

bioattualità

6/05

LA RIVISTA DEL MOVIMENTO BIO

LUGLIO/AGOSTO

La birra, un'idea spumeggiante pagina 4

Un bioagricoltore pubblicizza la Gemma pagina 13



“Il buon sapore è la carta vincente della verdura e della frutta bio.”

(Hedy Gehrig, coltivatrice bio)



Dalla buona terra ...



Il sapore intenso della frutta e della verdura da coltura biologica nasce con la semina in un buon terreno. Infatti, solo una terra ricca di microrganismi garantisce la fertilità e l'equilibrio naturale del suolo. Proprio per questo i nostri coltivatori bio danno particolare importanza ad una rotazione intelligente delle colture che mantenga la vitalità e la salute della terra per i raccolti successivi.

e con cure naturali crescono solo ...

Per ottenere un buon raccolto il suolo deve essere regolarmente arricchito con delle sostanze nutritive sane. È per questo che nell'agricoltura biologica s'impiegano concimi esclusivamente naturali, quali il letame o il compost che contribuiscono ad una crescita sana, ad un sapore intenso e all'apporto di vitamine e sostanze vitali.



varietà sane e robuste...

Queste varietà buone e robuste non solo maturano al nostro clima ma tollerano anche condizioni avverse. Qualora fossero aggrediti da malattie o parassiti, si ricorre all'impiego di rimedi biologici quali gli organismi utili, come ad es. le coccinelle, le crisope e le vespe entomologhe.



di frutta e verdura ricche di aroma.

La frutta e la verdura bio sono un'esperienza unica sotto ogni punto di vista. Non solo crescono sane e in armonia con i ritmi stagionali, ma racchiudono anche tutto il sapore della natura. Tutta la frutta e la verdura bio in vendita con il marchio Naturaplan soddisfa le direttive della Bio Suisse e reca il logo della gemma. I coltivatori bio in Svizzera e all'estero, inoltre, sono sottoposti a regolari controlli da parte di organismi di controllo indipendenti, che garantiscono la qualità del prodotto.



Più natura, più gusto.

coop

I contributi ecologici vanno mantenuti

La prossima bordata contro i contributi ecologici in vista di una loro abolizione è prevista proprio dai ranghi dei politici contadini in Consiglio nazionale. Questa scellerata idea avrebbe conseguenze disastrose non solo per il settore del bio ma per l'intera agricoltura. Così facendo, questi rappresentanti del ceto agricolo mettono a repentaglio il principio stesso del diritto dell'agricoltura ai pagamenti diretti.

Il popolo svizzero vuole un'agricoltura sostenibile con un alto livello ecologico

e di rispetto degli animali. Questo risulta da diverse votazioni popolari degli anni novanta ed è regolarmente confermato da sondaggi di opinioni. Il consenso per i pagamenti diretti è grande grazie alle prestazioni ecologiche. Se in futuro bastessero requisiti meno severi per ottenerli,

non soltanto sarebbe ignorata la volontà del popolo ma sarebbe messo a rischio il necessario consenso della popolazione.

I contributi ecologici sono stati introdotti per sostenere e incrementare in modo mirato le prestazioni degli agricoltori nei settori dell'ecologia e del benessere degli animali. È solo così che possono essere mantenute. Infatti, tali prestazioni non possono essere finanziate tramite il mercato con prezzi più alti per i prodotti. L'attuale tendenza al ribasso dei prezzi delle derrate alimentari ha un influsso anche sul settore del biologico: i prezzi al produttore slittano verso il basso e si avvicinano ai prezzi per prodotti convenzionali. Per questo motivo, in fondo sarebbe giustificato un aumento dei contributi ecologici.

I bioagricoltori fino ad oggi non hanno avanzato questa rivendicazione giustificata. Prima vogliono esaurire tutte le possibilità offerte dal mercato (innovazione dei prodotti, sviluppo di nuovi mercati). Il successo del biologico si basa sulla credibilità, sulle prestazioni di mercato e sul desiderio dei consumatori di acquistare prodotti bio.

L'affermazione dei politici agricoli, secondo cui i contributi ecologici creerebbero una distorsione della concorrenza, dimostra una mancanza di comprensione del mercato oppure cela una motivazione politica. A quanto pare, nella lotta per la distribuzione dei fondi della Confederazione si vogliono vessare i bioagricoltori e metterli economicamente sotto pressione. Bio Suisse opporrà resistenza: in fin dei conti, la nostra posizione andrà a favore dell'intera agricoltura svizzera.



Stefan Odermatt, segretario centrale Bio Suisse

bioaktuell



4



11



13



15

A TUTTA BIRRA

4 La birra, un'idea spumeggiante

Un servizio dedicato a un mercato in fermento, alla produzione di orzo e luppolo biologici e alla loro trasformazione in una bevanda tanto amata quanto antica.

PRODUZIONE

8 Uranio nei campi svizzeri

I concimi fosfatici contengono fino a 100 grammi di uranio per tonnellata. In Svizzera mancano dati e valori limite precisi.

MERCATO

12 Nessuna dispersione all'abbandono

L'abbandono anticipato del contingentamento lattiero si avvicina a grandi passi. I produttori di latte bio dovrebbero unirsi.

RITRATTO

13 Ricetta per il marketing della Gemma

Un bioagricoltore argovese pubblicizza l'agricoltura biologica: con la motofalciatrice ha ritagliato nel suo campo una bella gemma.

RUBRICHE

9 Consumo

10 Consigli

14 Bio Suisse

16 La parola ai lettori

Copertina: Erwin Ackermann nel luppolo. Bild: Marion Nitsch

La birra, un'idea spumeggiante

Anche per bioattualità, l'estate è la stagione dei lavori sui campi anziché dietro a una scrivania (non vi sarà un numero di agosto), prima però vuole servirvi una fresca bionda, una scura o, se preferite, una mistica birra della luna piena. Eccovi allora il nostro servizio sulla produzione di orzo e luppolo e la loro trasformazione in una bevanda altrettanto amata quanto antica. Alla salute – anche del paesaggio, del re di quaglie e della bilancia commerciale Svizzera-UE.

Nell'aprile 1996 la birreria appenzel-ese Locher ha messo in commercio la prima birra biologica svizzera, la «Naturperle». Solo un mese più tardi la Wädi Brau-Huus ha lanciato con l'«Öko-Bier» la seconda birra prodotta in Svizzera secondo criteri biologici. Attualmente nove birrerie offrono 21 birre biologiche fabbricate in Svizzera (senza contare le birre di stagione, cfr. riquadro).

Questo fatto quadra con lo sviluppo del mercato complessivo della birra: si beve meno birra ma si scelgono anche i prodotti di piccole birrerie e si osa assaggiare questa o quell'altra specialità (cfr. riquadro).

Da dove proviene ciò che non è acqua

La birra è costituita per circa l'85 % da acqua. Ma le nostre birrerie dove acquistano il luppolo e il malto, rispettivamente l'orzo da birra?

All'inizio di maggio di quest'anno, la Heineken ha annunciato nel quotidiano «Blick» il lancio di una «birra patriottica», l'«unica birra» fabbricata con orzo svizzero, infatti «tutti gli altri impiegano merce importata». Ah sì? Forse il colosso mondiale approfondire un po' la conoscenza delle varie patrie che rifornisce. Interpellato, l'ufficio PR di Heineken Svizzera ammette che una formulazione più corretta sarebbe stata: l'unica birra di una grande birreria prodotta con orzo svizzero.

Dodici anni fa è stata ancora una volta l'innovativa birreria Locher nel Canton Appenzello a impiegare per prima, dapprima per le birre convenzionali, cereali da birra svizzeri possibilmente provenienti dalle vicinanze (produttore contrattuale di orzo e frumento a Stein AR). Per le birre biologiche, la birreria Locher acquista orzo da birra dalla cooperativa Gran Alpin proveniente dalle montagne grigionesi. Questo orzo basta di sicuro per la birra Locher «Naturperle» e in genere anche per la «Vollmond». Dato che Locher acquista al 100% luppolo bio indigeno e seleziona in proprio il lievito, la birra «Naturperle» è un prodotto integralmente biologico e indigeno. Locher potrebbe quindi richiedere la Gemma con la scritta «Bio Suisse». Perché non lo fa? «Potremo farlo solo quando avremo forniture sicure, altrimenti dobbiamo impiegare due tipi di etichette».

Il secondo prodotto al 100% biologico e indigeno è la nuova «Biera Engiadinaisa» di Tschlin lanciata il mese di marzo scorso. Secondo il direttore Angelo Andina, trattandosi di una nuova piccola birreria regionale, si temono i costi di una certificazione Gemma. La «Biera Engiadinaisa» è quindi venduta come birra bio federale.

Un'importante osservazione in merito all'approvvigionamento indigeno concerne la fabbricazione del malto: dato che in Svizzera non esiste nessuna malteria (!), per la tallitura tutte le birrerie svizzere devono trasportare i cereali svizzeri all'estero, oppure, cosa che pratica la maggior parte, importare malto pronto dall'estero (soprattutto Germania, Repubblica Ceca e Francia). Poiché in Svizzera l'orzo da birra è più caro del prodotto intermedio malto proveniente dall'UE, naturalmente lo stimolo a impiegare cereali indigeni è scarso, soprattutto nel settore del biologico in cui l'approvvigionamento di cereali è già insufficiente. I cereali da birra svizzeri per le birre biologiche del birrifico Locher e per la Biera Engiadinaisa sono trasformati in una malteria di Memmingen nella Germania meridionale, a circa mezz'ora dalla frontiera.

Birre regionali: nicchie di creatività

Il mercato svizzero della birra è dunque in fermento. Le piccole fabbriche di birra hanno possibilità d'affermarsi sul mercato, anche nel settore bio. Vengono prodotte continuamente nuove specialità (l'esempio più recente: una birra di giubileo della birreria Wädi Brau-Huus con aggiunta di lemongrass); si organizzano eventi e corsi per imparare a fabbricare la birra destinati al pubblico (Wädi, Unser Bier). – Ma non tutto riesce. Due delle birre bio lanciate finora sul mercato sono almeno per il momento scomparse: una è la «Bièrre du Château», l'unica birra biologica proveniente dalla Svizzera romanda, prodotta dal 2000 al 2003 dalla Brasserie du Château di Losanna. Questa birra ha raggiunto addirittura gli scaffali dei negozi specializzati di birra di Zurigo. Tuttavia non si è riusciti a trovare un grande o anche solo un medio distributore, nemmeno in Svizzera Romanda. Il direttore Eric Borgeaud si meraviglia che, a quanto sembra, in Svizzera romanda si preferiscano birre della Svizzera tedesca, ma non si perde d'animo: «Bussiamo continuamente a tutte le porte finché forse una si aprirà». Allora rilancerebbe la sua Bièrre du Château. Per quantità troppo piccole, l'onere del controllo non vale la candela.

Anche la birra «Schümli» della birreria bernese Felsenau non è riuscita a imporsi. «Forse abbiamo valutato male il mercato», suppone il mastro birraio Joseph Meier. «Schümli» era una birra con un tasso ridotto di alcol. I consumatori bio, secondo Meier, «desiderano una birra vera». Ecco. Ora i bernesi preparano un nuovo progetto.

Birra bio delle montagne engadinesi

Una storia di successo sta invece germogliando sulle montagne grigionesi. La birreria Locher aveva mostrato interesse per orzo da birra indigeno. L'orzo da birra deve presentare un basso tasso di proteine. Nella zona di montagna, con scarsa concimazione, l'orzo forma meno proteine.

Il mercato svizzero della birra in cifre

- consumo pro capite 1991: 70,5 l; 2003: 58,7 l
- numero fabbriche di birra: 1990: 40, 2005: 100
- attuali quote di mercato piccole birrerie (20): 10%
microbirrerie (100): 1%
Feldschlösschen 42%
Heineken: 17%
Importazioni: 16%



Bilder: Markus Bär



«Niente cibi piccanti, ne' fumo: noi birrai dobbiamo salvaguardare la sensibilità del palato e del naso». Max Bürki, capo birraio di Locher, Appenzell.

La nostra birra (Unser Bier): Udo Remagen, capobirraio e Andreas Leisinger, titolare dell'azienda, Basilea.

La richiesta dall'Appenzello ha trovato terreno fertile nell'interesse dei bioagricoltori grigionesi: la cooperativa Gran Alpin, fondata nel 1987, che promuove l'incremento della campicoltura ecologica montana nelle valli alpine grigionesi, ha intravisto una possibilità di importanza centrale:

- contrastare la recessione della campicoltura nella zona di montagna con una coltura adatta alle condizioni locali.

Poco dopo l'avvio del progetto e superate le difficoltà iniziali (troppe proteine nel primo anno; era il caldissimo 2003) si è reso necessario un progetto successivo per puntare a un secondo importante obiettivo: con la costruzione di una birreria regionale sarebbe stato possibile

- inserire nell'offerta dell'industria del turismo un ulteriore prodotto indigeno. Questa fabbrica di birra, la Bieraria Tschlin, nel frattempo è stata costruita. Ha trovato spazio in una vecchia casa engadinese a Tschlin e dispone anche di un minuscolo bar per degustazioni.

Hans Casper Trepp, responsabile della cooperativa Gran Alpin, è convinto più del cento per cento di quest'idea. «È un progetto geniale!», esclama e elenca altri vantaggi:

- non è necessario nessun investimento da parte dei contadini. L'orzo è sempre stato coltivato, finora per la produzione di foraggio, ora piuttosto orzo da birra; competenze e macchinari sono a disposizione;

- è necessaria solo una scarsa concimazione;

- i prodotti secondari della fabbricazione della birra possono essere usati come mangime;

- nessun mais nell'avvicendamento; pressoché nessuna infestazione da fusariosi;

- incarico di produzione inclusa produ-

zione di semente per le aziende agricole; guadagno accessorio, riduzione della dipendenza unilaterale dall'allevamento di bestiame;

- il quadro paesistico è protetto (p. es. coltivazione a terrazze a Ramosch e Tschlin)

- biotopi per specie rare di animali (p. es. uccelli nidificanti a terra come il re di quaglie e lo stiacchino)

- la collaborazione efficace tra agricoltura e turismo; mantenimento di posti di lavoro in una regione di periferia.

Dodici aziende biologiche producono attualmente orzo da birra per Gran Alpin a quote tra 1000 e 1600 metri sopra il mare. La cooperativa rileva i cereali e si occupa della tallitura e della commercializzazione. Con esperimenti mirati Gran Alpin si impegna inoltre per il continuo miglioramento delle varietà.

Ora, nel terzo anno di coltivazione, Hans Casper Trepp annuncia che c'è terra in vista, più precisamente terreno coltivabile. Si profila infatti la possibilità che la rapida regressione della campicoltura nelle valli alpine grigionesi possa essere arrestata. Negli ultimi anni, si è vista una costante avanzata dell'allevamento di bestiame e, visti i prezzi bassi, ultimamente l'orzo foraggero veniva acquistato piuttosto che coltivato. «Sa, a un certo punto non vale più la pena riparare la mietitrebbiatrice...». Trepp è contento che Gran



I cereali di montagna maturano più tardi di quelli in pianura e crescono con il sole più alto. «Nei cereali Gran Alpin c'è tutta la forza e l'energia del sole di montagna grigionese». – Salute!

Alpin possa offrire un contributo al polimorfismo del paesaggio e alla varietà dell'agricoltura nella regione di montagna. Su circa 18 ettari cresce ora orzo da birra, su un altro ettaro cresce la semente. Assieme alle superfici sperimentali si tratta di quasi 20 ettari.

Trepp non ha solo motivo di essere felice, ma da poco ha anche l'occorrenza per brindare: nella primavera 2005 la Bieraria Tschlin ha iniziato l'attività produttiva. L'orzo da birra grigionese, il luppolo dell'azienda Ackermann di Wolfwil e l'acqua fresca della fonte di Tschlin forniscono una deliziosa birra artigianale. Il direttore Angelo Andina elogia non da ultimo la qualità dell'acqua: «L'acqua di Tschlin è adatta al cento per cento per la produzione di birra. Il valore pH è basso, non contiene calcio, qualsiasi tipo di trattamento o di filtraggio è superfluo». Attualmente la capacità è di 800 hl di Bier Engiadinaisa all'anno. Per la distribuzione, la piccola birreria ha come partner un colosso mondiale: Calanda/Heineken offre volentieri un prodotto regionale. «Quelli sanno ragionare», così il coltivatore di luppolo nel lontano paesino di Wolfwil loda la strategia di marketing del grande che si fregia del bonus di simpatia del piccolo.

Il portavoce della Heineken avrebbe semplicemente dovuto informarsi nel proprio gruppo prima della citata dichiarazione al «Blick» – ma ammettiamolo, forse l'azienda è un po' troppo grande per conoscerne tutte le attività.

La birra dei basilesi

I basilesi naturalmente non dispongono

dell'acqua fresca di sorgente del massiccio appenzelense dell'Alpstein e neppure dell'acqua cristallina grigionese delle fonti di Tschlin: fabbricano la loro birra – «Unser Bier» – con l'acqua dell'azienda municipale dell'acqua potabile. L'acqua di Basilea è molto migliore della sua fama, nei test tiene testa a diverse acque minerali commerciali, ma è troppo dura e per la fabbricazione della birra occorre ridurre il tenore di calcio. Fondata nel 1998, la fabbrica di birra Unser Bier SA ha ora raggiunto le cifre nere, chiudendo il 2004 con un piccolo utile di 20'000 franchi. Assieme alla Wädi Brau-Huus e alla Bieraria Tschlin, Unser Bier forma il gruppo delle tre birrerie svizzere che producono esclusivamente birra biologica.

Il successo della birreria regionale artigianale è dovuto al grande sostegno della popolazione – e naturalmente alla qualità delle birre. È certo unico il fatto che una piccola impresa con una cifra d'affari annua di 1,4 milioni di franchi si basi sull'azionariato di 3300 persone. La maggior parte degli azionisti possiede un'unica azione. La birra bio basilese ha la struttura di una società per azioni ma il carattere di un movimento. I basilesi sostengono la loro birra bio quasi come la loro società di calcio. Assieme alle cifre nere, e anche questo è certo un fatto unico, Unser Bier ha raggiunto la maggioranza in governo: più della metà dei Consiglieri di Stato sono azionisti di Unser Bier.

In visita presso il coltivatore di luppolo

Il cane Leo si mantiene piuttosto in disparte, al dare il benvenuto al visitatore dell'azienda Schlatthof a Wolfwil nel Canton Soletta ci pensa la cammella ruminante Aischa. Pur seduta, ti squadra dall'alto in basso e mentre mastica la sua bocca ha un che di beffardo, canzonatorio.

Sull'azienda Schlatthof oggi grava una cortina di fumo; l'impianto a combustione di cippato che fornisce l'energia alla latteria aziendale non funziona come si deve. Erwin Ackermann, coltivatore di luppolo, mi saluta, si occupa brevemente dell'impianto di combustione, mi mostra la latteria ben attrezzata, la stalla aperta con 50 vacche da latte, e poi mi accompagna a visitare i suoi due campi di luppolo. Per strada incontriamo una piccola mandria di mucche scozzesi highland cattle: «È piuttosto un passatempo», osserva Ackermann. Non lo è invece il luppolo.

Quest'anno la peronospora gli causa qualche problema. «A Pentecoste ha piovuto un po' troppo», spiega, «e al fungo è

bastato per annidarsi. Ma non mi lamento: altrimenti non dovrei coltivare luppolo bio». Il coltivatore osserva le sue piante. È contento che la crescita sia ripresa piuttosto bene. Adesso il tempo è secco e soffia un buon venticello che impedisce al fungo di continuare la sua opera distruttiva.

Almeno i ceppi sopravvivono

Adesso, nella seconda settimana di giugno, le piante hanno raggiunto un'altezza tra i due e i quattro metri e mezzo, l'intelaiatura è alta 7,5 metri. La crescita in lunghezza dura fino a due settimane dopo il giorno più lungo, poi segue la formazione dei fiori.

Ackermann toglie da una piantina fortemente colpita le foglie infestate dal fungo, strappa anche il getto principale danneggiato, da sotto prende un getto secondario che avvolge attorno al filo d'arrampicatura. «Si riprenderà, il luppolo è una pianta piuttosto robusta. Se i ceppi riescono a sopravvivere è già tanto».

Ackermann ha piantato i suoi campi di luppolo in una posizione piuttosto ventosa. «Al luppolo non piace il vento. Il vento forte strappa i tralci dai fili e le piante si feriscono reciprocamente. Ho optato coscientemente per il vento perché aiuta a contrastare le malattie crittogamiche. Gli animali nocivi invece, lo posso dire, non mi fanno più paura.»

Caratteristiche dell'azienda Schlatthof

Azienda in pianura, bio dal 1996
 Superficie: 21 ha
 Manodopera: coppia capoazienda, 2 dipendenti, 1 praticante
 Colture: luppolo (2,5 ha, 10'500 piante), patate da semina, granoturco, prato
 Animali: 50 vacche, 1 toro, 3 maiali, 3 capre, 2 asini, 6 vacche scozzesi, 1 cammella (prossimamente sarà montata), il cane Leo, gatti
 Trasformazione in azienda: latte pastorizzato, latticini (burro, panna, 8 qualità di yogurt, 8 qualità di ricotta, 4 qualità di formaggio fresco)
 Vendita in azienda
 Latte, latticini di produzione propria
 Carne secca, salame rustico, salsiccia all'aglio
 Carne di maiale e di manzo, congelata (stagione)
 Uova, diversi formaggi semiduri (acquistati)
 Birra, marca propria «Hopfehähli»
 Articoli da regalo
 Ristorante in azienda (ritrovi occasionali)
 «Buurehof-Oase»



Bild: Marion Nitsch

Il fungo! Ackermann ha dovuto estirpare il primo filare verso il bosco.

Con ciò siamo giunti al tema dei parassiti principali, l'afide del luppolo e, negli anni secchi, il ragnetto rosso. L'afide del luppolo è particolarmente pericolosa per il suo enorme potenziale di riproduzione: in condizioni favorevoli produce sul luppolo da otto a dieci generazioni per stagione, vale a dire fino in settembre, poi si sposta sulle piante ospiti invernali che sono le varietà di prunus, i susini, i prugni, il prugnolo.

Da un lato i campi di luppolo di Ackermann sono esposti al vento, dall'altro lato si trovano nelle immediate vicinanze del bosco. «Ciò favorisce leggermente la comparsa di malattie crittogamiche, dal bosco tuttavia giungono nell'impianto più animali utili». Su uno dei campi ha strappato il primo filare verso il bosco; l'infestazione da peronospora è risultata eccessiva, non poteva tollerare uno sviluppo smisurato di funghi.

Nel settore convenzionale, il luppolo è una delle colture trattate in modo più intensivo. «Con il poco rame che è ammesso in agricoltura biologica bisogna essere parsimoniosi. Occorre cogliere il momento ottimale per avere successo». Assieme

al FiBL Ackermann sta preparando un esperimento con preparati a base di argilla per sostituire il rame. In determinate zone in Germania si è riusciti a raggiungere l'80 % circa dell'efficacia dei prodotti a base di rame.

Coltivatore di luppolo solo soletto

«Senza passione non si può coltivare luppolo bio» spiega Ackermann nel ristorante «Buurehof-Oase» che fa parte dell'azienda. All'inizio, quando gli Ackermann nove anni fa hanno convertito l'azienda all'agricoltura biologica, gli esperti avrebbero sconsigliato: luppolo bio non è possibile. Nei primi cinque anni le rese hanno raggiunto il 20-30 per cento di un raccolto medio convenzionale. Attualmente è stato raggiunto il 70-80 per cento e Ackermann è uno dei pochissimi coltivatori di luppolo bio in Europa. In Svizzera è l'unico. In Francia nessuno coltiva luppolo bio, Ackermann può pertanto esportare facilmente verso quel Paese. Ha venduto luppolo bio addirittura in Giappone. Una parte del raccolto finisce inoltre nell'industria farmaceutica.

«Il prezzo del luppolo oscilla più che per qualsiasi altra coltura. Per un litro di birra bastano tre o quattro grammi di luppolo, la materia prima non ha un gran peso nella produzione di birra. Ma niente birra senza luppolo!» Le birrerie quindi, quando il mercato è prosciugato, pagano quasi qualsiasi prezzo per il luppolo. Con le rese incerte e i prezzi fortemente oscillanti, il luppolo bio è «rischio puro». Per Ackermann non è un problema. «Fa parte di questo affare». Il luppolo non è la fonte di guadagno principale dell'azienda Schlatthof e Ackermann non sfrutta la situazione nei confronti dei suoi clienti fedeli quando i prezzi in caso di scarso approvvigionamento del mercato si arrampicano come il luppolo stesso. Naturalmente spera che la sua clientela agirà allo stesso modo se il prezzo del mercato mondiale dovesse crollare. Ackermann è soddisfatto se in un anno buono con il luppolo consegue la metà del risultato economico. Dopo un'annata cattiva si mette instancabile al lavoro e prepara i campi di luppolo per l'anno successivo. Un ettaro di luppolo bio richiede fino a 1000 ore lavorative all'anno!

Markus Bär



Uranio nei campi svizzeri

I concimi fosfatici contengono fino a 100 grammi di uranio per tonnellata. Anche in Svizzera con i concimi gli agricoltori spargono sui propri campi notevoli quantità di uranio. Mentre in Germania è in corso un dibattito sul tema, in Svizzera mancano dati e valori limite precisi.

L'uranio è un metallo pesante radioattivo. L'uranio è tossico. E l'uranio ama il fosfato. Quasi ovunque si estrae fosfato vi è anche presenza di uranio. Nel fosfato proveniente dagli USA, il maggior produttore, sono stati riscontrati da 65 a 141 grammi di uranio per tonnellata. Nel fosfato brasiliano ne sono stati misurati 220 grammi per tonnellata. Secondo una statistica UN la Svizzera importa ogni anno circa 17000 tonnellate di fosfati. La sostanza serve alla produzione di concimi impiegati in agricoltura e nel giardinaggio per hobby. Assieme al fosfato tuttavia giunge in Svizzera anche l'uranio – che poi finisce su campi e prati. Nel settimanale tedesco «Die Zeit» Ewald Schnug, professore presso l'Istituto federale di ricerche agricole a Braunschweig, ha lan-

ciato l'allarme per i concimi fosfatici contenenti uranio. Schnug ha calcolato che un agricoltore tedesco medio sparge sui propri campi assieme al concime fino a 21 grammi di uranio per ettaro e anno. Secondo Schnug, non vi è alcun motivo di pensare che la situazione sia diversa in Svizzera.

Su incarico dell'Ufficio federale dell'ambiente, delle foreste e del paesaggio (UFAPF), l'Istituto Paul Scherrer ha analizzato i concimi. Il rapporto dell'UFAPF rivela che è stato riscontrato un tenore di uranio di 100 grammi per tonnellata di sostanza secca. Si presume che nei suoli trattati con concimi fosfatici negli ultimi 40 anni, il 10 per cento delle radiazioni radioattive provenga dal concime.

Nonostante il fatto che il rapporto dell'anno 1991 richiedeva accertamenti «dettagliati», la Confederazione è rimasta inattiva per oltre un decennio. Un collaboratore dell'UFAPF ricorda che si erano presentati problemi più importanti per quanto concerne il concime, soprattutto la contaminazione con cadmio: «La questione dell'uranio ci sembrava meno urgente. Si è semplicemente insabbiata».

Nel frattempo il problema probabilmente si è aggravato. Fino alla fine della guerra fredda, in alcuni Paesi l'uranio era stato estratto chimicamente dal fosfato e venduto per scopi militari e civili. Dato che a causa del disarmo nucleare il prezzo dell'uranio è crollato, questi impianti di estrazione sono stati chiusi con la conseguenza che nel fosfato rimane più uranio di prima.

Nonostante lo studio del 1990 e i più recenti sviluppi, in Svizzera non esistono prescrizioni in merito all'uranio nei concimi. «Ho appreso solo recentemente della faccenda», spiega Roger Frossard, responsabile dell'autorizzazione dei concimi presso l'Ufficio federale dell'agricoltura. Non esiste alcun obbligo di dichiarazione: l'agricoltore quindi non sa quanto uranio acquista con il concime e non ha la possibilità di preferire prodotti contenenti meno uranio. Anche i produttori sono ignari: «Non sappiamo quanto uranio contengono i nostri prodotti» ammette

Hansueli Schaufelberger del fornitore di concimi Landor.

È pure ignoto quanto uranio esattamente è già stato apportato al suolo e come si comporta. «Per l'uranio ci mancano i dati» afferma Satish Gupta dell'Istituto federale di ricerche di Reckenholz. La storia sarebbe simile a quella della gallina e dell'uovo, spiega Gupta, responsabile del settore chimica del suolo: «Senza valori indicativi nessuna analisi – e senza analisi nessun valore indicativo».

È pericoloso per l'uomo l'uranio che giunge nei suoli svizzeri con il concime? Otmar Zoller dell'Ufficio federale della sanità pubblica, considerando gli studi eseguiti all'estero, non lo crede. Nel suolo svizzero, spiega, ci sarebbe comunque molto uranio visto che il nostro Paese è ricco di rocce contenenti uranio. Questo però non tranquillizza Ewald Schnug: «Se ce n'è già tanto non mi sembra molto sensato spargerne ancora» afferma. In fondo il suolo agricolo non sarebbe una discarica per metalli pesanti.



Pascal Hollenstein

Questo articolo è apparso per la prima volta nel settimanale «NZZ am Sonntag» del 12 giugno 2005.

Amnesso solo fosfato grezzo, scarso consumo

Giusta l'elenco delle sostanze ausiliarie, nell'agricoltura biologica in Svizzera è ammesso come concime fosfatico minerale unicamente fosfato grezzo proveniente dall'Europa e dalla zona del Mediterraneo. Il fosfato grezzo è impiegato relativamente poco in agricoltura biologica, poiché la quantità di fosforo ammessa in base al bilancio nutritivo è già raggiunta con il fosforo contenuto nei concimi aziendali propri. Un'eventuale carenza di fosforo è spesso compensata con concimi aziendali acquistati e con composto e solo in rari casi con concimi fosfatici minerali. Da un rilevamento effettuato nel 1998 risulta che allora 2 aziende biologiche (su 5000) impiegavano fosfato grezzo. 24 aziende hanno sparso Granuphos (fosfato grezzo con magnesio), complessivamente 18 tonnellate all'anno (!). Altre 53 aziende hanno impiegato 26 tonnellate di farina Thomas all'anno. Queste cifre probabilmente non sono essenzialmente cambiate fino al 2005. Alla chiusura di redazione non eravamo in possesso di dati sul contenuto di uranio di questi concimi. Bioattualità informerà in merito non appena il FiBL disporrà di dati più precisi. als

Kurt Zimmerli, tecnico in economia, 4805 Brittnau AG

Kurt Zimmerli lavora come tecnico in economia presso le FFS. Vive con la sua compagna in un appartamento con giardino a Brittnau, vicino a Zofingen. Acquista spesso alimentari. Le sue pietanze preferite sono piatti asiatici piccanti, la sua bevanda preferita è un buon bicchiere di vino. Dedicava il suo tempo libero alla lettura ed è un sub appassionato.

1 Perché acquisti prodotti biologici?

Perché ho la sensazione di acquistare un prodotto un po' migliore proveniente da un'agricoltura sostenibile e da un allevamento rispettoso degli animali. Penso che un prodotto biologico provenga da un'azienda agricola nella quale i cicli naturali vengono rispettati.

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

Acquisto quasi solo birra biologica, la birra appenzellese, sicuramente per il 90%. Proviene da una piccola birreria indipendente. Dal mio punto di vista, questa è cultura della birra e per me è importante. Posso rinunciare a Felschlösschen che ha fagocitato tante piccole birrerie. Inoltre presto attenzione alla provenienza biologica degli ortaggi, dei latticini e delle uova. Non ho invece mai acquistato vestiti di qualità bio.

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

Tra il 30 e il 40, forse addirittura il 50 %.

4 Dove acquisti solitamente i generi alimentari?

Una volta alla settimana facciamo la spesa grande presso un grande distributore, di solito alla Coop. Appoggiamo anche i piccoli negozi. Il pane lo acquistiamo quasi sempre dal panettiere, il formaggio dal formaggero e la carne dal macellaio.

5 Secondo lei i prodotti bio sono troppo cari?

In parte sì. Quando faccio acquisti cerco di trovare un equilibrio ottimale tra prezzo e qualità. Perciò paragono tra di loro i prodotti offerti. Quando c'è scritto bio spesso l'aspetto dei prodotti è meno allettante per quanto riguarda la grandezza o la superficie. Come si suol dire, anche l'occhio vuole la sua parte. Se poi costa anche molto di più diventa un problema.

6 Che opinione ha delle linee di prodotti a basso prezzo dei grandi distributori?

Nessuna. Non inseguo coscientemente i prezzi color rosa. È piuttosto un caso se qualche volta acquisto uno di questi prodotti a basso prezzo. La mia massima è: la qualità va pagata.

7 Presta attenzione alla provenienza dei prodotti?

È un punto relativamente importante per me. Le acrobazie di parte della logistica attuale non corrispondono alla mia filosofia. Pomodori colti in Italia, lavati in Francia, imballati in Belgio e venduti in Svizzera non mi sembrano particolarmente sostenibili. Acquisto possibilmente prodotti provenienti dalle vicinanze o perlomeno dalla Svizzera. Ma anche in questo caso: non ad ogni costo.

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

Faccio attenzione, ma non baso i miei acquisti esclusivamente sulla Gemma. È però un buon aiuto negli acquisti.

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

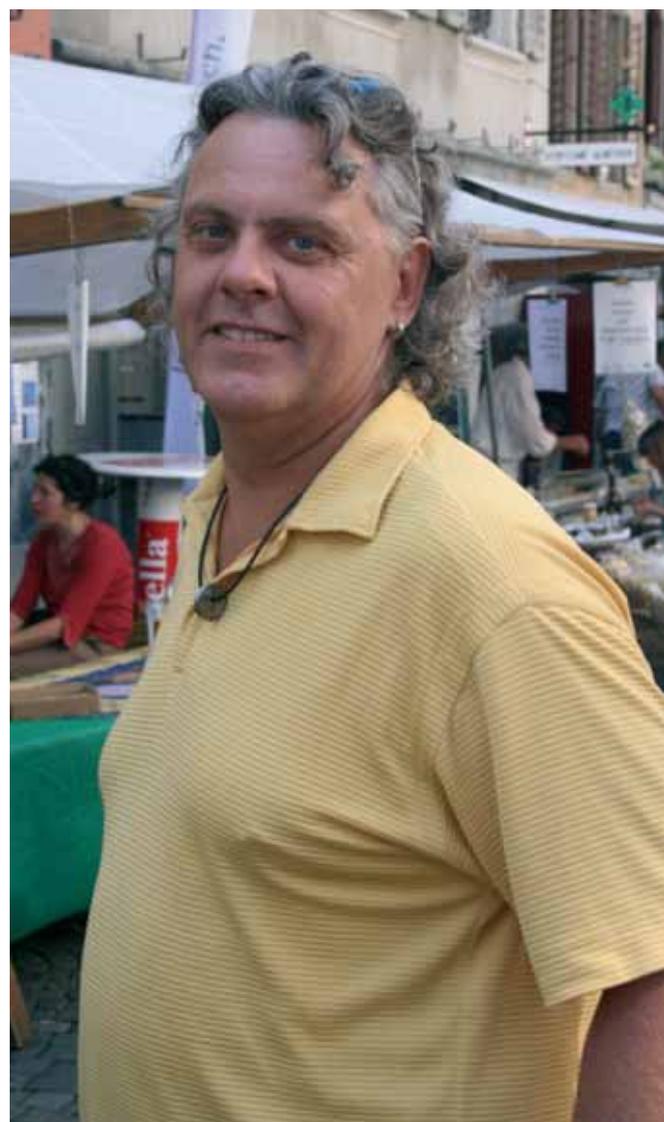
Per la carne ci sono stati eventi di questo tipo, come il morbo della vacca pazza. Quando si mette nella padella carne bio non si riduce della metà come è spesso il caso delle altre qualità di carne. Un altro evento riguarda i polli. Oggi i galletti nelle aziende di ingrasso convenzionali vivono appena 28 giorni. La carne prodotta è proporzionalmente poca. Mi ricordo che con un pollo dell'azienda di parenti mangiavano quattro o cinque persone.

10 Che cosa pensa dei bioagricoltori? E quali caratteristiche li contraddistinguono?

I bioagricoltori hanno uno spirito innovativo. Sono agricoltori progressisti, interessati alla propria professione e che

vorrebbero progredire. Collaboro spesso con un bioagricoltore che possiede un negozio in azienda e che sviluppa nuovi prodotti. Recentemente si è procurato degli struzzi di cui può commercializzare tutto, dalle piume alle uova fino alla carne. Ha un grande successo e non ha bisogno di lagnarsi e di piagnucolare. Questo lo apprezzo molto.

Intervista: Alfred Schädeli



Kurt Zimmerli al BioMarché di Zofingen

Ultimi aggiornamenti riguardo alla trasformazione per conto terzi

Come anticipato in bioattualità 1/05, dal 2006 le aziende di trasformazione per conto terzi devono sottostare diret-

tamente alla procedura di controllo e di certificazione. Questa è una condizione dell'Ufficio federale di metrologia e di ac-

creditamento (Metas) per l'attuazione dell'Ordinanza bio, e vale per qualsiasi trasformazione di prodotti bio. Un'azienda bio può continuare a far trasformare i propri prodotti da un trasformatore per conto terzi che non sottostà direttamente alla procedura di controllo e di certificazione unicamente in casi eccezionali e con un permesso speciale. Bio Suisse, Demeter e bio.inspecta hanno redatto il catalogo dei criteri per il permesso speciale, tuttavia Metas non lo ha accettato. Bio Suisse ha pertanto deciso di cercare un'altra volta il dialogo con Metas per trovare la soluzione migliore per le aziende Gemma. Bioattualità vi terrà aggiornati.

Franziska Eigenmann, responsabile della trasformazione in azienda presso Bio Suisse

Preordinare ora le pollastrelle bio

Giusta l'Ordinanza federale bio, a partire dal 1° gennaio 2006 in Svizzera non potranno più essere acquistate pollastrelle convenzionali. Sulla scorta di questa modifica dell'Ordinanza e vista la sufficiente disponibilità di pollastrelle bio, anche Bio Suisse ha deciso l'anno scorso che a partire dal 1° gennaio 2006 potranno essere stabulate unicamente pollastrelle Gemma (art. 3.1.10 disposizioni transitorie nelle direttive per la produzione, la trasformazione e la commercializzazione di prodotti Gemma della Bio Suisse).

Gli allevatori di pollastrelle biologiche sono invitati a ordinare sin da ora il

proprio fabbisogno di pollastrelle Gemma per il 2006 presso il proprio commerciante di pollastrelle o l'azienda di allevamento. Non dovrebbero verificarsi difficoltà di rifornimento. Bio Suisse parte infatti dal presupposto che le ditte che commerciano in uova bio e i commercianti di pollastrelle bio abbiano adeguato la pianificazione alla situazione modificata per poter garantire un approvvigionamento completo.

Jorge Vásquez, manager dei prodotti uova e pollame presso la Bio Suisse risponde volentieri alle vostre domande (tel. 061 385 96 21)

Jorge Vásquez, Bio Suisse

Foto: www.oekolandbau.de



IMPRESSUM

bioattualità



anno 14

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 Schädeli, Thomas Alföldi (FiBL); Christian Voegeli (BIO SUISSE); bioaktuell@fibl.org, Christophe Schiess, Romandie.

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 062 865 704, fax 062 865 72 73, e-mail nicole.roelli@fibl.org



Foto: Claudia Schneider

Riduzione della parte convenzionale nella razione di foraggio

Nelle direttive per i produttori della Bio Suisse è formulato l'obiettivo di alimentare coerentemente gli animali nelle aziende bio con foraggio bio. L'ultima assemblea dei delegati ha approvato in merito una tabella di marcia. Quali sono le conseguenze concrete a corto e medio termine per il foraggiamento?

Domanda: Possiedo un'azienda lattiera con venti vacche. Durante l'inverno la razione comprende fetture di barbabietole da zucchero convenzionali. Nella fase iniziale, inoltre, le vacche ricevono mangime concentrato contenente il 20 per cento di componenti convenzionali, vale a dire foraggio Gemma sostanze ausiliarie. Posso impiegare il mangime concentrato e le fetture di barbabietole da zucchero convenzionali anche l'anno prossimo?

» Risposta: Sì. Tuttavia l'assemblea dei delegati Bio Suisse nel mese di marzo 2005 ha deciso di ridurre la parte convenzionale nella razione di foraggio a partire dall'1.1.2006. Dal 2006, per i ruminanti sarà ammesso al massimo il 5% e per i non ruminanti il 10% di parte convenzionale nella razione totale. A partire dalla stessa data, nel foraggio Gemma sostanze ausiliarie la parte convenzionale ammessa sarà ridotta al 10 per cento. L'elenco delle componenti convenzionali ammesse contenuto nell'appendice 5 rimane invariato per l'anno prossimo, cosicché potrà ancora impiegare fetture di barbabietole da zucchero convenzionali. Dovrà badare però a non superare il 5 per

cento di parte convenzionale nella razione totale. La messa in atto di questa riduzione della parte convenzionale nella razione si presenta come segue: fino al 31.12.2005, i mulini di foraggio con licenza possono produrre foraggio Gemma sostanze ausiliarie contenenti l'80 per cento di foraggio Gemma e il 20 per cento di componenti convenzionali ammesse. Gli agricoltori possono impiegare questo foraggio fino alla data di scadenza (fino al 31 giugno 2006, dato che la scadenza di miscele di foraggio è di sei mesi al massimo). A partire dal 1° luglio può essere impiegato unicamente foraggio Gemma sostanze ausiliarie contenente al massimo il 10% di componenti convenzionali.

Foraggiamento cavalli in pensione

Domanda: Nell'edizione di maggio di bioattualità nella rubrica dedicata alle decisioni AD ho letto che la parte convenzionale nel foraggiamento sarà ridotta. Vale anche per il foraggiamento di cavalli in pensione?

» Risposta: Sì, vale anche per cavalli in pensione. I cavalli in pensione appartengono alla categoria dei non ruminanti. Finora la razione dei non ruminan-

ti poteva contenere al massimo il 20 per cento di foraggio convenzionale. Questa parte è ora stata dimezzata al 10%. Come finora il 10% di parte convenzionale per il foraggiamento di cavalli in pensione non comporta l'adempimento di ulteriori requisiti salvo il formulario infoXgen firmato.

Beatrice Moser, Bio Suisse



Tabella di marcia riduzione mangimi convenzionali

In occasione dell'AD Bio Suisse nell'autunno 2002, i delegati hanno approvato a grande maggioranza la tabella di marcia per la riduzione della parte convenzionale nella razione di foraggio. L'articolo 3.1.8 delle direttive recita: «...L'obiettivo è di ridurre la parte di componenti di mangime concentrato non biologico allo zero per cento per i ruminanti entro il 31.12.2006 e mantenerla più bassa possibile per i non ruminanti fino al 31.12.2008. ...». All'AD nella primavera 2005, i delegati hanno approvato di misura la riduzione della parte convenzionale a partire dall'1.1.2006. L'Ufficio federale dell'agricoltura UFAG attende lo sviluppo nell'UE prima di adeguare l'Ordinanza federale. Attualmente nell'UE sono ammesse le seguenti parti di foraggio convenzionale: ruminanti 10%, non ruminanti 20%. Una decisione dell'UE in merito al foraggio convenzionale in agricoltura biologica è prevista entro quest'estate.

bm

Nessuna dispersione al momento dell'abbandono!

L'abbandono anticipato del contingentamento lattiero si avvicina a grandi passi. Parallelamente, anche le tendenze alla dispersione diventano più concrete. Bio Suisse ribadisce la sua vecchia raccomandazione: i produttori di latte bio dovrebbero aderire alle esistenti organizzazioni bioagricole dell'economia lattiera e unirsi ulteriormente.

In numerose sedi si è già votato sul principio dell'abbandono e sui regolamenti per il controllo delle quantità. Ora in diverse regioni gli agricoltori vengono invitati a confermare con la propria firma l'adesione a e l'abbandono anticipato con un'organizzazione. Assieme a esperti esterni, fra altri i produttori svizzeri di latte PSL, la Bio Suisse ha elaborato e comunicato raccomandazioni sul tema. Il rapporto completo è ottenibile presso Bio Suisse e può essere scaricato da internet al sito www.bio-suisse.ch.

Riportiamo qui i due punti principali:

1. unione in possibilmente poche organizzazioni puramente bioagricole
2. organizzazione come gruppo di produttori agente.

Meglio insieme

Il mercato del latte bio non è completamente staccato dal mercato convenzionale. È però indipendente, con una formazione del prezzo propria, un'offerta propria e una domanda propria. Questa autonomia è stata raggiunta sull'arco di diversi anni. Prima il prezzo del latte bio era formato semplicemente dal prezzo convenzionale con un supplemento fisso. E ancora prima non esisteva nessun prezzo del latte bio, i produttori di latte bio fornivano il latte al prezzo del latte convenzionale.

Oggi, con la formazione del prezzo, abbiamo compiuto un bel passo in avanti. Grazie alla tavola rotonda della negoziazione sui prezzi del latte è ora possibile discutere questioni nazionali a livello svizzero e a sviluppare strategie comuni. L'unione della grande maggioranza dei produttori di latte bio di latteria nelle sei organizzazioni che si occupano delle negoziazioni sui prezzi del latte ha notevolmente migliorato la trasparenza e il coordinamento.

Il tempo però non è rimasto fermo. Con la ripresa della latteria Biedermann da parte di Emmi e la prospettiva di una fusione con AZM, tra i due terzi e i tre quarti del latte di latteria bio si concen-

trano presso un unico acquirente, che continua però a essere rifornito da cinque gruppi di produttori. Assieme agli altri due acquirenti in ordine d'importanza, AZM/Emmi/Biedermann acquistano il 90 per cento del latte di latteria bio e trattano con sei gruppi di produttori. Risulta pertanto chiaro che un raggruppamento dei produttori è necessario affinché non vi siano troppi gruppi diversi che abbassano i prezzi a vicenda.

Meglio agire

Un'impresa che possiede la merce ha maggiori possibilità di influsso sul mercato. È chiaro che con un'organizzazione di produttori (OP) non si possono semplicemente eludere le leggi di mercato. È altrettanto chiaro che il partenariato di mercato a lungo termine deve rimanere il principio nel mercato bio. Proprio per questo motivo sono necessarie imprese bioagricole forti e capaci di agire, che mettono in atto questi principi sul mercato e che qualche volta riescono a mettere fuori gioco coloro che non si attengono alle regole.

Un'OP deve equilibrare le oscillazioni tra la domanda di singoli acquirenti. Deve fungere da organizzazione non profit dei produttori, il cui obiettivo non è il massimo margine ma trasmettere il più possibilmente del prezzo di vendita agli agricoltori. Agisce su incarico dei membri perché appartiene ad essi. Questo è l'obiettivo. Un'organizzazione agente si avvicina maggiormente a questo obiettivo. Può decidere ogni giorno in quali canali debba scorrere il latte. Vive il mercato ogni giorno e può integrare queste informazioni nella collaborazione con i produttori, lontani dal consumo e spesso anche a corto termine poco flessibili nella produzione. È allora importante ricevere per tempo i segnali del mercato.

Abbandonare insieme

I produttori di latte bio non dovrebbero aderire a un'organizzazione bioagricola solo a causa dell'adesione obbligatoria

ma anche per l'abbandono anticipato del contingentamento, poiché queste organizzazioni con molta probabilità si impegneranno meglio per gli interessi dell'agricoltura biologica.

Grandi organizzazioni non comportano latte anonimo, anzi. Oggigiorno, grazie alla rintracciabilità, è possibile dimostrare in modo trasparente in quali canali confluisce il latte. Inoltre tra i trasformatori è sempre esistito un commercio di latte, semplicemente all'insaputa dei produttori. Con una grossa OP vi è la possibilità che il liquido bianco arrivi direttamente dal produttore al trasformatore che necessita la merce senza dover passare per altri trasformatori.

Grandi OP bioagricole si formano solo se i produttori di latte bio aderiscono alle organizzazioni esistenti – anche per l'abbandono anticipato. A partire dal 2006 restano solo tre anni in cui la questione dello spostamento del contingentamento è rilevante, in seguito conteranno solo il coordinamento e l'accesso al mercato. Questi due obiettivi possono essere raggiunti nel modo migliore con poche OP puramente bioagricole e agenti!



Peter Bucher



Stefan Jegge davanti alla sua azienda con la gemma, a Kaisten.

La ricetta di Jegge per il marketing della Gemma

Un bioagricoltore argoviese pubblicizza l'agricoltura biologica con un'idea folgorante: con la motofalciatrice ha ritagliato nel suo campo una bella Gemma. Ora spera di trovare numerosi imitatori in tutta la Svizzera. La simpatica azione dovrebbe servire a incrementare lo smercio di latte bio.

Gli ingredienti: 2-3 colleghi della locale società ginnica, 1 modello della Gemma Bio Suisse su un foglio di carta, 1 pascolo da sfalcio, 1 motofalciatrice funzionante con il pieno di benzina e una barra falciante di 1 metro e 90 (o meglio più piccola), 1 buona idea, 1 ora abbondante di tempo e un pizzico di creatività. Mescolare gli ingredienti nelle giuste proporzioni e sbalordire il vicinato con un'efficace misura di marketing. Tutto chiaro?

La buona idea l'ha avuta Stefan Jegge, bioagricoltore nell'azienda Berghof a Kaisten nel Giura argoviese durante una riunione della IG Biomilch della Miba. Se ogni produttore di latte bio, ha pensato, ritagliasse in un prato ben visibile della propria azienda una gigantesca Gemma, l'effetto per l'immagine dell'agricoltura biologica nella popolazione sarebbe grandioso. Ciò renderebbe visibile che i bioagricoltori appoggiano il marchio. Ogni bioagricoltore potrebbe così contribuire all'allentamento del mercato del latte.

L'agricoltore è subito passato all'azione. Sul pendio della valletta attraverso la quale si raggiunge la sua azienda venendo da Kaisten, con l'aiuto di un nastro ancorato al centro ha tracciato nel pascolo con dei picchetti un cerchio di 30 metri di diametro. La Gemma che voleva ritagliare con la motofalciatrice il sabato di Pentecoste doveva essere ben riconosci-

bile dal sentiero sulla parte opposta della valle. Perciò i suoi colleghi della società di ginnastica si sono messi in posizione laggiù con un modello della Gemma per guidare Jegge con la motofalciatrice. «La parte più difficile sono state le ascelle fogliari della gemma. Ho dovuto lavorare in modo molto preciso con la motofalciatrice per renderle ben appuntite», ricorda l'agricoltore.

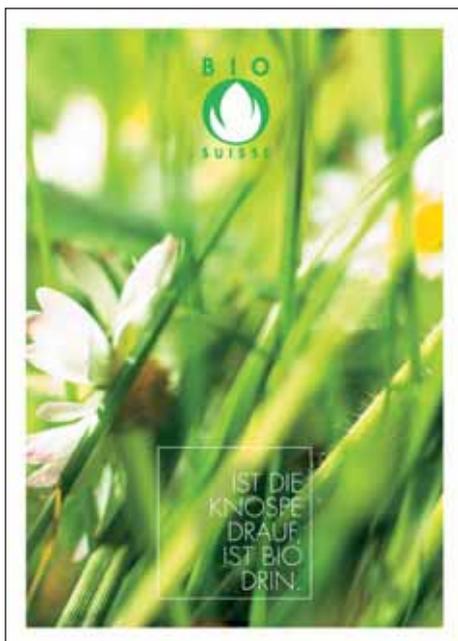
Dopo un'ora abbondante l'opera era compiuta. Da allora la Gemma spicca sul pendio e può essere ammirata dai numerosi sportivi che praticano il nordic walking sul sentiero. Nel frattempo ha falciato ancora tre volte prima di falciare l'erba alta delle superfici rimaste nella giornata federale di sfalcio assieme alle superfici ecologiche. Quando le vacche sono al pascolo recinta la Gemma per tenere lontani gli animali dalla sua «superficie pubblicitaria». Come prossimo passo, Stefan Jegge ha previsto di posare un cartello sul bordo del sentiero con le informazioni più importanti sulla Gemma e la sua azienda.

Nel 2002 Stefan Jegge e sua moglie Anita - in marzo è nata la primogenita - hanno ripreso l'azienda dai genitori e l'hanno subito convertita all'agricoltura biologica. Il settore lattiero-caseario è stato ampliato ed è divenuto il ramo aziendale principale. Le 33 vacche da latte occupano una stalla aperta con a scelta box di

riposo o lettiere profonde e partoriscono stagionalmente entro otto settimane in dicembre e gennaio. In questo modo la fase iniziale rientra ancora nel foraggiamento invernale e può essere gestita accuratamente. Da metà maggio il mangime concentrato è eliminato dalle razioni. Da quel momento gli animali sono al pascolo giorno e notte e tornano nella stalla solo per la mungitura. Il pascolo dura fino alla fine di ottobre. Le vacche a quel punto rientrano nella stalla e sono subito messe in asciutta.

Accanto al settore lattiero-caseario, da poco l'azienda ha avviato una seconda importante attività lucrativa: la produzione di uva da tavola. «Voglio avere maggiore sicurezza. Così come attualmente si sviluppa il mercato del latte bio mi sembra ragionevole», spiega il giovane agricoltore. L'impianto per l'uva da tavola è in costruzione. Jegge, con l'aiuto dei contadini del paese, ha piantato a mano, perché il suolo in primavera era troppo bagnato per l'impiego di macchinari, barbatelle di quattro varietà idonee su 30 are.

Tornando alla Gemma sul pascolo: Stefan Jegge è convinto che numerosi colleghi potrebbero imitarlo. «Questo crea un'immagine positiva dell'agricoltura biologica». Nel suo ambiente ha già avuto effetto. In paese e nella società ginnica da allora la Gemma è un tema. Alfred Schädli



BIO SUISSE

DIE KNOSPE – EINE IDEE SETZT SICH DURCH

Immer mehr Menschen schätzen die Vorzüge konsequenter biologischer Ernährung. Sie schätzen den Mehrwert und die Sicherheit, die ihnen die Knospe-Produkte bieten. Schon heute produzieren über 2500 Betriebe nach den strengen Bio Suisse Richtlinien und rund 11% der landwirtschaftlichen Fläche wird biologisch bewirtschaftet.

Die Knospe steht für eine moderne Agrarpolitik, ein Hand in Hand von Marktwirtschaft und Ökologie. Und sie trägt maßgeblich dazu bei, dass die Schweiz gut dasteht im internationalen Bioertrag. Eine Tatsache, die bekräftigt, wenn man weiss, dass die Knospe-Richtlinien die von Bund geforderten Ansprüche an Bio-Produkte weit übersteigen.

NACHHALTIGE BIOLOGISCHE PRODUKTION SEIT 1981

Bio Suisse garantiert einheitliche Bestimmungen auf hohem ökologischem Niveau, und das seit 1981. Bio Suisse ist eine strenge Richtlinie – nur Betriebe, die vollständig biologisch produzieren, dürfen sich mit der Knospe schmücken. Die Knospe zu tragen, das heisst, den ganzen biologischen Kreislauf zu garantieren – Bio, ganz oder gar nicht.

Bio Suisse si presenta in nuova veste

Dal 1° giugno Bio Suisse e la Gemma si presentano al pubblico con un nuovo concetto grafico e nuova freschezza. La Gemma appare in un nuovo verde e un carattere uniforme. Entro la fine del 2008 dovrebbero essere adattati tutti gli stampati.

La Bio Suisse e la Gemma come simbolo di qualità rappresentano oggi più che mai un'idea forte che si afferma e un marchio che gode di grande fiducia. Un sondaggio d'opinione dell'Istituto per le ricerche di mercato IHA ha evidenziato che alla fine del 2004 circa il 70 per cento degli svizzeri conosceva il marchio Gemma.

Tanto più è necessario, in questi tempi caratterizzati da un gran numero di offerenti e da un'enorme massa di informazioni, posizionarsi in modo chiaro, con un'immagine formalmente uniforme, inconfondibile e moderna sia verso l'interno che verso l'esterno. Quello che per anni è cresciuto organicamente è stato ora snellito e dal 1° giugno 2005 si presenta con nuova freschezza. La Gemma come marchio di qualità conosciuto viene posta al centro.

Quali sono le novità concrete?

- Il logo è impiegato senza l'aggiunta «puoi fidarti»
- Il colore del logo è stato ravvivato (Pantone 361) e vale per tutti i simboli Gemma

- In tutti i settori sono impiegati caratteri unitari (Futura Book)
- La carta intestata (carta da lettera, buste, ecc) è stata completamente rielaborata
- Gli opuscoli e gli altri stampati hanno un nuovo concetto di immagine

Prodotti Gemma «a pelle»

L'idea di base del nuovo concetto per gli opuscoli è la presentazione dei prodotti bio in maniera sensuale, estetica, emotivamente forte. Con una serie di primi piani dei temi più disparati mostriamo che l'agricoltura biologica e i prodotti Gemma non hanno niente da nascondere. Al contrario: orgogliosi mostriamo il valore intrinseco, il maggior valore bio. Conformemente all'idea del rispetto dell'ambiente, anche in avvenire si stamperà su carta con il conosciuto marchio di legname FSC.

Per facilitarvi il lavoro potete scaricare dal sito internet www.bio-suisse.ch sotto «Logo Bio Suisse» tutti i loghi e il prontuario relativo all'immagine, il manuale CD per l'impiego della Gemma. I modelli per

la stampa vanno sempre prodotti a partire da questi file. Come produttore o licenziatario potete richiedere presso Bio Suisse il diritto d'accesso a questo settore protetto da password.

Per l'introduzione della nuova immagine vige un periodo di transizione. Le riproduzioni del marchio su imballaggi, materiale pubblicitario e carta da lettera nell'attuale forma e colore (Pantone 355) vanno sostituite al più presto, al più tardi entro il mese di dicembre 2008.

Speriamo che la nostra nuova veste vi piaccia come piace a noi e vi assicuriamo che della Gemma, e quindi anche della Bio Suisse, ci si potrà fidare anche in futuro.

Muriel Lehmann,
capoprogetto comunicazione
Bio Suisse



BioFach 2004/2005: la più importante fiera mondiale di prodotti biologici

Seguendo la buona tradizione, Renate Künast, ministro federale per la protezione dei consumatori, l'alimentazione e l'agricoltura, ha inaugurato l'annuale fiera del settore. «Il bio cresce, diventa un global player e ha un posto fisso nella società e nell'economia» ha dichiarato raggianti il ministro durante l'inaugurazione e la visita della fiera.

La BioFach a Norimberga ha ulteriormente rafforzato la sua posizione di fiera principale per i prodotti bio. Nel 2005, il numero dei visitatori, professionisti del settore, è cresciuto di oltre l'11 per cento raggiungendo quota 33'000. La BioFach sta così assumendo il ruolo di punto d'incontro per eccellenza dei decisori della trasformazione e del commercio nel settore del mercato bio. 2045 espositori hanno rappresentato l'ampia competenza d'assortimento. La presenza di Bio Suisse e dei suoi partner di mercato ha lo scopo di incrementare l'esportazione di prodotti bio svizzeri, ma anche di sviluppare i contatti e le relazioni.

I visitatori della fiera sono essenzialmente acquirenti e responsabili di organizzazioni di commercio al dettaglio e dell'industria di trasformazione di derrate alimentari. I conoscitori dei mercati bio confidano anche in futuro in una crescita superiore alla media della domanda di prodotti bio in Svizzera e all'estero. Secondo stime della società londinese di marketing e consulenza Organic Monitor, la cifra d'affari conseguita con prodotti bio a livello mondiale è cresciuta del sei per cento circa nel 2004.

Bio Suisse si è presentata allo stand comunitario svizzero assieme a altri 14 espositori. All'insegna del motto «Swissness», Bio Suisse e Osec hanno realizzato assieme una presentazione comune e allo stesso tempo individuale per ogni coespositore. Gli attuali coespositori sono stati coinvolti nell'elaborazione del nuovo concetto. Anche quest'anno, il nostro bistrot bio ha incontrato il favore dei coespositori e degli ospiti, che hanno gradito i piatti freschi ogni giorno diversi e apprezzato l'ottimo servizio.

L'Osec ha valutato il successo dell'esposizione presso gli espositori svizzeri mediante un questionario. Oltre il 90% è soddisfatto del risultato complessivo. La

maggior parte ha potuto allacciare nuovi contatti commerciali e rafforzare le relazioni con importanti partner di mercato. Nonostante la situazione economica piuttosto stagnante, tutti i coespositori hanno tratto un bilancio positivo e presumibilmente saranno presenti anche nel 2006. Pure la Bio Suisse ha valutato positivamente la BioFach 2005 e si è prefissa l'obiettivo di acquisire per il 2006 altri coespositori, anche nel settore delle latterie e dei caseifici.

Possibilità di esportazione di formaggio

Il punto centrale dell'accordo bilaterale sul commercio di prodotti agricoli, in vigore dal 1° giugno 2002, è la completa reciproca liberalizzazione del commercio di formaggio dopo un periodo di transizione di cinque anni. A partire dal 1° giugno 2007, quindi, tra la Svizzera e l'UE potranno essere commerciati liberamente tutti i tipi di formaggio, senza limitazioni quantitative o dazi. Bio Suisse intravede un potenziale d'esportazione di specialità svizzere di formaggio bio.

I formaggi possono essere suddivisi in tre categorie:

1) Formaggi esenti da dazio, senza limitazioni quantitative: i tipi di formaggio di questa categoria hanno già ora libero accesso al mercato UE:

- formaggio di tutti i tipi, grattugiato o in polvere, con un contenuto in acqua massimo di 400g/kg
- formaggio fuso
- vacherin friborgnese, vacherin Mont d'Or, tête de moine
- formaggio glaronese alle erbe (Schabziger)
- formaggio dei Grigioni
- tilsiter

2) Formaggio con aliquote di dazio a riduzione graduale, senza limitazione quantitativa: i tipi di formaggio di questa

categoria continuano a essere soggetti a dazi. Alla Svizzera è però concessa una tariffa preferenziale:

- emmentaler
- gruyère
- sbrinz
- appenzeller
- formaggio di montagna

3) Formaggio esente da dazio con limitazioni quantitative (contingenti): questi

Bild: Bio Suisse



tipi di formaggio hanno libero accesso all'UE solo in determinate quantità. La quantità di base all'anno è di 3000 tonnellate. Il contingente viene aumentato ogni anno di 1250 tonnellate. Attualmente si tratta di 5500 tonnellate all'anno. Per l'importazione è necessaria una licenza.

Prospettiva della prossima fiera

Assieme all'Osec, la Bio Suisse ha già iniziato la pianificazione e i preparativi per il 2006. L'anno prossimo la fiera avrà luogo dal 16 al 19 febbraio. L'impostazione aperta dello stand svizzero e il bistrot bio come area di ristoro sono stati accolti molto favorevolmente e saranno mantenuti.

Il bando d'iscrizione è stato inviato a potenziali coespositori nel mese di giugno 2005. Ulteriori informazioni e la documentazione di iscrizione sono ottenibili al sito internet www.bio-suisse.ch, Veranstaltungskalender oppure telefonando al no. 061 385 96 10. Attendiamo con piacere i vecchi e i nuovi coespositori allo stand comunitario svizzero 2006.

Cordelia Galli,

responsabile marketing presso la Bio Suisse



Ogni latte bio è sottoposto a severi controlli

In merito all'articolo «Il marchio crea plusvalore» di Cordelia Galli, bioattualità n. 5, giugno 2005

» Sui gusti e sulle tonalità, si sa, le opinioni possono divergere. Niente da obiettare quindi a questo proposito.

Quello che invece ci sorprende, è la motivazione che sta alla base della vostra pubblicità: «Bio Suisse è sinonimo di qualità bio senza compromessi e garantisce con condizioni rigorosamente controllate che il cliente riceve quanto si aspetta» In breve: fate pubblicità per qualche cosa che è già disciplinato per legge (Ordinanza Bio CH). Da questo punto di vista, vendete aria fritta, infatti su tutti i prodotti sui quali c'è scritto bio deve esserci dentro bio.

Da questo punto di vista, con la pubblicità per «Bio Suisse» (risp. Gemma) vi ponete al di sopra della legge in vigore – praticamente contrapponete il marketing (marca Bio Suisse) alla legge (Ordinanza Bio CH). Un esempio: l'an-

nuncio a pagina 5 «Latte bio sottoposto a severi controlli. Puoi fidarti» più il logo Bio Suisse.

OGNI latte bio (che sia Bio Suisse o meno) è sottoposto a severi controlli (Ordinanza Bio).

La pubblicità per il latte evoca la visita dal dentista

In merito all'articolo «Il marchio crea plusvalore» di Cordelia Galli, bioattualità n. 5, giugno 2005

» A quanto sembra non è del tutto irrilevante se il verme piace al pescatore o meno, altrimenti non ci verrebbe chiesto il nostro parere sulla pubblicità Bio Suisse. Poiché solitamente non mi piace, questo invito a esprimere la nostra opinione cade a fagiolo anche se il tempo favorevole alla fienagione non me lo permetterebbe. Perché Bio Suisse fa una pubblicità tanto indisponente per il latte e soprattutto per la carne? Quando ho appeso il manifesto con il pasticcio

La pubblicità della Bio Suisse ci sembra piuttosto sconcertante e poco chiara. O, in altre parole, fate pubblicità per una – a questo proposito – cosa ovvia. Si tratta di una scelta ragionevole, economica, efficiente, sostenibile?

Felix Hug, direttore, Somona GmbH,
CH-4657 Dulliken

di carne fatto di erba accanto alla nostra porta d'ingresso per vedere come avrebbe reagito la nostra clientela, mio marito l'ha tolto con l'argomento che una cosa tanto disgustosa non si addice alla nostra azienda in cui si coltiva una certa spiritualità! Ho distribuito il prospettino blu e giallo per la carne unicamente per divertimento, per spaventare persone delle quali sapevo benissimo che non avevano ambizioni vegetariane. Per le persone che stanno per diventare vegetariane questo prospetto è perfetto per il colpo decisivo. A questo punto non dobbiamo meravigliarci se il consumo di carne bio è in regresso!

Veramente insopportabile è per me la pubblicità per il latte con la mammella fatta di un guanto di plastica. Come si può pubblicizzare un alimento tanto vivo e vitale come il latte con tale gelida sterilità? Non è vero che la pubblicità Heidi non ha successo, al contrario. Heidi suscita emozioni più consone al latte che un guanto sterile che probabilmente ci fa venire in mente l'ultima visita dal dentista. Mi chiedo come un pubblicitario possa avere una simile idea. Me lo spiego unicamente con il fatto che i valori sicurezza, affidabilità e assenza di sostanze chimiche siano stati confusi con sterilità. I tre valori dunque c'entrano poco con l'agricoltura biologica. A me sembra che la nostra grande idea bioagricoltura valga di più!

Se l'agenzia pubblicitaria si occupasse seriamente dei valori ideali dell'agricoltura biologica, probabilmente ne uscirebbero ben altre creazioni. Per l'agenzia potrebbe essere una sfida tradurre valori come fertilità, diversità, vivacità, entusiasmo per la natura, fiducia nella forza creativa dell'universo in immagini chiare e semplici.

Il musetto del maialino a pagina 6 sarebbe un buon inizio. È pieno di vita, spiritoso e originale.

In merito al nuovo spot televisivo: potreste comunicare gli orari di trasmissione?

Claudia Capaul, bioagricoltrice,
Perrefitte BE

AZB
CH-5070 Frick

PP Journal
CH-5070 Frick

Si prega di notificare ogni cambiamento d'indirizzo