

# BIO SUISSE RAPPORTO ANNUALE 2009



## CONTENUTO

<u>Editoriale</u>	<u>pagina 2</u>	<u>Crescita</u>	<u>pagina 4</u>	<u>Maggiore presenza</u>	<u>pagina 6</u>
<u>Delegati e consiglio direttivo</u>	<u>pagina 2</u>	<u>Produzione</u>	<u>pagina 4</u>	<u>Bilancio e conto economico</u>	<u>pagina 7</u>
<u>Marca</u>	<u>pagina 3</u>	<u>Prodotti</u>	<u>pagina 5</u>	<u>Organi e segretariato centrale</u>	<u>pagina 8</u>
<u>Motivazione</u>	<u>pagina 3</u>	<u>Considerazione</u>	<u>pagina 5</u>		



Alfred Schädleli, bio aktuell

Christian Voegeli, Bio Suisse

Editoriale

## VISIONE PAESE BIO SVIZZERA



Bea Weinmann

Regina Fuhrer, presidente Bio Suisse

Nel 2009 Bio Suisse ha inaugurato una nuova era sotto due aspetti: in primo luogo i circa 5.500 contadini Gemma hanno iniziato a realizzare la visione Paese bio Svizzera decisa assieme. I principi che ne stanno alla base sono le nuove linee guida e il nuovo indirizzo della politica dell'associazione. In secondo luogo Stefan Flückiger a metà agosto ha assunto la

direzione del segretariato centrale. L'economista agrario, agricoltore e lobbista sostituisce Markus Arbenz, nominato direttore dell'organizzazione internazionale bio IFOAM.

La visione «Paese bio Svizzera» rafforza Bio Suisse e funge da incentivo per i membri, il consiglio direttivo e le commissioni nonché i collaboratori presso il segretariato centrale. Per realizzare la visione, nelle linee guida per la politica dell'associazione sono stati formulati sette obiettivi. Questi obiettivi rappresentano ora anche la griglia per il rapporto annuale. In tal modo voi, cari lettori, potrete verificare fino a che punto sono stati raggiunti gli obiettivi prefissati. Il lavoro politico e di sensibilizzazione è stato intensificato e rafforzato. Questo impegno ora porta i suoi frutti. Nel 2009 Bio Suisse ha assunto notevole importanza politica. I rappresentanti dei bioagricoltori partecipano con impegno alla discussione relativa all'ulteriore sviluppo dell'agricoltura e dei pagamenti diretti. I delegati hanno discusso in modo intenso e costruttivo quale atteggiamento adottare nel

quadro dell'accordo di libero scambio nel settore agroalimentare con l'UE. Alla fine hanno confermato la via proposta dal consiglio direttivo: Bio Suisse si impegna attivamente a favore di buone condizioni quadro e di una strategia della qualità che meriti questo nome. Quando il contenuto del pacchetto libero scambio nel settore agroalimentare con l'UE sarà noto, i delegati decideranno per un sì o per un no.

**«OCCUPIAMO UNO SPAZIO VITALE SOSTENIBILE, AGRICOLO E RURALE PER L'UOMO, GLI ANIMALI, LE PIANTE E L'AMBIENTE. IL PAESE BIO SVIZZERA È CENTRATO SU UN'AGRICOLTURA OLISTICA, VIVIBILE DI GENERAZIONE IN GENERAZIONE, CHE PRODUCE ALIMENTI GENUINI E SANI CHE OFFRONO AI CONSUMATORI SAPORI E PIACERE.»**

L'obiettivo rimane la realizzazione, passo per passo, della visione Paese bio Svizzera. Ringrazio per avermi accompagnato finora sulla mia strada e mi rallegro di continuare insieme a voi.

Delegati e consiglio direttivo

## CONTRIBUIRE ATTIVAMENTE A DETERMINARE IL FUTURO

I 100 delegati delle 32 organizzazioni associate hanno contribuito a determinare la politica dell'associazione in occasione di due assemblee dei delegati. Essi hanno approvato una nuova politica del marchio e deciso l'atteggiamento da adottare nel quadro delle trattative per gli accordi di libero scambio nel settore agroalimentare con l'UE. Hanno deciso che i negozi discount possono vendere prodotti bio con la Gemma solo a determinate condizioni. La Gemma non è conciliabile con un ambiente che si posiziona per i prezzi

bassi. Bio Suisse punta piuttosto su partnerati equi e a lungo termine. Inoltre hanno approvato il conto annuale, il rapporto di attività e il bilancio preventivo. Il coordinamento e lo scambio di opinioni tra le organizzazioni associate e gli organi dell'associazione hanno avuto luogo in occasione di tre conferenze dei presidenti tenutesi a Olten.

I sette membri del consiglio direttivo hanno evaso gli affari dell'associazione nel corso di otto riunioni e di un seminario sulle strategie di due giorni il cui tema principale verteva

sulla questione, come attirare nuovi contadini Gemma. Il consiglio direttivo ha svolto un sondaggio per determinare gli ostacoli alla conversione. Ne è emerso che per la conversione sono importanti condizioni quadro politiche affidabili, una buona situazione del mercato e direttive che non cambiano continuamente. Questi riconoscimenti in futuro saranno presi in considerazione per le diverse attività. Le organizzazioni associate, la consulenza e la formazione saranno coinvolte in questo lavoro.



2 communicate



Thomas Währlich

Forte, sicura e visibile

## MARCA

La Gemma si afferma come la più forte marca bio indipendente. In un sondaggio rappresentativo svolto nel 2009, il 63 per cento degli interrogati ha dichiarato di conoscere la Gemma bio. Solo i marchi di Coop e Migros sono risultati più conosciuti. La notorietà è quindi ulteriormente accresciuta, dopo che nel 2008 con la modifica del simbolo era lievemente diminuita. Spetta al dipartimento marketing sotto la direzione di Jürg Schenkel rafforzare la Gemma e renderla il simbolo della visione Paese bio Svizzera. La comunicazione che ha per argomento principale piacere – gusto – genuinità con la campagna annuale «Eroi della natura» forma la base. Il sito internet inoltre è stato rinnovato e ampliato. Con diverse attività e degustazioni svolte assieme ai contadini Gemma, Bio Suisse ha dimostrato che i prodotti Gemma dal punto di vista del gusto sono eccellenti. In occasione del Bio Marché 2009 Bio Suisse ha inoltre lanciato la Gemma Gourmet. Al concorso di qualità per pane e prodotti di panetteria e prodotti a base di carne sono stati valutati particolarmente gustosi 32 su 121 prodotti Gemma che d'ora in poi potranno recare la Gemma Gourmet.

«IL MARCHIO GEMMA SI TRASFORMA IN UNA FORTE MARCA E DIVENTA IL SIMBOLO DELLA NOSTRA VISIONE.»

Il successo delle svariate misure: il 65% dei consumatori dichiara che i prodotti Gemma hanno un buon gusto, oltre il 70% ritiene alta la qualità dei prodotti Gemma e il 78% per cento considera la Gemma credibile. Con valori tra il 75 e l'80% i valori tradizionali come sano, garantito e senza chimica sono sempre fortemente ancorati.

Rafforzare la formazione e la consulenza

## MOTIVAZIONE

Agricoltura biologica significa più che il mero rispetto delle direttive. Agricoltura biologica significa trattare con rispetto il suolo, le piante, gli animali e gli esseri umani. Per questo motivo a Bio Suisse sta a cuore la solida formazione dei futuri bioagricoltori. Bio Suisse sostiene la scuola bio Schwand a Münsingen BE, le classi bio presso le scuole cantonali Inforama BE, Plantahof GR e Strickhof ZH nonché l'opzione agricoltura biologica nelle altre scuole agricole. La scuola bio è stata avviata nel 2004 come corso pilota di Bio Suisse, Demeter e FiBL e da tre anni ha sede a Schwand in collaborazione con Inforama Berna. Il modello si è affermato e a partire dall'anno scolastico 2011/12 diventerà una regolare offerta di formazione.

Per realizzare la visione Paese bio Svizzera ci vuole l'entusiasmo dei produttori Gemma e l'impegno delle organizzazioni associate.

«I MEMBRI, I CLIENTI, I PARTNER E I COLLABORATORI SONO AMBIZIOSI E CONVINTI DELLA VISIONE.»

Perciò Bio Suisse nel 2009 ha sostenuto con 240000 franchi 28 progetti di organizzazioni associate nei campi pubbliche relazioni, siti internet e perfezionamento. Le organizzazioni associate non promuovono solo lo scambio di opinioni tra bioproduttori. I loro contatti con i consumatori servono anche a migliorare l'immagine dei prodotti Gemma e il loro smercio. Questo prezioso lavoro continuerà anche nei prossimi anni. Per questo motivo Bio Suisse rafforza il settore formazione e consulenza con l'obiettivo: motivare attraverso la consulenza.



Flava Müller, Bio Suisse



Thomas Alfordi, FIBL



Corbis

Bio nonostante la crisi

## CRESCITA

La tendenza della crescita del biologico ha trovato conferma: il mercato bio nel 2009 ha registrato un aumento del 7%. Nel commercio al dettaglio, presso i venditori diretti e nei negozi discount sono stati venduti prodotti bio per 1,5 miliardi di franchi mentre la cifra d'affari conseguita con derrate alimentari ha subito una lieve flessione. Secondo un sondaggio rappresentativo, il 92% dei consumatori acquista un prodotto bio almeno una volta all'anno. Può trattarsi di acquisti casuali. Ma circa il 60% dei consumatori acquista prodotti bio più volte al mese e qui non si tratta più di un caso. La cifra d'affari conseguita con prodotti bio è aumentata in tutti i canali di vendita e le quote di mercato dei prodotti bio sono ulteriormente aumentate in tutte le categorie di prodotti. Gli alimenti bio non sono più prodotti di nicchia e si sono affermati in numerosi settori dell'assortimento, dal pane attraverso la frutta e la verdura fino ai prodotti congelati. La colonna portante della

cifra d'affari conseguita con prodotti bio è tuttora costituita dai tradizionali prodotti freschi che rappresentano due terzi della cifra d'affari.

«L'AGRICOLTURA BIOLOGICA E IL MERCATO BIO CRESCONO GRAZIE A PRODOTTI GEMMA CREDIBILI.»

Alla base del successo nel mercato vi sono i contadini e gli orticoltori Gemma. Alla fine del 2009 in Svizzera erano certificate con la Gemma 5 499 aziende, 38 delle quali nel Principato del Liechtenstein. 165 aziende hanno abbandonato, si sono aggiunte 77 nuove aziende. Rispetto all'anno precedente il numero di aziende in prima conversione è di nuovo aumentato. L'11,1% di tutte le aziende agricole svizzere aventi diritto ai pagamenti diretti produce in regime biologico. Non del tutto inaspettatamente la coltivazione bio nelle regioni di montagna è regredita, ma in misura nettamente inferiore di quanto non si temesse dopo l'introduzione della prescrizione del foraggiamento bio al 100% per i ruminanti. Quasi il 20% della superficie

nelle regioni di montagna è tuttora gestito in regime biologico. Al piano la superficie è leggermente aumentata e rappresenta il 5%. Complessivamente nel 2009 sono stati coltivati in regime biologico circa 120 000 ettari di terreno. Ciò corrisponde all'11,1% della superficie agricola utile.

Bio Suisse tiene conto di questo sviluppo. L'acquisizione di nuovi bioagricoltori nel 2009 è stata al centro del lavoro dell'associazione. Quest'anno Bio Suisse ha avviato un progetto per promuovere lo sviluppo dell'agricoltura biologica.

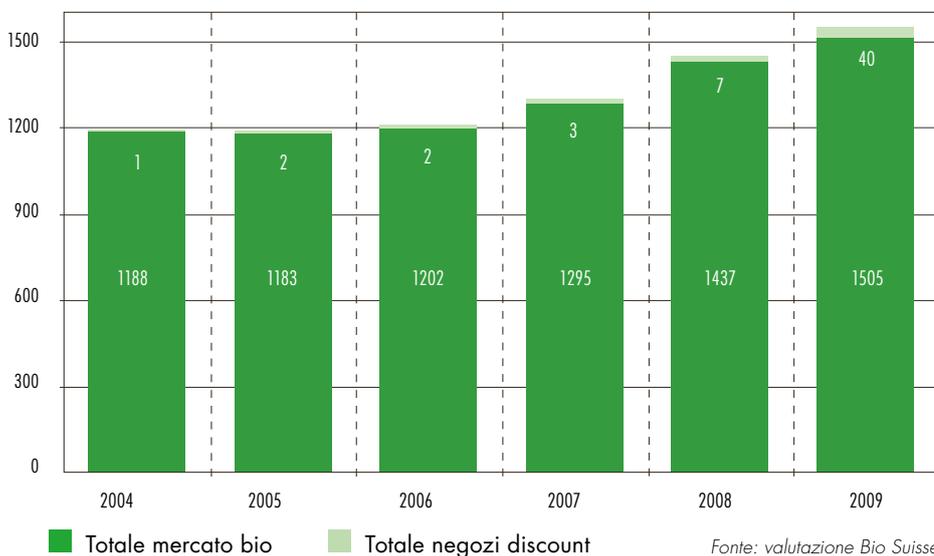
## L'agricoltura biologica favorisce la diversità PRODUZIONE

Le normative Bio Suisse formano la base affinché i prodotti Gemma siano ottenuti in armonia con la natura e con la società. Nel 2009 sono state rielaborate diverse prescrizioni. Ad eccezione della prescrizione relativa al foraggiamento bio al 100% per i ruminanti prevista dall'Ordinanza Bio della Confederazione non sono stati introdotti importanti inasprimenti. Il foraggiamento bio al 100% è in vigore dal 1° aprile 2009 e rappresenta una sfida per i produttori. È stata avviata una revisione delle normative con lo scopo di rendere più attrattiva la produzione Gemma.

«I PRODOTTI GEMMA SONO OTTENUTI E COMMERCIA TI IN ARMONIA CON LA NATURA E CON LA SOCIETÀ IN MODO EQUO DAL PUNTO DI VISTA ECOLOGICO, SOCIALE ED ECONOMICO.»

È stato provato che l'agricoltura biologica contribuisce alla conservazione della biodiversità, della diversità delle specie, dei geni e degli ecosistemi. Queste prestazioni sono state l'argomento principale della conferenza

Sviluppo del mercato bio in Svizzera dal 2004 al 2009 (cifra d'affari in mio. CHF)





Bio Suisse

Fiona Müller, Bio Suisse

per i media annuale. Hanno un effetto positivo per la biodiversità soprattutto la lavorazione delicata del suolo e la rinuncia a prodotti fitosanitari e a erbicidi chimici di sintesi. L'anno internazionale della biodiversità 2010 è un'occasione ideale per far conoscere ancora meglio i vantaggi dell'agricoltura biologica.

**La Gemma offre sicurezza**

## PRODOTTI

Fornire la garanzia per i flussi di merce è compito del dipartimento assicurazione e sviluppo della qualità diretto da Hans Ramseier. La tracciabilità di ogni prodotto Gemma è possibile fino al produttore. Il settore trasformazione e commercio verifica inoltre la conformità alle direttive di ogni prodotto Gemma nuovo o modificato. Inoltre fa parte dei lavori ordinari assicurare che ogni importazione sia tracciabile e prodotta secondo le direttive Bio Suisse e ricercare le cause di contestazioni.



Bioinspektion

In cifre: sono state trattate 1 747 domande di licenziatari ed è stato possibile autorizzare 933 nuovi prodotti Gemma. 768 licenziatari, fra i quali 52 nuove aziende di trasforma-

zione o commerciali, hanno ottenuto da Bio Suisse il certificato Gemma.

1 370 aziende all'estero e 7 851 partite importate sono state esaminate per verificare la conformità Gemma.

Ci si è dovuti occupare di 43 casi di residui di pesticidi su prodotti Gemma nonché di 55 contestazioni di natura generale, i casi più gravi hanno comportato la privazione del riconoscimento di un'azienda in India e la disdetta di un contratto di licenza in Svizzera.

«LA GEMMA GARANTISCE FLUSSI DI MERCE DOCUMENTATI, PRODOTTI SANI, SAPORE E PIACERE.»

Assicurare la qualità significa anche valutare nuovi rischi come la nanotecnologia e definire la posizione di Bio Suisse in merito. Bio Suisse è stata attiva anche per quanto riguarda il tema «Lotta contro gli organismi nocivi nel magazzinaggio».

**La domanda crea opportunità di produzione**

## CONSIDERAZIONE

I produttori di prodotti Gemma di alta qualità e il marketing di Bio Suisse piantano il seme della considerazione. Per il sito internet rielaborato, Bio Suisse ha pertanto prodotto diversi filmati che permettono di gettare uno sguardo sulla vita dei bioproduttori. Per quanto riguarda il commercio specializzato, nel 2009 i produttori hanno organizzato per la prima volta degustazioni. Nella gastronomia hanno avuto successo progetti pilota relativi alla cucina con prodotti Gemma. Anche alla fiera della gastronomia Igeho hanno prevalso le reazioni positive. Il nuovo modello permette di menzionare sulla carta

«I CONSUMATORI APPREZZANO L'ELEVATA QUALITÀ DEI PRODOTTI GEMMA. LA DOMANDA È IL MOTORE DELLO SVILUPPO.»

delle vivande l'impiego di prodotti Gemma senza una certificazione supplementare. Anche la promozione in collaborazione con la catena germanica di negozi specializzati dennree intitolata «Grüezi Bio» è stata accolta favorevolmente. Le cifre d'affari stanno a dimostrare le opportunità per l'esportazione. Per i venditori diretti Bio Suisse offre in parte in vendita e in parte in noleggio materiale per la promozione delle vendite, materiale da imballaggio e per eventi.

Il management dei prodotti funge da piattaforma tra produttori e trasformatori. I manager dei prodotti coordinano il rispettivo mercato in collaborazione con le commissioni di esperti. Essi appoggiano i licenziatari e cercano nuovi prodotti e nuove possibilità di smercio. Ai sensi del marketing d'acquisto promuovono la produzione bio in Svizzera.

**Ecco come si sviluppano i singoli mercati:**

**Culture campicole |** La domanda di cereali, patate e colza bio è elevata. I prezzi indicativi al produttore per cereali panificabili et foraggieri bio sono circa il doppio rispetto a quelli per cereali convenzionali. I prezzi indicativi per fave bio e piselli proteici bio sono stati aumentati in modo da compensare il taglio dei pagamenti diretti. Ciononostante la produzione svizzera non riesce a far fronte alla domanda. Sono in corso diversi progetti di ricerca per risolvere problemi relativi alla coltivazione di colza bio e di barbabietole da zucchero bio.

**Uova |** Anche nel 2009 la domanda di uova bio è stata ottima. Per la prima volta si sono avute uova Gemma bio a sufficienza



durante tutto l'anno. Durante l'estate si sono addirittura registrate lievi eccedenze. In autunno nel corso di trattative parteriali il settore ha convenuto un prezzo indicativo equo valido dal 1° gennaio 2010.

**Carne** | La cifra d'affari conseguita con carne bio con un numero di macellazioni pressoché uguale al 2008 è aumentata. A questo risultato hanno contribuito fra l'altro nuovi prodotti a base di carne grazie ai quali può essere venduta come carne Gemma una percentuale maggiore delle carcasse. I maiali bio sono venduti interamente come carne bio, per cui il prezzo nel 2009 è rimasto costantemente alto. La ricerca di nuovi produttori di maialetti Gemma non è però bastata a soddisfare la crescente domanda. Per migliorare la difficile situazione sul mercato dei bovini da ingrasso e dei vitelli Gemma sono state avviate misure per migliorare la qualità delle carcasse.

**Verdura** | L'ottimo anno 2009 per quanto concerne la verdura ha prodotto una lieve eccedenza. Il coordinamento dei produttori fra di loro e con l'Unione svizzera dei produttori di verdura (USPV) ha però garantito un buon regolamento del mercato. Inoltre è stato istituito un management dei prodotti per le erbe.

**Latte** | Il mercato del latte bio funziona bene. La trasformazione del latte bio è rimasta praticamente al livello dell'eccellente anno precedente. Ciononostante i prezzi al produttore non sono soddisfacenti perché il latte bio è esposto alle turbolenze del mercato convenzionale. L'obiettivo rimane la gestione indipendente del mercato del latte bio. A questo scopo è stato fra l'altro istituito un gruppo di lavoro separato all'interno dell'organizzazione settoriale latte. La posizione dei produttori può essere definita buona e forte dopo il primo incontro tenutosi in dicembre.

**Frutta e bacche** | Il 2009 è stata un'ottima annata per la frutta a granella. Per evitare forti eccedenze i produttori e i magazzinieri hanno concordato di impiegare coerentemente la merce di qualità inferiore nell'industria della trasformazione. Ciononostante l'offerta rimane grande. Il commercio e i produttori hanno concordato misure per la promozione della vendita. Un fatto positivo è che le varietà di mele offerte soddisfano le diverse esigenze dei consumatori. Per le bacche bio la domanda supera tuttora di gran lunga l'offerta indigena. Bio Suisse sta valutando le possibilità di ampliare la produzione di bacche Gemma.

**Vino** | Il vino bio è sempre più apprezzato. Anche nel 2009 al Grand Prix du Vin Suisse il «Prix Bio Suisse» è stato attribuito a un viticoltore Gemma. La manifestazione suddivisa in quattro parti «Werden Sie Bio-Vveinkenner», organizzata da Bio Suisse in collaborazione con tre bioviticoltori di Malans e un biopioniere Delinat ha avuto grande successo e ha attirato un gran numero di visitatori.

## Bio Suisse rafforza la sua posizione nell'ambito della politica agricola MAGGIORE PRESENZA

Bio Suisse ha riorganizzato il lavoro politico presso il segretariato centrale perché desidera comunicare maggiormente che la Gemma rappresenta anche una moderna politica agricola. Il responsabile della politica concretizza la strategia politica di Bio Suisse, rafforzando quindi anche la posizione nell'Alleanza agricola, composta da organizzazioni ambientaliste, agricole e dei consumatori.

Il rafforzato impegno nel settore politico porta i primi frutti. L'idea «Strategia di qualità» – promossa da Bio Suisse e dall'Alleanza agricola – è stata ancorata nella politica agricola

svizzera. Grazie a un abile e intenso lavoro di sensibilizzazione assieme alle organizzazioni partner, dal 2010 non è più obbligatoria la vaccinazione contro la malattia della lingua

«SVILUPPIAMO UN'AGRICOLTURA BIOLOGICA MODERNA E LUNGIMIRANTE CHE CONTRIBUISCE A CARATTERIZZARE L'INTERA AGRICOLTURA E LA SOCIETÀ.»

blu. Bio Suisse ha inoltre appoggiato gli interventi a favore dell'agricoltura biologica di parlamentari di diverse frazioni. Come nell'UE la politica dovrà elaborare un piano d'azione per il biologico e i pagamenti diretti dovranno essere versati per il biologico come sistema e non solo per prestazioni scelte.



Per sviluppare ulteriormente l'agricoltura biologica, Bio Suisse nel 2009 ha ampliato il dipartimento assicurazione della qualità con il settore sviluppo della qualità. Al centro dello sviluppo della qualità vi è la sostenibilità. Sono inoltre in corso progetti sui temi del commercio equo e solidale nel Nord e nel Sud del mondo, della biodiversità nonché dell'agricoltura biologica a impatto climatico neutrale.



Bio Weidmann

Flavia Müller, Bio Suisse

## BILANCIO E CONTO ECONOMICO BIO SUISSE 2009

Lo sviluppo finanziario positivo di Bio Suisse è proseguito anche nel 2009. In particolare le tasse di licenza sono risultate inaspettatamente elevate. Uno dei motivi è che la vendita di prodotti bio è aumentata in misura maggiore di quanto la crisi economica lasciasse prevedere. I considerazioni della situazione, era stato allestito un preventivo prudente. Inoltre per la prima volta si fa sentire l'effetto del nuovo regolamento delle tasse di licenza entrato in vigore all'inizio del 2008. Bio Suisse ha sfruttato il margine finanziario per rafforzare il marketing, l'intervento sul mercato e il lavoro di sensibilizzazione. Presso il segretariato centrale sono quindi stati creati quattro nuovi posti di lavoro: la direzione del dipartimento management dei prodotti, i servizi interni per politica e sviluppo della qualità e un posto supplementare nel settore delle pubbliche relazioni. Pure le percentuali d'impiego di alcuni collaboratori sono state aumentate. Bio Suisse ha speso 1,17 mio. di franchi per la gestione, l'informazione per i media, la coordinazione federativa e la politica. L'assicurazione e lo sviluppo della qualità sono costate 1,64 mio. di franchi. Per il marketing sono stati investiti 4,09 mio. di franchi e per la formazione e l'informazione 0,46 mio. di franchi. L'amministrazione è costata 0,77 mio. di franchi e il lavoro dei rappresentanti bioagricoli eletti è stato remunerato con 0,9 mio. di franchi.

L'eccedenza delle entrate fornisce i mezzi per promuovere lo sviluppo dell'agricoltura biologica. Bio Suisse intende fra l'altro rafforzare le organizzazioni associate e acquisire nuovi contadini Gemma. L'insufficienza andrà corretta soprattutto nel settore della campicoltura.

### Bilancio al 31 dicembre 2009 con confronto con l'esercizio precedente

	2009	2008
Attivo	Totale CHF	Totale CHF
Attivo circolante		
Liquidità	6 807 099.86	3 378 631.05
Crediti	2 32 089.62	98 160.59
Merci	1.00	1.00
<b>Ratei attivi</b>	<b>556 325.15</b>	<b>611 147.35</b>
<b>Totale attivo circolante</b>	<b>7 595 515.63</b>	<b>4 087 938.99</b>
<b>Capitale fisso</b>		
Investimenti finanziari	117.00	1 500 117.00
Partecipazioni	1.00	1.00
Beni mobili, impianti informatici	2.00	2.00
<b>Totale capitale fisso</b>	<b>120.00</b>	<b>1 500 120.00</b>
<b>Totale attivo</b>	<b>7 595 635.63</b>	<b>5 588 058.99</b>
<b>Passivo</b>		
<b>Capitale di terzi</b>		
Capitale di terzi a breve termine	863 676.45	633 656.40
CT a breve termine, mezzi a destinazione vincolata, fondi	781 508.58	1 100 367.12
Ratei passivi	936 996.66	372 002.96
Accantonamenti a breve termine	539 050.00	539 050.00
Accantonamenti a lungo termine	603 000.00	593 000.00
Riserve	10 000.00	10 000.00
<b>Totale capitale di terzi</b>	<b>3 734 231.69</b>	<b>3 248 076.48</b>
Capitale proprio	2 097 503.51	1 702 507.29
Total passivo	5 831 735.20	4 950 583.77
<b>Saldo attivo</b>	<b>1 763 900.43</b>	<b>637 475.22</b>

### Conto economico dall' 1.1. al 31.12.2009 con confronto con l'anno precedente

Ricavi	Totale CHF	Totale CHF
Vendita materiale	180 106.90	164 784.80
Contributi annuali produttori incl. PSL	2 580 876.95	2 579 454.57
Contributi federali promozione dello smercio	1 080 000.00	1 000 000.00
Tasse di licenza	6 657 111.82	4 378 500.81
Riconoscimenti all'estero	68 746.20	62 951.90
Terzi, offerte, onorari, ammonimenti	171 376.05	178 813.86
Altri ricavi	156 687.18	43 865.75
Provento degli interessi, profitto sui cambi	58 246.94	64 636.01
Ricavi neutri	0.00	87 500.00
<b>Ricavi straordinari</b>	<b>16 187.65</b>	<b>19 700.39</b>
<b>Totale Ricavi</b>	<b>10 969 339.69</b>	<b>8 580 208.09</b>
<b>Costi</b>		
Costi merci commerciali	220 654.37	281 902.68
Prestazioni di terzi	1 223 006.30	812 724.50
Spese per il personale	3 665 254.19	2 937 952.39
Costi esterni	539 084.56	508 429.23
Costi d'esercizio	695 287.50	625 953.08
Pubblicità	2 670 617.26	1 940 860.26
Oneri finanziari (spese, diff. dei cambi)	3 093.43	8 555.49
Ammortamenti	93 521.10	267 593.84
Spese straordinarie	10 000.00	471 250.00
Riduzione dell'imposta precedente IVA	84 920.55	87 511.40
<b>Totale Costi</b>	<b>9 205 439.26</b>	<b>7 942 732.87</b>
<b>Saldo attivo</b>	<b>1 763 900.43</b>	<b>637 475.22</b>



Flavia Müller, Bio Suisse



Flavia Müller, Bio Suisse

## ORGANI E SEGRETARIATO CENTRALE

### CONSIGLIO DIRETTIVO

Regina Fuhrer, Burgistein BE, presidente

François-Philippe Devenoge, Dizy VD,  
vicepresidente

Martin Riggenschach, Soletta, vicepresidente

Christian Butscher, Liestal BL

Alfons Cotti, Sur GR

Josef Reichmuth, Oberarth OW

Danielle Rouiller, Cernier NE

### 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,  
Rodensdorf BL
- Commissione del marchio importazione,  
Paolo Van den Berge, Minusio TI
- Commissione della formazione,  
Käthy Hänni, Kirchlindach BE
- Commissione di esperti colture campicole,  
Roman Abt, Bünzen AG
- 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

### IL TEAM DEL SEGRETARIATO CENTRALE

Presso il segretariato centrale a Basilea lavorano esperti nei più svariati campi di attività, dagli agronomi attraverso gli specialisti in finanze e ingegneri in tecnologia alimentare fino agli esperti in comunicazione. Alla fine del 2009 38 impiegati fissi si sono suddivisi 31 impieghi a tempo pieno. Due terzi degli impiegati sono donne, un terzo è rappresentato da uomini.

«I NOSTRI VALORI SONO LA GIUSTIZIA,  
LA DIVERSITÀ, LA PARTECIPAZIONE,  
LA SOLIDARIETÀ, LA GIOIA DI VIVERE,  
I POTENZIALI E LE SFIDE.»

Nel 2009 il dipartimento finanze e personale ha esaminato la parità salariale presso Bio Suisse. Dalla valutazione è emerso che non esiste una forbice salariale tra uomini e donne. In posizioni comparabili non vi sono differenze particolari di salario né a favore delle donne né a favore degli uomini. Nell'estate 2009 Patrizia Stein ha affrontato il terzo e ultimo anno della sua formazione per diventare impiegata di commercio. Con la creazione di un posto di tirocinio presso il segretariato centrale è così stata soddisfatta un'esigenza dei delegati.

**Segretario centrale** | Markus Arbenz\*  
(fino alla fine di luglio), Stefan Flückiger\*  
(dal 17 agosto)



Marion Nitsch

Stefan Flückiger



Thomas Alfeldt

Markus Arbenz

**Servizi interni** | Jacqueline Forster-Zigerli,  
pubbliche relazioni; Christian Voegeli, coordina-  
zione federativa; Martin Bossard, politica

**Marketing** | Jürg Schenkel\*, capodivisione;  
Valérie Heinis, Valérie Monnin, Flavia Müller

**Management dei prodotti** | Daniel Senn,  
responsabile del settore; Magdalena Blonkiewicz,  
Benedikt Domeyer, Hans-Georg Kessler,  
Melitta Maradi, Jacqueline Martin

**Assicurazione e sviluppo della qualità** |  
Hans Ramseier\*, capodivisione; Sibil Buschauer,  
Karin Nowack

**Agricoltura** | Christoph Fankhauser,  
coresponsabile del settore; Beatrice Scheurer-  
Moser, coresponsabile del settore; Maya Bürgi

**Importazione** | Andrea Seiberth, responsabile  
del settore; Regula Matasci, Nicola Schwinges,  
Gabriela Straub, André Würsch

**Trasformazione e commercio** | Sabine Würth,  
responsabile del settore; Franziska Eigenmann,  
Katrin Hennig, Jürg Hauri, Claudia Lambelet,  
Elisabeth Weber

**Finanze & Personale** | Doris Schwarzenbach\*,  
capodivisione e vicedirettrice

**Contabilità** | Marguerite Etter, Evelyne Foechterle,  
Claudia Lambelet

**Amministrazione** | Natalie Delannoy,  
Gabriella Herberich, Käthi Strub, Stefanie Weber

**EDD** | Mathias Lippuner

**Apprendista** | Patrizia Stein

\* Membro della direzione



Domande e suggerimenti vanno rivolte a:  
BIO SUISSE  
Margarethenstrasse 87, CH-4053 Basilea  
Tel. 061 385 96 10, fax 061 385 96 11  
bio@bio-suisse.ch, www.bio-suisse.ch