

Rapporto annuale 2013.





**«Le aziende bio
conoscono i segreti
del successo.»**

Daniel Bärtschi, direttore (a sinistra)
e Urs Brändli, presidente di Bio Suisse.

Competenze tecniche, passione e fortuna – per far germogliare la semente.

Assieme alla loro associazione i produttori Bio Suisse si impegnano a raggiungere un obiettivo: consumatori soddisfatti, decisi ad effettuare acquisti sostenibili.

Cereali ondegianti, fiordalisi blu, rossi papaveri, ricche spighe, paglia sana – un campo di cereali bio è un'intensa emozione per tutti. Per far germogliare i semi e ottenere una buona resa sono però necessari diversi fattori: occorre la gestione rispettosa del suolo, un avvicendamento diversificato, una concimazione naturale, semente selezionata e moltiplicata in regime biologico, una sofisticata regolazione meccanica delle infestanti, spazio vitale per gli organismi utili e anche un po' di fortuna per quanto riguarda il tempo. I contadini che lavorano secondo le direttive Bio Suisse sanno quali sono i fattori che portano al successo, conoscono il loro mestiere e lo svolgono con passione. A quanto pare il loro successo è contagioso: ogni anno un numero crescente di agricoltori e orticoltori

decide di passare a questa forma sostenibile di produzione di alimenti. Nel 2013 il numero di aziende Gemma è aumentato del 2,6% a 5884. Una tale crescita è stata possibile solo perché un maggior numero di consumatori sceglie prodotti bio. Il fatturato conseguito con prodotti bio ha raggiunto 2,053 miliardi di franchi all'anno. Le vendite e quindi la costante forte richiesta rendono attrattivi i prezzi e rafforzano la sostenibilità della Gemma non solo in ambito ecologico bensì anche nell'ambito economico e sociale.

Quello che per i contadini è un ondeggiante campo di cereali, per l'organizzazione Bio Suisse rappresenta il mercato fiorente. Il successo commerciale dipende anch'esso da diversi fattori: una marca conosciuta e credibile, un'assicurazione della qualità affidabile, la comunicazione attiva verso l'interno e verso l'esterno, il continuo miglioramento della sostenibilità nelle aziende agricole e di trasformazione, servizi attraenti per la base, collaboratori motivati, rapporti stretti con partner efficienti del mercato e della politica, il giudiziooso sfruttamento

delle risorse regionali e una situazione finanziaria stabile. Nel 2013 Bio Suisse ha fatto confluire tutti questi fattori nella strategia 14-17 ponendo le basi per le sue attività nei prossimi quattro anni.

Certo, anche Bio Suisse ha bisogno di un po' di «fortuna meteorologica». Il trasloco del segretariato centrale a Basilea si è per esempio rivelato estremamente motivante per i 46 collaboratori. In questo senso è stato un colpo di fortuna che il luminoso e piacevole edificio in Peter-Merian-Strasse 34 si sia liberato proprio nel momento in cui Bio Suisse era costretta a lasciare i vecchi uffici. Gli spazi supplementari si sono rivelati preziosi anche nell'ambito della fondazione della International Certification Bio Suisse AG (ICB AG). Nella nuova società affiliata di Bio Suisse sono impegnati i collaboratori di quella che era stata la divisione importazione. Il suo compito è l'ulteriore miglioramento della qualità della certificazione nel settore dell'importazione e l'intensificazione della collaborazione con gli organismi di controllo e di certificazione

all'estero attivi per Bio Suisse.

Oltre al mercato interno è aumentato anche il volume delle importazioni. Con le direttive per i prodotti importati, Bio Suisse fa sì che i consumatori possano fare affidamento sugli standard Gemma anche per quanto riguarda gli alimenti come il caffè, i frutti tropicali o il cioccolato. Le importazioni servono inoltre a colmare le lacune della produzione indigena. Per la spesa quotidiana dell'intera gamma di prodotti alimentari la Gemma pertanto è il criterio per un piacere responsabile e sostenibile.

**«La forte domanda
rafforza il settore.»**



Urs Brändli, presidente



Daniel Bärtschi, direttore

Globalità.

Il pensiero globale è sistema presso la Gemma. Le direttive valgono per l'intera azienda e per l'intera catena alimentare. Ne fanno parte per esempio cicli possibilmente chiusi, sistemi autoregolanti e severi requisiti per le importazioni.

Sapore.

Il buon sapore dei prodotti Gemma è dovuto anche alla trasformazione accurata. La trasformazione delicata è obbligatoria. Gli additivi superflui sono vietati. L'olio per insalata Gemma per esempio è semplicemente spremuto a freddo, ciò che mantiene particolarmente bene il sapore originale della materia prima.

Biodiversità.

Le aziende bio rappresentano la biodiversità. Piante e animali rari trovano nuovi spazi vitali nelle siepi, nei mucchi di rami, nelle superfici ecologiche o sugli alberi ad alto fusto e le aziende Gemma provvedono con la gestione naturale alla diversità nel suolo, nei campi e sugli scaffali.

Benessere degli animali.

Il benessere degli animali è in cima all'elenco delle priorità dei contadini Gemma e include l'uscita possibilmente quotidiana al pascolo, la selezione orientata alla vitalità, il foraggiamento con foraggio grezzo per i ruminanti e numerose altre misure.



La maggior parte di noi descriverebbe sicuramente una fetta di pane e marmellata nel seguente modo: sotto una fetta di pane, al centro burro e sopra la marmellata. Magari ne prepariamo una ogni giorno per colazione. Decidiamo se usare pane bianco o bigio, tanto o poco burro, marmellata di more o di fragole. Questo piccolo pasto però non è costituito solo da cereali, burro, frutta e zucchero. In fondo la decisione relativa al tipo di pane include decisioni concernenti l'assetto di interi paesaggi, la quantità di burro influisce sul benessere degli animali e per

quanto riguarda lo zucchero le nostre scelte hanno un influsso sulla giustizia sociale. Nessuno prima di dedicarsi al piacere di una fetta di pane con la marmellata farà però una completa analisi del valore d'uso con complicati alberi decisionali, ma molte persone si interessano a paesaggi culturali intatti, al benessere degli animali e agli standard sociali, e per questo esiste la Gemma. Essa garantisce che sia fornito il «contenuto» che le direttive Bio Suisse promettono. Coloro che consumano cereali Gemma infatti proteggono nel contempo il paesaggio culturale

Fiducia.

Severi controlli, analisi regolari per accertare la presenza di residui, una prudente politica delle importazioni e pertanto vie di trasporto possibilmente brevi, la rinuncia a tecnologia genetica, formazione e consulenza continue – con queste misure Bio Suisse promuove la qualità e la sicurezza dei prodotti Gemma.

Equità.

Già da qualche tempo sono in vigore presso Bio Suisse i requisiti sociali. Con il nuovo progetto Relazioni commerciali eque, Bio Suisse intende coordinare equamente gli interessi dei contadini, della trasformazione, del commercio e dei consumatori.

Protezione delle risorse.

I bioagricoltori rinunciano coerentemente a pesticidi chimici di sintesi e a concimi minerali facilmente solubili riducendo in tal modo l'inquinamento del suolo, dell'acqua e dell'aria. Diverse misure per la protezione del clima completano le prestazioni della Gemma.



con spazi vitali per una molteplicità di specie animali, promuovono la selezione di varietà di cereali coltivati senza l'uso di pesticidi chimici di sintesi e senza concimi minerali facilmente solubili e promuovono gli sforzi del settore a favore di relazioni commerciali eque. Ogni panetto di burro Gemma proviene da una mucca che d'estate può uscire regolarmente al pascolo e d'inverno ha accesso a un'area d'uscita, che mangia prevalentemente erba e fieno anziché cereali e soia e la cui selezione non è basata solo sulla prestazione bensì sulla salute e su una

vita lunga e produttiva. Lo zucchero grezzo Gemma, proveniente prevalentemente dall'America latina, contiene la garanzia che corrisponde alle stesse severe norme alle quali devono adempiere i prodotti bio svizzeri, che non è stato coltivato su superfici naturali dissodate o ad alto valore di conservazione e che l'azienda di produzione rispetta i requisiti sociali per quanto riguarda il trattamento della manodopera rurale. Tutto questo è incluso in una fetta di pane e marmellata – se gli ingredienti recano la Gemma.

**«Le aziende fami-
liari formano la
base dell'agricol-
tura biologica.»**



La famiglia contadina Gemma Tappolet con
l'apprendista Roger Ball durante la raccolta di
cereali a Wilchingen SH.

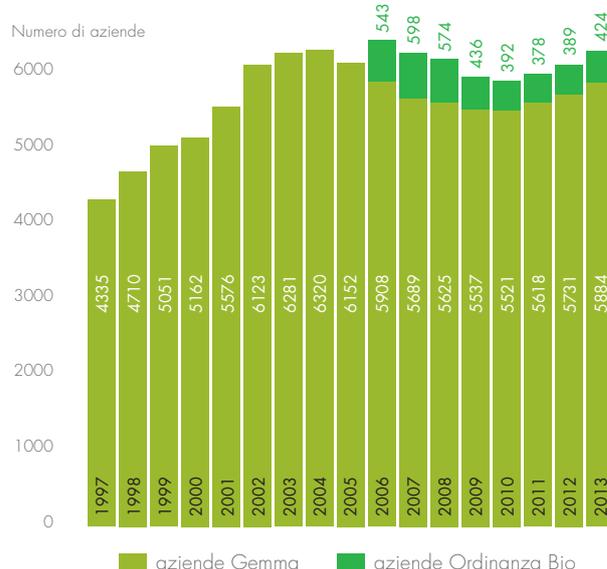
Bio Suisse si impegna a favore di buone condizioni quadro anche a livello politico.

Bio Suisse si impegna a favore di una politica agricola in grado di conciliare in modo ottimale gli obiettivi ecologici, sociali ed economici. Nel contempo l'associazione promuove la sostenibilità delle aziende affiliate.

Nel 2013 a livello politico la priorità di Bio Suisse è stata incentrata sul lavoro di sensibilizzazione a Palazzo federale. Bio Suisse considera la politica agricola 2014-17 approvata dal Parlamento e concretizzata dal Consiglio federale un compromesso accettabile che potrà meglio conciliare gli obiettivi ecologici, sociali ed economici. Grazie ad una maggiore promozione della campicoltura e dei contributi per la sicurezza dell'approvvigionamento saranno prodotte più calorie in Svizzera mentre la Confederazione nel contempo appoggia in modo più mirato la biodiversità, l'efficienza delle risorse e il benessere degli animali. Ciò rafforza l'agricoltura che produce in modo sostenibile; ciononostante la maggior parte delle aziende bio non ottiene automaticamente più pagamenti diretti bensì deve fornire prestazioni ecologiche supplementari. L'associazione sostiene i propri membri in tal senso, per esempio con il progetto «Biodiversità Gemma per maggiore qualità della vita». Assieme all'Istituto di ricerche dell'agricoltura biologica (FiBL), all'Associazione svizzera per la protezione degli uccelli SVS/Birdlive Svizzera e con il cofinanziamento del fondo Coop per lo sviluppo sostenibile, Bio Suisse organizza il trasferimento delle conoscenze dalla ricerca e dalla consulenza alla pratica e promuove lo scambio di esperienze tra contadini Gemma sul tema della biodiversità. Il progetto triennale è stato avviato nel 2013 con otto visite dei campi e 400 partecipanti nonché con consulenze individuali da contadino a contadino. Bio Suisse per questo approccio ha raccolto numerosi riscontri positivi e intende applicarlo ad altri temi. Bio Suisse si è inoltre impegnata a favore dei nuovi contributi per i sistemi di produzione di carne e latte basata sulla superficie inerbita che promuovono il foraggiamento degli animali con possibilmente tanto foraggio grezzo e pochi mangimi concentrati. Questa esigenza è ancorata già da tempo nelle direttive: sono prescritte razioni di foraggio per ruminanti con

almeno il 90% di foraggio grezzo. Da un lato si tratta di un'alimentazione rispettosa degli animali. Dall'altro lato è disponibile un maggior quantitativo di cereali per l'alimentazione umana che pertanto non finisce nei trogoli degli animali. Anche lo Stato promuove ora questo tipo di foraggiamento. Bio Suisse, oltre che della politica agricola 2014-17 e del progetto relativo alla biodiversità, si è occupata anche di temi relativi alla consulenza agricola, per esempio nell'ambito della biodiversità, della selezione e della salute degli animali e ha intensificato la collaborazione con i consulenti bio cantonali. Come ogni anno il segretariato centrale ha risposto a numerose richieste telefoniche in merito alle direttive Bio Suisse e ha trattato domande di produttori e consulenti.

Numero di aziende bio in Svizzera e nel Principato del Liechtenstein dal 1997 al 2013



La campicoltura bio assicura ecologia e alimenti.

Dal 2011 la superficie coltiva aperta bio è aumentata del 17,2%. La campicoltura bio è attrattiva per i consumatori, per la natura e per il settore bio.

Le colture campicole rappresentano tuttora il settore dell'agricoltura biologica con il maggior potenziale e con la miglior dinamica di crescita. Lo dimostra anche l'aumento della superficie coltiva aperta bio che dal 2011 è cresciuta del 17,3% raggiungendo 10'872 ettari nel 2013.

La richiesta di alimenti di provenienza indigena continua a essere elevata per quasi tutte le colture. I nuovi produttori pertanto non faticano a trovare possibilità di smercio. Complessivamente in Svizzera nella stagione 2012/2013 sono state lavorate 34'634 tonnellate di cereali panificabili bio. I cereali indigeni coprono la domanda nella misura del 35% circa. La spelta con oltre il 50% rappresenta la parte indigena massima seguita da segale (40%) e frumento (33%). Il raccolto di oltre 12'600 tonnellate di cereali panificabili bio supera solo di poco la quantità raccolta l'anno precedente, il brutto tempo e le rese all'ettaro piuttosto scarse hanno pressoché azzerato lo sviluppo positivo delle superfici.

Per i produttori il mercato rimane attrattivo grazie al prezzo indicativo al produttore che per 100 chili di frumento panificabile prevede 106 franchi, 95 franchi per la segale panificabile e 114 franchi per la spelta panificabile. Dal 2012 inoltre il commercio acquista dalle aziende agricole frumento panificabile in conversione, ciò che accresce l'attrattività anche per le aziende in conversione e per la ripresa di superfici.

Il fabbisogno di semi oleosi rimane elevato in particolare per quanto riguarda il girasole svizzero Gemma. Con diverse misure comunicative, per esempio con articoli redazionali e annunci sulla stampa specializzata, con visite dei campi ed eventi informativi regionali il settore e Bio Suisse hanno attivamente attirato l'attenzione su questa coltura. Il successo è stato modesto: i tassi di crescita sono elevati ma dal punto di vista nominale il livello rimane basso. Mentre nel 2013 sono state importate alcune migliaia di tonnellate di semi di girasole e di olio di semi di girasole, dal 2011 la produzione indigena di semi di girasole bio è raddoppiata a 211 tonnellate. La coltura, con-

trariamente alla colza, è meno impegnativa, necessita di un autunno privo di nebbia ma richiede meno sostanze nutritive e, salvo gli afidi, non è direttamente colpita da organismi nocivi. I campi di girasole inoltre contribuiscono a un paesaggio colturale variopinto, grazie alla lunga durata della coltura sono attrattivi per gli organismi utili e servono a variare gli avvicendamenti troppo incentrati sui cereali.

Bio Suisse parte dal presupposto che la produzione di cereali bio in Svizzera vedrà anche in avvenire uno sviluppo positivo. Particolare attenzione va rivolta alla Svizzera romanda nella quale è prevista la promozione della conversione all'agricoltura biologica e dove l'associazione intende attivarsi per attirare nuovi membri. A questo scopo Bio Suisse ha da un lato sostenuto finanziariamente e personalmente la giornata svizzera

**«Nel 2013
l'associazione ha accolto
256 nuovi membri.»**

della campicoltura bio a Moudon VD e i piani d'azione bio nei Cantoni Friburgo e Vaud e dall'altro lato si è incontrata con consulenti bio, organizzazioni e autorità cantonali per l'agricoltura biologica e l'Istituto di ricerche dell'agricoltura biologica, gettando le basi per un maggior impegno nella Svizzera romanda. Ciò dovrebbe servire a dare ulteriore slancio all'agricoltura biologica svizzera.

Nel 2013 l'associazione ha registrato 256 nuove adesioni. 5921 aziende agricole e orticole lavorano ora secondo le direttive Bio Suisse e 391 aziende sono gestite in conformità all'Ordinanza Bio. Bio Suisse ha sciolto il contratto a 79 aziende, il motivo è stato nella maggior parte dei casi la cessazione dell'attività. A sette aziende è stato rescisso il contratto.



**«Il fabbisogno
di girasoli bio è
tuttora elevato.»**

Kai Tappolet, contadino Gemma di Wilchingen SH
verifica la presenza di peronospora sui girasoli.



**«La strategia
della sostenibilità
include anche la
trasformazione.»**

Corinne Mühlebach del mulino Gemma Mühlebach a Würenlingen AG
si intrattiene sulla qualità molitoria con i collaboratori Musa Rexhepaj (a destra)
e Carsten Helmburger.

La sostenibilità è decisiva anche nella trasformazione.

Bio Suisse appoggia i licenziatari nell'ulteriore sviluppo della sostenibilità aziendale. Nel 2013 l'associazione ha elaborato una strategia della sostenibilità che indicherà la via da seguire.

La Gemma non racchiude solo un elevato standard della produzione agricola bensì stabilisce criteri anche nella trasformazione delle derrate alimentari e nel commercio. È per esempio garantita l'assenza di coloranti negli alimenti con la Gemma, l'elenco dei coadiuvanti per la trasformazione è fortemente limitato, la trasformazione delicata è essenziale, e inoltre i licenziatari di Bio Suisse sono impegnati in progetti relativi a relazioni commerciali e a condizioni di lavoro basate su principi di equità e solidarietà. Per le aziende agricole e orticole

«Sostenibilità e piacere: ulteriore sviluppo a un elevato livello.»

vale il principio della globalità aziendale; l'intera superficie deve essere coltivata in regime biologico. I licenziatari devono attenersi alle direttive Bio Suisse solo per quanto riguarda i prodotti con la Gemma. L'associazione persegue il continuo sviluppo della sostenibilità anche per quanto riguarda i licenziatari, vale a dire anche nella trasformazione e nel commercio. Per questo motivo ha intensificato le proprie attività relative al catalogo della sostenibilità lanciato l'anno scorso. Questo catalogo permette agli attuali 847 licenziatari di valutare la sostenibilità della propria azienda sulla scorta di criteri standardizzati e di riconoscere eventuali punti deboli e potenziali di sviluppo. Il catalogo, che esiste anche in una versione per aziende agricole, può essere scaricato dal sito internet www.bio-suisse.ch. Accanto alla possibilità di autovalutazione fornisce anche una panoramica, dei promemoria e dei progetti di Bio Suisse e guida gli utenti verso ulteriori informazioni sul tema della sostenibilità. Complessivamente 423 aziende han-

no colto l'opportunità e hanno compilato il catalogo raccogliendo importanti impulsi sul tema. Dal punto di vista della comunicazione, Bio Suisse ha fra l'altro promosso questo progetto con un concorso tra le aziende partecipanti e con la presentazione sulla rivista bioattualità di diverse aziende agricole e di trasformazione che operano in modo particolarmente sostenibile.

Il catalogo per l'autovalutazione della sostenibilità è una di diverse misure di Bio Suisse in questo ambito e si basa anche sulla strategia dell'associazione. In un processo largamente condiviso ha Bio Suisse nel 2013 inoltre elaborato una strategia della sostenibilità. Partendo da questa strategia, Bio Suisse, in futuro, adottando una metodica partecipativa, intende definire assieme al settore obiettivi e criteri concreti per i contributi alla sostenibilità di licenziatari e produttori e promuoverli attraverso progetti di sviluppo e consulenze.

La strategia della sostenibilità rappresenta un ulteriore sviluppo della trasformazione a un elevato livello. Lo stesso vale per il concorso Gemma Gourmet che ha luogo ogni anno, nel corso del quale si affrontano i migliori trasformatori di prodotti bio. Nel 2013 il concorso della qualità di Bio Suisse ha raggiunto la partecipazione record di 123 prodotti inoltrati. 49 prodotti hanno ottenuto l'ambito riconoscimento da una giuria di esperti indipendenti e sono stati presentati da Bio Suisse ai media; inoltre nel mese di giugno 2013 hanno potuto essere degustati dai consumatori al Bio Marché.

Bio raggiunge una quota di mercato del 6,9%.

Un ulteriore aumento della crescita in Svizzera, un'assicurazione della qualità più efficace e un'organizzazione rafforzata del mercato nei Paesi confinanti – gli standard bio si impongono sempre maggiormente a livello nazionale e internazionale.

Grazie alle numerose attività incentrate sul biologico delle imprese commerciali, prima fra tutte Coop con il 20° anniversario di Naturaplan, la buona notizia era prevedibile: il fatturato bio in Svizzera ha fatto un nuovo balzo in avanti. Nel 2013 è aumentato del 12,1% a 2,053 miliardi di franchi. A titolo di paragone: nel 2008 erano 1,44 miliardi di franchi. Con 1001 milioni Coop detiene la parte maggiore seguita da Migros con 528 milioni, il commercio specializzato in prodotti bio con 259 milioni, la vendita diretta con 113 milioni, il rimanente commercio al dettaglio nonché i grandi magazzini e gli altri negozi specializzati con 78 e 74 milioni.

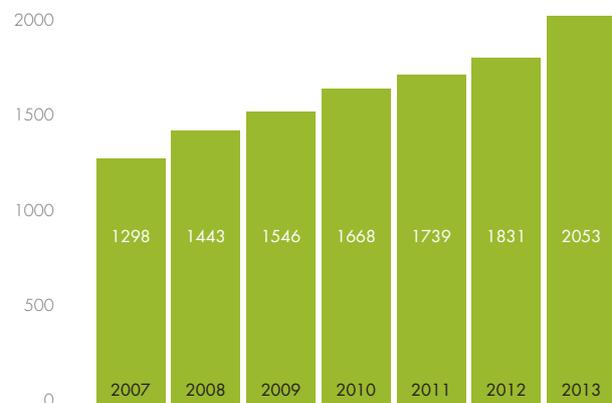
La quota bio riferita all'intero mercato delle derrate alimentari ammonta complessivamente al 6,9%. Con il 16,0% l'aumento per quanto riguarda i gruppi di prodotti carne e pesce è di nuovo notevole e rimane uno dei settori con la maggiore crescita. La maggior quota di mercato spetta tuttora alle uova con il 21,2% seguite dal pane fresco con il 20,3% e verdura, insalata e patate con il 13,5%. Il mercato in crescita non offre solo possibilità di smercio ai produttori, bensì forma anche la base affinché anche la trasformazione e il commercio possano approfittare di ulteriori effetti scala. Hanno inoltre contribuito a sostenere la crescita positiva le svariate attività promozionali di Bio Suisse, svolte anche assieme ai suoi partner. Grazie a queste attività il grado di notorietà della Gemma, ora ben inserita nel mercato con un'ottima immagine, è salito al 61,2%.

Nel contempo per Bio Suisse si sono però accresciuti i costi e i requisiti per l'ispezione e la certificazione. All'inizio di settembre 2013 Bio Suisse ha pertanto fondato la International Certification Bio Suisse AG (ICB AG). La società affiliata ha il compito di rafforzare ulteriormente la qualità del lavoro di certificazione e di intensificare la collaborazione con gli organismi di controllo e di certificazione all'estero che operano per Bio Suisse. ICB si occupa per esempio dell'istruzione dei col-

laboratori degli organismi di controllo ed esegue degli audit relativi alla loro attività di controllo. La ICB AG ha assunto da un lato una grande parte delle attività e dei collaboratori del settore importazione di Bio Suisse e ha nel contempo predisposto l'accreditamento della sua attività di certificazione da parte del servizio di accreditamento svizzero SAS. La costituzione della nuova ditta è avvenuta secondo i piani e con grande impegno da parte di tutti gli interessati.

Sviluppo mercato bio in Svizzera: fatturato in milioni di franchi

Totale mercato bio (incl. discount)



Bio Suisse si impegna inoltre a ridurre l'importazione di soia Gemma cinese e assieme al settore dei mangimi bio ha stabilito un piano di riduzione in modo da ridurre ogni anno la parte di soia proveniente dalla Cina del 5% con un limite massimo del 50% entro il 2019. Bio Suisse con ciò intende da un lato diminuire il rischio di dipendere dalle importazioni di un unico Paese e dall'altro lato promuovere le importazioni da Paesi più vicini in base alla sua politica delle importazioni.



**«Una buona
collaborazione dal
campo allo scaffale
assicura un'elevata
qualità bio.»**

Beatrice e Christoph Züst vendono il pane Gemma della loro impresa familiare «Holzofenbäckerei Jakober» a Appenzell a negozi bio di tutto il Cantone.

Bilancio al 31 dicembre 2013 e confronto con l'esercizio precedente**2013****2012**

| Attivo | Totale CHF | Totale CHF |
|-----------------------------------------------------------|---------------------|---------------------|
| Attivo circolante | | |
| Liquidità | 2 165 964.00 | 3 480 071.54 |
| Crediti | 1 387 886.43 | 372 824.82 |
| Merci | 1.00 | 1.00 |
| Ratei attivi | 1 211 026.75 | 1 181 157.60 |
| Totale attivo circolante | 4 764 878.18 | 5 034 054.96 |
| Capitale fisso | | |
| Investimenti finanziari | 2 810 569.56 | 2 876 630.13 |
| Partecipazioni | 2.00 | 30 002.00 |
| Beni mobili, impianti informatici | 2.00 | 2.00 |
| Totale capitale fisso | 2 810 573.56 | 2 906 634.13 |
| Totale attivo | 7 575 451.74 | 7 940 689.09 |
| Passivo | | |
| Capitale di terzi | | |
| Capitale di terzi a breve termine (CT) | 1 276 886.90 | 1 417 110.48 |
| CT a breve termine, mezzi a destinazione vincolata, fondi | 914 300.79 | 672 234.06 |
| Campagne PR | 450 708.65 | 506 573.05 |
| Ratei passivi | 1 043 161.90 | 1 201 622.35 |
| Accantonamenti a breve termine | 817 050.00 | 1 216 100.00 |
| Accantonamenti a lungo termine | 640 000.00 | 630 000.00 |
| Riserve | 10 000.00 | 40 000.00 |
| Totale capitale di terzi | 5 152 108.24 | 5 683 639.94 |
| Capitale proprio | 2 257 049.15 | 2 191 566.28 |
| Totale passivo | 7 409 157.39 | 7 875 206.22 |
| Eccedenza attiva | 166 294.35 | 65 482.87 |

Conto economico dal 1° gennaio al 31 dicembre 2013 e confronto con l'esercizio precedente

| Ricavi | Totale CHF | Totale CHF |
|------------------------------------------------|----------------------|----------------------|
| Vendita materiale | 1 587 464.45 | 1 576 110.15 |
| Contributi annuali produttori incl. PSL | 2 762 494.00 | 2 778 427.80 |
| Contributi federali promozione dello smercio | 1 327 500.00 | 1 363 164.70 |
| Tassa per licenza e utilizzo del marchio | 7 390 351.03 | 7 154 404.08 |
| Riconoscimenti all'estero | 53 420.00 | 45 100.00 |
| Terzi, offerte, onorari, ammonimenti | 161 508.75 | 31 732.60 |
| Altri ricavi | 787 144.10 | 385 933.35 |
| Resa bioattualità | 231 225.14 | 240 329.30 |
| Provento da interessi, profitto sui cambi | 16 401.78 | 15 109.24 |
| Ricavi neutri (reddito da titoli) | 12 211.10 | 9 249.28 |
| Ricavi straordinari | 67 977.00 | 32 095.25 |
| Totale ricavi | 12 968 979.35 | 12 213 155.75 |
| Costi | | |
| Costi merci commerciali | 436 511.96 | 479 488.01 |
| Prestazioni di terzi | 2 057 465.73 | 1 785 248.81 |
| Spese per il personale | 4 638 183.44 | 4 577 710.85 |
| Costi esterni | 798 718.45 | 839 611.40 |
| Costi d'esercizio | 841 345.51 | 565 697.43 |
| Costi di pubblicità e marketing | 3 434 027.10 | 2 909 372.55 |
| Spese comunicazione aziendale | 145 424.56 | 131 170.16 |
| Oneri finanziari (spese, differenze di cambio) | 2 416.35 | 1 482.12 |
| Ammortamenti | 229 984.05 | 185 893.70 |
| Spese straordinarie | 110 000.00 | 545 000.00 |
| Riduzione dell'imposta precedente IVA | 108 607.85 | 126 997.85 |
| Totale costi | 12 802 685.00 | 12 147 672.88 |
| Eccedenza attiva | 166 294.35 | 65 482.87 |

Finanze.

Bio Suisse ha chiuso l'anno d'esercizio 2013 con un saldo attivo di CHF 280'000. Le entrate provenienti dalle tasse di licenza e da quelle per l'uso del marchio sono aumentate da 7,1 a 7,4 milioni di franchi.

Grazie ai fatturati bio in crescita e a entrate provenienti da attività di promozione delle vendite, Bio Suisse rispetto all'anno precedente ha registrato un aumento delle entrate di 723'000 raggiungendo 12,936 milioni di franchi. Le entrate provenienti dalle tasse di licenza e da quelle per l'uso del marchio si sono accresciute a 7,390 milioni di franchi. I contributi dei produttori hanno raggiunto 1,621 milioni di franchi. Le uscite nel contempo sono aumentate da 12,147 a 12,590 milioni di franchi e sono dovute principalmente alle spese straordinarie per la promozione delle vendite. Complessivamente è risultata un'eccedenza delle entrate di 280'000 franchi.

Nell'anno in esame Bio Suisse ha investito 2,560 milioni di franchi nell'assicurazione e nello sviluppo della qualità, 4,900 milioni di franchi nel mercato, 1,057 milioni di franchi nella comunicazione aziendale, 0,890 milioni di franchi in finanze e amministrazione e 0,793 milioni di franchi nella gestione e nella politica. Le spese per gli organi associativi, per le assemblee dei delegati e per le conferenze dei presidenti ammontano a 1,370 milioni di franchi. Per ammortamenti, imposte e la costituzione di riserve sono stati impiegati circa 0,389 milioni di franchi. Con questi mezzi Bio Suisse ha fornito preziosi servizi ai produttori e ai licenziatari Gemma nei settori assicurazione della qualità, intervento sul mercato e comunicazione.

Ulteriori mezzi, in parte vincolati a finalità specifiche, sono stati impiegati fra l'altro per diverse attività per la promozione della sostenibilità. Si è trattato di temi come la salute dei bovini, la selezione biologica delle piante, la promozione della campicoltura biologica, la gestione aziendale, la creazione di valore regionale, il clima, la biodiversità e fattori sociali della conversione all'agricoltura biologica.

Organizzazione e contatti.



Consiglio direttivo di Bio Suisse

Organi di Bio Suisse

Consiglio direttivo

Urs Brändli, presidente, Goldingen SG
 Danielle Rouiller, vicepresidente, Cernier NE
 Christian Butscher, Liestal BL
 Claudia Lazzarini, Le Prese GR
 Monika Rytz, Olsberg AG
 Milo Stoecklin, Séprais JU
 Josef Stutz, Schongau LU

Le commissioni e i loro presidenti

- Commissione della gestione, Susanne Häfliger-Stäubli, Oberhof AG
- Commissione del marchio produzione, Andreas Bärtschi, Lützelflüh BE
- Commissione del marchio trasformazione e commercio, Regula Bickel, Zurigo ZH
- Commissione del marchio importazione, Paul van den Berge, Minusio TI
- Commissione della formazione, Danielle Rouiller, Cernier NE
- Commissione di esperti colture campicole, André Horisberger, Chavannes-le-Veyron VD
- Commissione di esperti vino bio, René Güntert, Miège VS
- Commissione di esperti uova, Peter Lüscher, Holziken AG
- Commissione di esperti carne, Peter Haldemann, Raperswil TG
- Commissione di esperti verdura, Stephan Müller, Steinmaur ZH
- Commissione di esperti erbe, Lukas Studer, Attiswil BE
- Commissione di esperti latte, Urs Flammer, Zuzwil SG
- Commissione di esperti frutta, Hans Oppikofer, Steinebrunn, TG
- Commissione di esperti piante ornamentali, Bina Thürkauf, Riehen BS

La base

Democrazia – la forza particolare dei biocontadini svizzeri

Con due assemblee dei delegati, la possibilità di decidere in merito alle direttive, tre conferenze dei presidenti e l'interessante rivista bioattualità come piattaforma, i produttori bio svizzeri hanno diverse possibilità di partecipare alle decisioni e di vivere la democrazia. La base è inoltre rafforzata con l'assegnazione di mezzi finanziari alle organizzazioni associate. Nel 2013 Bio Suisse ha sostenuto con 138'129 franchi 13 progetti di organizzazioni associate e versato contributi forfettari per un totale di 166'697 franchi.

Il segretariato centrale

Anche qui la sostenibilità è un tema

Il 31 dicembre 2013 il segretariato centrale di Bio Suisse era composto da 46 collaboratori pari a 36,25 impieghi a tempo pieno. Nel 2014 Bio Suisse rileverà per la prima volta gli indicatori di sostenibilità anche per il segretariato centrale, che confluiranno nel rapporto annuale. Nel 2013 sette collaboratori hanno svolto lavori agricoli in un'azienda Gemma durante complessivamente 14 giorni – una prestazione che per i nuovi collaboratori sarà obbligatoria e che li farà respirare l'aria della stalla e dei campi.

Contatti importanti

Come raggiungerci

- Direttore: Daniel Bärtschi*
- Vicedirettrice e responsabile settore finanze e personale:
Doris Schwarzenbach*
- Responsabile dipartimento comunicazione aziendale: Stephan Jaun*
- Responsabile dipartimento assicurazione e sviluppo della qualità:
Hans Ramseier*
- Responsabile dipartimento marketing: Jürg Schenkel*
- Politica: Martin Bossard
- Addetto stampa: Andreas Käsermann
- Associazione: Christian Vögeli

* Membro della direzione

Trovate il presente rapporto annuale e numerose altre informazioni su Bio Suisse sul sito www.bio-suisse.ch

Impressum:

Foto: Marion Nitsch, progetto grafico: Marc Siegenthaler
Realizzazione: Stephan Jaun e Petra Schwinghammer,
comunicazione aziendale Bio Suisse



Bio Suisse
Peter-Merian-Strasse 34
CH-4052 Basilea

tel. 061 204 66 66
fax 061 204 66 11
e-mail bio@bio-suisse.ch



Presso i Tappelet durante la stagione principale tutti i membri della famiglia contribuiscono a svolgere i lavori nell'azienda Gemma a Wilchingen SH.