza fondamentale nella coltivazione. Le materie prime bio UE sono prodotte secondo norme meno rigorose rispetto alle materie



Che cosa c'è dietro i diversi marchi bio? Una cosa è certa: la Gemma è sinonimo di prodotti bio credibili.

prime Gemma: nessuna globalità aziendale, nessun divieto di trasporto per via aerea, sono ammessi più concimi e vi sono meno requisiti per quanto riguarda l'avvicendamento e il dissodamento. Secondo le direttive Gemma l'intero ramo agricolo deve produrre in regime biologico. Coloro che gestiscono in modo biologico solo alcuni rami aziendali non ottengono il riconoscimento Gemma. Inoltre Bio Suisse esige da tutti i contadini Gemma che impiegano personale il rispetto di standard sociali. Il riscaldamento delle serre per la produzione di ortaggi Gemma durante l'inverno è vietato- le serre possono essere unicamente protette dal gelo. L'ecobilancio della frutta e della verdura Gemma è quindi molto migliore di quello di altra frutta e verdura biologica.

Il regolamento bio UE, contrariamente all'Ordinanza bio svizzera, non prevede

superfici di compensazione ecologica. Per Bio Suisse almeno il sette per cento della superficie coltivata deve essere destinata alla compensazione ecologica e i frutteti e i vigneti devono essere inerbiti.

### Preferita la produzione indigena

Le materie prime Gemma nei limiti del possibile devono provenire dalla Svizzera ed essere trasformati in Svizzera. Determinate materie prime come per esempio il caffè o il cacao tuttavia non crescono in Svizzera e in determinati casi è anche più ragionevole la trasformazione all'estero, soprattutto se avviene nel Paese di produzione della materia prima (minor volume di trasporto, trasporto non raffreddato). Ogni trasformazione all'estero è però soggetta ad autorizzazione e sia la trasformazione che la produzione agrico-

la delle materie prime devono corrispondere ai requisiti validi in Svizzera per i prodotti Gemma.

La frutta e la verdura fresche provenienti da oltremare non possono essere contrassegnate con la Gemma. L'unica eccezione è rappresentata dai prodotti che per motivi di clima non possono essere coltivati in Svizzera o in Europa, vale a dire frutta tropicale come banane o ananas. Per motivi ecologici non esistono nemmeno vini Gemma da oltremare.

Riassunto: Petra Schwinghammer, Bio Suisse

*Il presente testo è un riassunto del promemoria di Bio Suisse «Unterschiede EU-Bio, CH-Bio und Knospe» (solo in tedesco). Il promemoria può essere scaricato dal sito [www.bio-suisse.ch](http://www.bio-suisse.ch) → Verarbeiter und Händler → Regelwerk und Merkblätter → Unterschiede Knospe-Bio.*





1001 ortaggi, Rheinau ZH.



Agrobiorama, Lausanne VD.

## Bio a mercati e fiere 2011

In autunno i mercati bio spuntano come funghi. Anche la primavera però propone alcune occasioni da non perdere. A tutti è comune la grande varietà di prodotti Gemma gustosi e ben presentati. Ecco una breve rassegna dei più bei mercati bio dell'anno 2011.



HESO, fiera autunnale, Soletta.



Bio Marché, Zofingen AG.



Mercato delle patate, Berna.  
Marché Bio, Saignelégier JU.







Animali&tecnica, San Gallo.



Giornate dell'ambiente, Basilea.



NATUR, Basilea.



Mercato bio della Svizzera orientale, Weinfelden TG.



Village Bio, Cernier NE.



O SOLE BIO, Zugo.





# Slow Food e bio – coppia ideale o concorrenza?

Alla fiera Slow Food «Cheese» a Bra in Piemonte gli amanti del formaggio trovano solo pochi prodotti certificati bio fra le numerose prelibatezze prodotte in modo artigianale e tradizionale. bioattualità ha voluto sapere da due bioproduttori in che relazione vedono Slow Food e bio.

Ogni due anni la cittadina di Bra in Piemonte diventa la mecca internazionale del formaggio. La rassegna casearia organizzata dal movimento Slow Food è intitolata «Cheese». Anche lo scorso settembre la fiera ha saputo attirare oltre 150'000 estimatori. Circa 200 espositori con il contrassegno Presidio Slow Food, fra cui una settantina di piccoli produttori, hanno presentato le loro specialità: formaggi e latticini, prevalentemente dall'Italia e dalla regione delle Alpi, prodotti secondo la vecchia tradizione artigianale.

Sovente si tratta di metodi di produzione che stanno scomparendo e di specialità che a partire dalla razza bovina variano fino all'affinaggio. Mantenerli è uno degli scopi principali di Slow Food. Il movimento, che oggi ha raggiunto dimensioni internazionali, è nato nella piccola cittadina universitaria Bra. Slow Food si impegna a favore di una maggiore considerazione del consumo ecologico, locale e sociale nell'era della frenesia e dell'usa e getta, un obiettivo che si avvicina molto al pensiero biologico. Ciononostante fra i produttori presenti alla fiera ve ne sono pochissimi che producono in conformità a direttive bio. bioattualità ha chiesto a due produttori bio quali vantaggi traggono dal Presidio Slow Food e quale relazione lo lega all'agricoltura biologica: Slow

Food e bio formano la coppia ideale o si tratta piuttosto di concorrenza?

## «Slow Food favorisce i contatti con la clientela»

«Gestisco un'azienda biologica di otto ettari situata a 1'700 metri sopra il mare in Alto Adige con dieci vacche di razza grigio alpina e otto vitelloni. Assieme a tre altri produttori ho creato il Presidio Slow Food per le vacche di razza grigio alpina. Il nostro Presidio vuole da un lato promuovere questa razza tradizionale adatta alla regione di montagna. Dall'altro lato siamo



tenuti a nutrire gli animali prevalentemente con foraggio di base proprio e a produrre il formaggio unicamente con

colture proprie. In questo senso bio e Slow Food funzionano perfettamente assieme e sono molto simili.

I risultati sono buoni anche dal punto di vista economico. In azienda vendiamo il formaggio per 15 o 16 euro. Il marchio bio pone l'accento sull'ecologia mentre il Presidio Slow Food difende la cultura e le tradizioni. In Alto Adige quasi tutti i contadini sono bioagricoltori ma solo pochi allevano vacche di razza grigio alpina. Grazie a Slow Food i nostri formaggi si

differenziano da altri formaggi bio della regione. Inoltre ogni anno ho l'occasione di entrare in contatto con nuovi clienti alle fiere Slow Food. Offriamo anche vacanze e ristorazione in fattoria e vendiamo la maggior parte dei nostri prodotti direttamente in azienda.»

*Michael Pixner, Latsch, St. Martin am Kofel, Italia*

## «Bio dovrebbe essere una condizione di Slow Food»

«Alleviamo 80 mucche di razza bruna e trasformiamo il latte in azienda. Dal 2000 siamo biocertificati. Il Presidio Slow Food per il nostro formaggio a base di latte crudo «Provola delle Madonie formaggio antico» esiste dal 2004. Siamo gli unici produttori di questo formaggio. Altri produttori nella nostra regione producono la provola tradizionale ma impiegano granoturco OGM nel foraggio mentre le condizioni del Presidio lo escludono. Slow



Food dovrebbe orientarsi maggiormente all'agricoltura biologica. Vedrei di buon occhio se tutti i prodotti Slow Food fossero ottenuti in regime biologico. Da noi in Sicilia i consumatori non conoscono né bio né Slow Food. Nell'Italia del nord però ambedue i marchi ci facilitano l'accesso al mercato, la qualità comunque è ancora più importante. Vendiamo il 60 per cento della nostra produzione nella nostra regione presso organizzazioni produttori-consumatori, nei negozi di quartiere o al mercato, dove bio è un argomento di vendita più importante che la qualità.

Hanno luogo controlli sia per bio che per Slow Food. I controlli di Slow Food sono basati piuttosto sulla fiducia mentre quelli bio sono più onerosi. Un controllo bio, incluse le analisi dei residui eccetera ci costa circa 1200 euro.»

*Grazia Invidiata, Collesano, Sicilia, Italia*  
Stephan Jaun



Nel settembre scorso circa 200 espositori hanno presentato le loro prelibatezze artigianali alla fiera «Cheese» a Bra.

# Razze a duplice attitudine: miglior bilancio climatico

Nel confronto tra sistemi i risultati delle vacche a duplice attitudine sono nettamente migliori di quelli delle razze prettamente da latte e delle vacche nutrici. L'allevamento di razze a duplice attitudine rappresenta pertanto una delle misure che le aziende bio possono adottare a favore del clima.

**A**i tempi erano la regola: mucche a duplice attitudine che oltre al latte fornivano anche la carne. Quanto più però l'agricoltura si è specializzata, tanto più è stato abbandonato l'allevamento di razze a duplice attitudine.

Ciò è da ricondurre ad una logica economico-aziendale: nel caso delle vacche Holstein le spese fisse per posto nella stalla si ripartiscono su una più alta prestazione lattiera e quindi i costi di produzione risultano più bassi. E vi è anche una logica socioculturale. L'agricoltura, probabilmente molto più di altri settori, coinvolge in misura molto maggiore anche fattori socioculturali nelle decisioni relative all'azienda: un'elevata prestazione lattiera per vacca o successi alle fiere con il prestigio sociale che ne risulta talvolta sono addirittura più importanti della redditività.

## Il rovescio della medaglia: la metà dei vitelli è «eliminata»

Il mondo delle elevate prestazioni notoriamente ha però anche i suoi lati negativi. I vitelli maschi di vacche Holstein o Jersey non sono adatti all'ingrasso e in numerosi Paesi spesso, subito dopo la nascita, sono trasformati in mangime per animali. Anche in Svizzera i cattivi risultati dell'ingrasso portano spesso alla nuova «soluzione» che prevede che i vitelli di razze prevalentemente da latte dopo il cinquantesimo giorno di vita finiscono al macello come vitelli per salsicce perché durante l'ingrasso di doppia durata fornirebbero prestazioni insoddisfacenti.

Nel caso delle razze a doppia attitudine è diverso. Un vitello Simmental può essere ingrassato a 125 kg peso di macellazione anche senza latte in polvere e senza somministrazione di antibiotici e una vacca Bruna originale presenta una buona carnosità e copertura ottimale di grasso anche dopo diverse lattazioni. Un ulteriore vantaggio delle razze a duplice attitudine è rappresentato dalle spese solitamente esigue per cure veterinarie.

## Il clima riporta all'attualità le razze a duplice attitudine

L'entrata della questione del clima nella discussione agricola rappresenta ora un ulteriore fattore a favore delle razze a duplice attitudine: nei paragoni tra sistemi presentano un bilancio climatico migliore. Da calcoli eseguiti in Baviera è emerso che nel caso delle vacche a duplice attitudine (produzione lattiera 5500 kg) sono complessivamente necessari meno animali per la produzione della stessa quantità di carne e latte rispetto alle vacche prevalentemente da latte (produzione lattiera 9000 kg) (vedi tabella). Il fabbisogno di foraggio nel sistema di produzione «a duplice attitudine» è di conseguenza inferiore rispetto al sistema «prevalentemente da latte e vacca nutrice» e anche le emissioni nocive al clima come il metano sono inferiori. I motivi vanno ricercati fra l'altro nei risultati positivi relativi all'ingrasso degli animali a duplice attitudine di sesso maschile e al fatto che alla fine del periodo di sfruttamento le emissioni di una vacca da latte possono essere ripartite su un maggior numero di chili di carne rispetto ad una vacca ad alto rendimento Holstein. Questo nonostante il fatto che con la crescente produzione di latte le

## Promemoria Protezione del clima

Già oggi i contadini Gemma contribuiscono parecchio alla protezione del clima. Numerosi articoli delle direttive Bio Suisse puntano in questa direzione: l'impiego di mangime concentrato limitato al dieci per cento per i ruminanti, la rinuncia a concimi chimici o il divieto di importazione per via aerea ne sono alcuni esempi. Il promemoria, elaborato dal FiBL su incarico di Bio Suisse, contiene informazioni sulla relazione tra il mutamento climatico e l'agricoltura nonché misure per la riduzione di emissioni di gas serra nelle aziende biologiche.

Il promemoria di 17 pagine, con numero di ordinazione 1552, può essere scaricato gratuitamente dal sito [www.shop.fibl.org](http://www.shop.fibl.org). Il fascicolo a colori è ottenibile al prezzo di fr. 9.— presso FiBL, casella postale, 5070 Frick, tel. 062 865 72 72, fax 062 865 72 73, e-mail [info.suisse@fibl.org](mailto:info.suisse@fibl.org).

sj

emissioni per chilo di latte prodotto diminuiscono nettamente.

L'allevamento di razze a duplice attitudine invece di animali prevalentemente da latte rappresenta pertanto anche un contributo dei bioagricoltori alla protezione del clima. Il nuovo promemoria pubblicato quest'anno «Klimaschutz auf Biobetrieben» (vedi riquadro, solo in tedesco) lo menziona fra una quarantina di misure.

Stephan Jaun

## Emissioni di metano, azoto e fosforo con produzione diversa di latte e carne bovina in Baviera

procedimento di produzione	numero vacche in 1000	fornitura di latte in 1000 t	produzione di carne in 1000 t	emissioni di		
				metano 1000 t	azoto 1000 t	fosforo 1000 t
<b>5500 kg di latte</b>						
vacche da latte	1410	7135	437	280	228	32,2
vacche nutrici	–	–	–	–	–	–
<b>totale</b>	<b>1410</b>	<b>7135</b>	<b>437</b>	<b>280</b>	<b>228</b>	<b>32,2</b>
<b>7500 kg di latte</b>						
vacche da latte	1034	7134	291	209	176	25,1
vacche nutrici	504	–	147	88	83	11,2
<b>totale</b>	<b>1538</b>	<b>7134</b>	<b>438</b>	<b>297</b>	<b>259</b>	<b>36,3</b>
<b>9000 kg di latte</b>						
vacche da latte	862	7137	168	163	148,6	21,8
vacche nutrici	926	–	270	161	152,1	20,6
<b>totale</b>	<b>1788</b>	<b>7137</b>	<b>438</b>	<b>324</b>	<b>300,7</b>	<b>42,4</b>

Fonte; Rosenberger, E.; Götz, K.-U. e altri: Überprüfung der Zuchtstrategie beim Fleckvieh. Bayerische Landesanstalt für Landwirtschaft, Institut für Tierzucht, Grub (ed). 2004, pagina 54.



# Partecipate al giro invernale Gemma

L'estate è ormai alle spalle – Bio Suisse organizza la prossima roadshow invernale. A partire da febbraio la roulotte verde pisello di Bio Suisse sarà di nuovo in viaggio nelle regioni sciistiche della Svizzera con un'ottima raclette biologica e numerose divertenti attività. Partecipate anche voi produttori Gemma!

La roadshow vive in particolare dei produttori che convincono grazie alle loro conoscenze e che con un sorriso offrono squisiti prodotti bio. Anche per il 2012 Bio Suisse è pertanto alla ricerca di contadini Gemma impegnati, disposti a partecipare. Siamo inoltre alla ricerca di buoni formaggi da raclette e di località popolari. Le località dovrebbero trovarsi in regioni sciistiche svizzere con «clientela» prevalentemente indigena, possibilmente in prossimità di una stazione a valle. Il formaggio per raclette, il pane e i produttori dovrebbero preferibilmente provenire dalle immediate vicinanze.

Volete partecipare? Conoscete una lo-

Foto: Bio Suisse



Partecipate alla roadshow invernale: mettendo a disposizione il vostro lavoro o i vostri prodotti.

calità adatta? Oppure vendete formaggio per raclette Gemma o pane Gemma? In tal caso annunciatevi presso Bio Suisse.

Flavia Müller vi fornisce volentieri tutte le informazioni. Tel. 061 385 96 51, e-mail [flavia.mueller@bio-suisse.ch](mailto:flavia.mueller@bio-suisse.ch) fm/psh

PUBBLICITÀ

## Tagliando di ordinazione

**bioattualità**  

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

Editore: FiBL e Bio Suisse

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

abbonamento

### IMPRESSUM

**bioattualità**  

anno 20

**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 ricerche dell'agricoltura biologica, Ackerstrasse, casella postale, 5070 Frick, telefono +41 (0)62 865 72 72, fax +41 (0)62 865 72 73, [www.fibl.org](http://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](http://www.bio-suisse.ch)

**Redazione** Stephan Jaun (Redattore capo), Petra Schwinghammer, Sabine Lubow (Bio Suisse); Markus Bär, Jacqueline Forster (FiBL); E-Mail [bioaktuell@fibl.org](mailto: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** Erika Bayer, FiBL, casella postale, 5070 Frick, telefono 062 865 72 00, fax 062 865 72 73, e-mail [erika.bayer@fibl.org](mailto:erika.bayer@fibl.org)

# Nuova veste per il sito internet dei venditori diretti Gemma

Il sito dei venditori diretti [www.aziendagemma.ch](http://www.aziendagemma.ch) si presenta in una nuova ottica. Il sito è ora più attrattivo non solo dal punto di vista visivo bensì anche per quanto riguarda i nuovi contenuti e le funzioni.

Accanto alle numerose aziende Gemma su [www.aziendagemma.ch](http://www.aziendagemma.ch) si possono ora trovare anche offerte come ristoranti o alberghi bio e una panoramica dei mercati settimanali con vendita di prodotti bio. Adesso è ancora più facile trovare le offerte bio nelle vicinanze. È possibile cercare direttamente nella categoria corrispondente tramite la ricerca nei dintorni o sulla cartina.

Le aziende Gemma che non sono ancora in rete possono annunciarsi semplicemente e direttamente su [www.aziendagemma.ch](http://www.aziendagemma.ch) e registrare l'intero assortimento, dagli alimentari attraverso offerte per il tempo libero e vacanze fino a consigli di tipo gastronomico o culinario. È addirittura possibile registrare eventi e aggiungere immagini. Prima di pubblicare i dati, Bio Suisse ne verifica la correttezza. Le aziende che si sono già registrate possono come finora effettuare il login e aggiornare o completare in ogni momento i propri dati. Coloro che non dispongono di un collegamento internet possono ri-

volgersi a Bio Suisse; su richiesta registriamo o aggiorniamo i vostri dati. Bio Suisse offre questo servizio esclusivamente e gratuitamente e anche la piattaforma internet [www.aziendagemma.ch](http://www.aziendagemma.ch) sarà messa gratuitamente a disposizione anche in

avvenire. L'unico investimento richiesto è una manciata di minuti di tempo per mettere in rete la vostra offerta.

Avete domande? Flavia Müller vi consiglia volentieri: tel. 061 385 96 51, e-mail [flavia.mueller@bio-suisse.ch](mailto:flavia.mueller@bio-suisse.ch). fm/psh



Non costa niente inserire le vostre offerte sul sito [www.aziendagemma.ch](http://www.aziendagemma.ch).

Foto: Bio Suisse

## Nuovo presidente della commissione di esperti frutta

Da tre anni il quarantenne bioagricoltore di Steinebrunn TG Hans Oppikofer è responsabile della frutta da mosto, della frutticoltura ad alto fusto e dei vivai in seno alla commissione di esperti in materia di frutta. Si occupa degli alberi da frutta ad alto fusto e gestisce una fabbrica di mosto propria.

Il consiglio direttivo di Bio Suisse lo ha ora nominato presidente della commissione di esperti in materia di frutta come successore di Christoph Schmid. Il nuovo presidente non si intende solo di frutta da mosto. Nella sua diversificata azienda bio con galline, maiali e muli gestisce anche un negozio e un ristorante. Bio Suisse si rallegra della sua nomina e gli augura



Foto: zvg

piacere e soddisfazione. Trovate maggiori informazioni su Hans Oppikofer e la sua azienda sul sito [www.mausacker.ch](http://www.mausacker.ch).

È inoltre stato nominato nella commissione di esperti in materia di frutta Théo Grossenbacher dell'azienda bio Les Sapins a Colombier-sur-Morges VD.

### Nuovi volti anche per verdura e erbe

Anche la commissione di esperti in materia di verdura ha due nuovi membri: i due produttori Gemma Urs Gfeller di Sédeilles VD e Dieter Scheibler di Oftringen AG portano nella CE verdura nuove competenze professionali. La commissione di esperti in materia di erbe ha accolto quale nuovo membro Bruno Aebi di Sumiswald BE. sja



agrobio **schönholzer**  
www.agrobio-schönholzer.ch

**CH-9217 Neukirch an der Thur**  
**Tel: +41 (0)71 642 45 90** (lun-ven 8-12)  
**Mobile: +41 (0)79 562 45 00** (lun-ven 13-14)  
**Email: info@agrobio-schönholzer.ch**

**Di grande attualità in esclusiva da agrobio schönholzer S.p.A.**  
**Grano pianta intera BIO:**  
disidratato e pellettato, foraggio grossolano ricco di amido e di fibra

**Fieno e pellets di erba medica disidratata BIO:** di 3° al 6° taglio, balloni o p.e. power pellets > 20% di PG nel big bag, proteine e fibra ad alta digeribilità

**Fieno BIO:** ventilato o essiccato in campo

**Fettucce di barbabietole BIO, essiccate e pellettate:**  
salvo il venduto, attribuzione secondo il ricevimento dell'ordine

**Lino Crunch BIO:** concentrato energetico e proteico, completamente estrudato, mangime complementare usato in produzione e allevamento

**Avena / Orzo / Torta di soia BIO:**  
mangimi particolari da mescolare o per equilibrare la razione

**Melassa da barbabietola BIO:** gustosa fonte energetica, molto viscosa, consegna nel container

**Paglia BIO e convenzionale:** balle e balloni, intera, trinciata, pellettata

**La siccità influenza il  
mercato di foraggi e paglia 2011**



**LANDOR  
Desical**

**Produit pour l'hygiène d'étable**

**Ses buts**

- Réduit les taux cellulaires durant toute l'année
- Améliore la propreté des mamelles et des pis
- Améliore l'hygiène dans les logettes et les couloirs
- Améliore le climat d'étable
- Combat les maladies des onglons

**La solution de LANDOR se nomme Desical**

**Appel gratuit**  
**0800 80 99 60**  
**0800 LANDOR**  
**landor.ch**

**LANDOR**  
fenaco société coopérative  
Rte de Chardonne 2  
1070 Puidoux  
Tél. 058 433 66 13  
E-Mail info@landor.ch



**Commissione di esperti uova**



## **Volete impegnarvi per la produzione di uova nell'associazione Bio Suisse?**

Bio Suisse deve poter contare sulla competenza di professionisti motivati, disposti a sviluppare ulteriormente l'agricoltura biologica, il marchio Gemma e il mercato bio. Cerchiamo un nuovo membro per la commissione di esperti in materia di uova.

La commissione di esperti in materia di uova fornisce consulenza al consiglio direttivo di Bio Suisse in merito alle questioni relative alla politica dell'associazione. Su richiesta appoggia il segretariato centrale nelle questioni inerenti allo sviluppo del mercato e alla promozione dello smercio. La commissione di esperti riveste una funzione di comando nell'associazione ed è subordinata al consiglio direttivo.

Si cerca un membro impegnato e comunicativo con buone conoscenze della produzione di uova biologiche e che disponga di buoni contatti nel settore. La lingua d'uso è il tedesco.

La collaborazione nella commissione di esperti vi

permette di scoprire interessanti aspetti relativi al mercato bio in Svizzera. Con il vostro lavoro contribuite a sviluppare ulteriormente l'agricoltura biologica e il marchio Gemma.

Il consiglio direttivo di Bio Suisse nominerà il nuovo membro della commissione nel mese di marzo 2012 per la restante durata del mandato fino alla fine del 2012.

Sul sito internet [www.bio-suisse.ch](http://www.bio-suisse.ch) → Su di noi → Associazione → Elezioni trovate la descrizione delle funzioni della commissione di esperti Bio Suisse nonché il profilo dei requisiti per i membri.

Abbiamo destato il vostro interesse? Inviatela vostra candidatura con la motivazione e un breve curriculum vitae entro venerdì 30.12.2011 a Bio Suisse, segretariato coordinazione federativa, all'att. Natalie Delannoy, Margarethenstrasse 87, 4053 Basilea o per e-mail a [natalie.delannoy@bio-suisse.ch](mailto:natalie.delannoy@bio-suisse.ch)