

BIO SUISSE  
RAPPORTO ANNUALE 2010



Foto: Reto Bergmann



Foto: Marion Nitsch

## VALORI

Editoriale

### La biodiversità è racchiusa in ogni prodotto Gemma



Foto: Bea Weimann

Regina Fuhrer, presidente di Bio Suisse

Da sempre noi bioagricoltori ci impegnamo per la molteplicità delle specie. Siamo per così dire gli specialisti della promozione della pedofauna e degli organismi utili – dei numerosi piccoli aiutanti della gestione sostenibile – e li incrementiamo con superfici di compensazione ecologica superiori alla media nelle nostre aziende. È pertanto coerente che Bio Suisse nell'anno ufficiale della biodiversità abbia fatto del tema della varietà delle forme di vita la sua bandiera. L'associazione l'ha affrontato in modo «molteplice». Da maggio a settembre, nell'ambito del progetto «Giornate delle aziende bio aperte», 52 delle nostre aziende Gemma hanno aperto le porte e i campi accogliendo quasi 8'000 visitatori. Piccoli e grandi hanno potuto vedere, ascoltare, toccare, assaporare e capire il biologico e la biodiversità. Le famiglie contadine hanno mostrato che bio non è «solo» rinunciare alla chimica. L'agricoltura biologica promuove la crescita naturale di piante e animali da reddito. L'ulteriore sviluppo è l'obiettivo del nostro nuovo progetto per la promozione della biodiversità nelle

aziende Gemma. Abbiamo dato l'avvio nel 2010, il progetto durerà tre anni. Grazie a una consulenza professionale, circa 60 aziende potranno scoprire come promuovere in modo sostenibile la molteplicità della natura nell'azienda Gemma. La realizzazione di questo progetto è sostenuta fra l'altro con contributi per la semente e le piantine. L'Istituto di ricerca dell'agricoltura biologica, SVS Birdlife Svizzera e il Fondo Coop per lo sviluppo sostenibile ci appoggiano nel nostro intento. L'obiettivo del terzo progetto per la biodiversità è fare ancora di più per la biodiversità: nel 2010 il consiglio direttivo, le commissioni e il segretariato centrale di Bio Suisse hanno creato le basi per nuove direttive per la biodiversità. Ci sarebbero altri esempi di quanto Bio Suisse si sviluppa ulteriormente, di continuo e in modo «molteplice». L'organizzazione entra nel trentesimo anno della sua esistenza. Per dieci anni in qualità di presidente ho potuto contribuire a determinare e a condividere questi sviluppi e ne sono grata. Sono convinta: il campo di Bio Suisse, il nostro movimento, è ben coltivato.

Direttive per la biodiversità

### Direttive pratiche per la biodiversità

Bio Suisse ha iniziato a rielaborare le direttive in modo da garantire un elevato standard della biodiversità delle aziende Gemma. Ciò rende possibile una migliore comunicazione delle indiscusse prestazioni a favore della biodiversità dell'agricoltura biologica. Il consiglio direttivo e la commissione del marchio produzione hanno approvato una bozza della modifica delle direttive. In seguito sono stati considerati i diversi tipi di azienda e la pratica. Tutte le commissioni di esperti di Bio Suisse hanno contribuito a sviluppare ulteriormente la proposta. 70 aziende hanno potuto esaminare un catalogo di misure nell'ambito di un esperimento pratico e presentare proposte di miglioramento. All'AD di novembre il segretario centrale ha presentato il progetto di direttive. Nel mese di aprile 2011 i delegati saranno chiamati a votare in merito.

Equità e commercio

### Relazioni commerciali eque come valore

Nell'aprile 2010 i delegati si sono espressi a favore di relazioni commerciali eque. La corrispondente nuova direttiva ha dato il via a diversi workshop e sondaggi per definire infine degli strumenti di attuazione. L'equità va continuamente migliorata nella catena di creazione di valore aggiunto bio in Svizzera. Per l'elaborazione di un codice di condotta, Bio Suisse ha coinvolto attivamente la trasformazione, il commercio e la tutela dei consumatori. Una decisione definitiva dei delegati in merito all'attuazione è prevista nel 2012.



Foto: Marion Nitsch

Foto: Flavia Müller, Bio Suisse

Sapore e piacere

## Ulteriore aumento della notorietà

La comunicazione di Bio Suisse orientata al sapore e al piacere ha prodotto i suoi effetti anche nel 2010. Attualmente il 66% dei consumatori conosce la Gemma. È pertanto di gran lunga il marchio bio indipendente più forte. Bio Suisse non ha solo consolidato ad un elevato livello la notorietà, bensì anche la fiducia nella Gemma. Oltre l'80% degli svizzeri ritiene che, riferiti alla Gemma, gli attributi «naturale e rispettoso dell'ambiente», «garantito bio» e «controllato, certificato» siano pertinenti. Inoltre i consumatori percepiscono anche gli sforzi dei produttori e dei trasformatori di produrre buoni alimenti sia dal punto di vista del sapore che da quello della qualità. Oltre due terzi valuta positivamente questi aspetti.



Quasi 7 consumatori svizzeri su 10 conoscono la Gemma.

Gemma e media

## Promozione accurata dell'immagine

Il fatto che bio goda di un crescente consenso ha influito anche sulle continue richieste dei media. L'interesse dei media è stato incrementato in modo attivo per esempio grazie alla conferenza annuale per i media nonché azioni di grande effetto sul pubblico come il conferimento del premio di incoraggiamento Bio Suisse o l'appoggio PR alla «carovana della semente» con Swissaid. Comunicati stampa

diversificati e articoli specialistici relativi ai temi del lavoro dell'associazione, del contesto di mercato o della produzione biologica nonché regolari prese di posizione in merito agli avvenimenti nell'ambito agropolitico hanno registrato un interesse sempre maggiore appoggiando pertanto anche la biooffensiva.

Campagna e riscontri

## Biodiversità conferisce profilo

Le «Giornate delle aziende bio aperte» nell'ambito del progetto per la promozione della biodiversità nelle aziende Gemma tra maggio e settembre hanno avuto un riscontro ampio e positivo soprattutto da parte dei media locali ma anche nella stampa nazionale. L'azione sostenuta da Coop e dall'Istituto di ricerca dell'agricoltura biologica FiBL in tutte le regioni della Svizzera ha avvicinato molte persone a Bio Suisse e all'agricoltura biologica contribuendo ad aumentare il grado di notorietà della Gemma.

Formazione e consulenza

## Valori per il futuro rafforzati

Per poter crescere in modo duraturo l'agricoltura biologica necessita di produttori Gemma competenti e di organizzazioni associate impegnate. Bio Suisse con il modello del corso pilota «scuola bio» ha influenzato la riforma della formazione agricola. Gli apprendisti possono seguire una formazione agricola con orientamento in agricoltura biologica. Purtroppo l'obiettivo di un titolo professionale federale «bioagricoltore» non è ancora stato raggiunto. Nel 2010 Bio Suisse ha inoltre appoggiato con 396'124 franchi progetti di

promozione e di consulenza delle organizzazioni associate.

Controlli successivi e residui

## Preziosi controlli dei residui

Bio Suisse ha trattato 70 casi di residui in prodotti Gemma. Nella maggior parte dei casi si è trattato di tracce di residui provenienti da contaminazioni trasversali involontarie,

«Nessun residuo di pesticidi non ammessi è il risultato di una campagna sistematica di controllo dei cereali eseguita nel 2010.»

solo in alcuni casi sono state riscontrate violazioni delle direttive. In un caso il titolare di un magazzino in Italia è stato privato del riconoscimento avendo fumigato illecitamente cereali. In occasione di una campagna sistematica di controllo dei cereali, Bio Suisse e gli enti di controllo non hanno fortunatamente trovato residui di pesticidi non ammessi.



Foto: Bio Suisse

La maggior parte delle tracce di residui proviene da contaminazioni trasversali involontarie.



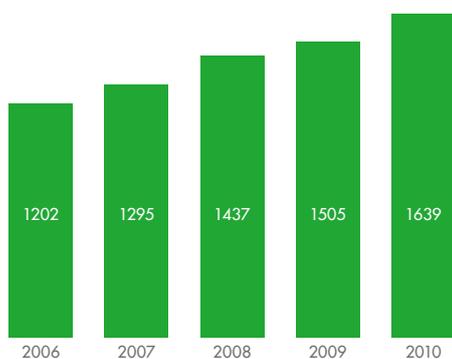
## COMMERCIO

### Sviluppo del mercato

## Fatturato e quote di mercato in crescita

A livello di commercio al dettaglio il mercato bio si è sviluppato in modo molto dinamico anche nel 2010. Il fatturato è aumentato del 6,1% a 1'639 milioni di franchi. La nuova linea bio di Migros e le corrispondenti attività hanno portato, con una crescita superiore alla media del 14%, a 416 mio. di franchi. Anche Coop, attiva come sempre, ha aumentato la cifra d'affari del 4,7% rimanendo con 800 mio. di franchi il più grande offerente di prodotti bio in Svizzera. Globus e Manor hanno riconosciuto a loro volta l'attrattiva del mercato bio. Ambedue hanno registrato una forte crescita grazie al lancio di nuovi prodotti e alla rielaborazione dell'offerta. Pure per i venditori diretti di prodotti bio la crescita è stata superiore alla media.

Sul mercato delle derrate alimentari i prodotti bio hanno raggiunto una quota del 5,7%. Tutte le categorie di prodotti hanno registrato un aumento. Particolarmente rallegrante è la crescita per la terza volta di seguito in Svizzera romanda. La vendita di prodotti freschi è aumentata del 6,3% raggiungendo una quota di mercato del 7,4%. La crescita registra-



Mercato bio in Svizzera dal 2006 al 2010. Cifra d'affari totale in mio. di franchi.



Anche nel settore della gastronomia i prodotti Gemma sono sempre più apprezzati.

ta nel settore dei prodotti già pronti mostra che bio si sta affermando in un contesto più ampio. Con quasi il 18% il pane fresco e le uova presentano la quota di mercato più grande.

### Commercio specializzato in prodotti bio

## Affrontare in modo professionale i problemi strutturali

Il commercio specializzato in prodotti bio, molto importante per Bio Suisse, si è purtroppo visto confrontato con un calo del fatturato di 30 mio. di franchi pari al 13%. La diminuzione è da ricondurre anche a problemi strutturali: gli assortimenti sono troppo simili a quelli delle catene di negozi al dettaglio; il prezzo per prodotti paragonabili supera spesso la soglia di accettazione dei consumatori. Anche fattori come orari di apertura dei negozi meno lunghi o posizioni meno favorevoli si ripercuotono

negativamente. Negli scorsi anni le fusioni e il riorientamento nel commercio bio all'ingrosso hanno reso la situazione ancora più difficile. Singoli esempi positivi mostrano però anche che il commercio specializzato in prodotti bio può senz'altro distinguersi positivamente e conseguire successi economici con valori come regionalità, sicurezza e consulenza competente.

### Importazioni

## La Gemma definisce norme d'importazione

Ogni prodotto Gemma importato necessita di un'autorizzazione di dichiarazione di Bio Suisse. Il riconoscimento Gemma viene conferito ai prodotti esteri solo se adempiono le direttive e se corrispondono alla politica di importazione di Bio Suisse. Per esempio non devono competere con la produzione indigena e i trasporti per via aerea sono vietati. Nel 2010 sono state inoltrate a Bio Suisse 1'831 richieste di valutazione dell'equivalenza alle direttive Gemma

«L'insufficiente approvvigionamento con prodotti Gemma indigeni è il motivo principale dell'aumento delle domande di importazione a 1'831.»

di aziende all'estero. Ne sono state approvate 1'690, circa 200 in più rispetto all'anno precedente. La maggior parte delle domande proveniva dall'Europa. I prodotti maggiormente importati sono stati cereali, frutta e verdura. Il motivo principale delle importazioni è stata la produzione quantitativamente o stagionalmente insufficiente dei rispettivi prodotti svizzeri Gemma. Bio Suisse ammette l'importazione di prodotti freschi da oltremare – ad eccezione di kiwi e arance – solo se per motivi climatici non possono essere coltivati in Europa.



Foto: Stephan Jaun, Bio Suisse



Foto: Flavia Müller, Bio Suisse

## TRASFORMAZIONE

Licenziatari

### Progressi nel trasferimento del sapere e nella gastronomia

Nel 2010 Bio Suisse, assieme a Demeter, all'Istituto di ricerca dell'agricoltura biologica (FiBL) e all'organizzazione di controllo bio.inspecta ha svolto una «giornata dei trasformatori» aperta sia ai licenziatari Gemma che ad altri trasformatori bio. Questa giornata ha offerto un'utile piattaforma per il trasferimento del sapere. Con 776 licenziatari nel 2010 il numero si situa pressoché nella media degli scorsi anni. Il modello Cucina con prodotti Gemma introdotto nel 2009 si è dimostrato un successo nel 2010. Il numero di titolari del marchio nella gastronomia è per la prima volta nuovamente cresciuto e Compass Group, un grande protagonista nel mercato della ristorazione collettiva, offre ora prodotti Gemma.



Foto: Thomas Altéadli

Con il rilascio della Gemma Gourmet Bio Suisse promuove la qualità della trasformazione.

Nuovi prodotti Gemma

### Trasformatori Gemma innovativi

Il segretariato centrale di Bio Suisse valuta la conformità con la Gemma dei prodotti trasformati. Ogni nuovo prodotto Gemma e ogni prodotto Gemma con una nuova ricetta viene sottoposto all'esame di Bio Suisse

«Nel 2010 sono stati inoltrati 1'178 nuovi prodotti Gemma da esaminare.»

per verificarne la conformità alle direttive prima di giungere sul mercato. Nel 2010 i trasformatori Gemma hanno inoltrato 1'772 domande fra le quali figuravano 1'178 nuovi prodotti bio come per esempio margarina Gemma, bevande a base di latte e biscotti. La maggior parte delle domande concerneva i prodotti di panetteria. A Bio Suisse giungono sempre più spesso domande per l'ottenimento di una licenza Gemma per bevande analcoliche come limonate e per prodotti semifiniti.

Gemma Gourmet

### Trasformatori Gemma premiati

Nel 2010 Bio Suisse ha premiato per la quinta volta l'elevata qualità di prodotti Gemma. 43 dei 135 prodotti annunciati della categoria «prodotti di panetteria e latticini» hanno ottenuto la distinzione Gemma Gourmet. Una giuria di esperti indipendenti ha valutato le specialità in base ai criteri aspetto, odore, sapore e impressione generale. I produttori possono inoltre contrassegnare i prodotti premiati con la Gemma e l'aggiunta «Gourmet».

Sviluppo della qualità

### Promozione della trasformazione Gemma

«La commissione di esperti in vino» ha preso spunto dal processo in corso per le regole della vinificazione nell'UE per rielaborare in modo lungimirante e completo l'attuale norma per i vini Gemma. Bio Suisse ha inoltre affrontato con professionisti del settore della carne la problematica del sale nitritato di salamoia. Ha altresì esaminato attentamente e in modo differenziato gli imballaggi di prodotti bio e ha allestito un rapporto con esempi pratici indicando i vantaggi e gli svantaggi delle sin-

«La norma per il vino Gemma è stata rielaborata in modo lungimirante e completo.»

gole possibilità di imballaggio. Bio Suisse intende così offrire alle aziende di trasformazione consulenza relativa agli imballaggi. La Gemma deve essere in prima linea un contrassegno per alimenti. La scorsa primavera i delegati hanno tuttavia deciso di ampliare l'assortimento Gemma. La «commissione del marchio trasformazione e commercio» ha elaborato le basi per le materie prime in singoli prodotti. Ad esempio sono state disciplinate le modalità di contrassegno delle materie prime con la Gemma di dichiarazione sugli imballaggi di cosmetici naturali.



## AGRICOLTURA

Cifre relative alle aziende

### Frenato il calo delle aziende Gemma

Dopo il numero di membri in calo negli scorsi anni, nel 2010 per la prima volta le disdette e gli annunci d'adesione con 112 nuove aziende Gemma sono di nuovo bilanciati. Si profila quindi un'inversione di tendenza che viene chiaramente confermata da oltre 170 nuove aziende che si sono annunciate al 1° gennaio 2011.

«Oltre 170 nuove adesioni all'1.1.2011 confermano lo sviluppo positivo delle aziende Gemma.»

Aziende in conversione

### Adeguamento strutturale del biologico

Più della metà delle disdette è dovuta alla cessione dell'attività soprattutto per raggiungimento dell'età di pensionamento. Solo circa un quinto di coloro che hanno disdetto il contratto Gemma nel 2010 continuano la gestione dell'azienda in regime convenzionale. La metà di queste aziende indica come motivo l'inasprimento delle direttive Gemma. Il resto ha addotto come motivo modifiche strutturali come la fondazione di una comunità aziendale con un'azienda non biologica. Quasi nessuna azienda nel 2010 è passata dalla Gemma al livello più basso dell'Ordinanza bio della Confederazione. Per il 10% circa delle risoluzioni del contratto l'iniziativa è partita da Bio Suisse, per esempio a causa della revoca del riconoscimento da parte dell'ente di controllo o per il mancato pagamento della quota associativa.

Biooffensiva

### Ricerca offensiva di bioagricoltori

Con la nuova biooffensiva Bio Suisse rafforza gli attuali contadini Gemma, cerca agricoltori disposti alla conversione e sviluppa ulteriormente i mercati. L'obiettivo è quello di convincere ogni anno 200 aziende aventi come orientamento principale la campicoltura alla conversione al biologico. Alla biooffensiva partecipano anche le organizzazioni associate, gli enti di controllo, la consulenza bio e l'Istituto di ricerca dell'agricoltura biologica.

Cifre relative alla produzione

### Mercati delle materie prime bio in crescita

Per Bio Suisse alla fine dell'anno non sono decisive solo le prestazioni a favore della biodiversità ma fa altrettanto parte della sostenibilità l'aspetto economico dove quantità per prezzo determina il reddito.

«La quantità di agnelli commercializzati attraverso il canale Gemma nel 2010 è aumentata del 17%.»

«La quantità di agnelli venduti attraverso il canale Gemma nel 2010 è aumentata del 17%.»

**Carne** | Il mercato della carne si sta sviluppando positivamente. Le macellazioni di animali Gemma nel 2010 sono aumentate, salvo i vitelli (-12%), per tutte le categorie (maiali +1%, animali da macello +6%, vacche +7%, agnelli +17%).

**Frutta e verdura** | Anche la produzione di frutta e verdura è in continua crescita, negli

scorsi anni per esempio la quantità di frutta a granella è aumentata del 7,8%. Anche l'anno record per la frutta a granella 2010 ha trovato interamente smercio nel canale bio.

**Latte e uova** | La produzione di latte Gemma è rimasta stabile rispetto al 2009. La trasformazione invece è aumentata del 6,8%, ciò che rimette sempre più in equilibrio il mercato del latte bio. La crescita continua anche per quanto riguarda le uova Gemma (99 mio. di uova, +3,9%).

**Cereali panificabili e cereali foraggeri** | Nel 2010 la raccolta dei cereali panificabili è risultata scarsa a causa del cattivo tempo. 1'165 t (11%) del raccolto totale hanno dovuto essere scartate. L'offerta è quindi diminuita da 9'861 t nel 2009 a 9'187 t nel 2010. È invece risultata soddisfacente la raccolta dei cereali foraggeri: le 6'302 t superano del 30% la raccolta dell'anno precedente.

**Colza, patate, vino** | Sono state raccolte 110 t di colza, ciò che rispetto all'anno precedente corrisponde a un calo del 21%. La raccolta di patate nel 2010 con ca. 11'000 t è rimasta al livello degli anni precedenti e la domanda ha potuto essere quasi soddisfatta. Non sono state coltivate barbabietole da zucchero Gemma. L'offerta di vino è rimasta costante.

Politica

### Impegno politico per le famiglie contadine

Per l'associazione in cima all'agenda politica c'era la politica agricola 2014-17 con i settori ulteriore sviluppo delle direttive, strategia della qualità e libero scambio con l'UE. Bio Suisse ha valutato positivamente il sistema dei pagamenti diretti proposto e ha chiesto



## FINANZE ASSOCIAZIONE

miglioramenti a favore delle famiglie contadine. L'associazione ha proposto al Consiglio nazionale l'idea di un piano d'azione bio e ha portato avanti nella pubblica discussione temi centrali come biodiversità, tecnologia genetica, agrocarburanti e clima.

### Rendiconto di gestione

## Spiegazioni sul bilancio

Il bilancio d'esercizio di Bio Suisse alla fine del 2010 si presenta più equilibrato rispetto all'anno precedente. Il conto economico chiude con un saldo attivo di circa 11'420 franchi. La grande differenza per quanto riguarda i mezzi liquidi è dovuta al fatto che questi mezzi ora figurano nel capitale fisso (come investimenti finanziari nel conto di deposito). All'assemblea primaverile dei delegati 2010 è stata presentata la strategia d'investimento da realizzare negli anni 2010 e 2011.

Il conto economico presenta minori entrate provenienti dalle tasse di licenza pari a 0,9 mio. di franchi rispetto all'anno precedente. I motivi sono fra l'altro spostamenti sul mercato, rettifiche del fatturato dell'anno precedente e il calo dei prezzi dei cereali.

Nell'anno in esame sono stati spesi 0,8 mio. di franchi per gli organi associativi, incl. assemblee dei delegati e conferenze dei presidenti; per la prima volta l'ufficio di presidenza delle organizzazioni associate è stato remunerato per la sua partecipazione alle conferenze dei presidenti. Bio Suisse ha investito 2,2 mio. di franchi nell'assicurazione e nello sviluppo della qualità, 1,1 mio. nella gestione e nella politica, 4,3 mio nel management dei prodotti, nella pubblicità per la Gemma, nella promozione dello smercio, nella gestione della clientela e nell'esportazione, 1,2 mio. in informazione e PR e 0,8 mio. in finanze/amministrazione.

## Bilancio e conto economico Bio Suisse 2010

### Bilancio al 31 dicembre 2010 e confronto con l'esercizio precedente

	2010	2009
	totale CHF	totale CHF
<b>Attivo</b>		
<b>Attivo circolante</b>		
Liquidità	4 747 233.85	6 807 099.86
Crediti	547 638.64	232 089.62
Merci	1.00	1.00
Ratei attivi	558 736.30	556 325.15
<b>Totale attivo circolante</b>	<b>5 853 609.79</b>	<b>7 595 515.63</b>
<b>Capitale fisso</b>		
Investimenti finanziari	1 501 708.70	117.00
Partecipazioni	1.00	1.00
Beni mobili, impianti informatici	2.00	2.00
<b>Totale capitale fisso</b>	<b>1 501 711.70</b>	<b>120.00</b>
<b>Totale attivo</b>	<b>7 355 321.49</b>	<b>7 595 635.63</b>
<b>Passivo</b>		
<b>Capitale di terzi</b>		
Capitale di terzi a breve termine	1 175 793.31	863 676.45
CT a breve termine, mezzi a destinazione vincolata, fondi	1 384 630.48	781 508.58
Eccedenza non utilizzata 2009	681 865.75	0.00
Ratei passivi	795 307.95	936 996.66
Accantonamenti a breve termine	521 900.00	539 050.00
Accantonamenti a lungo termine	613 000.00	603 000.00
Riserve	10 000.00	10 000.00
<b>Totale capitale di terzi</b>	<b>5 182 497.49</b>	<b>3 734 231.69</b>
<b>Capitale proprio</b>	<b>2 161 403.94</b>	<b>2 097 503.51</b>
<b>Totale passivo</b>	<b>7 343 901.43</b>	<b>5 831 735.20</b>
<b>Eccedenza attiva</b>	<b>11 420.06</b>	<b>1 763 900.43</b>

### Conto economico 1.1-31.12.2010 e confronto con l'esercizio precedente

	Total CHF	Total CHF
<b>Ricavi</b>		
Vendita materiale	162 135.13	180 106.90
Contributi annuali produttori incl. PSL	2 650 650.85	2 580 876.95
Contributi federali promozione dello smercio	1 193 211.86	1 080 000.00
Tasse di licenza	5 732 734.55	6 657 111.82
Riconoscimenti all'estero	71 620.00	68 746.20
Terzi, offerte, onorari, ammonimenti	47 907.10	171 376.05
Altri ricavi	803 461.35	156 687.18
Provento da interessi, profitto sui cambi	33 419.57	58 246.94
Ricavi straordinari	0.00	16 187.65
<b>Totale ricavi</b>	<b>10 695 140.41</b>	<b>10 969 339.69</b>
<b>Costi</b>		
Costi merci commerciali	481 609.17	220 654.37
Prestazioni di terzi	1 754 913.25	1 223 006.30
Spese per il personale	4 135 694.06	3 665 254.19
Costi esterni	691 750.34	539 084.56
Costi d'esercizio	641 237.96	695 287.50
Pubblicità	2 699 242.40	2 670 617.26
Oneri finanziari (spese, differenze di cambio)	2 905.92	3 093.43
Ammortamenti	132 109.80	93 521.10
Spese straordinarie	10 000.00	10 000.00
Riduzione dell'imposta precedente IVA	134 257.45	84 920.55
<b>Totale costi</b>	<b>10 683 720.35</b>	<b>9 205 439.26</b>
<b>Eccedenza attiva</b>	<b>11 420.06</b>	<b>1 763 900.43</b>

Geniessen Sie die besten  
Bio-Produkte des Landes.

Foto: Flavia Müller, Bio Suisse

Foto: Stephan Jaun, Bio Suisse

## ORGANIZZAZIONE

### Organi di Bio Suisse

#### Consiglio direttivo

Regina Fuhrer, Burgstien BE, presidente  
François-Philippe Devenoge, Dizy VD,  
vicepresidente  
Martin Riggenbach, Soletta SO,  
vicepresidente  
Christian Butscher, Soletta SO  
Alfons Cotti, Sur GR  
Josef Reichmuth, Oberarth SZ  
Danielle Rouiller, Cernier NE



Foto: Bio Suisse

Consiglio direttivo Bio Suisse

#### Le commissioni e i loro presidenti

- Commissione della gestione, Susanne Häfliger-Stäubli, Oberhof AG
- Commissione del marchio produzione, Andreas Bärtschi, Lützelflüh-Goldbach BE
- Commissione del marchio trasformazione e commercio, Max Eichenberger, Rodersdorf BL
- Commissione del marchio importazione, Paul van den Berge, Minusio TI
- Commissione della formazione, Kathy Hänni, Kirchlindach BE
- Commissione di esperti colture campicole, André Horisberger, Chavannes-le-Veyron VD
- Commissione di esperti Biovin, René Güntert, Miège VS
- Commissione di esperti uova/pollame, Peter Lüscher, Holziken AG
- Commissione di esperti carne, Werner Ammann, Ganterswil SG

- Commissione di esperti verdura, Stephan Müller, Steinmaur ZH
- Commissione di esperti erbe, Lukas Studer, Attiswil BE
- Commissione di esperti latte, Urs Brändli, Goldingen SG
- Commissione di esperti frutta, Christoph Schmid Kohli, Granges-Paccot FR
- Commissione di esperti piante ornamentali, Bina Thürkauf, Riehen BS

#### La base

### Nuovo strumento di guida

Il consiglio direttivo di Bio Suisse ha affrontato in modo approfondito il tema gestione e controllo e ha introdotto il sistema di gestione «cockpit». Ha sfruttato il crescente impegno dei grandi distributori nel settore del biologico per rafforzare il partenariato con Coop e per consolidare la collaborazione con Migros. Il consiglio direttivo ha trattato anche temi come il rafforzamento delle organizzazioni associate, la biooffensiva, la nomina di un nuovo direttore e progetti relativi alla biodiversità. Per quanto riguarda le «Giornate delle aziende bio aperte» si ringraziano sentitamente le numerose aziende Gemma che hanno colto questa opportunità per presentare in tutta la Svizzera la molteplicità delle aziende Gemma.

#### Organizzazione e personale

### Il segretariato centrale di Bio Suisse

Il nuovo dipartimento informazione e PR include il precedente servizio di stato maggiore pubbliche relazioni e la comunicazione interna dell'associazione attraverso la rivista bio-

attualità. La responsabile delle pubbliche relazioni Jacqueline Forster-Zigerli ha lasciato Bio Suisse. Stephan Jaun dirige il nuovo dipartimento.

A metà maggio 2010 Bio Suisse si è separata dal direttore Stefan Flückiger. Doris Schwarzenbach ha assunto la direzione ad interim. Dal 1° gennaio 2011 Bio Suisse può contare sul nuovo direttore Daniel Bärtschi.

#### Contatti importanti

### Come raggiungerci

- Direttore: dall'1.1.2011 Daniel Bärtschi\*
- Vicedirettrice e responsabile settore finanze e personale: Doris Schwarzenbach
- Responsabile dipartimento informazione e PR: Stephan Jaun\*
- Responsabile dipartimento assicurazione e sviluppo della qualità: Hans Ramseier\*
- Responsabile dipartimento marketing: Jürg Schenkel\*
- Politica: Martin Bossard
- Addetta stampa: Sabine Lubow
- Coordinazione federativa: Christian Vögeli

\* Membro della direzione



**BIO SUISSE**

Indirizzo:  
Bio Suisse  
Margarethenstrasse 87  
CH-4053 Basilea  
tel. 061 385 96 10  
fax 061 385 96 11  
e-mail bio@bio-suisse.ch

Trovate il presente rapporto annuale e numerose altre informazioni sul sito internet [www.bio-suisse.ch](http://www.bio-suisse.ch)  
→ Su di noi → Associazione