

Consumatori più scettici e più sensibili ai prezzi **pagina 3**

Alto Adige vicino alla natura ma lontano dal biologico? **pagina 6**

Un terzo di cereali basta: consigli per l'avvicendamento **pagina 8**

bioattualità

QUI E ORA

3 Attuali tendenze di consumo

Mirjam Hauser analizza le consuetudini di consumo e l'alimentazione presso l'Istituto Gottlieb Duttweiler. bioattualità ha parlato con la ricercatrice che il 26 ottobre terrà una relazione sulle ultime tendenze dei consumi alimentari in occasione del convegno annuale sulla trasformazione bio.

MERCATO

6 Alto Adige – nessun boom del biologico

Il Sudtirolo nella pubblicità e nel marketing si definisce volentieri «vicino alla natura», regionale e attento alla qualità. Solo il due per cento delle aziende agricole tuttavia lavorano secondo i metodi biologici. Come mai?

PRODUZIONE

8 Consigli per la pianificazione dell'avvicendamento

Le aziende con una parte troppo elevata di cereali nell'avvicendamento rischiano l'insorgenza di malattie e di infestanti. Hansueli Dierauer del FiBL fornisce consigli.

BIO SUISSE

12 Truffa Sunny Land

Lo scandalo della biotruffa in Italia venuta a galla alla fine dell'anno scorso ha coinvolto anche mais foraggero certificato Gemma. Ecco che cosa hanno intrapreso Bio Suisse e bio.inspecta e che cosa intendono fare.

14 Il nuovo spot televisivo

15 Grüezi Bio: la Gemma all'estero

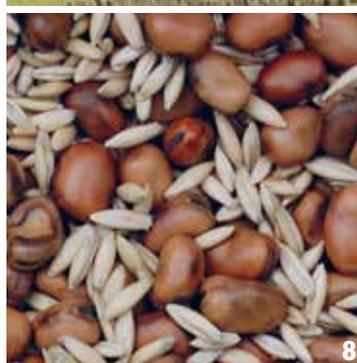
16 Controllo delle quantità sul mercato del latte bio

RUBRICHE

10 Consigli

17 La parola ai lettori

18 Bio Ticino



Alimentazione con futuro

È subentrata una certa insicurezza sul futuro degli alimenti biologici. Sembra che si sia creato un contrasto tra l'obiettivo di nutrire possibilmente tutti gli inquilini del mondo con alimenti bio e i meri obiettivi sostanziali del settore. Ci si chiede se è davvero tutto bio se c'è scritto bio, anche per quanto riguarda i dolci e i prodotti già pronti. Posso tranquillizzare tutti gli scettici, una cosa è certa: le disposizioni per la trasformazione di prodotti bio non sono mai state così precise e particolareggiate come lo sono oggi.

Nell'ambito di questo dibattito non dobbiamo scordare che non esiste alternativa a bio per tutti al 100 per cento. La catastrofe climatica è in atto, la perdita di biodiversità è drammatica, un miliardo di persone ha fame e un miliardo di persone soffre di sovralimentazione. L'umanità per quanto riguarda l'alimentazione si trova in una situazione assurda. Una volta avevo deciso per me stesso di essere disposto ad occuparmi di particolari di lusso come per esempio l'esatta composizione dei pochi aromi convenzionali ammessi (e dichiarati) giusta il Regolamento UE per i prodotti biologici solo una volta certo che i grandi problemi fossero affrontati con serietà.

L'uomo deve assumere responsabilità per il mondo. In questo senso credo che per le imprese bio oggi sia importante occuparsi – accanto all'incontestabile compito di offrire alimenti buoni, genuini e sani – in modo più serio che finora delle prestazioni a favore dell'ambiente e delle questioni globali relative all'equità.

Ma: per quanto riguarda l'alimentazione possiamo scegliere quali informazioni l'alimento ha raccolto nel corso del processo di fabbricazione. La questione dell'alimentazione naturale è un contributo alla sensibilizzazione con molteplici ripercussioni sulle azioni individuali. La responsabilità centrale di un produttore di viveri sta per l'appunto nel prodotto per vivere con tutte le informazioni che lo caratterizzano. E queste sono in gran parte questioni di tecnologie e di sostanze. È quindi ragionevole osservarle attentamente.

Alexander Beck
direttore Associazione produttori di derrate
alimentari ecologiche Aoel.

Foto in prima pagina: Mirjam Hauser a colloquio con bioattualità.

Foto: Rolf Schatzmann

* Alex Beck dirige il workshop sugli additivi al convegno annuale sulla trasformazione bio (vedi pagina 5)

«La gente dubita che il mercato possa soddisfare le sue esigenze»

Lo scetticismo nei confronti del settore alimentare negli ultimi anni si è nuovamente accentuato. Lo ha accertato Mirjam Hauser nello studio «Consumer Value Monitor Food». I motivi vanno per esempio ricercati nelle promesse di marketing non mantenute e nel fatto che i consumatori sanno esattamente come dovrebbero essere gli alimenti.

bioattualità: Lei ha analizzato l'atteggiamento dei consumatori nei confronti del cibo. Come si è svolto il sondaggio?

Mirjam Hauser: Abbiamo parlato con 100 consumatori ai quali abbiamo presentato degli oggetti che hanno a che fare con il cibo. Potevano paragonarli e associarli fra loro. Hanno poi descritto le differenze e le similitudini. I temi non sono stati proposti da noi, i consumatori li hanno scelti loro stessi. In questo modo abbiamo potuto scoprire quali valori prevalgono nelle teste dei consumatori.

A quanto pare il prezzo è un tema che ha acquisito importanza?

Già due anni fa, nell'ambito del nostro primo studio, il prezzo è stato un tema centrale. La sua importanza è aumentata e anche lo scetticismo nei confronti dell'offerta di alimenti è fortemente accresciuto.

Come mai?

Le persone intervistate hanno dovuto descrivere che cosa è importante per loro per quanto riguarda il cibo e come l'attuale offerta è in grado di soddisfare i loro desideri. Hanno per esempio detto: «Per me è importante potermi prendere tutto il tempo per mangiare ma spesso il pasto si svol-

L'accento posto esclusivamente sul prezzo nel marketing ha ripercussioni negative.

ge troppo rapidamente». Abbiamo notato che molte persone dubitano che il mercato possa soddisfare tutte le loro esigenze. Tre anni fa la valutazione è risultata migliore. Occorre naturalmente chiedersi: da dove proviene questa valutazione negativa?

Da dove proviene?

Stiamo già interpretando i risultati. Vi sono indizi sulle possibili cause. I consumatori hanno menzionato più frequentemente determinati temi. Un motivo va senz'altro ricercato nelle promesse di marketing non mantenute: la pubblicità

promette più di quanto i prodotti mantengono. A questo proposito probabilmente è stato raggiunto il limite di tolleranza. Un secondo motivo è probabilmente dato dai frequenti scandali alimentari degli ultimi anni e il fatto che sono interessati anche i cosiddetti prodotti buoni. Dal punto di vista dei consumatori quando c'è stato lo scandalo EHEC non ci si poteva più fidare nemmeno dei cetrioli e dei germogli. Come terzo motivo ci siamo accorti che i consumatori sanno che cosa è «buono» nel cibo – ritengono buono bio, regionale e stagionale – ma non riescono ad immaginarsi come possa essere messo a disposizione delle masse e come integrarlo nella quotidianità.



Mirjam Hauser dell'Istituto Gottlieb Duttweiler (GDI) ha analizzato per la seconda volta il mondo dei valori dei consumatori nello studio «Consumer Value Monitor Food».

Perché non possono permettersi prodotti bio?

No – non ci sono praticamente state affermazioni in questa direzione. I consumatori sono più sensibili per quanto riguarda i prezzi. Ciò però non significa che non possono o non vogliono permettersi i

«buoni prodotti». Spesso non si rendono conto di quanto il prodotto effettivamente contiene e quindi hanno l'impressione di pagare troppo. Si tratta di rendere più comprensibile la formazione dei prezzi.

Di chi è la «colpa»? I consumatori sono eccessivamente diffidenti o gli offerenti non sono capaci di comunicare i loro valori?

Credo che con l'avvento dei negozi discount germanici sul mercato svizzero il prezzo nel marketing abbia acquisito im-

I consumatori si chiedono: perché gli alimenti ora sono improvvisamente meno cari?

portanza. Ciò non ha avuto ripercussioni positive del tipo: bene, adesso gli alimenti saranno meno cari, bensì negative. I consumatori si chiedono: «Perché adesso gli alimenti sono improvvisamente meno cari e perché prima non era possibile?». Se si parla solo di quanto un prodotto sia a buon mercato ci si dimentica di parlare di quanto possa o debba essere caro.

Se Migros e Coop non avessero reagito abbassando i prezzi probabilmente a lungo termine sarebbero stati estromessi dal mercato.

Mirjam Hauser al convegno sulla trasformazione

Mirjam Hauser è Senior Researcher presso l'Istituto Gottlieb Duttweiler GDI e analizza i cambiamenti nella società, nell'economia e nei consumi. Si occupa in particolare del comportamento dei consumatori e di alimentazione. Mirjam Hauser terrà una relazione al convegno annuale sulla trasformazione del 26 ottobre organizzata da FiBL, Bio Suisse, Demeter e bio.inspecta. Ulteriori informazioni a pagina 5.

È chiaro che bisogna reagire al mercato. Non appena il consumatore però capisce per che cosa paga, la sua propensione all'acquisto aumenta – lo dimostrano diversi studi.

Come reagisce il settore ai risultati dello studio? Esiste qualche cosa come un'intelligenza collettiva che frena la spirale delle false promesse pubblicitarie?

A questo proposito mi sono pervenute diverse reazioni dell'industria e del commercio che dicono: «Dobbiamo ripren-

L'industria e il commercio dicono: dobbiamo pubblicizzare nuovamente quanto è nel prodotto.

dere a pubblicizzare quello che effettivamente è contenuto nel prodotto.» La parola chiave autenticità viene utilizzata molto spesso. Il problema è la realizzazione. I consumatori desiderano prodotti stagionali e regionali. Ciononostante nei negozi troviamo sempre più spesso prodotti che non sono di stagione. I classici sono le fragole e gli asparagi che sono disponibili già a partire da gennaio. Il problema è: se un commerciante al dettaglio importa gli

I commercianti bio godono di maggiore fiducia.

asparagi una settimana prima dell'altro, il suo concorrente l'anno successivo importerà gli asparagi ancora una settimana pri-



«I consumatori considerano buono bio, regionale e stagionale ma non riescono ad immaginarsi come possa essere reso disponibile alle masse», spiega Mirjam Hauser.

ma. È veramente difficile dire di no. Solo prodotti stagionali o regionali – è un passo che nessuno osa fare.

Non potrebbe essere una possibilità per profilarsi?

Sì, ci sono negozi che vendono solo prodotti regionali e stagionali. I clienti possono essere sicuri di acquistare solo «prodotti buoni».

Un esempio?

I classici negozietti di paese. Anche da noi c'è stato il fenomeno della chiusura dei negozietti di paese ma ora vediamo un ritorno di questo formato di negozi. Un assortimento ridotto, orientato alla sostenibilità che trasmette la vicinanza al produttore e che viene incontro in modo mirato ai desideri della clientela – questa è senz'altro un'opportunità. Un'altra conclu-

I consumatori in fondo vorrebbero un pacchetto completo che adempia a tutti i criteri di sostenibilità.

sione emersa dal nostro studio è: i consumatori fanno sempre più spesso uso della parola sostenibilità. Questo ci ha sorpreso perché è un concetto piuttosto ingombrante. Mentre un tempo la sostenibilità veniva menzionata in un contesto negativo – danni ambientali, additivi, rifiuti, ecc. – oggi si tratta anche di aspetti positivi come l'ecologia o gli standard sociali.

È però proprio questo sapere che rende ulteriormente difficile ai consumatori di fare acquisti. Che cosa è davvero più sostenibile? Il pomodoro convenzionale svizzero o il pomodoro bio proveniente dalla Spagna? A questo poi si aggiunge l'imballaggio e per finire i consumatori non sanno più che pesci pigliare. Questo è emerso anche dal nostro sondaggio. I consumatori in fondo vorrebbero un pacchetto completo che adempia a tutti i requisiti di sostenibilità.

Allora il futuro di un negozio di quartiere bio per esempio sarebbe roseo. Finora è piuttosto il contrario, molti lottano per sopravvivere. I negozi specializzati in prodotti bio hanno ormai raggiunto il limite?

Per poter sopravvivere oggi e in futuro un negozio specializzato deve essere senz'altro innovativo, infatti la concorrenza non diminuisce. I grandi commercianti al dettaglio cercano di inserirsi nelle strutture locali con piccoli format per agganciarci

alla credibilità del commercio specializzato bio. La concorrenza quindi aumenta. I commercianti bio però hanno un vantaggio per quanto concerne la fiducia e dovrebbero gestirlo in modo intelligente, per esempio rendendo più flessibili gli orari di apertura. Non ci si può permettere di tenere aperto dalle 8.00 alle 18.00 quando tutti sono al lavoro.

Significa che ci vogliono dei sistemi più flessibili...

... o nuovi sistemi di distribuzione, per esempio servizi di consegna a domicilio.



«Love Food» è la grande nostalgia del presente: consumare in modo intuitivo e con molto tempo a disposizione – secondo la ricercatrice del GDI è là che si situa il potenziale per il prodotti bio.

Lei nel suo studio suddivide il cibo nelle categorie «Right Food», «Functional Food», «Comfort Food» e «Love Food» – in che cosa consistono?

Esistono due assi con ciascuno due caratteristiche. Il primo tratta il tema se investire poco o tanto tempo, l'altro associa l'agire razionale all'agire intuitivo. Nei quattro quadrati che si formano lungo questi assi troviamo queste diverse categorie. «Love Food» rappresenta la grande nostalgia del presente: consumare in modo intuitivo e con molto tempo a disposizione. Molti vorrebbero che fosse come un tempo quando si cucinava secondo ricette tradizionali quanto era stato acquistato al mercato. Anche per quanto riguarda «Right Food» si tratta di un investimento ma secondo criteri orientati alla ragione, ne è un esempio una dieta. Gli alimenti bio si inseriscono in uno o in entrambi di questi schemi. Chi riesce a introdurre alimenti

bio nel reparto «Love Food» è in grado di soddisfare una crescente esigenza.

I consumatori sembrano voler partecipare maggiormente alla produzione. Secondo lei è possibile?

Si tratta di un tema importante. Molte persone si sentono distaccate dalla produzione di alimenti. Non sanno come si chiama la frutta e la verdura e quando sono di stagione. Vi sono diverse possibilità per integrare maggiormente i produttori nei negozi o per mettere direttamente in contatto i consumatori con i contadini. Ne sono un esempio i modelli di cooperative

Si vorrebbe che tutto fosse come un tempo, quando si cucinava secondo ricette tradizionali quanto era stato acquistato al mercato.

che stanno prendendo piede. Che questa esigenza di vicinanza alla produzione esiste lo si vede anche dalle numerose varianti virtuali che si occupano di questo tema. In Italia vi sono «le verdure del mio orto» dove si può comporre e coltivare un orto virtuale – i responsabili coltivano realmente l'orto e forniscono settimanalmente a domicilio il raccolto dell'appezzamento, incluso album fotografico. Ancora più virtuale è il gioco su facebook



Fotos: Rolf Schatzmann

La partecipazione dei consumatori alla produzione di derrate alimentari è un tema molto importante.

«Farmville». Milioni di persone in tutto il mondo passano ore a piantare verdure virtuali investendo addirittura soldi reali per farlo. È una totale pazzia ma a quanto pare è un'esigenza degli umani occuparsi della produzione di alimenti. L'agricoltura certamente non ha ancora esaurito tutto il potenziale.

Lei come cucina?

Durante il giorno mangio spesso fuori. La

sera o durante il fine settimana per compensare cucino qualche cosa di semplice.

Dove preferisce fare gli acquisti?

Nei supermercati e, quando è troppo tardi, nel negozio di quartiere bio che di sera è aperto più a lungo. Inoltre possiedo un abbonamento di verdure presso un contadino.

Se potesse esprimere un desiderio, quale negozio dovrebbe aprire i battenti?

In stazione vorrei che ci fosse un negozio che offre prodotti freschi. Potrebbe trattarsi di un panettiere che prepara dei panini freschi al momento e non il giorno prima. Sarei disposta a pagare qualche cosa in più.

Che cosa rappresentano i prodotti bio per lei?

Mi danno l'impressione e la sicurezza di fare qualche cosa a favore dell'ambiente.

Le derrate alimentari in Svizzera sono troppo care o troppo convenienti?

Credo che con nemmeno il dieci per cento che spendiamo per gli alimenti abbiamo raggiunto il limite. Considerando la crescita della popolazione mondiale, gli alimenti tenderanno piuttosto a scarseggiare e quindi diventeranno più cari ma forse la produzione sarà maggiormente apprezzata.

Intervista: Stephan Jaun

Tendenze e potenziali della trasformazione di prodotti bio

Convegno annuale sulla trasformazione di prodotti bio

Un numero crescente di consumatori, anche bio, desidera acquistare prodotti già pronti – possibilmente con la dichiarazione «senza additivi». Il che non è fattibile, in ogni caso non per tutti i prodotti.

Nei principi per la trasformazione di Bio Suisse sta scritto «I prodotti Gemma sono ottenuti con metodi delicati». E: «Nei limiti del possibile si rinuncia all'impiego di additivi e di coadiuvanti per la trasformazione (...). Per i prodotti Gemma sono autorizzati unicamente 29 additivi, in parte con notevoli limitazioni. Il settore convenzionale ha a disposizione oltre 300 additivi per alimenti.

I prodotti già pronti e i pasti fuori casa che assumono sempre maggiore importanza richiedono inoltre imballaggi che non sono sempre conciliabili con il biopensiero.

Anche qui si intravedono conflitti con i principi per la trasformazione: «Per l'imballaggio vanno utilizzati materiali il più possibile rispettosi dell'ambiente. Per

principio sono vietati PVC e altre materie sintetiche clorate.»

I trasformatori devono poi fare i conti anche con i costi... il marketing deve soddisfare ... meno male che c'è il convegno annuale sulla trasformazione bio che permette di scambiare opinioni e di imparare cose nuove. mb



Foto: Dominik Menzler, www.oekolandbau.de, © BLE

Quando

Venerdì 26 ottobre, dalle 9.00 alle 16.30

Dove

Humanus-Haus, Beitenwil 61, 3113 Rubigen

Cosa

Tradizionale convegno annuale sulla tra-

sformazione bio. Nel corso della mattinata Mirjam Hauser dell'Istituto Gottlieb Duttweiler presenterà le ultime tendenze in fatto di alimentazione dal punto di vista dei consumatori. Il direttore del FiBL Urs Niggli mostrerà che cosa il biologico offre all'ambiente e alla società. Nei successivi workshop si potranno scambiare esperienze nei settori sensorica, profilarsi nel commercio specializzato, additivi, controlli bio e sostenibilità.

Organizzatori

Bio Suisse, FiBL, Demeter, bio.inspecta

Direzione convegno

Sabine Würth, Bio Suisse

Costi

Fr. 350.– incl. documentazione e pranzo; licenziatari Gemma e Demeter fr. 250.–

Informazioni, iscrizione

Segretariato corsi FiBL, casella postale, 5070 Frick, tel. 062 865 72 74, fax 062 865 72 73, e-mail kurse@fibl.org, www.anmelde-service.fibl.org o www.bio-suisse.ch → trasformatori e commercianti → attualità.

«Bio non ci serve»

Per gli abitanti dell'Alto Adige gli alimenti indigeni di buona qualità e naturali sono importanti. Nonostante ciò, il biologico è un argomento che non interessa. Perché l'agricoltura biologica stenta a prendere piede nelle montagne altoatesine?

Il paesaggio della parte meridionale dell'Alto Adige vicino al confine con l'Austria sembra essere uscito da una fiaba: linde fattorie ornate di fiori, campi ben curati tutti in fila uno accanto all'altro, sullo sfondo le impressionanti montagne del Tirolo. Tra i pascoli sono coltivate in modo intensivo cereali, patate e granoturco, i terreni più ripidi sono fiancheggiati da boschi di protezione.

Pur appartenendo l'Alto Adige dalla fine della prima guerra mondiale all'Italia, si cercano invano le tipiche scene di biancheria stesa ad asciugare sopra le viuzze, le facciate che si sgretolano e l'ambiente del dolce far niente. Piuttosto si incontra qui una cultura improntata alla correttezza, alla buona organizzazione e alla qualità.

Naturale significa «praticamente bio»?

Il paesaggio da favola non è nato dal nulla, precisa Luis Durnwalder, presidente della giunta provinciale della Provincia autonoma di Bolzano. È piuttosto il risultato di grandi sforzi, infatti il paesaggio curato è la base della fiorente industria del turismo.

Qual'è a questo proposito la situazione dell'agricoltura biologica? Nel vicino

Canton Grigioni il turismo e l'agricoltura prevalentemente biologica si affiancano in misura sempre maggiore. In Alto Adige il biologico è irrilevante.

Lo si è visto per esempio in occasione del convegno internazionale di alpicoltura che ha avuto luogo in giugno e che all'insegna della massima «Valori dell'alpe» ha attirato a Bruneck nel Sudtirolo un gran numero di alpigiani e contadini di montagna nonché politici e funzionari provenienti dall'area alpina germanofona. Si è discusso del valore della cultura viva in montagna per la popolazione ed il turismo, delle misure per promuovere lo sviluppo economico dell'agricoltura di montagna e dei conflitti con i rappresentanti della protezione della natura. L'argomento agricoltura biologica non è mai stato sfiorato. La risposta alla domanda su quale sia l'importanza dell'agricoltura biologica nell'agricoltura di montagna posta ai partecipanti al convegno o ai relatori è sempre stata: «non ne abbiamo bisogno»: «praticamente siamo già tutti bio».

«Naturale» e «indigeno» come strategia di successo

Perché l'agricoltura biologica in questa idilliaca parte dell'Italia non attecchisce?

Il mercato settimanale a Bruneck fornisce una prima risposta: le graziose bancarelle disposte in fila sono ben visitate. Slogan come «prodotti dei nostri contadini di montagna», «formaggio di montagna della Val Pusterla» o «bacche indigene della Valle Aurina» attirano la clientela. I sudtirolesi sembrano apprezzare la buona qualità e la produzione locale. Il loro marchio di qualità «Qualità Alto Adige» è parte del marchio ombrello «Alto Adige» ed è sovvenzionato dalla regione con 1,3 milioni di euro all'anno.

Anche per Siegfried Rinner la distinzione «bio» non è necessaria. Come direttore dell'Unione agricoltori sudtirolesi si rende conto della possibilità ma anche della necessità di raggiungere i livelli europei. Nella frase successiva tuttavia afferma che la parte bio dovrebbe crescere all'interno della sua nicchia – un'opinione condivisa da numerosi rappresentanti delle associazioni contadine, dalla politica e dalla popolazione.

«Il Sudtirolo ha un problema generazionale»

In Alto Adige l'agricoltura deve essere «naturale» in modo che i prodotti corrispondano possibilmente alla loro immagine sui cartelloni pubblicitari. Solo poche aziende – attualmente si tratta del due per cento di tutte le aziende agricole in Alto Adige – producono secondo le direttive per l'agricoltura biologica. Perché i contadini non passano al biologico visto che il maggior prezzo per il latte bio attualmente è di 16 eurocentesimi (19 centesimi)? «Soprattutto per motivi logistici», ipotizza il selvicoltore W.W* dell'Amministrazione della Provincia di Bolzano che si occupa dei contadini di montagna della Valle Aurina. In valle il latte bio non viene raccolto separatamente, spiega. Non sa che da cinque anni ogni due giorni un camion porta al piano il latte bio della Valle Aurina.

Lukas Oberegger, responsabile della fattoria biologica Sägemüllerhof all'entrata della Valle Aurina, è sconcertato da tanta ignoranza. Facendo seguito alla domanda della latteria Sterzing quattro contadini si sono raggruppati per forma-



La Valle Aurina in Alto Adige è coltivata tradizionalmente da piccoli contadini. Bio qui non interessa.

re una comunità aziendale bio, la latteria da allora organizza il regolare trasporto del latte bio al piano. Oberegger è convinto che il motivo principale per cui non vi è un maggior numero di contadini che passano al biologico non è costituito da problemi logistici bensì dalla mentalità e dalla cultura dei contadini di montagna in questa regione. L'Alto Adige a questo proposito ha un problema generazionale. Molte aziende passano solo molto tardi alla generazione più giovane, quando il desiderio giovanile di cambiare è già pressoché svanito. Spesso tutto quindi rimane invariato.

A complicare il quadro si aggiunge il fatto che nelle regioni di montagna altoatesine il latte bio può essere prodotto solo se le vacche sono estivate su alpi cer-

«Sono contadino bio per convinzione. Il mio ideale di autosufficienza in agricoltura è basata sul concetto dei cicli chi-



si. Non riusciremo però a nutrire l'intera popolazione mondiale con prodotti biologici. Mio figlio infatti è previdente e sta studiando biotecnologia». Reinhold Messner, alpinista, politico, imprenditore, fondatore di diversi musei e bioagricoltore in Alto Adige.

tificati bio. Se la vacca non pascola su un alpe certificato bio perde il suo stato di riconoscimento bio e deve ripetere la fase di conversione. Il Sudtirolo non conosce deroghe come quelle concesse in Svizzera.

Ciononostante: bio cresce anche in Alto Adige

Pur essendo la strada dell'agricoltura biologica tutta in salita, all'interno delle associazioni si sentono voci ottimiste. Michael Oberhollenzer, presidente dell'Unione dei contadini bio «Bioland Sudtirolo» parla di un crescente interesse dei contadini per la conversione al biologico. Il numero di aziende bio negli scorsi anni infatti è cresciuto lentamente ma costantemente

* Nome noto alla redazione



Fotos: Ursina Galbusera

Una vacca bio sudtirolese dopo l'estivazione su un alpe convenzionale deve ripetere il processo di conversione al biologico. Per numerosi contadini è un motivo per non passare al biologico.

del dieci per cento all'anno e le previsioni di Oberhollenzer sono addirittura euforiche: nelle regioni di montagna sarebbe imminente il grande boom del biologico, le latterie infatti avrebbero fiutato l'occasione di fare affari con la linea bio.

Nel 2000 è stata la latteria Sterzing a produrre per prima uno yogurt bio nel Sudtirolo. In seguito altre latterie si sono lanciate negli affari con il latte bio. Nella latteria Sterzing la parte di latte bio rappresenta circa il dieci per cento dell'intera quantità di latte trasformato - per il direttore Günther Seidner troppo poco:

«Potremmo raddoppiare la produzione ma mancano i produttori.»

I produttori che a Bruneck hanno seguito le relazioni al convegno internazionale di alpicoltura non sembrano impressionati dalla domanda. La risposta standard è rimasta «bio a noi non serve». Michael Oberhollenzer è fiducioso che questo atteggiamento piano piano cambierà. Per esempio quando i numerosi turisti chiederanno prodotti bio o quando i sudtirolesi si renderanno conto che naturale non è uguale a bio!

Fabienne Thomas



Elevata qualità e produzione naturale ed indigena sono validi argomenti di marketing per i prodotti dell'Alto Adige. Ciononostante le latterie iniziano ad interessarsi al latte bio.

Sgravare gli avvicendamenti troppo carichi di cereali

In numerose aziende bio la percentuale di cereali nell'avvicendamento è eccessiva: ciò favorisce l'incidenza di malattie e di infestanti. Il consulente del FiBL Hansueli Dierauer fornisce consigli per la pianificazione dell'avvicendamento e indica con quali colture è possibile risolvere il problema delle rotazioni con troppi cereali.

I tipici avvicendamenti in campicoltura biologica presentano un'elevata parte di cereali. In un numero crescente di aziende bio i cereali rappresentano il 50-60 per cento dell'avvicendamento. Secondo le direttive PER il limite massimo è di due terzi, vale a dire il 66 per cento, dal punto di vista agronomico la parte ideale di cereali nell'avvicendamento sarebbe il 35 per cento circa.

Con due terzi dell'intera superficie coltivata a cereali il frumento è tuttora la coltura principale, seguita dal farro con l'11 per cento e dall'orzo con il 12 per cento. La segale, il triticale e l'avena sono invece colture meno importanti (cfr. grafico a pagina 9).

Il motivo principale dell'elevata parte di cereali nella campicoltura biologica è il rischio relativamente basso per quanto riguarda la coltivazione considerando i prezzi al produttore che possono essere realizzati.

Promemoria sul tema

■ Fave bio

Le fave forniscono mangime ricco di proteine, la compenetrazione radicale è ottima, sono poco esigenti per quanto

riguarda la concimazione e in quanto leguminose arricchiscono il terreno di azoto. Nel promemoria, ottenibile in tedesco e francese, è indicato a che cosa occorre fare attenzione dalla semina fino alla raccolta. Promemoria FiBL, 2. edizione, 2009, 5 pagine, numero di ordinazione: 1000. Può

essere scaricato gratuitamente dal sito www.shop.fibl.org (consiglio: inserire il numero di ordinazione). Presso il FiBL, tel. 062 865 72 72, fax 062 865 72 73, e-mail info.suisse@fibl.org è pure ottenibile in forma cartacea per fr. 4.50 più spese di spedizione.

I cereali nel corso degli anni forniscono rese stabili, la meccanizzazione è modesta e le esigenze relative alla concimazione sono medie. Fortunatamente finora non si sono verificati danni notevoli dovuti agli insetti. Grazie alla buona selezione bio sono addirittura disponibili varietà di frumento adatte particolarmente per l'agricoltura biologica. Le resistenze alle malattie sono sempre state buone. Le varietà bio si contraddistinguono per il buon accostamento e per un'alta crescita delle piante con elevata resistenza all'allettamento, ciò che rappresenta una buona concorrenza alle infestanti. Tutti questi fattori favoriscono la coltivazione di cereali bio.

L'elevata parte di cereali favorisce l'insorgenza di malattie e di infestanti

Con l'elevata parte di cereali aumenta anche il rischio di diffusione di fusariosi e di altre malattie. Visto che praticamente sono coltivati solo cereali invernali, aumentano anche le infestanti che germinano in autunno. Ne sono un esempio la canapa selvatica e le erbe come la coda di volpe

e l'agrostide. Una possibilità per contrastare la crescente insorgenza di infestanti è il passaggio ad una distanza tra le file di 16 a 18 cm e la zappatura. In combinazione con l'impiego della strigliatrice, la sarchiatura rappresenta il provvedimento più efficace. Nelle grandi aziende sono attualmente impiegate zappatrici di 6 m con guida computerizzata.

Un'altra possibilità per ridurre l'insorgenza di malattie e di infestanti è di sgravare gli avvicendamenti troppo carichi di cereali coltivando colza o girasoli oppure ancora leguminose da granella.

Panoramica delle colture «sgravanti»

La colza, a causa dei ben noti problemi, rappresenta senz'altro il maggior rischio. La coltivazione in Svizzera si concentra sempre più su luoghi scelti particolarmente adatti.

I girasoli possono essere coltivati in regioni piuttosto calde. Il rischio è medio; in singoli casi possono verificarsi danni dovuti a lumache, uccelli e malattie fungine. Prima dei girasoli è necessaria una coltura intermedia.



Le fave invernali sopprimono molto bene le infestanti e come colture precedenti presentano buoni valori.



Le fave possono essere coltivate assieme all'avena per assicurare la resa.



La seminatrice universale della ditta Krummenacher può essere impiegata senza problemi per tutte le miscele; i semi non si separano nel serbatoio.

Fotos: Hansueli Dierauer

I piselli proteici tendono all'allettamento, l'infestazione da malerbe in autunno può pertanto causare grandi perdite del raccolto. Si raccomanda quindi di coltivare i piselli proteici solo in combinazione con orzo. In questo caso è tuttora irrisolta la questione della trasmissione delle malattie dell'orzo ai cereali successivi. Questo ordine va pertanto evitato: dopo la coltura mista piselli proteici e orzo conviene interporre un anno senza cereali.

Un'alternativa interessante è la coltivazione di fave. Le fave come coltura precedente presentano un buon valore e possono essere coltivate anche in coltura mista con l'avena che in termini di avvicendamento è neutra. Non occorre una particolare meccanizzazione, in caso di scarsa incidenza di infestanti la combinazione fave e avena può essere seminata con la normale seminatrice per cereali con una distanza tra le righe di 12 cm. Spesso è possibile rinunciare completamente alla lotta contro le infestanti o si rende necessario solo un passaggio con la strigliatrice. Le fave crescono rapidamente e coprono bene il suolo. Sono pertanto un'ottima concorrenza alle infestanti e sono adatte in tutti gli avvicendamenti bio. Sulle particelle con un'elevata incidenza di infestanti va data la preferenza alla semina monograno da parte di un imprenditore per conto terzi in modo da rendere possibile anche la zappatura. La distanza tra le righe in tal caso è in genere di 50 cm. Grazie al grande seme e alla buona emergenza le fave possono essere coltivate anche con una lavorazione ridotta del suolo. Nonostante il prezzo al produttore più basso, il risultato finale è migliore rispetto

a quello ottenuto con una coltura di soli piselli proteici. Nelle posizioni favorevoli è possibile coltivare le fave invernali che hanno il vantaggio che la fase di fioritura in primavera solitamente ha luogo prima della siccità. Le fave estive che fioriscono più tardi sono invece maggiormente esposte al rischio di siccità. La scelta delle varietà attualmente è piuttosto modesta con due sole varietà: «Hiverna» cresce rapidamente e rispetto alla varietà «Olan» tende maggiormente all'allettamento.

Granoturco e colza crescono bene dopo la lavorazione della terra

Tra due specie di cereali è possibile coltivare granturco. Solitamente il granturco nell'avvicendamento è la prima coltura dopo due o tre anni di prato artificiale. Il taglio primaverile fornisce ancora una notevole resa facendo sì che il granturco automaticamente non viene seminato troppo presto. In caso di problemi di qualità per quanto riguarda i cereali panificabili

e nelle aziende nel cui avvicendamento il granturco non figura, la lavorazione del prato artificiale nel tardo autunno rappresenta una buona opzione. Il frumento che succede al prato artificiale in genere presenta un alto contenuto di glutine e buone rese. Anche i risultati della colza sono buoni con una scarsa incidenza di infestanti e un buon approvvigionamento con sostanze nutritive se viene seminata dopo la lavorazione della terra.

La gestione dell'avvicendamento è relativamente impegnativa. Tener conto di tutti i fattori menzionati è pressoché impossibile. Con una scelta oculata della successione delle colture è però possibile controllare e ottimizzare il bilancio nutritivo e la situazione relativa alle infestanti. L'obiettivo dell'avvicendamento deve essere quello di conservare a lungo termine la fertilità del suolo e ottenere buone rese con poco lavoro. L'apporto di concimi estranei dovrebbe essere possibilmente scarso.

Hansueli Dierauer, FiBL

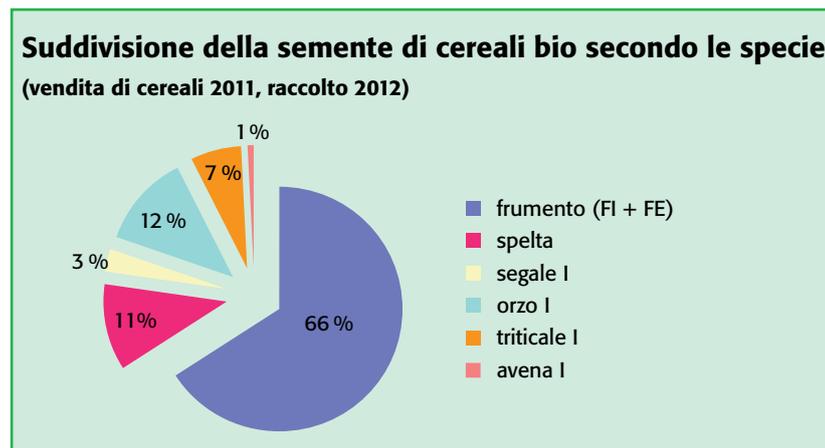




Foto: Thomas Stephan, www.oekolandbau.de © BLE

In un'azienda Gemma non è possibile gestire una pensione per cavalli convenzionale come ramo aziendale separato.

La Gemma è sinonimo di globalità aziendale

Bio Suisse considera l'azienda agricola Gemma un organismo olistico. Le direttive esigono una gestione biologica globale. Ciò serve a rendere l'agricoltura biologica credibile e controllabile. L'agricoltura biologica settoriale, limitata a singole particelle non adempie a questi requisiti.

Domanda: La nostra azienda Gemma è costituita da due rami aziendali: produzione di latte e pensione per cavalli. Il bestiame da latte e i cavalli in pensione sono stabulati in stalle separate. Le stalle distano fra loro circa un chilometro. Finora l'insieme era riconosciuto come un'unica azienda agricola certificata secondo le direttive Bio Suisse. Ogni anno dobbiamo acquistare fieno bio per i cavalli in pensione. Finora abbiamo acquistato fieno riconosciuto Gemma dall'estero la cui qualità non ci ha però mai soddisfatto. Preferiremmo acquistare fieno svizzero non biologico. Ai nostri clienti, i proprietari dei cavalli, non interessa se i loro cavalli mangiano fieno bio o fieno non biologico. Vorremmo ora separare la pensione

per cavalli dall'azienda Gemma. La pensione per cavalli sarà gestita in regime convenzionale dalla moglie. L'azienda lattiera sarà gestita come finora come azienda Gemma. L'unico punto di contatto tra le due aziende è costituito dal pascolo dei cavalli sulla superficie dell'azienda lattiera. È possibile una tale separazione?

» **Risposta:** No, si tratta di un'interdipendenza troppo stretta. Un coniuge o un concubino non può gestire un'azienda non biologica mentre l'altro coniuge o concubino gestisce un'azienda Gemma. Ambedue le aziende sono considerate un'unica azienda. La globalità aziendale va pertanto osservata, ciò significa che tutti i rami aziendali devono essere gestiti secondo le direttive Bio Suisse. Se

i cavalli inoltre pascolano sulle superfici dell'azienda lattiera, ciò comporta un'ulteriore interdipendenza.

Sul sito www.borsabio.ch attualmente vi sono numerose offerte di fieno Gemma svizzero. Per quanto riguarda il foraggiamento di cavalli in pensione, Bio Suisse ha addirittura elaborato una soluzione speciale: per i cavalli in pensione la parte di foraggio da coltivazione non biologica può rappresentare il 10 per cento dell'intero consumo di foraggio, che tuttavia non deve contenere componenti OGM. Questo 10 per cento di foraggio non biologico può essere costituito da mangime concentrato e da fieno non biologico. Il 90 per cento del foraggio deve tuttavia corrispondere alle direttive Bio Suisse.

Beatrice Scheurer-Moser, Bio Suisse

Vallait e Valcrème SA, 3960 Sierre

Vallait e Valcrème sono unità della federazione vallesana produttori di latte, la più importante cooperativa del Vieux Pays. Nei locali a Sierre Valcrème cura e commercializza diversi formaggi a base di latte crudo bio. Vallait produce un assortimento di tisane di erbe sotto il marchio Bio Alp Tea. A colloquio con Christophe Brinon, responsabile della qualità presso Valcrème.

1 Lei trasforma alimenti bio.

Qual'è la sua motivazione?

In nostro compito in seno alla federazione vallesana produttori di latte è la commercializzazione dei prodotti dei membri della cooperativa. È quindi nostro dovere valorizzare il latte dei soci che hanno optato per l'agricoltura biologica. Inoltre alcuni supermercati da diversi decenni hanno ampliato il mercato bio, ciò che contribuisce a sostenere la domanda.

2 Trasforma esclusivamente prodotti bio?

No, i prodotti bio rappresentano solo una piccola parte dei nostri formaggi. Nell'assortimento Valdor – formaggio a base di latte crudo, la parte bio rappresenta circa il 15 per cento della produzione (109 tonnellate nel 2011). Le nostre tisane (850'000 litri all'anno) sono invece esclusivamente biologiche.

3 Quali prodotti trasforma?

Ci occupiamo della maturazione di tre formaggi bio. Il Tomme Tourbillon, un formaggio a pasta semidura con un periodo di maturazione di sei settimane è offerto nella versione tradizionale e alle erbe. Naturalmente anche le erbe che avvolgono il formaggio provengono da coltivazione biologica. La nostra raclette vallesana bio (Bio Wallis 65) proviene da Turtmann. Il formaggio per raclette maturato durante quattro mesi adempie ai requisiti AOC. Il formaggio di montagna bio («Bio Gomser 11») deve maturare tre mesi e proviene dalla Valle di Goms. Per le tisane ci vengono fornite le piante bio essiccate. Ne produciamo una tisana alla quale aggiungiamo zucchero bio.

4 Quale nuovo prodotto desidererebbe produrre di qualità biologica?

Con nostro grande piacere in autunno potremo ampliare il nostro assortimento di formaggi bio con un formaggio semiduro di latte crudo di pecora bio.

5 Come ha imparato a trasformare prodotti bio?

Il processo di maturazione è lo stesso per



Foto: Alexandre Truffer

Christophe Brinon mostra dove viene affinato il formaggio di Goms bio.

prodotti bio e per prodotti convenzionali. Per quanto riguarda le tisane siamo stati contattati dalla scuola di ingegneria vallesana che aveva scelto questo progetto con le erbe alpine. L'obiettivo è stato la valorizzazione delle piante indigene. Per un'impresa come la nostra la difficoltà principale consiste nella gestione dei flussi delle merci. Occorre assolutamente assicurare che non vengano mischiati prodotti biologici e prodotti convenzionali. Questo d'altronde è il punto centrale che gli ispettori controllano.

6 È difficile procurarsi le materie prime e gli ingredienti biologici?

Per quanto riguarda il latte non vi sono problemi. Nemmeno le piante rappresentano un problema particolare, è però necessaria una buona pianificazione per assicurare uno svolgimento senza intoppi.

7 Quali esigenze ha la sua clientela?

Lavoriamo con grossisti e grandi distributori. Sappiamo però che i consumatori tipo delle nostre tisane preferiscono consu-

mare poco zucchero e che apprezzano la genuinità e gli effetti benefici delle tisane. Per quanto attiene al formaggio esiste un röstigraben. In Svizzera tedesca i consumatori sono più interessati al marchio bio piuttosto che a AOC mentre in Svizzera romanda è esattamente il contrario.

8 Che cosa auspicherebbe da Bio Suisse o dal FiBL?

Apprezziamo il fatto che Bio Suisse in caso di necessità reagisce rapidamente. Presso i consumatori regna però tuttora confusione fra la marea di marchi.

Intervista: Alexandre Truffer

Biotruffa in Italia: coinvolto anche mais foraggero Gemma

Negli scorsi mesi le autorità italiane, bio.inspecta e Bio Suisse hanno proceduto ad ulteriori verifiche nel caso Sunny Land dalle quali è risultato: sono emerse delle irregolarità nell'importazione di una fornitura di mais foraggero Gemma. Tutta la merce bloccata in Svizzera è stata definitivamente privata del riconoscimento.

Dopo la notizia dell'arresto di diverse persone accusate di truffa, Bio Suisse il 7 dicembre 2011 aveva bloccato la vendita di tutta la merce di Sunny Land presente nei magazzini (cfr. bioattualità no. 2/12, pagina 6).

Nel frattempo Bio Suisse, in collaborazione con bio.inspecta, si è procurata diversi documenti relativi alla merce bloccata. Dato che la ditta commerciale Sunny Land aveva dichiarato il fallimento e che l'ultimo ente di controllo bio competente

aveva trasmesso tutta la documentazione alle autorità italiane incaricate di far luce sul caso, i documenti hanno dovuto in parte essere recuperati con un lungo lavoro di persuasione attraverso i servizi agricoli italiani e svizzeri.

Nuovamente controllata tutta la merce bloccata

Una volta completa la documentazione, abbiamo proceduto a controlli incrociati, vale a dire che i documenti di Sunny Land sono stati confrontati con i dati dei fornitori e degli acquirenti. Da tutte queste verifiche non sono emerse irregolarità, i documenti di entrata merci di Sunny Land corrispondevano esattamente alle stime delle quantità del raccolto e ai documenti di uscita dei fornitori e anche alla documentazione per l'importazione in Svizzera. Bio Suisse e bio.inspecta erano già sul punto di rimuovere il blocco delle vendite e di permettere la commercializzazione bio dei prodotti.

L'ipotesi che Sunny Land fosse intimidita dalle ulteriori misure di controllo di Bio Suisse e avesse rinunciato a fornire in Svizzera merce contraffatta sembrava avverarsi.

Interessato l'uno per cento delle quantità di foraggio vendute ogni anno

A metà maggio siamo poi stati informati del fatto che nell'ambito delle verifiche delle autorità italiane erano emerse irregolarità nelle forniture di granoturco destinate alla Svizzera nell'estate 2011. La truffa concerneva 643 tonnellate di mais foraggero.

Bio Suisse si è di nuovo procurata tutte le informazioni e i documenti relativi alla partita interessata e questa volta il sospetto si è confermato: per quanto riguarda il documento di entrata merci si è evidentemente trattato di un falso, infatti il fornitore indicato non aveva mai fornito direttamente mais foraggero a Sunny Land. Non è più stato possibile scoprire

da dove provenisse il mais o se si trattasse di merce conforme alle direttive Gemma, bioconforme o convenzionale. Ulteriori misure erano superflue visto che il mais era già stato consumato da tempo e che era finito per la maggior parte nelle pance di pollame Gemma. La merce di dubbia provenienza rappresenta circa l'uno per cento della quantità di foraggio bio venduta ogni anno.

Merce bloccata venduta senza Gemma

Il fatto che la truffa avesse interessato anche merce Gemma ha però avuto delle conseguenze anche per le materie prime ancora presenti di Sunny Land: tutta la merce colpita dal divieto di vendita – complessivamente quasi 1300 tonnellate di frumento, soia e panelli di soia – non hanno più potuto essere commercializzati con la Gemma anche se la documentazione

Quattro accusati si dichiarano colpevoli

L'azione giudiziaria nell'ambito della truffa ha avuto inizio il 22 maggio 2012 con la prima udienza a Verona, Italia. La procura di Verona ha condannato sette persone per truffa. Quattro imputati si sono dichiarati colpevoli per ottenere una condanna più mite. Sono stati condannati a pene detentive tra tre mesi e tre anni e quattro mesi.

L'imputato principale Luigi Marinucci, rappresentante legale della ditta Sunny Land, è in carcere dal 6 dicembre 2011. È accusato di essere coinvolto in una «organizzata associazione a delinquere finalizzata alla truffa, all'emissione di fatture e di altri documenti per operazioni inesistenti». Marinucci si è dichiarato innocente. FederBio, l'organizzazione mantello del settore bio italiano, ha promosso un'azione per risarcimento danni contro le sette persone interessate. La corte ha dato seguito alla sua istanza. Le autorità fiscali italiane nel frattempo hanno coinvolto nell'inchiesta altre persone ed altri Paesi.

IMPRESSUM

bioattualità 

 **FiBL**  **BIO SUISSE**

anno 21

Pubblicazione 10 volte all'anno (verso il 20 di ogni mese, salvo agosto e gennaio), anche in tedesco (bioaktuell) e francese (bioactualités)

Destinatari aziende di produzione e di trasformazione Bio Suisse; abbonamenti annuali Fr. 49.-, estero Fr. 56.-,

Editori Bio Suisse (Associazione mantello delle organizzazioni svizzere per l'agricoltura biologica),
Margarethenstrasse 87, CH-4053 Basilea, tel. +41 (0)61 385 96 10, fax +41 (0)61 385 96 11, www.bio-suisse.ch

FiBL, Istituto di ricerche dell'agricoltura biologica, Ackerstrasse 21, casella postale 219, CH-5070 Frick, tel. +41 (0)62 865 72 72, fax +41 (0)62 865 72 73, www.fibl.org

Redazione Stephan Jaun (Redattore capo), Petra Schwinghammer (Bio Suisse); Markus Bär (FiBL); e-mail redazione@bioattualita.ch

Traduzione Regula van den Berge, CH-6648 Minusio

Layout Daniel Gorba (FiBL)

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

Inserzione Erika Bayer, FiBL, casella postale, CH-5070 Frick, tel. +41 (0)62 865 72 00, fax +41 (0)62 865 72 73, e-mail publicita@bioattualita.ch

Abbonamenti e casa editrice Bio Suisse, editrice bioattualità, Petra Schwinghammer, Margarethenstrasse 87, CH-4053 Basilea, tel. +41 (0)61 385 96 10, e-mail editrice@bioattualita.ch



CARTOON DI BEAT SIGEL

ne sembrava in ordine. Gli importatori interessati hanno ricevuto la sgradevole notizia alla fine di luglio. Per loro la decisione ha soprattutto delle ripercussioni finanziarie. In questi casi è il fornitore che è chiamato a rispondere; presso i truffatori di Sunny Land tuttavia non ci sarà più molto da recuperare.

Nessuno è immune da truffe ...

Quali conseguenze deve trarre l'assicurazione della qualità di Bio Suisse da questo caso? È possibile impedire in avvenire imbrogli di questo tipo?

In linea di massima occorre precisare: nessun sistema, per quanto sofisticato, è in grado di impedire a qualcuno di raggararlo e di arricchirsi. Questo fatto tuttavia non deve mettere per principio in forse la fiducia nei prodotti bio. Oppure, per fare un paragone: pur non essendo il nostro denaro a prova di falsificazione e pur sapendo che sono sempre in circolazione soldi falsi, non mettiamo in dubbio l'autenticità delle banconote nel nostro borsello. Inoltre: le punizioni draconiane e le banconote sempre più a prova di falsificazione non rendono il nostro sistema monetario immune da tentativi di truffa.

... Bio Suisse però può trarre insegnamenti

Ciononostante Bio Suisse si sta occupando della questione se, e in che modo, fosse stato possibile scoprire prima il caso Sunny Land. Le prime truffe infatti sono state perpetuate dalla ditta già nel 2007.

- Bio Suisse non è in grado di risolvere il problema da sola: infatti ha accesso solo alle attività Bio Suisse delle aziende e delle imprese. Non siamo informati su quanto succede a livello dei prodotti certificati secondo l'Ordinanza bio. Ciononostante Bio Suisse viene coinvolta ogni volta che si verifica un caso di truffa visto che i prodotti bio in seguito sono generalmente messi in discussione. Una comunicazione ben funzionante tra gli enti di controllo e le autorità di sorveglianza nel settore del biologico è pertanto centrale. Anche nel caso Sunny Land le autorità a quanto sembra hanno ignorato i segnali di allarme e gli enti di controllo hanno tralasciato di trasmettere reciprocamente le informazioni critiche.
- La valutazione dei rischi di aziende, prodotti e mercati assume sempre maggiore importanza e andrebbe

pertanto raffinata e sistematizzata. In caso di situazioni critiche si potrebbero allora prevedere misure di controllo più rigorose quali ulteriori analisi per verificare la presenza di pesticidi, controlli senza preavviso, verifiche della contabilità o controlli incrociati tra aziende e enti di controllo.

- Relazioni commerciali eque - anche con fornitori all'estero: numerosi elementi delle relazioni commerciali eque sono ragionevoli e utili anche dal punto di vista dell'assicurazione della qualità: maggiore trasparenza, relazioni personali e durature nonché una determinazione dei prezzi equa hanno un effetto preventivo sulle intenzioni truffaldine. Bio Suisse inizia ancora quest'anno a metterle in atto.

Hans Ramseier, Bio Suisse

Spot pubblicitario: bio per convinzione

In soli 33 secondi il nuovo spot televisivo pone i contadini Gemma al centro – e prende un po' in giro i rappresentanti dell'industria chimica.

Bio è forte», Simon ne è convinto. Nel nuovo spot pubblicitario di Bio Suisse il figlio di contadini in saloppette blocca coraggiosamente la strada all'auto del rappresentante di prodotti agrochimici che si sta avvicinando.

Nello spot pubblicitario «Per convinzione» Simon e gli altri attori agiscono senza parole, solo nel «making-of», il filmato che ne narra la produzione, i partecipanti alla produzione si esprimono in merito al messaggio bio e al delicato compito di presentare l'impegno dei bioagricoltori in soli 33 secondi. Lo spot stesso fa a meno di dialoghi. I sottotitoli forniscono però la spiegazione nel dialetto di Olten: «Preferiamo lavorare con la natura. E la differenza si sente».

Bioagricoltore spigliato risponde picche al venditore

Come i bioagricoltori riescano a fare a meno di concimi chimici di sintesi e di sostanze ausiliarie, il filmato della durata di 33 secondi lo mostra senza parole ma con i suoni della vita quotidiana dell'azienda di Ursula e Hans Ehrensberger nelle vi-



In alto, da sinistra: Hans e Ursula Ehrensberger, Jörg Schenkel (responsabile marketing Bio Suisse) e i due collaboratori aziendali; in basso da sinistra: Flavia Müller e Sylvia Gysin (responsabili di progetto marketing-comunicazione presso Bio Suisse).

cinanze di Winterthur: il gallo canta, le mucche muggiscono, il cane abbaia, le galline schiamazzano. La pace è però con-

Lo spot, il making-of (sguardo dietro le quinte) e il diario possono essere visionati sul sito www.bio-suisse.ch/de/knospewerbung

tinuamente disturbata da rappresentanti di prodotti agrochimici incravattati, freschi di doccia, ben rasati e pettinati che cercano di convincere il contadino (interpretato da Daniel Frei) ad acquistare semente che produce mais alto tre metri, mucche ad alto rendimento dopate e prodotti per rendere sterili i campi.

Invano, infatti i concimi speciali, i turbomangimi e i diserbanti non hanno nulla a che fare con un'azienda biologica. Lo spigliato bioagricoltore con la barba di tre giorni respinge regolarmente le proposte e offre invece agli stupefatti colletti bianchi una succosa mela – un argomento che evidentemente piace.

Bel paesaggio in regalo

«La precedente campagna all'insegna della massima «Eroi della natura» aveva messo in evidenza i prodotti bio. Con il nuovo spot pubblicitario vogliamo mostrare la convinzione e la passione dei nostri produttori», così spiega Jörg Schenkel, responsabile marketing di Bio Suisse, l'orientamento della campagna. Si è ricorso al canale televisivo per rendere questo messaggio percepibile con il maggior numero di sensi possibile: «Volevamo trasmettere le emozioni, il movimento, i rumori, i colori», spiega Sylvia Gysin, responsabile del progetto di Bio Suisse. Per trasmettere direttamente la bellezza del paesaggio svizzero e il piacere di lavorare in un'azienda biologica infatti lo spot è un veicolo ideale.

Davanti a questo sfondo naturale il brevissimo filmato racconta una storia che illustra una caratteristica importante dell'agricoltura biologica, la totale rinuncia ai prodotti chimici di sintesi, con immagini facilmente comprensibili e il clou finale della dolce mela bio. La sequenza è accompagnata dal sottofondo di una vivace musette. Naturalmente la fattoria

della famiglia Ehrensberger è perfetta, il cameraman Filip Zumbunn ne è entusiasta: «Qui possiamo fare una virata di 360 gradi e troviamo sempre uno sfondo attraente – un vero regalo!»

Bioproduttori accompagnano la produzione

Occorre sottolineare che sin dall'inizio per la produzione dello spot sono stati coinvolti nel progetto sei bioagricoltori come gruppo di accompagnamento. «I bioproduttori si sono subito dichiarati disposti a collaborare; ci hanno così fornito preziosi consigli, per esempio per quanto riguarda l'abbigliamento sui campi o spiegandoci quali trappole sono impiegate per combattere i parassiti del granoturco oppure ancora quali sono i lavori da eseguire in giugno», spiega l'esperta in comunicazione Sylvia Gysin. Questa commissione di esperti contadini è rimasta coinvolta fino alla produzione del filmato e ha contribuito ad affinare i dettagli.

«Denaro impiegato in modo efficiente»

33 secondi sono un lasso di tempo brevissimo, in corrispondenza il filmato è stato montato in breve tempo. Ci si è concentrati sulle scene principali. Dal diario online emerge quanto sia impegnativo produrre un tale spot.

La produzione e la messa in onda dello spot pubblicitario rappresentano una sfida anche dal punto di vista finanziario. Sylvia Gysin sa che la base di Bio Suisse esige che il denaro sia impiegato in modo efficiente. Si è pertanto proceduto tenendo conto dei costi. La campagna inoltre è stata concepita per essere utilizzata per diversi anni: lo spot andrà in onda nelle tre lingue in primavera e in autunno sui canali della SSR e su canali privati. Affinché lo spot possa essere trasmesso più volte per la stessa somma di denaro i registi hanno prodotto una versione breve di soli 22 secondi. Infatti, che si tratti di biologico o convenzionale: in televisione ogni secondo costa.

Pieter Poldervaart

Gemma vincente anche all'estero

I licenziatari Gemma cercano nuovi canali di smercio, anche nei Paesi limitrofi. Per esempio con l'azione «Grüezi Bio» in Germania. Bio Suisse appoggia la promozione delle esportazioni di prodotti Gemma.

Il produttore di latte Gemma Marco Schmidt di Bergün GR la scorsa primavera si è recato in Germania per far degustare ai clienti bio interessati gli eccellenti prodotti a base di latte svizzeri e per informarli in merito alla provenienza e alla produzione. Anche Tobias Brülisauer di Grub AR ha promosso la Gemma svizzera in Germania: «Dapprima mi sono chiesto se avessi il diritto di far concorrenza ai miei colleghi all'estero», spiega il contadino Gemma. Che Brülisauer abbia comunque partecipato ha anche a che fare con il fatto che i prodotti Gemma si distinguono soprattutto per la qualità piuttosto che per prezzi stracciati. Sono esportati per esempio il lassi senza lattosio della latteria Biedermann (Emmi) o la mozzarella senza lattosio della Züger Frischkäse AG.

«In Germania non esistono prodotti comparabili. Si può essere vincenti solo con una qualità eccellente e con caratteristiche particolari», spiega Valérie Monnin che presso Bio Suisse è responsabile della promozione delle esportazioni nell'ambito del progetto «Grüezi Bio».

«Grüezi Bio» per la terza volta

«La promozione delle esportazioni è un punto importante della strategia di mar-

keting di Bio Suisse», osserva Valérie Monnin. Dal 2010 l'Ufficio federale dell'agricoltura (UFAG) appoggia il progetto «Grüezi Bio». Quest'anno ha avuto luogo per la terza volta con latticini Gemma delle ditte Biedermann e Züger. Concretamente i licenziatari sono sostenuti nel loro sforzo di ampliare i canali di smercio. «Per Bio Suisse è importante che i licenziatari Gemma quando esportano i loro prodotti lo facciano con il marchio Gemma sui prodotti», spiega Monnin. Bio Suisse pertanto appoggia i trasformatori nel loro intento di far conoscere la Gemma all'estero, per esempio chiedendo ai contadini Gemma di partecipare alle manifestazioni e mettendo a disposizione materiale per le bancarelle. Le degustazioni invece sono organizzate dagli esportatori stessi.

Valorizzazione della Gemma

I produttori Gemma che collaborano alle degustazioni in Germania hanno notato soprattutto l'alta densità di supermercati bio con una grande offerta e il fatto che la clientela sembra essere molto ben informata per quanto riguarda il biologico.

«I clienti tedeschi sono stati entusiasti della trasparenza della dichiarazione

dei prodotti Gemma», racconta Marco Schmidt al suo rientro da Monaco. Come contadino è stato bello sapere che i prodotti Gemma sono richiesti anche all'estero.

Petra Schwinghammer

Manor cerca prodotti regionali

Il commerciante al dettaglio Manor contrassegna con il marchio «locale» i pro-



Marco Schmidt, produttore di latte Gemma, intende pubblicizzare anche l'anno prossimo i prodotti svizzeri nei supermercati bio germanici.

Foto: freundlicher Kunde

dotti che provengono dalle vicinanze dei supermercati. Manor con questi prodotti desidera incrementare la creazione di valore locale e brevi vie di trasporto nonché offrire possibilità di smercio a piccole aziende di produzione.

La possibilità di comparire sugli scaffali di vendita è data ai prodotti innovativi e locali, Manor ha fissato una distanza in linea d'aria tra il produttore e il punto vendita di 30 chilometri. Nel caso di prodotti trasformati, la creazione di valore deve avvenire localmente nella misura del 60 per cento almeno. Viene data la preferenza ai prodotti biologici.

I produttori e le aziende di trasformazione hanno inoltre la possibilità di far degustare i loro prodotti presso le filiali Manor.

Ulteriori informazioni sul sito www.manor.ch e presso il supermercato Manor più vicino. psh

Mercato del latte: il controllo delle quantità è decisivo

La scarsità stagionale e l'aumento dei prezzi nel 2011 hanno comportato un aumento delle quantità di latte bio. Per i produttori in conversione pertanto vi sono di nuovo liste d'attesa.

Ad oltre sei milioni di chili ammon-ta in media la differenza tra l'intera quantità di latte bio prodotto in un mese in primavera e la quantità munta in luglio o in agosto. Queste forti oscillazioni stagionali rendono particolarmente difficile mantenere in equilibrio il mercato del latte bio. Questo è emerso nel 2011, quando una temporanea scarsità ha portato ad un aumento a breve termine dei prezzi e in seguito anche delle quantità. Sin dall'inizio del 2012 il mercato del latte bio è stato nuovamente confrontato con delle eccedenze. – Un duro colpo per i produttori che per le quantità declassate hanno dovuto accettare una diminuzione del prezzo di circa 40 centesimi/chilo.

La sfida sta ora nella trasparenza del mercato e nella giusta valutazione dei prezzi. Per questo motivo tutti i produttori di latte Gemma sono obbligati ad aderire

ad una delle sei organizzazioni di produttori di latte bio (OPLB) riconosciute: Pool del latte bio, Bioring Aargau, IG Bio ZMP, PMO Biedermann-Züger, Prokana, IG Bio MIBA. Al momento del controllo va presentata la corrispondente conferma. Se non dovesse essere a disposizione sono previste sanzioni che vanno fino alla privatizzazione della Gemma per la commercializzazione del latte.

OPLB si occupano dell'equilibrio del mercato

Grazie all'adesione ogni OPLB può sorvegliare lo sviluppo delle quantità. Nel quadro della negoziazione sui prezzi del latte viene considerato l'intero mercato. La visione d'insieme del mercato aiuta a prendere delle decisioni per il futuro. La scorsa primavera le OPLB hanno pertanto deciso di riattivare le liste d'attesa per il latte

di nuove aziende bio. Quando nel corso dell'anno precedente la forbice dei prezzi tra latte biologico e latte convenzionale si è allargata, alcuni produttori convenzionali hanno deciso di passare alla produzione secondo le direttive Bio Suisse.

In base alle linee guida Bio Suisse accoglie volentieri tutti i nuovi produttori, infatti al centro vi è la visione Svizzera Paese bio. Per i produttori di latte è però particolarmente importante definire le possibilità di smercio con l'acquirente o con la OPLB prima della conversione. Se le OPLB non sono in grado di predire le possibilità di commercializzazione tra due anni, l'azienda in conversione finisce su una lista. La lista si riferisce unicamente alla fornitura di latte bio, non sono invece interessati gli altri prodotti Gemma o la vendita diretta.

Magdalena Blonkiewicz, Bio Suisse

aziendagemma.ch diventa mobile

Sul sito www.aziendagemma.ch i consumatori possono trovare tutte le offerte bio in un colpo d'occhio: dal negozio in azienda attraverso il mercato settimanale o la panetteria bio fino ai ristoranti bio e ai pernottamenti in alberghi bio. È ora

Le funzioni dell'app in un colpo d'occhio

- ricerca geografica di fattorie bio, mercati settimanali, piccole industrie bio, ristoranti e offerte per il tempo libero in Svizzera
- elenco delle offerte di padrinato e di abbonamenti bio
- ampia ricerca delle parole chiave
- agenda con il calendario dei mercati bio e di altri eventi bio
- cartina con l'indicazione di tutte le offerte nelle vicinanze
- calendario stagionale di frutta e verdura
- informazioni relative ai prodotti biologici e ai marchi bio



Foto: Bio Suisse

pio se decidono spontaneamente di fare acquisti nel negozio di una fattoria bio durante un'escursione. Naturalmente l'applicazione contiene anche tutte le altre offerte di www.aziendagemma.ch come per esempio i padrinati, gli abbonamenti bio o eventi attuali.

Ecco come funziona: scaricate l'applicazione gratuita aziendagemma dall'App Store sul vostro smartphone. Le applicazioni possono essere installate su Apple e Android. Per poter approfittare delle offerte nelle vicinanze occorre attivare i servizi di localizzazione. L'applicazione contiene anche un pratico calendario stagionale di frutta e verdura: l'app indica quali ortaggi e frutti sono di stagione e quali aziende li vendono.

Flavia Müller, Bio Suisse

Con la nuova applicazione aziendagemma per smartphone trovate rapidamente tutte le offerte bio nelle vostre vicinanze anche se siete in viaggio.

disponibile anche un'applicazione per smartphone.

Le persone interessate possono pertanto cercare le offerte bio nelle vicinanze anche quando sono in viaggio, per esem-



Guadagni sicuri

In merito a squilibri e malgoverno sul mercato del latte

» Quali sono le cause dei prezzi così bassi del latte? Sono le condizioni quadro legali o è piuttosto il modo di agire illecito degli attori oppure si tratta di una combinazione delle due cause?

La situazione del mercato del latte premia gli acquirenti del latte con grassi guadagni a spese dei produttori di latte. Si muore in diversi modi: per quanto riguarda i produttori di latte il salario paritetico è un paziente in coma. In molte aziende lattiere la possibilità e il piacere di investire sono stati rinvenuti morti. In molte aziende la regolamentazione della successione ideale è data per dispersa. La combinazione dell'eccessivo carico di lavoro e di difficoltà economiche dei produttori di latte significa la morte per molti matrimoni. Numerosi produttori di latte hanno perso la capacità di essere critici. La pressione economica ha lentamente ridotto in fin di vita la libertà di esprimere apertamente l'ingiustizia.

La conseguenza ne è che molti acquirenti e funzionari del latte hanno soppresso le loro coscienze perché può guadagnare ancora di più chi ignora norme e decisioni. La PMO Biedermann-Züger ci fornisce sempre nuovi fatti a questo proposito. Il suo ultimo colpaccio, sotto la guida di Godi Siegfried, è un nuovo regolamento delle quantità. Questa volta senza consultazione, senza assemblea generale e senza statuto che prescrive la maggioranza di due terzi.

Alla radice di questo modo di agire troviamo un atto di disperazione di un tempo, quando l'ultima votazione sul regolamento delle quantità è finito in un disastro per il consiglio direttivo. Per pura avidità gli acquirenti di latte allora hanno disdetto il contratto con tutti i fornitori. Lo scopo era quello di obbligarli ad approvare il «loro» regolamento delle quantità. Una parte dei fornitori si è lasciata sottomettere perché il loro diritto al diritto era già morto. Solo il consiglio direttivo e gli acquirenti di latte da quel momento sanno quanti regolamenti delle quantità sono in vigore presso la PMO, gli altri fornitori hanno ricevuto i contratti con il vecchio regolamento delle quantità. Il diritto è stato salvato con l'aiuto di minacce di querele milionarie. Per finire: la contabi-

lità poco trasparente si addice alla direzione di questa PMO, infatti la disonestà si rispecchia nelle finanze. Perciò chiedo che sia istituito un gruppo di lavoro che faccia ordine, questa è la medicina senza effetti collaterali dannosi per il nostro paziente prezzo del latte.

Wieland Bärlocher, Freidorf TG

Cervi dominanti (non) redigono tigri di carta

In merito alla strategia della qualità del settore agroalimentare svizzero

» È dunque stata festeggiata la Carta relativa alla strategia della qualità del settore agroalimentare svizzero. 119 organizzazioni e ditte hanno aderito, fra l'altro anche l'Unione contadini, USDCR, Bio Suisse, Coop, Demeter e SKS, responsabile ne è una cerchia ristretta vicina all'UFAG.

Secondo il Consigliere federale Schneider-Ammann si tratta di una strategia del settore e non ha nemmeno destato dubbi sul suo atteggiamento positivo verso l'apertura dei mercati agricoli. Proprio per questo motivo noi bioagricoltori dovremmo però chiederci a chi serve questo documento e a chi invece nuoce. Siamo parte di questa strategia o abbiamo visioni diverse? Per qualità intendiamo la stessa cosa come i grandi distributori? Dove porta il piano di questa alleanza? La Carta sembra

un piano di pace ma è un piano strategico, un gioco di simulazione per l'apertura delle frontiere. È lo strumento per occupare un territorio. State attenti: siamo qui e comandiamo noi. Vi diciamo noi che cosa deve essere qualità, vi diciamo noi che cosa è equità e difendiamo la strategia di crescita da chi la pensa altrimenti. L'obiettivo centrale è la leadership su concetti come *sostenibilità, qualità, piacere, autenticità e naturalezza*. Si tratta di occupare dei concetti che nel contempo sono schiacciati. Raramente ho letto in una sola volta così tante formule vuote come in questa Carta sulla qualità. Attenzione però, anche una tigre di carta può mostrare i denti e i promotori non si lasceranno scappare l'occasione di conquistare nuovi mercati e di mandare avanti l'apertura del mercato e la sua leadership. Il fatto

* Le parole in corsivo sono tratte dal vocabolario della carta.

che le strategie di crescita non siano conciliabili con la sostenibilità e con più ecologia sembra interessare poco e il fatto che i contadini non possano produrre qualità a prezzo di mercato mondiale è andato perso nella lotta per il territorio. Nella Carta siamo degradati a produttori di materie prime diventando una rotellina nella logica di mercato dell'illimitata crescita economica. Noi contadini però sappiamo che non si può moltiplicare il terreno e che la nostra resistenza ha un limite. L'agricoltura e la natura pertanto non possono essere parte di questa logica.

Ulrike Minkner, bioagricoltrice, Mont-Soleil BE



Incomprensibile

In merito al taglio dei contributi per venditori diretti di bestiame da macello nelle regioni di montagna e collinari nel Canton Berna

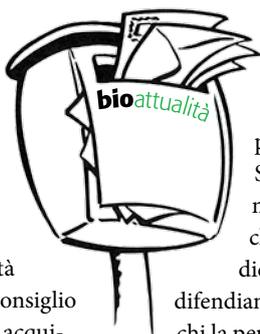
» Lodevole LANAT* Con dispiacere ho appreso che dall'1.1.2012 avete abolito i contributi per le aziende agricole nelle regioni di montagna e collinari per i venditori diretti di bestiame da macello. I contributi costituivano l'equivalente dei contributi per bestiame da macello nei mercati pubblici.

La collaborazione con macelli regionali e la vendita della carne nelle immediate vicinanze sono esemplari per quanto riguarda la creazione di valore e la sostenibilità. È pertanto incomprensibile che la promozione delle vendite di questo tipo di commercializzazione sia stata abolita. Ne approfittavano anche le aziende nelle regioni di montagna e collinari che per la loro posizione geografica sono spesso svantaggiate. Un altro fatto molto insoddisfacente: il taglio dei contributi non è stato comunicato, le aziende interessate non sono state informate. Ciò non favorisce in nessun modo la fiducia nel vostro ufficio che fa della regionalità il proprio vessillo.

Vi porgo i migliori saluti anche a nome di altri venditori diretti e spero che in futuro non vi dimentichiate di noi.

Pascal Donzé, Saicourt BE

* Ufficio per l'agricoltura e la natura LANAT, Canton Berna





Mulino e negozio Muganio: Nicoletta Zanetti davanti al suo mulino biologico.



Azienda Muganio – l'azienda biologica di Semione.

La scuola in fattoria è anche biologica

Il programma Scuola in fattoria offre agli scolari la possibilità di conoscere il mondo agricolo, partecipando in prima persona alle attività pratiche della fattoria. Un'esperienza affascinante, che non si limita però ai bambini o ai giovani di tutte le fasce di età, ma che coinvolge spesso anche i genitori e gli adulti. È quanto accade regolarmente alla fattoria «Il Mugnaio» di Semione, dove Nicoletta Zanetti offre questo servizio nella sua azienda biologica: «Sono sovente anche i grandi a sorprendersi delle attività agricole, di come si svolge una giornata in fattoria, di come si munge, di come si producono latticini, come si utilizza un rastrello o come avvengono molte altri lavori in azienda», ci racconta.

Al Mugnaio si può vivere una giornata diversa, cogliendo i principi e la filosofia del biologico. S'impara per esempio a conoscere e raccogliere le varie varietà di frutta coltivate, le erbe aromatiche o medicinali, ad accudire gli animali, a falciare i prati e a rastrellare il fieno. Per i più piccoli si promuovono pure giochi o attività da svolgere all'aria aperta e a contatto con la natura. Dopo le esaurienti spiegazioni di Nicoletta si può poi procedere a una fase culinaria, dove si sperimenta o si osserva la preparazione del pasto, rigorosamente a base di prodotti biologici. Gli ospiti possono mettere le mani in pasta nella preparazione di torte, marmellate, scirop-

pi o altri prodotti della fattoria. L'azienda garantisce dell'ottima polenta ticinese biologica, uova, insalate, sciroppi, latticini e, novità, i conigli propri.

La richiesta e l'apprezzamento di questa carne, molto sana e nostrana, ha infatti stimolato la famiglia Zanetti a creare un allevamento proprio, in modo da garantirsi la materia prima e nel contempo ridurre i trasporti e accertarsi di condizioni di detenzione consone alla specie. Nicoletta ha creato degli ampi e innovativi box, dove i conigli possono trascorrere delle giornate in sintonia alle proprie esigenze. Hanno sufficiente spazio per muoversi, per saltare, salire, scendere o nascondersi. L'alimentazione è rigorosamente biologica e comprende, oltre ai mangimi (che però vengono limitati al minimo indispensabile), pure rami, foglie e altri foraggi naturali e che i conigli tanto apprezzano. Una fonte per quest'alimento è la selva castanile che completa l'azienda «Il Mugnaio». Situata nei pressi del castello di Serravalle è stata recentemente ripristinata e liberata dall'invasione di rovi e arbusti. Oggi garantisce, oltre a un apprezzato tassello di carattere paesaggistico, pure la produzione di castagne e della sua farina con la certificazione biologica, una rarità nel nostro Ticino.

I conigli si possono osservare presso la fattoria, come ci racconta Nicoletta che gestisce il tutto con l'aiuto del figlio Fabio

e del marito Giorgio: «Non permetto comunque ai bambini di toccare e giocare con gli animali; si tratta di un provvedimento a favore della loro tranquillità ma pure per evitare il diffondersi di malattie». Gli altri animali che soggiornano nell'infrastruttura, situata sul versante destro della bassa Valle di Blenio, sono galline, polli e capre, che garantiscono la produzione di uova, carne e latticini quali formaggi, formaggini e altre specialità. L'allevamento caprino è sempre stato parte dell'azienda che sin dalla sua nascita ha aderito al biologico e nel 2001 si è trasferita nell'attuale sede di Semione. Sono circa trenta le capre che troviamo in stalla nel periodo invernale, quando hanno a disposizione una stabulazione libera: «Abbiamo sempre allevato le capre in piena libertà, rinunciando ad attaccarle quando ancora non esisteva il bio o altri programmi etologici», racconta Nicoletta. In seguito l'attività si è differenziata cercando valide e stuzzicante alternative con altri animali, con la scuola in fattoria, con la selva castanile e con la trasformazione in azienda di diversi prodotti.

Un fiore all'occhiello de «Il Mugnaio» è il mulino installato presso la fattoria che permette la macinatura del grano in loco. Nicoletta elabora regolarmente farine di granoturco, castagne, spelta e altri cereali, che poi vende nel suo piccolo ma ricco negozio, oppure cucina assieme ai suoi ospiti per una giornata all'insegna del biologico. Per vivere quest'esperienza è sempre necessario annunciarsi poiché la famiglia Zanetti possa organizzare un bel programma e poiché, come ricorda Nicoletta: «non si tratta di un ristorante, vogliamo offrire qualcosa di diverso nel settore dell'agricoltura biologica». es

Come allevare conigli biologici

Fino al numero di tre animali adulti un allevamento di conigli viene considerato come hobby. L'azienda bio deve comunque rispettare tutte le esigenze della Legge sulla protezione degli animali (Lpan), ma non quelle specifiche riguardanti le registrazioni e le direttive del biologico. Chi avesse un numero maggiore di conigli e vuole allevarli secondo le direttive bio è invece chiamato a seguire alcune norme che vanno oltre a quelle stabilite dalla Lpan. Esse corrispondono alle prescrizioni per il programma etologico Ssra (Sistemi stabulazione rispettosi della specie). Le stalle devono disporre di sufficiente illuminazione e dev'esserci un luogo riparato per le madri e i giovani conigli, dove si possano rintanare e separare dal resto del gruppo. La mamma deve inoltre avere sufficiente spazio e materiale per costruire il nido in prossimità del parto. Oltre alle dimensioni minime fissate dalle direttive, dev'esserci pure un'area con abbondante stame e una superficie sopraelevata, rispetto alla superficie al suolo, di almeno venti centimetri e di dimensioni tali da consentire agli animali di sdraiarsi con il corpo totalmente disteso.

Bio Suisse non ammette inoltre la detenzione singola di conigli, che devono invece formare dei gruppi comprendenti la mamma e i piccoli fino al momento dello svezzamento. I giovani conigli oltre i 60 giorni possono poi essere raggruppati in una struttura con al massimo 15 animali.



Fotos: Elia Stambanoni

I conigli devono avere sufficiente spazio per alzarsi sulle due zampe.

La provenienza degli animali dev'essere da aziende biologiche (Bio Gemma per Bio Suisse) ad eccezione degli animali per hobby e dei maschi per l'accoppiamento. La castrazione dei giovani animali è inoltre proibita da Bio Suisse, mentre la

somministrazione preventiva di medicinali, antibiotici e altri preparati sintetici e chimici è sicuramente vietata.

Le esigenze in materia di foraggio sono simili alle altre specie animali e prevedono il divieto di somministrare Organismi geneticamente modificati (Ogm) tramite i mangimi. I conigli devono avere giornalmente del foraggio grezzo a disposizione e gli eventuali sali minerali devono essere ammessi da Bio Suisse (secondo le liste in vigore). Per Bio Suisse valgono inoltre ulteriori regole: almeno il 90% della razione dev'essere foraggio certificato Gemma e tutto il foraggio dev'essere a base esclusivamente vegetale. La presenza di rami, legni, pannocchie, fieno, paglia o altri oggetti da mordere è inoltre strettamente obbligatoria, come la presenza permanente d'acqua.

es



I conigli devono avere sempre a disposizione foraggio grezzo e oggetti da mordere.

Approfondimenti e informazioni dettagliate

<http://www4.ti.ch/dss/dsp/uvc/animali/conigli>
(Manuale controllo e Lpan)

www.admin.ch/ch/i/rs/910_132_4/index.html
(Ordinanza sui programmi etologici)

<http://www.bio-suisse.ch/it/direttiveprescrizioni4.php>
(direttive Bio Suisse)

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

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

D' ATTUALITÀ

Paglia: raccolta 2012, tutte le varietà, BIO e convenzionale
Grano pianta intera BIO: disidratato e pellettato, foraggio grossolano ricco di amido e di fibra, contenuto comparabile con pellets di mais pianta intera

ORDINARE ORA!

Fettucce di barbabietole BIO: insilato in balle o essiccate e pellettate
Prodotti di mais BIO

DI SOLITA QUALITÀ SUPERLATIVA:

Fieno BIO: tutte le varietà e qualità!

Fieno di erba medica BIO: contenuto di PG selezionabile (di 4° al 6° taglio)

Pellets di erba medica disidratata BIO: p.e. power pellets > 20% di PG

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



Già pensare al foraggiamento invernale!

bioattualità



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

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

Nome

Cognome

Indirizzo

CAP/Luogo

Data

Firma

Si prega di inviare a Bio Suisse, editrice bioattualità, Margarethenstrasse 87, CH-4053 Basilea, Fax +41 (0)61 385 96 11, e-mail editrice@bioattualita.ch

BIO