

bioattualità

6/06

LA RIVISTA DEL MOVIMENTO BIO

LUGLIO|AGOSTO



Markus Arbenz, timoniere del bio **pagina 8**

Prodotti bio d'alta qualità premiati **pagina 4**

18 agosto, tutti a Berna! **pagina 6**





FESTECCIATE CON NOI!

Benvenuti a «25 anni di Bio Power», l'anniversario di Bio Suisse. Le celebrazioni del venticinquennale culmineranno con un'allegria manifestazione di Bio Power ed una grande festa sulla Piazza Federale di Berna. Con attrazioni e animazioni, stand gastronomici e mercatino delle specialità, percorso bio, giochi per bambini ed una variopinta presentazione di tutte le organizzazioni svizzere associate a Bio Suisse. I 25 anni della Gemma sono un buon motivo per festeggiare!

18 agosto 2006
dalle 9 alle 21
Piazza Federale, Berna

B I O

S U I S S E



L'altezza dell'asticella per l'anniversario delle direttive bio

Lo scopo, il contenuto e il volume delle direttive bio sono oggetto di vivaci e talvolta aspre discussioni in seno al movimento bio. Parallelamente, il 18 agosto a Berna si festeggeranno anche le normative, poiché 25 anni di Bio Suisse significano in primo luogo anche 25 anni di direttive Gemma. Alla base della costituzione dell'ASOAB, l'Associazione svizzera delle organizzazioni per l'agricoltura biologica, v'era infatti l'intento dell'armonizzazione delle direttive delle cinque organizzazioni

fondatrici Biofarm, Bioterra, Demeter, FiBL e Prokana.

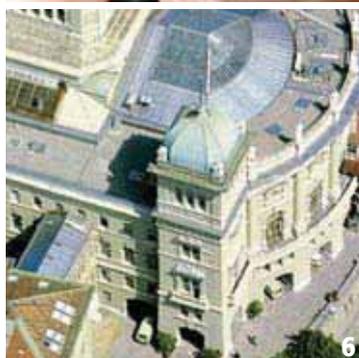
Le direttive formulate 25 anni or sono comprendevano poche pagine A5 raccolte in un piccolo classatore verde. Molti ambiti del lavoro quotidiano in fattoria erano lasciati alla discrezione delle agricoltrici e degli agricoltori che dovevano rendere conto in primo luogo a se stessi.

Oggi le norme sono assai più voluminose, i controlli più severi e più impegnativi. Ciò ha contribuito in modo determinante alla fiducia del pubblico nella Gemma. Ma c'è anche il rovescio della medaglia. Le direttive si ripercuotono sulle decisioni quotidiane non più come requisiti minimi, cosa per la quale erano state pensate, ma sempre più come criteri standard.

Mi sia concesso un paragone con l'asticella del salto con l'asta. Da un lato, si tratta di superarla, dall'altro gli atleti cercano di raggiungere il massimo traguardo con il minimo dispendio d'energia, ossia di superare l'asticella possibilmente di misura. Non importa la sua altezza: che si trovi a 4 metri e 65, a 4 metri e 70 o a 4 metri e 75, a ogni salto vengono fatte valutazioni economiche per limitare al minimo le riserve d'altezza.

Al fine di contrastare questo minimalismo, qualche anno fa le regole sono state adeguate e i supporti dell'asticella ridotti, talché l'asticella cade già al minimo contatto. Come prossimo passo è in discussione l'impiego di una tecnica laser che consentirebbe di rilevare con precisione l'altezza esatta del salto. L'asticella, intesa come requisito minimo, deve rimanere sui ritmi, ma chi salta più in alto è premiato. A titolo sperimentale, in qualche gara questa tecnica è già applicata. Non varrebbe la pena di prendere in considerazione questo approccio anche per lo sviluppo delle direttive bio dei prossimi 25 anni?

bioattualità



IMPRESSUM

bioattualità FiBL B I O
S U I S S E

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 SUISSSE (Associazione svizzera delle organizzazioni per l'agricoltura biologica), Margarethenstrasse 87, 4053 Basilea, telefono +41 (0)61 385 96 10,

fax +41 (0)61 385 96 11, www.bio-suisse.ch.

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

Traduzione
Regula van den Berge, 6648 Minusio.

Layout Daniel Gorba

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

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

SOMMARIO

4 Il miglior pane, i migliori salumi

Bio Suisse ha fatto degustare da una giuria 38 in-saccati e 64 tipi di pane. I migliori prodotti sono stati premiati e presentati in occasione del Bio Marché. Un contributo per assicurare l'eccellenza dei prodotti Gemma.

25 ANNI BIO SUISSSE

6 Voglia di bio sulla Piazza federale

Il 18 agosto avrà luogo nella Capitale federale la grande festa per i 25 anni di Bio Suisse. 23 organizzazioni bio sono impegnate con entusiasmo e sorprendenti idee nei preparativi del memorabile evento.

BIO SUISSSE

8 «Sono felice di lavorare per il bio»

Markus Arbenz è entrato in carica come nuovo Direttore di Bio Suisse. bioattualità lo presenta ai lettori con un'intervista e gli augura buon lavoro!

10 «Non ci lasciamo mettere sotto tutela»

Le bioagricoltrici e i bioagricoltori delle regioni di montagna vogliono fondare una «Alleanza per una regione di montagna solidale». I motivi per questa decisione in un colloquio con Eugen Oggenfuss, Presidente dell'Associazione per l'agricoltura biologica dell'Alto Vallese.

PRODUZIONE

11 Di nuovo ricercate: mele da tavola di vecchie varietà

Le varietà di mele tradizionali come Edelchrüsler, Zürichäpfel, Coulon Reinette e altre stanno tornando di nuovo in auge. In previsione una campagna di vendita in autunno e nuove piantagioni in produzione contrattuale dal 2007.

MERCATO

12 Schiarite all'orizzonte per il latte

Il mercato del latte bio è in crisi. Ma all'orizzonte si profilano schiarite. Grazie al centesimo per marketing dei produttori di latte bio.

RUBRICHE

14 Consigli

15 Consumo

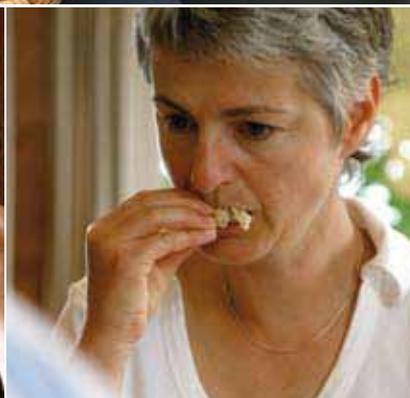
16 La parola ai lettori

Markus Arbenz, Direttore Bio Suisse.

Foto in prima pagina: Thomas Alföldi

A. Schädli

Alfred Schädli



I produttori premiati e i loro prodotti

I seguenti prodotti Gemma sono stati premiati per le loro qualità organolettiche.

Salumi

- Schärer + Julmy, Schwarzenburg BE (salsicette all'aglio, bratwurst di maiale, Schäferwurst (salsiccia di pecora e agnello))
- Ueli-Hof AG, Horw LU (salame, salsiccia affumicata, bratwurst suino rustico crudo, bratwurst da grigliata)
- Zentrum-Metzg, Windisch AG (salsiccia di fegato da spalmare, bratwurst di carne bovina, fleischkäse)
- Martin Riggenbach, Soletta SO (bratwurst di maiale)
- Dieter Scheibler, Oftringen AG (Buresalami (salame rustico))
- Frédéric + Christine Tissières, Chamson VS (saucisse de boeuf)

Pane

- A. + M. Lehmann, Lanterswil TG (pagnotta di segale, Dinkelkornvital (pane di spelta), treccia al burro bigia papavero)
- Coop, Basilea (Gran Alpinbrot)
- Hiestand Schweiz AG, Schlieren ZH (torciglione rustico, pane pagnol rustico, Zapfenbrot, treccia al burro)
- Holle AG, Arlesheim BL (pumpenickel, pane ai semi)
- Meier-Beck, Sta Maria Valle Monastero GR (Früchtbrot (pane speziato alla frutta secca))
- Not Clalüna, Sent GR (pane di segale integrale)
- Vechigen Reformbäckerei, Boll BE (pane di spelta)
- Bäckerei-Konditorei-Confiserie Leutwyler, Zofingen AG (pane vallesano)
- Bio-Backstube Raphael & Mirli, Wädenswil ZH (pane ai 5 cereali integrale neutro, Früchtbrot, pane integrale di avena, pane di mais con uva sultana, michette alla soia)
- Marianne Jaggi-Lerch, Gossliwil SO (Chärnebrot, Burebrot)
- Vreni Böhler, Mellikon AG (pane alle noci)

Menzioni speciali

Le menzioni speciali sono andate alla Zentrum-Metzg di Windisch per la salsiccia di fegato da spalmare e a Meier-Beck a Sta Maria Valle Monastero per il pane speziato alla frutta secca.

Il pane e i salumi premiati esposti al Bio Marché. Sotto: la giuria al lavoro. Pagina 5 (in basso): orgogliosi per la menzione speciale: Hansruedi Meier della macelleria Zentrum-Metzg a Windisch AG e Angela Meier della panetteria Meier-Beck di Sta. Maria Valle Monastero GR.



Fotos: Thomas Alfföldi

Simone Calüna di Sent GR riceve il premio per il suo pane di segale integrale da Sabine Würth, Bio Suisse. A sinistra Peter Dürr (giuria), a destra Max Eichenberger (giuria).

Pane e salsicce con diploma d'onore

Bio Suisse ha degustato salumi e pane e premiato i prodotti migliori. Se i prodotti sono conformi alle direttive Bio Suisse, ottengono la Gemma, un marchio che promette, tra l'altro, anche proprietà organolettiche superiori. Con queste premiazioni Bio Suisse contribuisce affinché la Gemma mantenga tale promessa anche in avvenire.

Il marchio Gemma getta un ponte tra la produzione e il consumo di derrate alimentari. Com'è noto, il marchio è conferito allorché i prodotti sono ottenuti e trasformati in base ai principi di Bio Suisse. Per questi processi esiste un articolato sistema di norme e di controlli.

Le consumatrici e i consumatori che acquistano prodotti con la Gemma si aspettano da un lato alimenti trattati con cura e in modo delicato dal campo al piatto, cosa che la Gemma può garantire. D'altra parte, si aspettano anche un gusto migliore, giacché i prodotti sono più cari. In effetti, generalmente è così, ma non necessariamente. Un'elevata qualità delle materie prime non garantisce l'eccellenza nella trasformazione.

Le premiazioni della qualità possono contribuire ad adempiere a lungo termine le elevate aspettative di qualità relative alla Gemma. Bio Suisse ha effettuato questo genere di degustazione per la prima volta quest'estate. Una giuria composta da nove esperti indipendenti dalla produzione ha degustato complessivamente 84 prodotti, di cui 38 insaccati e 46 tipi di pane.

I prodotti sono stati esaminati in base a quattro criteri: aspetto, odore, sapore,

impressione generale. Ciascun criterio è stato valutato con un massimo di cinque punti, per cui il punteggio migliore era di 20 punti. Tutti i prodotti premiati hanno ottenuto un diploma e sono pubblicati sul sito internet di www.bio-suisse.ch.

I prodotti premiati sono stati annunciati in occasione del Bio Marché di Zofingen a fine giugno. Sono state conferite anche menzioni speciali a prodotti con particolari qualità sensorie e originalità.

jf/als



Energia bio sulla Piazza federale

23 organizzazioni bio in tutto il Paese sono indaffarate nei preparativi per la festa dei 25 anni di Bio Suisse che avrà luogo il 18 agosto a Berna. Con entusiasmo e impegno costruiscono carri, degustano bevande del giubileo e escogitano nuovi prodotti. Lo spirito che anima i partecipanti è chiaro: «La Gemma ci sta a cuore. Desideriamo condividere e trasmettere il piacere del nostro lavoro».

L'entusiasmo di Doris Walker è contagioso. Per la bioagricoltore urana è subito stato evidente che Bio Uri non si sarebbe lasciata scappare l'occasione della festa a Berna sotto il motto «25 anni bio power»: «La mia collega Elisabeth Arnold ed io siamo appassionate mercanti. Per noi sarà un'esperienza speciale poter allestire la nostra bancarella sulla Piazza federale». Nessuna esitazione quindi a partecipare alla festa del giubileo: «Ci convincono l'idea e l'organizzazione».

Anche Bina Thürkauf dell'Associazione svizzera dei giardinieri bio non ci ha pensato un attimo: «Un giubileo va festeggiato!». I giardinieri bio sono un piccolo gruppo molto motivato. «Addirittura all'interno della Bio Suisse molti non sanno della nostra esistenza» spiega Bina Thürkauf. «Per noi la festa è quindi anche un'occasione per presentarci agli altri membri». E naturalmente anche ai consumatori. «Sulla Piazza federale potranno conoscere la molteplicità dell'agricoltura

biologica. Siamo felici di poter mostrare e condividere il piacere del nostro lavoro.»

Christian Hockenjos di Bio Vaud assume un tono più riflessivo. «Partecipiamo perché la Gemma ci sta a cuore. È il nostro biglietto da visita. Proprio in questi tempi difficili dobbiamo essere uniti e dimostrarci reciproco rispetto.» Auspica che la sera dopo la festa tutti gli interessati rientrino a casa soddisfatti. Condivide questo parere Andi Schmid di Bio Grischun. «Proprio ora che all'interno dell'associazione vi sono molte discussioni critiche e che i bioagricoltori si vedono confrontati con difficoltà di smercio è positivo e importante investire energia in un progetto comune.»

«Tour de Lucerne» fino a Berna

Nelle regioni si lavora dunque con fervore ed entusiasmo in vista della festa del 18 agosto. Bio Luzern realizza un'idea davvero particolare. Con un carro costruito appositamente i suoi membri raggiunge-

ranno Piazza federale sotto il motto «Bio Luzern si congratula con Bio Suisse.» Affinché tutto questo impegno valga la pena partono da Lucerna già sabato 12 agosto. «Domenica ci fermiamo presso la famiglia Meierhans a Eschenbach», ci confida Martin Ulrich di Bio Luzern. «Sono membri sin dall'inizio, perciò organizzeremo una festa dei pionieri». In seguito il carro, nel suo giro della durata di una settimana, si fermerà in diverse località del Canton Lucerna. «È una buona occasione per farci conoscere maggiormente nel Cantone», spiega Martin Ulrich. Sono numerose le persone che partecipano a un progetto così importante: circa 45 membri di Bio Luzern collaborano nei preparativi. Un inizio fulminante per Martin Ulrich: infatti è agricoltore Gemma solo dal 1° maggio! A maggior ragione è lieto di scambiare esperienze con altri bioagricoltori.

E non è l'unico. Tutte le organizzazioni interpellate sottolineano il piacere di





Foto: Stauffenegger + Stutz

Il gioco d'acqua sarà messo in funzione solo se il 18 agosto farà molto caldo.

condividere questa esperienza con i colleghi. Christian Hockenjos consiglia a tutti i contadini: «Non occupatevi solo della vostra bancarella ma girate per la piazza, cogliete l'occasione per incontrare i vostri colleghi provenienti da altre regioni e per discutere con loro!». Ed è ciò che desidera anche Doris Walker.

Tutti quanti attendono con ansia i contatti con i consumatori. «Queste persone vengono consapevolmente in piazza, si interessano del nostro lavoro. Sicuramente ne scaturiranno buone discussioni». Doris Walker si rallegra di poter trasmettere l'entusiasmo per il suo lavoro. «Vogliamo mostrare quello che facciamo. E spiegare che la produzione biologica di derrate alimentari implica un maggiore onere che giustifica anche i prezzi più alti.» Christian Hockenjos aggiunge: «Ci conosceranno come persone aperte e moderne che svolgono il proprio lavoro con entusiasmo». Andì

Schmid vorrebbe approfittare dell'evento per rafforzare la fiducia nella Gemma. «La Gemma crea chiarezza e fiducia, è quanto vogliamo trasmettere ai visitatori».

Sguardo dietro le quinte

Naturalmente i visitatori saranno viziati anche dal punto di vista ottico e culinario. È già stato detto del carro lucernese. Anche altre organizzazioni ci hanno permesso di gettare un breve sguardo dietro le quinte – senza però svelare troppo. I giardinieri bio creeranno sulla Piazza federale un'oasi di fiori e offriranno al loro bar diverse tisane a base di erbe. Inoltre stanno escogitando una bevanda del giubileo. A proposito degli ingredienti, Bina

Allegra» i grigionesi festeggeranno la prima sulla Piazza federale. Offriranno le loro specialità di formaggio e di carne nelle tradizionali camicie engadinesi «Chalandamarz». Anche le urane hanno ideato qualche cosa di speciale: sulla Piazza federale presenteranno per la prima volta i prodotti di lana di pecora bio tinte con coloranti vegetali. Nella voce di Doris Walker traspare fierezza e gioia. «Auspico che il nostro entusiasmo sia contagioso e che perduri a lungo dopo la festa».



Jacqueline Forster-Zigerli, pubbliche relazioni Bio Suisse

Troverete ulteriori informazioni sulla festa del giubileo al sito www.biosuisse.ch



Foto: Bio Suisse

«Anch'io sono bio», in dialetto bernese.

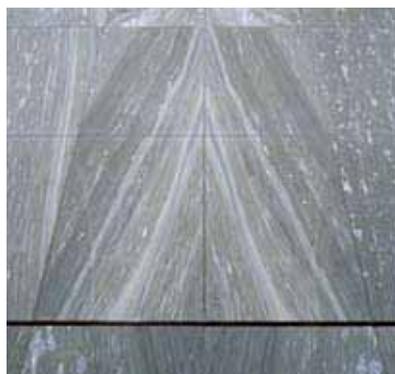


Foto: Stauffenegger + Stutz

Con queste lastre di gneis di Vals, Bio Grischun è rappresentata sulla Piazza federale tutto l'anno.

Thürkauf ci svela solo questo: «Conterrà frutta e sarà analcolica – infatti dovrà piacere anche ai bambini!».

I vodesi faranno la riverenza al loro proprio Cantone, il granaio della Svizzera, e offriranno ai visitatori la possibilità di informare il loro proprio pane. «Mostriamo la produzione del pane dal seme fino al prodotto finale» spiega Christian Hockenjos. I visitatori potranno anche conoscere diversi prodotti di Prokana.

Con il loro «set di degustazione

Le seguenti organizzazioni partecipano alla festa del giubileo sulla Piazza federale

- Bio Zürich und Schaffhausen (BZS)
- Bio Uri
- Schweizer Bergheimat
- Schwyz Bio-Bauern
- Verein Ostschweizer Bioproduzenten (VOB)
- Coop
- Bio-Ring Appenzellerland
- Bioterra
- Bärner Bio Bure (BBB)
- Bio-Jura
- Bio-Neuchâtel
- Biovalais und Oberwalliser Bio-Vereinigung
- Biovalais (produttori di frutta)
- Bio-Vaud e Prokana
- Commissione di esperti in orticoltura
- Aargauische Biolandbau-Vereinigung (ABV)
- FIBL, Istituto di ricerca sull'agricoltura biologica
- Bio Luzern
- Demeter (associazione per l'agricoltura biodinamica)
- Bio Grischun
- Verein Schweizer Bio Gärtnereien
- Commissione di esperti in pollicoltura
- Commissione di esperti Biovin
- Nordwestschweizer Biobauern
- Biofarm

Markus Arbenz: «Sono felice di lavorare per il movimento bio»

A inizio giugno, Markus Arbenz è entrato in carica come nuovo Direttore di Bio Suisse. bioattualità gli ha chiesto che cosa ha fatto finora, perché si è candidato per questa funzione e come intende affrontare i suoi nuovi compiti.

bioattualità: *hai un'idea come mai il Consiglio direttivo di Bio Suisse ha scelto proprio te come nuovo Direttore?*

Markus Arbenz: questa domanda andrebbe rivolta al Consiglio. Penso tuttavia che ci siamo intesi bene e che i nostri punti di vista siano risultati convergenti.

Per una candidatura bisogna anche autovalutarsi. Quali sono secondo te i tuoi punti forti?

Mi sembra di essere al colloquio di presentazione ...

«Preferisco lavorare in un contesto dove esistono tensioni e si articolano passioni che in un'associazione di pecoroni diretta da una ristretta cerchia di capi.»

... dove io però non c'ero.

Penso di aver avuto la fortuna di aver fatto molte esperienze nella mia vita, e di aver

comunicato e lavorato con le persone più diverse. A me piace molto ascoltare la gente, integrare punti di vista diversi e individuare soluzioni fattibili e concertate.

E i tuoi punti deboli?

Talvolta sento un'impazienza interiore, anche se sono considerato una persona paziente.

Giriamo la domanda: perché hai scelto di candidarti presso Bio Suisse? Cosa ti attrae di questa carica?

Mi interesso all'agricoltura biologica da molto tempo e sono felice di lavorare per il movimento bio. Ho l'impressione che il biologico sia una delle grandi opportunità dell'agricoltura elvetica. Noi dobbiamo assolutamente puntare alla qualità e distinguerci così sul mercato internazionale.

Qual è il tuo rapporto personale con l'agricoltura biologica?

Il mio primo incontro con il bio è avvenuto nel giardino di mia madre che dava lezioni di compostaggio. Quando eravamo bambini trovavamo la cosa buffa: «Cosa viene a fare tutta questa gente da noi, perché vengono a contare i vermi?». Ma qualcosa è rimasto. Durante gli studi ho incominciato ad affrontare seriamente questo tema. Da allora, il tema bio è sempre stato presente in qualche modo nella mia vita. Presso Pro Specie Rara avevo spesso a che fare con contadini bio e io stesso producevo in modo biologico in un'azienda bio. D'altronde, anche durante il mio soggiorno all'estero mi sono sempre trovato confrontato con l'agricoltura bio, un'esperienza che mi ha reso un po' scettico.

Cosa ti ha reso scettico?

Bio è un concetto molto ambizioso in termini di qualità. Nei Paesi in cui la gente non è ancora disposta ad assoggettarsi di spontanea volontà a norme severe, è assai difficile introdurre una forma di produzione così impegnativa. Se in questi Paesi ci vengono a dire: «Adesso siamo bio an-

che noi, non usiamo concimi chimici e in Occidente pagano di più!», si mina l'idea fondamentale dell'agricoltura bio. Bio uguale a rinuncia a concimi chimici è una formula troppo semplificata e semplicistica. L'agricoltura biologica deve basarsi su una convinzione profondamente maturata che non può essere sostituita con un'improvvisazione dal nulla.

Per il tuo colloquio di presentazione sei arrivato fin qui dall'Afghanistan dove avevi a che fare con contadini. Esistono anche in quel Paese aziende bio?

No, in Afghanistan esistono altri problemi prioritari. Laggiù si tratta prima di tutto di sopravvivere, per cui si produce per il proprio fabbisogno e quando non basta si passa all'oppio. Nessuno produce volentieri oppio, ma molti lo fanno per assicurare la sopravvivenza alla famiglia. In questi villaggi tutti hanno subito gravi traumi. La preoccupazione prioritaria delle persone che vivono laggiù è di superare questi traumi, e di individuare assieme ad altri una via praticabile per la sopravvivenza. Noi abbiamo cercato di offrire loro un sostegno in questa ricerca.

Tu sei partito da una regione di crisi globale per finire in un'organizzazione che sta anch'essa affrontando una crisi. Come pensi di farla uscire dalla crisi?

Non credo che Bio Suisse si trovi in una situazione di crisi. Penso piuttosto che si tratti di una fase di riorientamento al termine di un ciclo di crescita. L'insoddisfazione che ne risulta può anche essere vista come un'opportunità. Ritengo importante che l'insoddisfazione venga articolata, poiché può dare origine a nuove soluzioni.

Bio Suisse non è considerata un'organizzazione facile da gestire. Come si può tenere unita un'associazione così composita?

L'interesse comune per l'agricoltura biologica costituisce una forte base ideale, per la quale la gente è disposta a impegnarsi fino in fondo e con grande passione. Tutto ciò unisce e costituisce una grande op-

Dall'Afghanistan a Basilea

Markus Arbenz è stato nominato in aprile dal Direttivo di Bio Suisse nuovo Direttore. Per partecipare al colloquio di candidatura, il 44enne ingegnere agronomo è partito dall'Afghanistan dove fino a poco tempo prima dell'entrata in carica a inizio giugno ha partecipato a un progetto Helvetas/DSC. In precedenza ha lavorato per diversi anni per conto della DSC (Direzione dello sviluppo e della cooperazione) e di Helvetas in Kirghizistan, tra l'altro in veste di direttore del programma agricolo kirghiso-svizzero. Inoltre ha raccolto altre esperienze all'estero in numerosi Paesi in Europa, Asia e Africa.

Tra il 1995 e 1999, Markus Arbenz ha diretto la Fondazione Pro Specie Rara e ha gestito una piccola azienda estensiva in montagna con diverse specie di animali in pericolo di estinzione. Altre esperienze professionali risalgono agli anni 1990 nel settore sementi presso VOLG e fenaco. Markus Arbenz ha terminato gli studi all'ETH Zurigo nell'indirizzo di studi scienze degli animali da reddito e ha ottenuto un diploma postlaurea all'ETH in cooperazione allo sviluppo.

Markus Arbenz ha trascorso l'infanzia a Winterthur e vive oggi con sua moglie a Basilea.

bs

portunità. L'agricoltura biologica è in un certo senso uno stadio superiore dell'agricoltura. Chi anticipa i tempi deve affrontare situazioni nuove e individuare nuove vie, il che è impensabile senza confronti. Preferisco lavorare in un contesto dove esistono tensioni e si articolano passioni che in un'associazione di pecoroni diretta da una ristretta cerchia di capi.

All'interno di Bio Suisse convivono diverse visioni dello sviluppo dell'agricoltura biologica, dalla nicchia alla Svizzera biologica. A quale strategia daresti la preferenza?

Nella funzione di Direttore non sta certo a me definire la strategia di Bio Suisse. Personalmente auspico uno sviluppo in direzione del mercato biologico di due miliardi, in sintonia con l'obiettivo formulato qualche tempo fa. Penso che sia un successo se il bio cresce come movimento e non rimane una nicchia.

I grandi distributori Coop e Migros conseguono circa i tre quarti del fatturato bio, mentre il commercio specializzato bio in Svizzera è piuttosto debole nei confronti ad esempio della Germania. Qual è la tua visione del mercato bio del futuro?

Il fatto che i due maggiori fornitori detengono una fetta così importante del mercato cela indubbiamente qualche rischio. D'altra parte, dobbiamo essere grati a Coop e Migros di aver promosso in modo così consistente il mercato bio. Ciò ci ha permesso di raggiungere la vetta mondiale per quanto riguarda i consumi pro capite di prodotti bio. Dobbiamo però assicurare la diversità anche sul mercato, proprio come la biodiversità in azienda.

Uno dei tuoi primi appuntamenti importanti sarà la visita di presentazione alla Coop. È già stato fissato?



Fotos: Thomas Alföldi

«Non credo che Bio Suisse si trovi in una situazione di crisi. Penso piuttosto che si tratti di una fase di riorientamento»: Markus Arbenz, nuovo Direttore di Bio Suisse.

È senz'altro in agenda, ma non è l'impegno più urgente. Per me ora si tratta prima di tutto di conoscere rapidamente e a fondo Bio Suisse, per conoscere il pensiero e le argomentazioni delle diverse persone attive nel Segretariato, nelle organizzazioni associate, presso i licenziatari e nelle aziende. Desidero capire i diversi punti di vista. In un'organizzazione così complessa ciò non è possibile dall'oggi al domani. Ci vuole il suo tempo.

Come intendi procedere?

Dall'interno verso l'esterno. Dapprima intendo condurre colloqui con il personale del Segretariato centrale, quindi con gli organi e con le agricoltrici e gli agricoltori. Parallelamente cercherò il contatto con le consumatrici e i consumatori, poiché loro hanno prospettive diverse assai importanti per noi. D'altronde io sono convin-

to che la forza trainante del mercato bio deve venire dai consumatori e non dalla produzione.

«Dobbiamo assicurare la diversità anche sul mercato, proprio come la biodiversità in azienda.»

Secondo una decisione dell'AG tutti i collaboratori del Segretariato centrale devono lavorare per due giorni all'anno in fattoria. Sei disposto a fare la tua parte?

Certamente, anzi per me personalmente ho deciso di raddoppiare la durata dell'impegno e di aggiungere ai due giorni un fine settimana.

Intervista: Alfred Schädeli



«Gli agricoltori Gemma non vogliono essere sotto tutela!»

Il gran numero di norme e di prescrizioni della Confederazione, dei Cantoni e dell'associazione sono un peso per i bioagricoltori e sono motivo di insoddisfazione. Il presidente dell'associazione per l'agricoltura biologica dell'Alto Vallese Eugen Oggenfuss spiega quali sono secondo le sue esperienze i problemi maggiori nella regione di montagna e riflette su possibili soluzioni.

bioattualità: *Alla fine di agosto vorrebbe fondare assieme ad altri bioagricoltori una «alleanza per una regione di montagna solidale». Non reputa sufficiente l'appoggio di una «Bergheimat» o di altre organizzazioni associate cantonali?*



Eugen Oggenfuss: Le esigenze dei contadini di montagna sono molto specifiche. Vogliamo concentrare le nostre forze e diventare gli interlocutori per «quelli del piano» per le nostre necessità. Non ci consideriamo in nessun modo una concorrenza a Bio Suisse.

Quali sono i problemi essenziali?

Prendiamo il calo dei prezzi. Come nel resto dell'agricoltura, anche i bioagricoltori guadagnano sempre meno mentre le spese di gestione aumentano continuamente. L'agricoltura biologica viene spesso praticata come attività accessoria. Per i prodotti biologici conseguono un sovrapprezzo unicamente il commercio e i

grandi distributori. Il Vallese, essendo una regione periferica in mezzo alle Alpi, ne risulta doppiamente colpito. I tragitti per l'acquisto di animali, semente o mangimi sono lunghi e i costi elevati.

I bioagricoltori nelle zone di montagna sono insoddisfatti anche delle direttive sul foraggiamento.

L'obiettivo di un foraggiamento bio integrale è auspicabile, l'attuazione tuttavia richiede tempo. Le aziende nella regione di montagna spesso non hanno la possibilità di produrre il foraggio per i loro animali nella propria azienda – i contadini di montagna in genere sono costretti ad acquistare foraggio perché nelle loro aziende sovente possono praticare solo la praticoltura. È pertanto sbagliato applicare le direttive per il foraggiamento degli animali indistintamente a tutte le aziende biologiche. Per poter produrre alimenti più sani con un basso consumo di energia non dobbiamo continuamente inasprire le direttive per il foraggiamento.

Bensi?

L'allevamento di una vacca longeva a duplice attitudine potrebbe essere una soluzione. Sarebbe magari necessario un nuovo incrocio – e questo richiede tempo. Allora potrebbe però anche essere nuovamente possibile che i contadini di montagna in futuro allevano giovani animali per le aziende biologiche al piano. I contadini anziani sicuramente si ricorderanno i tempi della ragionevole divisione solidale del lavoro tra monte e valle. Con la sostituzione degli animali ad alto rendimento dovremo automaticamente acquistare meno foraggio. Gli animali potranno tornare a vivere una vita più lunga, rispettosa della specie e al bioagricoltore alla fine resterà addirittura una maggiore resa.

Questo si chiama spirito imprenditoriale. È proprio questo che i politici chiedono agli agricoltori.

Effettivamente è un punto centrale.

Contemporaneamente agli agricoltori sono imposte sempre maggiori pastoie. La montagna di leggi, prescrizioni, direttive e norme di ogni genere ostacola fortemente il mutamento strutturale nell'agricoltura. Nessun'altra associazione di categoria detta così tante leggi ai propri associati come la Bio Suisse – eppure tutti noi sappiamo che il bioagricoltore non si lascia facilmente mettere sotto tutela. Infatti solo gli agricoltori attivi e intraprendenti hanno osato la conversione all'agricoltura biologica. Togliamo quindi una parte di queste catene ai bioagricoltori innovativi – semplifichiamo le normative e soprattutto: non inaspriamo ulteriormente le direttive!

Ha anche una certa diffidenza nei confronti di Coop.

Infatti. A causa degli stretti rapporti con il grande distributore – che certamente ci porta anche vantaggi – noi bioagricoltori abbiamo fortemente limitato le nostre possibilità decisionali. I venditori diretti e le aziende nelle zone periferiche approfittano così sempre meno della Gemma mentre Coop la pubblicizza e la ingarbuglia con il marchio Naturaplan. Il consumatore viene così ingannato perché numerosi clienti credono che i prodotti Naturaplan provengano esclusivamente dall'agricoltura biologica.

Intervista: Jacqueline Forster-Zigerli, Bio Suisse

Tre domande a Regina Fuhrer

Che cosa ne pensa della fondazione dell'alleanza?

Tutto quanto promuove il dialogo aperto promuove anche Bio Suisse. Ero tuttavia del parere che i contadini di montagna fossero già ben rappresentati negli organi dell'associazione. Mi preoccupa il fatto che si sentano troppo poco ascoltati.

Membri insoddisfatti, malumore espresso pubblicamente – è messa a dura prova.

Tutto ciò è certamente impegnativo ma è anche appassionante. Discussioni accese e controverse hanno sempre fatto parte di Bio Suisse. Non solo la nostra associazione è in costante mutamento, lo è tutta l'agricoltura. Questo produce insicurezza.

Qual è la maggior sfida per Bio Suisse?

I membri hanno aspettative molto diverse. Per gli uni le direttive sono troppo severe, per gli altri lo sono troppo poco. Gli interessi particolari aumentano. Mettere tutto questo sotto un unico cappello, trovare la giusta via di mezzo, questa è la maggiore sfida. In fondo desideriamo avere un profilo chiaro nei confronti dei consumatori.

Alleanza per una regione di montagna solidale

Il 27 agosto verrà fondata un'unione di membri Bio Suisse delle regioni di montagna denominata «Alleanza per una regione di montagna solidale». L'alleanza vuole impegnarsi negli organi Bio Suisse per una migliore tutela delle esigenze della regione di montagna. Chi desidera ulteriori informazioni o vuole annunciarsi è pregato di rivolgersi a: Eugen Oggenfuss, telefono 027 923 75 36, e-mail e.oggenfuss@gmx.ch.



Assieme allo Zürichapfel la vecchia varietà Edelchrüsler ha ottenuto la miglior nota nella degustazione. Anche nella ricetta basilese tradizionale a base di mele «succoso cake di mele» ha ottenuto un'ottima valutazione.

Di nuovo ricercate: mele da tavola di vecchie varietà

Il progetto di Coop, Pro Specie Rara e FiBL per la «riscoperta» di varietà di mele tradizionali ha successo, i consumatori apprezzano le gustose reliquie! Ora si cercano nuovi produttori, sia per la fornitura nell'autunno 2006 che per nuovi impianti per la produzione contrattuale.

«**R**iscoprire varietà di frutta tradizionali». Così è intitolato un progetto comune di Coop, Pro Specie Rara e FiBL che negli scorsi due anni ha riportato vecchie varietà negli scaffali di vendita del grande distributore. Nelle vendite in via sperimentale la clientela ha reagito molto

positivamente a questo ampliamento dell'assortimento.

Per continuare a sviluppare il programma, Coop cerca ora produttori in grado di fornire frutta nonché produttori disposti a eseguire nuovi impianti con vecchie varietà.

La considerazione per le varietà tradizionali con la loro avvincente molteplicità ottica e organolettica e la grande importanza culturale non va trasmessa unicamente con l'argomento «vecchia varietà»; al centro vi è il piacere voluttuoso e consapevole del palato. L'interesse della clientela per queste varietà di mele sarà quindi stuzzicato con gustose ricette tradizionali. In occasione di diverse degustazioni di prodotti freschi o di preparazioni secondo le ricette della nonna di vecchie varietà che possono essere prodotte in regime biologico, il gruppo di progetto ha selezionato undici varietà adatte (vedi riquadro). Da vendite in via sperimentale durate due anni è emerso un riscontro molto positivo della clientela. Gli acquirenti hanno in particolare lodato l'alta qualità gustativa con la variazione dei sapori nonché l'attrattiva esterna dei frutti. Le undici varietà prescelte saranno ora offerte alla clientela in quantità maggiori e in tutte le regioni di vendita.

Vecchie varietà, nuovamente richieste

Campagna di vendita di vecchie varietà nell'autunno 2006

Cercasi produttori! Varietà ricercate: Goldparmäne, Danziger Kant, Rosa di Berna, Edelchrüsler, Graue Herbsteinette, Kasser Reinette, Thurgauer Borsdorfer, Wilerrot, Zürichapfel, Coulon Reinette e Ananas Reinette.

Condizioni

Forma di produzione: bio o PER (alto o basso fusto)

Qualità: frutti senza vermi e marciume, ben sviluppati, piccole imperfezioni cosmetiche possibili (giusta prescrizione per la selezione della frutta bio)

Prezzo: fr. 2.50/kg

Quantità minima per azienda: 100 kg

Fornitura: direttamente a Tobi Bischofszell

o a un centro di raccolta ancora da definire

Nuovi impianti, ampliamento della produzione con vecchie varietà

Condizioni:

Piantagione a partire dall'autunno 2007
In produzione contrattuale con il gruppo di progetto

Superficie minima: 20 a 30 are

Forma di coltivazione: basso o alto fusto
Metodo di produzione: preferibilmente bio

Per frutta da tavola sono offerti garanzie di smercio e prezzo speciale

Abbiamo destato il vostro interesse? Allora annunciatevi al più presto a Andi Häseli, FiBL, Ackerstrasse, 5070 Frick, tel. 062 865 72 64; andreas.haeseli@fibl.org

Andi Häseli e Franco Weibel, FiBL,
Gertrud Burger, Pro Specie Rara

Schiarite all'orizzonte per il latte

Il mercato del latte bio è in crisi e questa non è una novità. Sono invece una novità le schiarite che si profilano all'orizzonte. Il centesimo per marketing dei produttori di latte bio viene impiegato per la promozione dello smercio in Svizzera, ma anche per la creazione di canali di esportazione per il formaggio bio. Ecco una panoramica della situazione.

Attualmente circa un terzo del latte bio prodotto in Svizzera finisce nel canale convenzionale. La situazione sul mercato del latte bio è ancora più drammatica di quanto pronosticato nel rapporto del latte bio dell'autunno scorso. Si prevede che nel 2006 saranno interessati dal declassamento circa 80 milioni di chili di latte bio. Dov'è il problema?

Dalla parte dell'offerta c'è poco movimento. L'intero contingente per il latte Gemma integrale ammonta nel 2006 a circa 215 milioni di chili, il 97 per cento dei quali viene raccolto come tale. Sul fronte della domanda la situazione è invece meno stabile. Nel 2005 sono stati trasformati 165 milioni di chili di latte bio con la Gemma, per il 2006 le circa 150 aziende di trasformazione con licenza prevedono una diminuzione a 137 milioni di chili. Questo fatto può essere in parte spiegato con l'aumento dell'efficienza grazie a tecniche migliorate nella trasformazione (sono necessari quantitativi minori per pulire le condotte e gli impianti). Dall'altra parte, i trasformatori prevedono una minore domanda da parte dei consumatori.

Scarso calo negli scaffali

Che cosa ne pensa il commercio al dettaglio? Presso Coop, il maggior venditore di latticini bio, la situazione per ora non appare drammatica. «Dal punto di

vista quantitativo, quest'anno abbiamo registrato solo una leggera flessione per quanto riguarda i latticini bio» conferma Christian Waffenschmidt, responsabile del progetto Naturaplan di Coop. «La cifra d'affari ha presentato perdite leggermente più importanti dato che l'abbassamento del prezzo di cinque centesimi di un anno fa per il latte pastorizzato bio si fa ancora sentire e le azioni quest'anno sono state più numerose». Lo stesso vale per le promettenti specialità regionali bio il cui assortimento sarà ampliato.

L'attuale difficile situazione sul mercato del latte bio preme anche sui prezzi al produttore. La differenza tra latte bio e latte convenzionale fino all'inizio dell'anno si è assottigliata a circa 8 centesimi al chilo, come risulta da un rilevamento dell'Ufficio federale dell'agricoltura. La pressione sui prezzi continua ad aumentare: da un lato preme sui prezzi l'eccesso d'offerta e, dall'altro lato, le organizzazioni per il mercato del latte bio hanno iniziato a farsi concorrenza a vicenda, ciò che contribuisce a comprimere i prezzi.

La scissione del mercato al capolinea

L'esempio più recente: la scorsa primavera Emmi ha stipulato un contratto d'acquisto di latte con il pool del latte bio, i precedenti fornitori di Emmi della IG Biomilch di

ZMP sono restati a bocca asciutta e sono ora costretti a fornire una parte importante del loro latte al canale convenzionale. La comune gestione dell'utilizzazione delle eccedenze, la cosiddetta scissione del mercato, così come bene o male ha funzionato l'anno scorso, è quindi praticamente un capitolo chiuso. Alcune organizzazioni continuano a incassare i tre centesimi al chilo per il declassamento solidale del latte eccedente, ma per il momento li depositano su un conto vincolato.

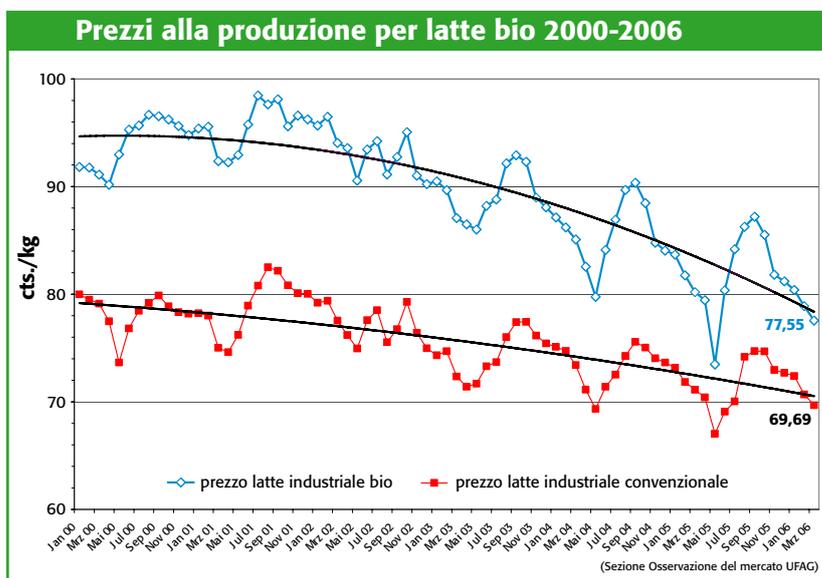
La difficile situazione del mercato del latte bio non è una novità, gli attuali problemi hanno iniziato a delinearsi già qualche anno fa determinando per qualche tempo la rinuncia alla Gemma di numerosi produttori di latte bio che hanno cercato, con scarso successo, di vendere il proprio latte con il marchio bio federale o con altri marchi bio. Ciononostante sembra che la Gemma continui ad offrire le migliori condizioni quadro: dopo un transitorio aumento al 5 per cento nel 2003 il latte bio senza la Gemma è ricaduto al 2,5% (M-Bio viene conteggiato come Gemma poiché per questo canale devono essere adempiti i requisiti Gemma).

Nuovo vento nel marketing

Le tette prospettive del mercato hanno indotto l'organo di negoziazione del prezzo del latte e le commissioni di esperti in materia di latte della Bio Suisse – due organi praticamente identici, composti dalle sei organizzazioni del mercato del latte bio – a passare all'offensiva e a dare maggior peso al proprio marketing per la Gemma. Questi sforzi sono finanziati con un centesimo per marketing versato dai fornitori di latte bio. Nello scorso anno del latte si sono così raccolti circa 1,4 milioni di franchi.

I responsabili rappresentanti dei produttori hanno dapprima puntato su un processo creativo che avrebbe dovuto generare nuove idee di mercato. Tirando le somme, tuttavia, gli attori concordano che non è stata imboccata la strada giusta e che non si sono avuti i risultati desiderati. Tanto fumo e niente arrosto insomma.

Dall'autunno scorso, il centesimo per



marketing è impiegato, si auspica con maggiori prospettive di successo, nella promozione dello smercio in Svizzera, nella cura mirata dei rapporti con la clientela (key account) nonché nello sviluppo dei mercati di esportazione del formaggio.

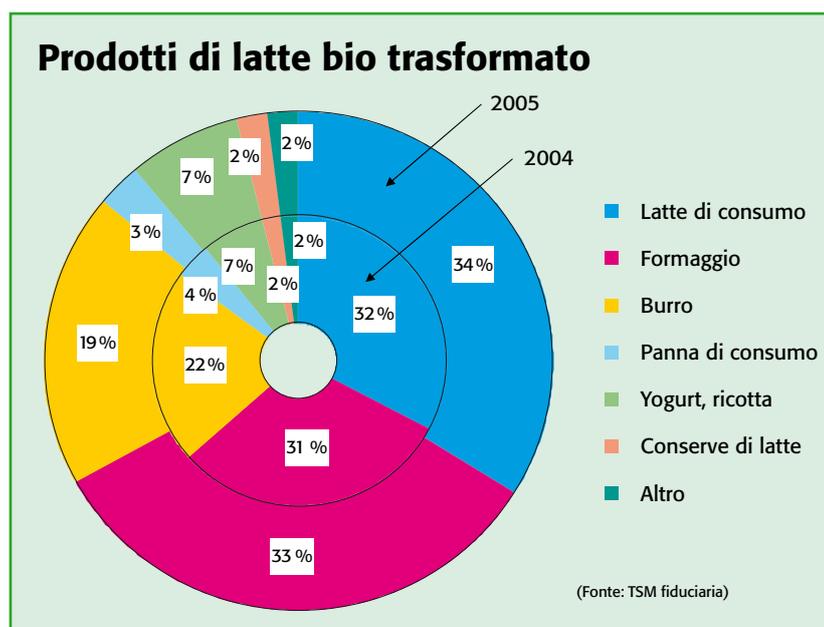
Buona la vendita del formaggio

«L'esportazione di formaggio bio cela un potenziale molto alto» spiega Pierre Coulin, manager dei prodotti latte presso Bio Suisse. Il prodotto formaggio bio rappresenta da solo una schiarita all'orizzonte del latte bio; una crescente quota di latte bio viene trasformata in formaggio, il rapporto del latte bio prevede per l'anno in corso un aumento del cinque per cento. Il formaggio bio, la cui quota rispetto all'intero consumo di formaggio è del tre per cento soltanto, può essere piazzato bene sul mercato indigeno. Il tempo è maturo anche per l'esportazione, «I mercati bio attorno al nostro Paese, in particolare in Germania, attualmente si sviluppano a grande velocità» afferma Coulin.

Per l'esportazione di latticini bio, negli scorsi anni sono stati intrapresi sforzi a più riprese, le quantità sono tuttavia risultate relativamente esigue. Bio Suisse vuole ora introdurre il formaggio bio svizzero nel commercio specializzato e nei supermercati più chic dei Paesi circostanti, soprattutto in Germania, mediante una piattaforma di commercializzazione. L'accesso liberalizzato ai mercati di esportazione viene incontro a questo sforzo, entro la metà del 2007 dovrebbero essere abolite tutte le barriere doganali.

Piattaforma per la commercializzazione del formaggio

Dall'autunno scorso, si sta lavorando all'offensiva di esportazione che nel mese di febbraio di quest'anno è entrata nella fase pilota. Responsabile è la commissione di esperti in materia di latte, il pool del latte bio e Prokana realizzano il progetto in partenariato con la cooperativa dei fabbricanti di formaggio molle e semiduro SGWH quale organizzazione di marketing e con l'impresa commerciale Schwyzer Milchhuus. Il formaggio bio proveniente dalla Svizzera è presente in diverse fiere internazionali. Secondo Roberto Mentil, direttore del pool del latte bio, i primi riscontri sarebbero stati positivi, le prime forniture avrebbero già avuto luogo e sarebbero in corso trattative con altri clienti. Il conoscitore del mercato tuttavia ammonisce di non aspettarsi miracoli: «Bisogna essere in chiaro che nessuno sta ad aspettare prodotti bio svizzeri». Si trat-



terebbe piuttosto di consolidare i contatti allacciati durante le fiere con i clienti. «E questo è un lavoro alquanto faticoso».

Mentil non osa pronosticare l'ampiezza che assumeranno le esportazioni in un futuro. Per il progetto pilota della piattaforma è stato definito un obiettivo che tuttavia non viene reso pubblico durante la fase di sviluppo.

Sul mercato del latte convenzionale si esporta in grande stile da oltre 100 anni. Il che è anche logico, infatti la Svizzera con la sua agricoltura incentrata sulla foraggicoltura e con una lunga tradizione del formaggio ha qualche cosa da offrire sui mercati internazionali. Con la crescente importanza della produzione biologica è evidente che una parte di queste esportazioni potrebbe senz'altro avvenire anche in qualità bio.

Nessuna offensiva da parte di Emmi

Sulla lista delle priorità di Emmi l'esportazione di formaggio bio figura piuttosto in fondo. «Attualmente Emmi non intende lanciare un'offensiva di esportazione di formaggio bio» spiega l'addetto stampa di Emmi Stephan Wehrle su richiesta. Ammette tuttavia che il formaggio bio potrebbe avere una possibilità nei mercati di nicchia nell'Europa germanofona, nel Benelux o in Scandinavia se fosse legato a un ulteriore valore aggiunto. E se la domanda dovesse aumentare, Emmi forzerebbe l'esportazione. Secondo Wehrle, il fatto è che la provenienza svizzera rappresenterebbe di per sé un valore aggiunto per qualità e piacere sui mercati internazionali e non è necessario che il formaggio sia anche bio. È quindi ancora più importante

che Bio Suisse assuma un ruolo attivo nel marketing.

La commissione di esperti in materia di latte, accanto all'esportazione «classica» di formaggio bio svizzero, si occupa anche di altri progetti. Per quanto riguarda l'esportazione sono in discussione i mercati negli USA e in Gran Bretagna che richiedono una certificazione particolare. 20 aziende svizzere sono certificate secondo le direttive della Soil Association e quindi pronte per la fornitura di latticini bio agli inglesi.

Nuovi canali in Svizzera

Gli esperti in materia di latte tuttavia cercano nuovi canali di smercio anche in Svizzera, in particolare nei settori gastronomia e grandi cucine. Ci si avventura certo su un terreno difficile che presenta però un grande potenziale di sviluppo. Anche i mercati consolidati vanno stimolati con pubblicità e innovazioni per rilanciare lo smercio di latte bio. Coop offre una ricotta semigrassa di latte bio e introduce l'undicesima regione con latte bio proprio. Inoltre nelle filiali Coop è prevista una campagna promozionale degli agricoltori per presentare ai consumatori i latticini bio con degustazioni. Anche il venticinquesimo anniversario di Bio Suisse, accompagnato da manifesti e annunci, dovrebbe contribuire a rendere i consumatori più propensi ad acquistare prodotti bio.

Pierre Coulin è fiducioso che il nuovo piano di marketing per i latticini bio avrà successo: «Sono successe molte cose dall'autunno scorso e dal mercato sono giunti in breve tempo numerosi segnali positivi».

Alfred Schädeli

Trasformazione in azienda e allevamento di rimonte

Dal 2007, la globalità aziendale per quanto riguarda la vendita diretta e la trasformazione in azienda sarà allentata. Per l'allevamento di rimonte il limite di mangime concentrato del 10% viene applicato in modo flessibile. Possono essere foraggiati 180 chili di mangime concentrato per animale.

Domanda: All'AD del 29 aprile 2006 è stata revocata la globalità aziendale per quanto riguarda la vendita diretta. Che cosa significa concretamente per le aziende?

» Risposta: Significa che a partire dal 2007 in un'azienda Gemma oltre ai prodotti bio possono essere trasformati e venduti anche prodotti non biologici. Non è più necessario un permesso speciale. I requisiti concreti per la produzione mista sono attualmente fissati nella norma "Trasformazione in azienda e per conto terzi, commercio e vendita diretta". A metà luglio le commissioni del marchio invieranno la nuova norma alle organizzazioni associate Bio Suisse per la procedura di messa in vigore. Se non sarà indetto un referendum contro la nuova norma da almeno tre organizzazioni associate, la norma entrerà in vigore l'1.1.2007. Bioattualità informerà sui dettagli in un secondo momento.

Limite di mangime concentrato per le rimonte

Domanda: Produco rimonte per l'ingrasso al pascolo. Durante lo svezamento le rimonte ricevono relativamente tanto mangime concentrato. Gli animali sono venduti dopo circa sei mesi. Quanto mangime concen-

Tori da ET

Ultimamente si sono moltiplicate le sanzioni pronunciate per l'impiego di tori provenienti da ET. A quanto sembra non tutti gli inseminatori sono informati del fatto che nelle aziende Gemma è vietato l'impiego di tori ET. La sanzione viene però pronunciata nei confronti del produttore: Informate quindi il vostro veterinario e l'inseminatore del divieto di ET in agricoltura biologica! cf

trato posso foraggiare agli animali fino alla vendita?

» Risposta: Le rimonte possono essere foraggiate con al massimo 180 chili di mangime concentrato per animale. Ciò

corrisponde al 10 per cento del fabbisogno annuo di questi animali. Dato che gli stessi in seguito vanno al pascolo e non ricevono altro mangime concentrato, sull'arco di tutto l'anno il limite del 10% è comunque rispettato. Si tratta di un regolamento d'eccezione per il sistema di produzione di rimonte da ingrasso. Normalmente il limite del 10 per cento per animali che rimangono in azienda meno di un anno viene adeguato nel calcolo per evitare che gli animali, in caso di vendita, possano sfruttare a più riprese il 10 per cento, il che non corrisponderebbe ai sensi delle direttive.

Christoph Fankhauser,
Bio Suisse



I contratti per la trasformazione per conto terzi sono tuttora possibili

Grazie al successo delle trattative di Bio Suisse con l'Ufficio federale dell'agricoltura UFAG in primavera, le aziende Gemma possono continuare a collaborare con un trasformatore senza licenza grazie a un contratto per la trasformazione per conto terzi. Il trasformatore per conto terzi può essere attivo per al massimo cinque committenti bio all'anno. Se il trasformatore supera questo limite, nell'anno successivo è tenuto a farsi certificare. Bio Suisse valuta positivamente il fatto che questa soluzione lasci aperta una finestra per la collaborazione con i trasformatori che non intendono stipulare un contratto di controllo. Si tratta in gran parte di trasformatori che annoverano fra i loro clienti solo uno o due committenti con la Gemma. cf



Mühle Rytz AG

Agrarhandel und Bioprodukte

Il vostro partner BIO

Vacche lattifere: afforaggiamento estivo

8305 Energia basic nuova composizione
più d'energia, 6,5 MJ NEL
più amido 30 %
tenori elevati in fibre digeribili

8311 Energia
alimento approvato, 7,0 MJ NEL

8321 Alta Energia
con lieviti vivi, 7,3 MJ NEL

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

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



PROVIMI KLIBA



Catherine Arber, storica e giornalista, 3006 Berna

Catherine Arber è redattrice responsabile della cronaca regionale del quotidiano bernese «Der Bund». La trentaduenne originaria di Bienne abita in un appartamento di tre locali di un vecchio edificio nel quartiere Obstberg. In luglio diventerà mamma per la prima volta. Catherine Arber ama sia la cucina mediterranea sia quella asiatica. L'insalata non deve mai mancare. Un bicchiere di vino rosso genuino e acqua minerale gasata accompagnano i suoi pasti. Passa il suo tempo libero leggendo, ballando flamenco o sul tappetino da yoga.

1 Perché acquisti prodotti bio?

Per me non è decisivo che un prodotto sia bio o meno, è importante invece che l'alimentazione sia equilibrata e sana con tanta insalata, frutta e verdura fresche e questo non solo da quando sono in attesa di un bimbo. Acquisto un prodotto bio se la qualità mi convince e se ho l'impressione che mi faccia bene.

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

Non acquisto nessun prodotto esclusivamente di qualità bio. Salvo forse la carne. Per principio consumo poca carne ma quando ne mangio preferisco che sia bio. Ma in fondo gli alimenti devono essere soprattutto freschi. Quando di sabato acquisto verdura al mercato settimanale, per me il fatto di acquistarla direttamente da un contadino è un motivo sufficiente per ritenerla «buona».

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

Circa il 20% - al massimo. Dipende da che cosa si intende per bio. Ho un piccolo giardino con un orticello che coltivo senza l'impiego di concimi o prodotti tossici. Perciò forse la percentuale supera il 20%...? Il mio bimbo diventerà sicuramente un consumatore bio al cento per cento - grazie al latte materno!

4 Dove acquisti solitamente i generi alimentari?

Solitamente presso i grandi distributori Coop e Migros. Quando faccio tardi sul lavoro vado alla Migros nella stazione centrale di Berna. Sono molto soddisfatta della sua offerta di verdura e degli altri prodotti freschi. Di sabato vado volentieri al mercato settimanale di Berna. L'offerta e l'ambiente sono incantevoli.

5 Secondo lei i prodotti bio sono troppo cari?

Dato che non sono fissata sui prodotti bio, il prezzo non mi interessa particolarmente. Quando voglio un prodotto bio, sono anche disposta a pagare un prezzo maggiore. Sono contenta che i bioagricoltori abbiano trovato una nicchia nella quale profilarsi. Forse però dovrebbero spiegarci perché i loro prodotti sono più cari. Non è così evidente. Quello che è più caro non sempre è migliore. Salvo per quanto riguarda le scarpe naturalmente!

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

Come si chiamava già... super prix o qualche cosa del genere? Il design è orribile, ripugnante. M-Budget invece mi attira. Come prima linea di prodotti a basso prezzo mi sembra una buona idea. Conosco famiglie che sfruttano questa offerta perché le aiuta a risparmiare. Da questo punto di vista queste linee sono senz'altro utili. Io stessa finora non ne ho approfittato. Ma chissà, quando presto dovrò sfamare la mia piccola famigliola...?

7 Presta attenzione alla provenienza dei prodotti?

Sì, molto. Quando non riesco a rinunciare ai frutti esotici mi accerto sempre che provengano dal commercio equo.

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

Conosco la Gemma. E so che esistono parecchi altri marchi bio. Purtroppo non riesco ad attribuirli alle rispettive «filosofie». Quali sono riconosciuti, quali no? Sul mercato bio regna un'immensa confusione a questo proposito.

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

No, infatti non mi definirei una consumatrice consapevole di prodotti bio.

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

Lex mister Svizzera è un bioagricoltore! Mi ricordo soprattutto le caratteristiche del suo torso nudo... finora non ho conosciuto altri bioagricoltori. Ho l'impressione che si tratti di persone impegnate. Sono agricoltori che agiscono e che non si lamentano continuamente della politica agricola o che rimpiangono l'alto prezzo del latte.

Intervista: Sarah Pietrasanta



Foto: Sarah Pietrasanta

Catherine Arber davanti alla filiale Migros della stazione centrale di Berna.

Polveri fini agricole, dove siete?

» Abbiamo vissuto il pericoloso periodo delle polveri fini quando tutto era completamente gelato e i trattori agricoli ibernavano in rimessa. I colpevoli principali erano presto identificati: il 37 per cento dell'emissione annua di polveri fini proverrebbe da noi famiglie di contadini.

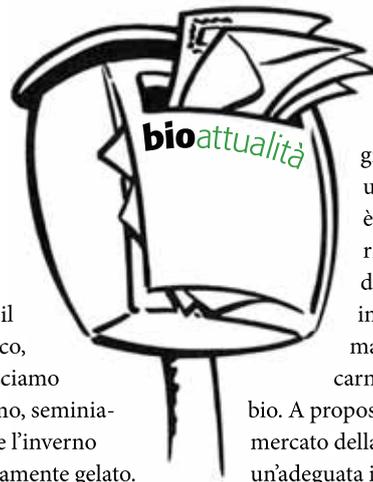
In teoria potrebbe anche darsi, ma non è certo un ragionamento intelligente e men che meno conforme alla verità. Il professionista si chiede quindi: perché circa il trenta per cento delle polveri fini provenienti dalla natura e che non può essere impedito viene attribuito a noi famiglie di contadini? Il teorico risponde: perché tralasciando questo 30 per cento la quota dell'agricoltura scende al 10 per cento e tutte le altre quote, in particolare quelle del traffico privato e pesante, aumenta della metà.

Dall'inizio della bella stagione noi famiglie di contadini stiamo recuperando: falciamo, facciamo il fieno, lo stendiamo, ariamo, erpichiamo, seminiamo, piantiamo, usiamo i macchinari a diesel e

produciamo polvere a più non posso. Il professionista chiede: e le polveri fini non sono un tema? Il teorico risponde: Certo che no, il tempo delle polveri fini è l'inverno e l'estate è il tempo dell'ozono. E il professionista: Sì, è logico, infatti noi contadini facciamo il fieno, insiliamo, ariamo, seminiamo e piantiamo durante l'inverno quando tutto è completamente gelato.

Felix Lang, co-presidente Nordwestschweizer

Biobauern, Rohr bei Olten SO



che il settore della carne biologica non può esistere senza i grandi distributori, ma un minimo di appoggio è urgentemente necessario. I veri ambasciatori della carne biologica infatti sono le piccole macellerie con il 100 % di carne biologica e i negozi

bio. A proposito, non dimenticate il mercato della carne di pollame. Con un'adeguata impostazione dell'assortimento, questo settore permette di conseguire fino al 10 per cento della cifra d'affari.

Affrontiamo quindi assieme queste sfide per permettere ai nostri bioagricoltori svizzeri il miglior smercio possibile di carne.

Hans Beugger, responsabile settore carne, «Rägeboge» Winterthur

Macellerie artigianali come ambasciatori della carne biologica

» Coordinare il mercato del bestiame da macello bio è un'impresa oltremodo difficile. Dal 1992 Biofarm ha collaborato in modo intensivo in questo settore fino a quando dopo 10 anni è stata spinta fuori dal mercato. L'associazione mantello dei bioagricoltori svizzeri ha preferito collaborare con i «grandi» commercianti di bestiame da macello come Anicom AG e Schneider Vieh und Fleisch AG. Era prevedibile che questi non si sarebbero impegnati particolarmente per il mercato della carne bio. Questo delicato settore richiede entusiasmo e passione, come lo avevano dimostrato a suo tempo le imprese pioniere. Nel frattempo sono in possesso della licenza una ventina di commercianti e i problemi sono sempre gli stessi. In linea di massima non ha importanza che sciogliate il Bio Pool o che troviate altre strutture. Ritengo poco ragionevole l'idea di contrassegnare con la Gemma solo la carne commercializzata tramite il pool. Quello che certamente non dovete fare è rendere la struttura ancora più complicata e più cara. In tal caso infatti le famiglie con un basso reddito non potrebbero più permettersi di acquistare carne bio. Molto più importanti sarebbero delle attività sul fronte delle vendite. L'11 novembre 2005 è stato inaugurato il più grande negozio di prodotti biologici in Svizzera. Disponiamo di un reparto di carne fresca in combinazione con antipasti e formaggi. Fino ad oggi Bio Suisse non ci ha fornito nemmeno l'ombra di un appoggio. Le macellerie artigianali sono semplicemente dimenticate. È chiaro

Foraggio bio al 100 per cento: l'attuazione sarà resa più facile

In merito alle lettere dei lettori concernenti il foraggiamento, bioattualità no. 4, maggio 06 e no. 5, giugno 06

» Bio Suisse si rende conto che l'attuazione del foraggiamento bio al cento per cento dei ruminanti a partire dall'1.1.2008 per alcune aziende comporta grandi difficoltà. Bio Suisse è in trattative con l'UFAG per spiegare la situazione e rendere più facile l'attuazione. Questo potrebbe avvenire sotto forma di un ulteriore termine di transizione. In autunno bioattualità riferirà in dettaglio sul foraggiamento. In merito alla lettera «Non esageriamo!»: il signor Schlegel di Ulmiz scrive che con la normativa del foraggiamento bio al 100 % (a partire dall'1.1.2008) non può più essere impiegato foraggio in conversione. Questo non è esatto: anche in avvenire potrà essere impiegato foraggio di aziende in conversione. Nelle aziende con la Gemma integrale la parte di foraggio in conversione non deve superare il 60 %. Le aziende in conversione naturalmente possono impiegare il 100 % di foraggio in conversione.

Ci scusiamo per il malinteso sorto nell'articolo apparso sul numero di aprile in merito al foraggio in conversione.

Beatrice Moser, Bio Suisse

AZB
CH-5070 Frick

PP Journal
CH-5070 Frick

Si prega di notificare ogni cambiamento d'indirizzo