

BIO SUISSE RAPPORTO ANNUALE 2007



BIO SUISSE Associazione svizzera delle organizzazioni per l'agricoltura biologica
Margarethenstrasse 87, CH-4053 Basilea
Tel. 061 385 96 10, fax 061 385 96 11
bio@bio-suisse.ch, www.bio-suisse.ch
Stampa con indicazione della fonte

Mercato bio svizzero

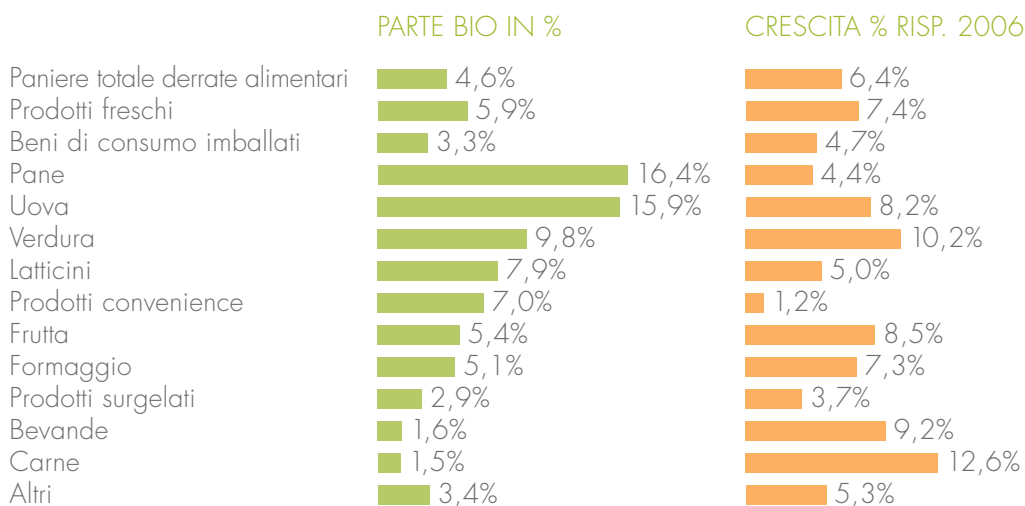
NUOVO BOOM DEL BIOLOGICO

Nel 2007 sul mercato mondiale i prezzi dei prodotti agricoli in calo da decenni dovrebbero aver raggiunto il fondo. Le scorte mondiali, p.es. di cereali o di latte in polvere sono diventate scarse. Grazie a un boom del biologico in numerosi Paesi vi è stata una forte richiesta di prodotti bio e i licenziatari Gemma hanno dovuto impegnarsi per reperire merce. Mentre nell'anno precedente la promozione dello smercio dei prodotti indigeni e il mantenimento dei prezzi in calo avevano la massima priorità, si è aggiunta ora anche la preoccupazione di assicurarsi sufficiente merce sicura per la trasformazione e il commercio. Grazie alla grande attenzione di Bio Suisse e dei suoi partner si sono però potuti scoprire imbrogli e impedire scandali.

Nel 2007 i bioproduttori in Svizzera si sono visti confrontati con le bizze meteorologiche. Ne sono risultati una forte incidenza di malattie, la crescita sfavorevole delle colture e lo spostamento della stagione in avanti.

Si sono invece rivelati oltremodo positivi gli sviluppi nel mercato bio svizzero. Complessivamente sono stati venduti prodotti bio per 1,295 miliardi di franchi, il 7,7% in più dell'anno precedente (a titolo di paragone: derrate alimentari convenzionali +3%). Soprattutto i prodotti freschi molto importanti per i produttori svizzeri hanno segnato una crescita sovraproporzionale. Tutti i canali di vendita hanno registrato una crescita impressionante: primi fra tutti i venditori diretti (+12%) seguiti dal commercio specializzato con il 10%. Anche Coop, il più importante partner di Bio Suisse, che smercia circa la metà dei prodotti bio, ha registrato una crescita superiore alla media. Solo Migros è rimasta sotto alla media con una crescita del 3,5%.

Percentuali bio in base al valore per il 2007



Il presente grafico si basa sulle cifre della GfK/IHA e comprende il commercio al dettaglio escl. il commercio specializzato e i venditori diretti.



Editorial

SBOCCIANO NUOVE LINEE GUIDA

Da oltre un anno stiamo lavorando alle nuove linee guida. Esse dovranno indicarci la via da seguire in futuro e delineare le priorità strategiche di Bio Suisse. La scelta dell'indirizzo da perseguire spetterà all'assemblea dei delegati nella primavera 2008. Sin dall'inizio abbiamo voluto promuovere un ampio dibattito sulle linee guida. Per me è segno di grande forza il fatto di aver avuto coraggio di discutere tutte le possibilità apertamente e senza timori. Per la prima volta nell'associazione abbiamo discusso tramite una piattaforma internet – abbiamo dovuto dapprima abituarci a questo nuovo mezzo di comunicazione che ha però avuto il pregio di permettere la partecipazione alla discussione di numerose persone in tutto il Paese nel momento a loro più opportuno. Non abbiamo però rinunciato alle forme di comunicazione tradizionali: si è discusso e dibattuto molto in occasione di diverse conferenze dei presidenti, nelle organizzazioni associate e infine alla conferenza per il futuro nel marzo 2007. Il gruppo di progetto ha continuamente riassunto e distillato le numerose idee, riflessioni e proposte che ne sono risultate e ha elaborato tre varianti. Ora siamo ansiosi di sapere quale direzione ci indicheranno le nuove linee guida per il futuro.

Regina Fuhrer, bioagricoltrice
e presidente Bio Suisse



Assicurazione qualità e rilascio del marchio AMMESSI PIÙ ENTI DI CERTIFICAZIONE

Per la seconda volta i prodotti Gemma sono stati sottoposti a un test della qualità. Di 90 prodotti inoltrati – latticini, gelati e biscotteria – 30 sono stati premiati, 3 hanno ottenuto un premio speciale. La premiazione è stata celebrata ben in vista sul grande palco in occasione del Bio Marché a Zofingen.

Nell'autunno 2007 l'ormai vetusta banca dati è stata sostituita dal programma e-Cert. Il nuovo sistema funziona ma presenta ancora alcuni difetti che rendono più difficoltoso il lavoro e che saranno man mano eliminati. Ringraziamo sentitamente tutti i collaboratori che hanno investito tanto tempo e pazienza durante la fase introduttiva. Bio Suisse dispone ora con e-Cert di uno strumento atto ad affrontare i futuri sviluppi. I servizi per i nostri clienti potranno così essere ampliati.

La decisione dell'assemblea dei delegati di aprire la certificazione è stata messa in atto. Sono stati ammessi tre enti di certificazione: per il settore agricoltura bio.inspecta e Bio Test Agro, per il settore trasformazione/commercio bio.inspecta e l'istituto per ecologia di mercato. Gli enti di certificazione, oltre il contratto, devono rispettare criteri di ammissione. A partire dal 2008 i riconoscimenti Gemma delle aziende agricole saranno rilasciati direttamente da Bio Suisse. Finora questo compito era esternalizzato all'unico ente di certificazione bio.inspecta.

Nel 2007 Bio Suisse si è impegnata con successo per adeguamenti praticabili nell'Ordinanza Bio. Pur non essendo contestato l'obiettivo del foraggiamento bio al 100%, si tratta di imboccare una via praticabile per le aziende. Anche nel controllo di macelli e del commercio di bestiame da reddito sono state trovate buone soluzioni.

Marketing I NOSTRI PRODOTTI – I NOSTRI EROI

Con il nuovo posizionamento della Gemma in direzione «Sapore, piacere e autenticità», la Gemma si è orientata verso il crescente gruppo dei «gaudenti». Questi clienti nel linguaggio del marketing sono chiamati «LOHAS», persone che amano il piacere nella consapevolezza della salute e che tuttavia agiscono in modo rispettoso dell'ambiente, e che quindi sono potenziali clienti di prodotti bio. Dalla primavera 2007 la campagna «Eroi della natura» nella pubblicità e nella promozione delle vendite mira proprio a queste persone. I prodotti bio sono al centro. Essi rappresentano qualità e invogliano ad addentarli. Lo slogan «Gemma bio – riporta il gusto in tavola» promette un'esperienza eccezionale non solo qualitativa ma anche per quanto riguarda il sapore.

La nuova campagna non si limita solo alla pubblicità. Bio Suisse sfrutta coerentemente l'intera catena di creazione del valore aggiunto per mostrare ai consumatori perché i prodotti Gemma mantengono queste promesse. Nei mezzi pubblicitari e sugli imballaggi riprendiamo questo concetto e spieghiamo i vantaggi dei prodotti bio in modo chiaro e comprensibile. Nel punto vendita cerchiamo il contatto con i clienti: con la cosiddetta roadshow – una specie di fiera mobile su strada – o con degustazioni e informazioni direttamente nei negozi e nelle aziende. I produttori sono pilastri oltremodo importanti. Con il loro impegno danno ai prodotti un viso, trasmettono fiducia e genuinità. Grazie a tutti coloro che hanno partecipato! L'obiettivo è, convincere soprattutto i consumatori irregolari di prodotti bio ad acquistare più prodotti Gemma. Questi consumatori acquistano prodotti bio nella misura tra l'1 e il 20 per cento ma rappresentano oltre tre quarti dell'intera cifra d'affari conseguita con prodotti bio: un grande potenziale per la Gemma. Portando avanti coerentemente la strategia di marketing e di comunicazione vogliamo sfruttare questa opportunità per rafforzare ulteriormente la crescita della cifra d'affari bio.





Bilancio e conto economico Bio Suisse 2007

STRETTA LA CINGHIA

Per la seconda volta di seguito le entrate Bio Suisse hanno accusato una sensibile flessione. Da 7,9 milioni di franchi nel 2005 a 7,2 milioni di franchi nel 2007. Ciononostante il conto chiude con un saldo attivo di quasi 40 000 franchi. Questo è stato possibile solo grazie a misure di contenimento a tutti i livelli. Sia le spese per il personale che le spese d'esercizio sono state ridotte in modo da permettere di mantenere le priorità e di fornire le prestazioni necessarie.

La riduzione delle entrate è dovuta in minor parte al calo di produttori Gemma e in misura maggiore alla diminuzione delle tasse di licenza, nonostante la crescita del mercato. Il calo è da ricondurre a un sistema di tasse di licenza complesso, intrasparente e non più in grado di far fronte allo sviluppo sul mercato (concentrazioni, divisione del lavoro). Dopo oltre dieci anni Bio Suisse ha quindi adeguato le tariffe e fortemente semplificato il sistema. Vale ora un'aliquota unitaria dello 0,9% applicata in modo simile all'imposta sul valore aggiunto. Per il 2008 l'assemblea dei delegati ha inoltre deciso un aumento della quota associativa di dieci franchi in media per azienda.

Per quanto riguarda le uscite, 0,727 milioni di franchi sono stati investiti per il lavoro associativo e politico incl. la formazione, 3,264 milioni per il marketing incl. coordinamento del mercato, incremento dello smercio e pubblicità Gemma, 1,715 per l'assicurazione della qualità/rilascio del marchio e 1,231 milioni per l'amministrazione.

Nell'ambito dell'attuazione della riforma delle strutture il consiglio direttivo ha emanato un regolamento nel quale sono disciplinati i processi di pianificazione e di formazione del bilancio. Oltre a un rigoroso scadenziario e a una chiara attribuzione delle competenze, a partire dal 2008 saranno introdotti una nuova struttura orientata alle prestazioni di Bio Suisse e un nuovo piano contabile.

BILANCIO AL 31 DICEMBRE 2007

Attivo	Total CHF
Attivo circolante	
Liquidità	3 013 202.65
Crediti	277 281.05
Stock di merci	80 000.00
Ratei attivi	565 926.49
Totale attivo circolante	3 936 410.19
Capitale fisso	
Partecipazioni	1.00
Beni mobili, impianti informatici	214 000.00
Investimenti finanziari	523 617.00
Totale capitale fisso	737 618.00
Totale attivo	4 674 028.19
Passivo	
Capitale di terzi	
Capitale di terzi a breve termine	835 610.56
Fondo (capitale di terzi a breve termine)	963 431.78
Accantonamenti e riserve	829 100.00
Ratei passivi	343 378.56
Totale capitale di terzi	2 971 520.90
Capitale proprio	1 662 730.80
Totale passivo	4 634 251.70
Utile	39 776.49

CONTO ECONOMICO DAL 1° GENNAIO AL 31 DICEMBRE 2007

Costi	Total CHF
Marketing	1 752 772.67
Costi merci	393 174.63
Spese per il personale	2 925 935.85
Costi esterni	559 204.56
Oneri finanziari	2 817.98
Ammortamenti	205 406.00
Costi d'esercizio	555 089.89
Prestazioni di terzi	543 049.26
Costi neutri (riduzione dell'imposta precedente)	229 541.60
Totale costi	7 166 992.44
Ricavi	
Contributi annuali produttori incl. PSL	2 028 568.05
Tasse di licenza	3 782 604.42
Contributi federali promozione dello smercio, UFFT	750 293.00
Vendita materiale	185 503.78
Terzi, offerte, onorari, ammonimenti	281 279.57
Riconoscimenti all'estero	90 746.01
Provento degli interessi, profitto sui cambi	69 978.55
Ricavi neutri	17 795.55
Total ricavi	7 206 768.93
Utile	39 776.49



Associazione

PROFILARSI VERSO L'INTERNO E L'ESTERNO

La PA 2011 decisa dal Parlamento comporta modifiche delle condizioni quadro anche per i bioproduttori. La questione della globalità aziendale, per la quale Bio Suisse – molto ascoltata a livello di opinione pubblica – si è impegnata, è stata discussa con fervore. Pur avendo avuto luogo un certo ammorbidimento di Bio federale (per la Gemma rimane in vigore il principio della globalità aziendale), il principio è stato mantenuto e si è potuto evitare il peggio. Gli oppositori non sono riusciti a introdurre la campicoltura bio a particelle da loro auspicata. Altre modifiche specifiche del biologico concernono il foraggiamento dei ruminanti bio al 100%, un adeguamento al Regolamento bio UE da parte della Confederazione che preoccupa soprattutto le regioni di montagna. Grazie all'impegno comune dell'associazione e di iniziative della base è stato possibile ottenere alcune agevolazioni. La suddivisione del programma URA in «pascolo» e «area di uscita» ha potuto essere impedita grazie alla linea comune adottata tra l'altro dall'Alleanza agricola di cui Bio Suisse è membro promotore.

Una spina nel fianco per Bio Suisse sono la coltivazione degli agrocarburi (spesso chiamati scandalosamente biocarburanti) prodotti in modo non sostenibile dal punto di vista ecologico e sociale e gli esperimenti OGM all'aperto presso gli istituti di ricerca. Bio Suisse vorrebbe che fossero studiati tutti i rischi della coesistenza e le questioni relative alla responsabilità al posto della tecnologia di coltivazione.

L'incremento della biodiversità è una vecchia preoccupazione dei bioproduttori. Bio Suisse collabora già da tempo con Pro Specie Rara per il mantenimento di varietà colturali e razze. Il progetto agricoltura rispettosa degli animali selvatici, promosso in comune da Bio Suisse e PI e attuato da FiBL e dalla stazione ornitologica di Sempach offre nuovi impulsi per interconnettere spazi vitali. Bio Suisse inoltre sostiene attivamente l'iniziativa per il paesaggio.



Domande e osservazioni vanno rivolte a
BIO SUISSE Associazione svizzera delle organizzazioni
per l'agricoltura biologica
Margarethenstrasse 87, CH-4053 Basilea
Tel. 061 385 96 10, fax 061 385 96 11
bio@bio-suisse.ch, www.bio-suisse.ch
Stampa con indicazione della fonte



Martin Ott, bioagricoltore, consiglio direttivo Bio Suisse

Formazione

L'AGRICOLTURA BIOLOGICA NECESSITA DI UNA FORMAZIONE PROFESSIONALE

L'agricoltura biologica professionale necessita di numerose conoscenze specifiche.

Bio Suisse auspica pertanto già da tempo di poter offrire ai futuri bioagricoltori una formazione adeguata con un titolo professionale riconosciuto dalla Confederazione. Bio Suisse ha affidato questo impegnativo compito all'ufficio formazione del segretariato centrale.

Nel 2004 Bio Suisse, Demeter e l'Istituto di ricerca sull'agricoltura biologica FiBL hanno creato con l'appoggio del fondo Coop Naturaplan un corso pilota per futuri bioagricoltori. Nei primi due anni la scuola bio non disponeva di una sede fissa ed è stata ospitata dai Cantoni Basilea-Campagna, Argovia e Lucerna. Il curriculum fa parte della classica formazione in agricoltura della durata di tre anni con specializzazione in agricoltura biologica nel terzo anno di tirocinio. Il corso affronta in modo approfondito e intenso i vari aspetti della professione del bioagricoltore e delle basi vitali naturali. Dopo due anni di tirocinio e dopo aver superato gli esami finali gli apprendisti iniziano un terzo anno di tirocinio presso un'azienda biologica frequentando corsi a blocchi.

Nel 2007 è terminato con successo il terzo corso pilota. Il nuovo anno scolastico ha visto il trasferimento della scuola all'istituto Bio Schwand a Münsingen (BE). La nuova classe inizia con 18 partecipanti di cui 14 provenienti da una formazione biodinamica. La responsabilità della parte scolastica è assunta da Inforama Rütli. Bio Suisse è responsabile delle decisioni strategiche. L'ufficio formazione del segretariato centrale si impegna anche in avvenire per il titolo proprio «agricoltore con specializzazione in agricoltura biologica AFC». Purtroppo l'anno scorso è andato perso nell'ambito di una riforma della formazione – nonostante il grande impegno presso le autorità competenti. Ciononostante il nostro impegno ha dato frutti: sia Plantahof che Strickhof nel frattempo hanno sviluppato corsi bio innovativi in cui si lavora agli impulsi di base dell'agricoltura biologica in progetti interrelati. Bio Suisse accompagna e promuove questi progetti.