



BioForum Vlaanderen

BioForum laat de biosector uit één mond spreken en organiseert campagnes en persacties.

Je kan bij ons terecht met al je vragen over biologische land- en tuinbouw. Wij willen dat iedereen bio eet en drinkt! Dat klinkt ambitieus, maar daar gaan we voor.



Bioknipsels
In- / uitschrijven

Ma	Di	Wo	Do	Vr	Za	Zo
15	16	17	18	19	20	21
22	23	24	25	26	27	28

BioVak09
21 & 22 januari 2009

2009

Waar draait het om?

BioForum Bioknipsels 3 - 23 januari 2009

Actief zijn rond bio in je gemeente en provincie, het kan! BioForum Vlaanderen bracht zopas een publicatie uit waarin beschreven wordt hoe je als lokaal bestuur een werking rond bio kunt opzetten en hoe dit past in een duurzaam lokaal beleid. Verder zijn er heel wat boeiende bioberichtjes en een pak professioneel bionieuws. En voor wie van zijn hobby zijn beroep wil maken, zijn er alweer enkele leuke biovacatures.

Veel leesplezier!

Peggy Verheyden & Geertje Meire

Communicatie Medewerkster BioForum Vlaanderen

Consument – Algemeen

- [Biogids lokale besturen 2008](#)
- [Vacature: Bioforum zoekt administratieve en ICT-ondersteuning](#)
- [Oproep medewerkers eco-rock](#)
- [Volkstuintjes voor kinderen](#)
- [Brouwerij Brunehaut brengt drie nieuwe biologische bieren uit](#)
- [Eerste Belgische bio frituur](#)
- [Wessanen wil biologische producten verleidelijker maken](#)
- ["In alle sterrenrestaurants wordt overwegend biologisch gekookt"](#)
- [Restaurant met eigen taal](#)

Producent

- [Vacature: Bioconsulent Omschakeling](#)
- [Biologisch product is 'hot' bij consument maar echte doorbraak blijft nog uit](#)
- [Productiekosten biologische vleeskuikens](#)
- [100% biologische mest](#)
- [Nieuwe normen voor huisvesting en arbeid voor de biologische varkenshouderij](#)



- [Phytophar Instituut Prijs 2009](#)

Verwerker

- [Consument wil biologische gemakproducten](#)
- [Allemaal e\(thi\)co](#)
- [Eindelijk duurzame maaltijden voor de Federale Overheid](#)
- [FR - Bio in de Franse grootkeukens: stand van zaken](#)
- [Ikea introduceert bio in Italië, Duitsland en het Verenigd Koninkrijk](#)
- [NL – Eerste biologische cafetaria geopend](#)
- [Bio on stage wil biologisch hip maken](#)

Verkooppunt

- [Gourmet butcher in Copenhagen opts for organic](#)
- [Animal welfare affects shopper choices](#)

Biogids lokale besturen 2008

Actief zijn rond bio in je gemeente en provincie, het kan! Met deze publicatie wil BioForum Vlaanderen, koepelorganisatie van de biologische landbouw en voeding, aangeven hoe je als lokaal bestuur een werking rond bio kunt opzetten en hoe dit past in een duurzaam lokaal beleid. Daarbij laten we 3 gemeenten, Oud-Turnhout, Koksijde en Zwevegem, en 2 steden, Leuven en Gent zelf aan het woord, want zij brengen dit dagelijks in de praktijk.

Vooraleer we de praktijkvoorbeelden uit de doeken doen, geven we een kader, want werken rond bio doe je niet zomaar. Werken rond bio doe je omdat producten afkomstig uit biologische landbouw geteeld zijn met respect voor mens, plant, dier en leefomgeving. Waarom zou je als bestuur naast seizoensgebonden en streekgebonden producten ook voor biologische producten uit eigen land kiezen? Omdat het kan!

Wist je dat er in Vlaanderen en Wallonië zo'n 850 biologische landbouwbedrijven zijn, in 2007 goed voor een areaal van 33.056,72 ha. Dit is aan stijging van ongeveer 16% t.o.v. 2006. In Europa is het biologische landbouwareaal goed voor 7,4 miljoen ha in 2007, een stijging van ongeveer 7% t.o.v. 2006. Waarom zou je als bestuur dat inzet op producten van eerlijke handel uit het zuiden niet meteen ook kiezen voor biologisch? Wist je dat biologische landbouwproducten zorgen voor minder CO2-uitstoot? Wist je dat biologische landbouw in het zuiden tot 30% meeropbrengst kan geven tegenover landbouwmethoden die gebaseerd zijn op het gebruik van chemische bestrijdingsmiddelen en kunstmeststoffen? En wat met het feit dat bio 'duurder' is? De prijs die bioboeren krijgen is een eerlijke prijs!

In het laatste hoofdstuk geven we een overzicht van wat elke provincie reeds doet rond biologische landbouw en voeding. We gaan

ook gluren bij de burens om te zien hoe zij ermee omgaan.

Over al deze dingen kom je meer te weten [in onze gids?](#)
Meer info: sabine.caremans@bioforum.be.

Vacature: Bioforum zoekt
administratieve en ICT-ondersteuning

BioForum Vlaanderen is de koepel van de biologische landbouw en voeding. Wij verdedigen de belangen van bioboeren, -verwerkers, -winkeliers en organisaties actief in de biosector. Wij werken aan wetgeving, beleid en voeren promotie voor bio. Voor alle vragen omtrent bio kan je bij Bioforum terecht. Meer weten : www.bioforum.be

Wij zoeken extra ondersteuning binnen ons administratief team.

Takenpakket:

ICT-ondersteuning, problemsolving en installatiewerk.
Begeleiden en implementeren van internettoepassingen
Onthaal en telefoonpermanentie
Inspringen bij facturatie

Profiel:

Affiniteit hebben met biologische landbouw en voeding
Voldoende kennis en affiniteit hebben met ICT
Overweg kunnen met facturatie
Klantvriendelijk zijn
In team kunnen werken

Wij bieden:

60% tewerkstelling
Contract onbepaalde duur
Verloning volgens PC 329, A2 niveau.
Onmiddellijke indiensttreding
Tewerkstelling in Antwerpen, 4 minuten van het Centraal station
Gratis openbaar vervoer voor woon-werkverkeer

Procedure:

Sollicitatiebrief met CV voor 1 februari 2009 mailen naar marianne.vergeyle@bioforum.be.
Sollicitatiegesprekken op 3 februari 2009 in de namiddag.

Oproep medewerkers eco-rock

De voorbije jaren zette Velt met de ecosmos de eerste stappen op de

festivalweide van Mano Mundo, Rock Werchter en een aantal kleinere evenementen. Je kon er proeven van ecologisch broodbeleg of een ecosmos kopen. Ook in 2009 gaan we de festivaltoer op. Maar daar willen we graag jouw hulp en ideeën voor inschakelen. Op 17 februari 2009 organiseren we een jamsessie waarbij we ecosmossen proeven, brainstormen en plannen uitwerken voor 2009. Heb jij zin om ecologische voeding op de kaart te zetten, dan moet je beslist aanwezig zijn!

Lees [hier](#) meer op.

Bron: Velt, 20/01/2009



Volkstuintjes voor kinderen

Ina Maka start in maart een nieuw project voor lagereschoolleerlingen: volkstuintjes voor kinderen. Daarvoor stelde de gemeente Lebbeke een perceel van zes are ter beschikking in een zijwegje van de Beukenstraat. Elk kind krijgt er een stukje grond om te bewerken.

'We komen twee keer per week samen', zegt Marijke. 'Op woensdagnamiddag en op zaterdagvoormiddag. We delen kennis, leren bij over tuinieren, werken samen aan de inrichting van onze tuintjes en knutselen onder andere naambordjes om bij de planten te plaatsen. Met de zelfgekweekte biologisch geteelde groentjes bereiden we heerlijke salades en hapjes en van de rest van de oogst kunnen ze mama en papa laten proeven.'

Hoofdzaak is dat de kinderen het plezier van tuinieren ontdekken. Wat ze planten, beslissen ze zelf. Ze zijn verantwoordelijk voor hun eigen tuintje.

Bron : Het Nieuwsblad, 17/01/2009



Brouwerij Brunehaut brengt drie nieuwe biologische bieren uit

De Brouwerij van Brunehaut (regio Doornik), gesticht in 1890, lanceert een volledig nieuw gamma biologische bieren. Het gaat om drie bieren van hoge fermentatie en nagisting op fles ge-brouwen volgens de rijke tradities van de Belgische streekbieren. In het aanbod:

- Een witbier op basis van mout en biologisch gist (5% Vol.)
- Een blond bier puur mout (6,5 % Vol.)
- Een amberkleurig bier op basis van drie verschillende soorten mout (6,5% Vol.)

Deze biologische bieren zijn momenteel beschikbaar in flessen van 33 cl en binnenkort ook in grote flessen van 75 cl.

Bron: Organic Retail, 11-12/2008

Eerste Belgische bio frituur

Een bijzonder leuk nieuwtje: op 1 april opent de eerste bio frituur van het land. De “Natuurfrituur Merel” is een mobiele biologische frituur die met zijn lekkere frietjes, groentefrietjes, vegetarische snacks, broodjes.. de biomarkten zal aandoen van Leuven, Antwerpen en Brussel. Daarnaast kan je hen inhuren voor feesten en evenementen.

Info: denatuurfrituurmerel@telenet.be,

tel: 09/324.53.46 of 0475/20.77.16

Bron: denatuurfrituurmerel@telenet.be, 14/01/2009

Wessanen wil biologische producten verleidelijker maken

Supermarktklanten willen best kiezen voor biologische producten, maar vinden dat die er vaak niet zo lekker uitzien. Dat stelt Angela Schop, algemeen directeur van Wessanen.

Het bedrijf wil bewijzen dat biologisch ook smaakvol kan zijn en introduceert de nieuwe biologische productenlijn Whole Earth. Het betreft een lijn frisdranken, ontbijtgranen, fruit spreads, pindakaas, chocoladepasta's en koekjes die speciaal bedoeld zijn voor de supermarktklant. De producten worden verkocht bij Albert Heijn, Jumbo en Marqt.

In plaats van de term “biologisch” gebruikt men voor Whole Earth de term 'organic'. Dat heeft volgens Wessanen een beter imago bij de Nederlandse consument. Volgens Schop koopt 90% van de Engelse consumenten wel eens biologische producten en is dat in Nederland maar 4%. In Engeland wordt Whole Earth al 40 jaar verkocht en in Duitsland sinds 2008.

In Engeland is het biologische segment in het laatste kwartaal van 2008 met 15% gegroeid. Ook in Nederland blijft de verkoop van biologisch stijgen, aldus Schop. Zij krijgt daarin bijval van Miranda Boer van het Centraal Bureau Levensmiddelenhandel (CBL). Zij verwacht dat de omzet van biologisch in 2008 een met 10 tot 15% is gegroeid.

Bron: Agripress, 19/01/2009

"In alle sterrenrestaurants wordt overwegend biologisch gekookt"

Het is waar, de chocoladekoekjes van Whole Earth zijn echt fantastisch. De mare was het product al vooruitgesneld, in sommige supermarkten ligt het al een paar weken en in mijn kennissenkring

had men de koekjes ook al ontdekt. Nu mocht ik zelf proeven bij de presentatie van de hele lijn van dit voor de Nederlandse markt nieuwe merk.

Whole Earth ontstond in de jaren zeventig in Engeland en maakte vele ups en downs mee. Maar oprichter Graig Sams mocht naast voortdurend dreigend faillissement ook meemaken dat zijn biologische pindakaas de tweede plaats innam van best verkochte pindakaas in Engeland.

Sams: "Eigenlijk wilde ik toen een biologisch-dynamisch restaurant beginnen. Maar ik kwam er al snel achter dat ik de grootste moeite had goede spullen te vinden. Dus ging ik aan de gang om in het restaurant ook eerlijke jams en andere producten te verkopen." En ja hoor, daar komt de tekening van John Lennon die een van de vaste gasten van Graigs restaurant was. En een zoentje van Yoko. Tegenwoordig is Whole Earth in handen van het Nederlandse bedrijf Wessanen. En daar hebben ze het plan opgevat om een belangrijke speler op de nog altijd fors groeiende biologische markt te worden. Schokkend overigens wanneer je die cijfers bekijkt. Hoewel biologisch enorm in de lift zit, eet slechts twee procent van de Nederlanders volledig biologisch.

We zullen trouwens aan een nieuw woord moeten gaan wennen, want Whole Earth noemt zijn producten organic. Een bredere Engelse noemer waar biologisch ook onder valt. Volgens de plannenmakers van Whole Earth heeft biologisch in ons land inmiddels een verkeerde naam gekregen. Mensen associëren biologisch met gezond maar ook met niet echt lekker. Vandaar dat er wel een Ekokeur op de verpakking staat, maar het woord biologisch wordt vermeden. Overigens heel vreemd, die veronderstelling dat biologisch niet lekker zou zijn. In alle sterrenrestaurants wordt bijvoorbeeld overwegend biologisch gekookt, juist omdat het lekkerder is. Van de grote supermarkten is de Plusmarkt de grootste in het biologische aanbod. Direct gevolgd door de Jumbo. Albert Heijn komt pas op de derde plaats.

In Londen zagen we bij de presentatie van Whole Earth overigens ook de supermarkt Whole Foods aan Kensington High Street. Wie de winkel Marqt in Amsterdam kent: denk zes keer zo groot en alles wat je je maar aan biologisch eten kan bedenken. Een klein beetje rondkijken in Londen en je ziet wat hier ongetwijfeld ook gaat gebeuren, eten voor je gezondheid. Overal winkels en uithangborden die het eeuwige leven beloven door het eten van supergranen of het drinken van superdrankjes. Jammer, want biologisch, dat wil zeggen zonder pesticiden en kunstmest geteeld, zou gewoon standaard moeten worden en eigenlijk niets bijzonders moeten zijn.

Moederbedrijf Wessanen gaat overigens, en dat vind ik echt groot nieuws, proberen die machines op de middelbare scholen met letterlijk verderfelijke cola en gevulde koeken over te nemen. Dat zou een enorme stap in de goede richting van verantwoordelijke

voeding voor onze jeugd zijn.

Goed, het klinkt natuurlijk als een vet reclameverhaal, maar wat goed is, verdient gewoon wat extra aandacht. Koekjes, drie soorten pasta, waarvan de dark chocolate de lekkerste is, pindakaas en pindakaas met chocolade stukjes, echt smakelijke aardbeienjam, een serie muesli's en nog verschillende watertjes en sapjes. Whole Earth gaat voor lekker. Ben benieuwd wat wij Nederlanders ermee gaan doen. LEKKERBiologische producten worden met respect voor flora en fauna verbouwd en geproduceerd. Er wordt geen gebruik gemaakt van landbouwgif, kunstmest en gentechnologie. In wezen betekent organic (organisch) hetzelfde als biologisch, maar het leuke is dat de eerste betekenis van organic bij Van Dale 'wezenlijk, essentieel en vitaal' is. Dat geeft een hoop meer kracht mee dan alleen biologisch. Wij Nederlanders worden in Engelssprekende landen altijd raar aangekeken wanneer we met 'biological' aankomen en binnen een paar tellen worden we fijntjes gewezen op het woord organic. Veel producenten overwegen biologisch van de verpakking af te halen en te vervangen door organic. Het Nederlandse organisch klinkt niet zo lekker en zal het waarschijnlijk niet worden.

Bron: De Telegraaf, 16/01/2009



Restaurant met eigen taal

Hij is de enige dove chef-kok in België. Dirk Franck is al twintig jaar heer en meester aan het fornuis van Villa Franck in Rijmenam. Hij gaat voor lekker en gezond. Tachtig procent van de producten is biologisch.

Er heerst een gezellige drukte in de keuken van Villa Franck. Dirk (42) raakt er niet door afgeleid. 'Dat is misschien wel een klein voordeel', zegt Roland. 'Dirk concentreert zich volledig op zijn werk, hij heeft geen last van omgevingslawaaï.'

De chef van het restaurant werd doof geboren. Hij ging naar de dovenschool en Woluwe en koos voor een koksopleiding. 'De beroepskeuzes waren beperkt in de school', zegt Roland. 'Maar we merkten al snel dat Dirk een neus had voor koken, dus beslisten we om hem te laten verder studeren op een gewone school.'

'Dat was in die tijd helemaal niet evident', voegt Christiane eraan toe. 'Maar we hebben onze zin doorgedreven. Mijn man is tot bij de minister gegaan om een aanpassing te vragen. Die is er ook gekomen, dankzij toenmalig minister D'Hoore. De directrice van het Coloma-instituut van Mechelen stond helemaal achter onze beslissing. Dirk is daar ontzettend goed opgevangen. De leerkrachten zorgden ervoor dat hij nota's kreeg om alles te volgen en de lessen voor te bereiden. Met de andere leerlingen in de klas ging het prima.'

De familie kreeg heel veel steun van broeder Jan van de dovenschool. 'Hij heeft jarenlang voor ons getolkt en ons bijgestaan', zegt

Christiane.

Dirk ging na zijn studies aan de slag in Keerbergen en liep stages bij alle grote huizen. 'Het grote struikelblok was de communicatie', zegt Christiane. 'Op Dirks werk was niks aan te merken, maar opdrachten worden in restaurants mondeling doorgegeven en dat lukte dus niet.'

Dus besloten Roland en Christiane om zelf een restaurant te beginnen met Dirk als chef-kok. Ze namen loopbaanonderbreking en bouwden hun woning in Rijmenam om tot restaurant. Intussen is het twintig jaar later en werd de formule van restaurant uitgebreid met brasserie.

Er is een tweede kok bijgekomen, Rudi Van der Steen. 'Eigenlijk zijn er weinig communicatiestoornissen', zegt hij. 'We voelen elkaar goed aan. Dirk en ik hebben hetzelfde idee over eten. We gaan voor lekker en gezond. Tachtig procent van de producten is biologisch. Dirk is specialist in visbereidingen en de Zuiderse keuken, ik heb mij meer toegelegd op stoverijen en soepen.'

'Alles gebeurt hier met briefjes, we hebben met de jaren zo ons eigen taaltje ontwikkeld', zegt Roland. 'Het enige wat moeilijker is, is het contact met de gasten. Dirk gaat zelden naar de tafel, hij begrijpt de mensen niet, zeker niet als er in groep gesproken wordt. Onze vaste klanten weten wel hoe ze hun appreciatie kunnen uitdrukken. Gewoon even de duim omhoog en Dirk weet wat ze van het eten vinden.'

Sinds kort bouwen Christiane en Roland hun rol in het restaurant beetje bij beetje af. 'Dirk moet meer en meer de verantwoordelijkheid krijgen', zegt Christiane. 'En dat lukt erg goed. Hij volgt de zaken heel nauwgezet op.'

De toekomst van het restaurant is ook al verzekerd. Dirk is vader van drie. Twee kindjes horen goed, de derde zoon kreeg een hoorchip ingeplant toen hij 2,5jaar was, sindsdien kan hij ook horen. 'De techniek staat echt voor niets', zegt Christiane. 'Ooit zal het nog zover komen dat doofheid opgelost is.'

Bron : Het Nieuwsblad, 17/01/2009

PRODUCENT

Vacature: Bioconsulent Omschakeling

In het kader van het Strategisch Plan Biologische landbouw 2008-2012, starten drie toonaangevende organisaties in de land- en tuinbouwsector een nieuw project "Omschakeling naar biologische landbouw". Deze samenwerking wil een nieuwe dynamiek geven aan de groei in de biologische productie.

De huidige marktvraag biedt kansen voor telers om in de biologische

productie te stappen. Na de sterke stijging van het aantal biologische telers rond en kort na de eeuwwisseling, is de groei van de sector biologische productie gestagneerd. Om de dynamiek in de sector te behouden is een groei van het aantal telers, maar ook van het areaal biologische teelten van cruciaal belang.

Binnen het project is er een vacature voor een periode van minstens 2,5 jaar voor een voltijdse medewerker (M/V)

Je functie

Je wordt hét aanspreekpunt in Vlaanderen voor gangbare land- en tuinbouwers die denken over te schakelen naar de biologische productie. Hiervoor onderhoud je zeer nauwe contacten met de drie organisaties en andere experts. Op allerlei manieren werk je aan sensibilisering van gangbare land- en tuinbouwers op het vlak van biologische productie. Je stelt duidelijke informatie ter beschikking aan wie concreet geïnteresseerd is: marktinformatie, teeltfiches, brochures, overheidsmaatregelen, ... Je organiseert bedrijfsbezoeken en brengt geïnteresseerden bij elkaar. Je begeleidt de kandidaat-omschakelaars op een creatieve en deskundige manier.

Je profiel

Je kent de land- en tuinbouwsector goed. Je hebt een realistische kijk op de mogelijkheden en knelpunten die een omschakeling naar de biologische productiewijze kan inhouden. Je bent communicatievaardig en legt vlot sociale contacten. Je durft vernieuwende dingen uit te proberen.

Deze gevarieerde job met brede taakinvulling, ruimte voor eigen initiatief en verantwoordelijkheid vraagt van jou een positieve instelling.

Onze voorkeur gaat uit naar iemand met minimaal een bacheloropleiding, of gelijkwaardig door ervaring.

Ons aanbod

- Je krijgt een passende verloning die wordt aangevuld met bijkomende voordelen zoals maaltijdcheques en leasewagen.
- Bovendien krijg je de kans om jezelf te ontwikkelen in een boeiende sector met veel vrijheid in de werkorganisatie en maak je deel uit van een hecht team van innovatieconsulenten.

Voor meer informatie over de functie kan je contact opnemen met Lieven Vandeputte, gsm 0478 26 62 35 of Katrien Goris, tel 016 28 62 40

Je sollicitatie met gedetailleerd cv dient ten laatste op 10 februari 2009 in ons bezit te zijn. Je kan ze bezorgen via de website www.boerenbond.be of per e-mail aan katrien.goris@boerenbond.be.

De selectie zal plaatsvinden in samenwerking met Kern Selection te Leuven.



Biologisch product is 'hot' bij consument maar echte doorbraak blijft nog uit

De consument lijkt helemaal klaar voor biologische groente, zuivel en wijn. Nu thema's als voedselveiligheid en duurzaamheid zo populair zijn, lijken de gouden tijden te zijn aangebroken voor de producenten van biologische voedingsmiddelen. Toch blijft een echte doorbraak nog uit. De boeren zijn vaak onvindbaar, zeggen de grote afnemers.

Dat beeld komt naar voren op de BioVak 2009, de beurs voor de biologische sector die woensdag en vandaag wordt gehouden in Zwolle. Er zijn ruim 150 standhouders afgekomen op dit jaarlijkse evenement. De organisatoren rekenen op 5000 bezoekers, overwegend boeren en tuinders.

De omzet van de biologische sector stijgt elk jaar hard. Natuurvoedingswinkels en supermarkten doen goede zaken. De biologische land- en tuinbouw wordt langzaam volwassen. De verkoop van biologische voedingsmiddelen is al gestegen naar meer dan euro 500 mln per jaar. Dat lijkt een aardige omzet, maar het marktaandeel is toch nog maar krap 2%.

De animo voor de BioVak is groot. 'We hebben in Zwolle drie keer zoveel standhouders als vorig jaar', zegt organisator Kees van Zelderen. 'Van een recessie merken we nog niets. Bij het uitbreken van de kredietcrisis schrokken we even, maar de aanmeldingen stroomden toch binnen.'

Wat dit jaar opvalt, is dat ook de producenten van immense grondverzetmachines en oogstmachines de beurs hebben ontdekt. De banken steken daar maar schril tegen af: Triodos Bank heeft een bescheiden stand, en Rabobank - toch de financier van de Nederlandse land- en tuinbouw - schittert in Zwolle door afwezigheid.

De uitbouw van de sector gaat met vallen en opstaan, zo blijkt uit het relaas van veel ondernemers. Er komen wel meer natuurvoedingswinkels, De Groene Weg-slaggers of supermarkten zoals Ekoplaza, maar de grootste drempel blijft toch de logistiek. Samenwerking is een moeilijk punt onder de 1300 gecertificeerde bedrijven.

De biologische boeren en tuinders zijn slecht georganiseerd en vaak onvindbaar. Ondernemer Jaap Hoek Spaans zei woensdag dat de sector baat zou hebben bij een 'biologische Bol.com', één adres waar de klanten hun weg kunnen vinden. Het probleem is nu dat de volumes te klein zijn en dat de continuïteit niet is gegarandeerd. Een bio-ondernemer zei het treffend: ze was wel door groothandel Hanos benaderd, maar ze leverde toch niet, omdat ze anders al haar vaste klanten kwijt zou zijn.

Toch zijn er wel voorbeelden van geslaagde samenwerkingsverbanden zoals EKO Holland, een coöperatie van

biologische melkveehouders. En in Noord-Holland hebben veel biotuinders zich aangesloten bij Mijnboer.nl, die levert aan winkels, horeca en cateraars in de regio Amsterdam. De formule slaat aan: de omzet bedraagt een jaar na de start al bijna euro 2 mln. De groep sloot onlangs een langlopend contract met twaalf La Place-restaurants van V&D.

Bron: Het Financiële Dagblad, 22/01/2009

Productiekosten biologische vleeskuikens

In 2008 is de kostprijs van biologische vleeskuikens geactualiseerd. Hiervoor is het voerprijsniveau van de zomer 2008 gebruikt. De kostprijs van biologische vleeskuikens bedraagt bij afleveren op 72 dagen leeftijd € 2,17 per kg. Bij 81 dagen is de kostprijs 1 cent hoger en bedraagt € 2,18. Inmiddels zijn de voerprijzen weer gedaald en ligt de kostprijs nog iets boven de € 2,- per kg.

Op basis van gegevens uit 2007 is een kostprijsvergelijking met Duitsland en Frankrijk gemaakt om een indruk te krijgen van de concurrentiepositie van de Nederlandse sector. De kostprijs in Duitsland was in 2007 20-55 eurocent per kg hoger dan de kostprijs in Nederland. De kostprijs in Frankrijk was in 2007 circa 30 eurocent per kg hoger dan de kostprijs in Nederland. De komende jaren zullen een aantal factoren de kostprijs voor biologische vleeskuikens gaan beïnvloeden.

- Voerprijs
- Eendagskuikens
- Kosten uitloop

Meer informatie:

Izak Vermeij, ASG van Wageningen UR, izak.vermeij@wur.nl

Kijk [hier](#) voor de samenvatting en de volledige tekst van het rapport "Kostprijs biologische vleeskuikens: Primaire productiekosten kuikenvlees" door I. Vermeij en P.L.M. van Horne.

Bron: Biokennis, 15/01/2009

100% biologische mest

De biologische sector werkt toe naar 100% gebruik van meststoffen van biologische herkomst. Hiervoor zijn verschillende redenen:

- Werken volgens biologische principes en uitgangspunten, het sluiten van kringlopen;
- Biologische mest benutten binnen de sector;
- Voorkomen van insleep van ongewenste stoffen en genetisch gemanipuleerd materiaal;
- Voldoen aan de wensen en verwachtingen van de consument.

Om verder te gaan is in alle sectoren draagvlak nodig. In opdracht van de landelijke Vakgroep Biologische Landbouw is de “Werkgroep 100% biologische meststoffen” aan de slag gegaan.

De werkgroep, bestaande uit vertegenwoordigers van de sector, heeft een voorstel gemaakt. Hierin zijn de knelpunten uit de praktijk zoveel mogelijk meegenomen. Alle sectoren zijn betrokken bij de voorbereiding van het voorstel. Het vormt de basis voor de discussie met biologische boeren en tuinders.

Belangrijkste punten

- Indeling meststoffen: Er komt een nieuwe indeling van A-, B- en C-meststoffen. Deze heeft betrekking op dierlijke mest en alle overige organische meststoffen.
- Prioritering gebruik meststoffen: Het uitgangspunt is dat het onderhoud van bodemvruchtbaarheid vooral plaats vindt door een goede vruchtwisseling en met behulp van vlinderbloemigen en A-meststoffen.
- Grondgebonden veehouderij: biologische mest op biologische grond. Biologische veehouderijbedrijven die een mestoverschot hebben dienen deze mest op biologische grond af te zetten. Dit wordt gefaseerd ingevoerd.

Een uitgebreide uitleg en toelichting op deze punten vindt u in het Biokennisbericht: <http://library.wur.nl/biola/bestanden/1895762.pdf>

Wat verandert er?

- Indeling meststoffen in A, B en C meststoffen;
- Van kilo naar percentage biologische bemesting;
- Toename biologische bemesting tot 90 à 100% in 2020 van het totale N gebruik op het bedrijf;
- Biologische mest op biologische grond. Veehouderij wordt vanaf 2012, 100% grondgebonden. Alleen tussen geregistreerde biologische bedrijven vindt mesttransport van biologische mest plaats.

Vervolg

Na een inventarisatie van knelpunten tijdens diverse sectorale bijeenkomsten in januari en februari komt in maart een uitgebreide landelijke focusgroep bij elkaar om het voorstel bij te schaven. In juni wordt het aangescherpte voorstel aan de vakgroep voorgelegd.

Meer informatie:

- Sjef Staps, Louis Bolk Instituut, s.staps@louisbolk.nl

Bron: Biokennis, 16/01/2009



Nieuwe normen voor huisvesting en arbeid voor de biologische varkenshouderij

De vorige berekening van de huisvestings- en arbeidskosten voor de biologische varkenhouderij dateert uit 2003. Intussen zijn bouwkosten gestegen en zijn er meerdere grote biologische varkensbedrijven bij gekomen.

Om weer een bruikbare norm voor deze kosten te hebben, hebben onderzoekers van het LEI en ASG, beide onderdeel van Wageningen UR, de normen voor huisvesting en arbeid voor de biologische varkenshouderij geactualiseerd.

De berekeningen van de standaardstal en arbeidsnorm is bedoeld om een representatieve inschatting te geven ten behoeve van de bepaling van huisvestings- en arbeidskosten voor op continuïteit gerichte biologische bedrijven.

De onderzoekers hebben in samenspraak met de biologische varkenshouderij ervoor gekozen om een standaardstal voor drie bedrijfsgroottes te definiëren, namelijk voor 96, 140 en 250 zeugen inclusief het bijbehorende aantal vleesvarkens.

Voor de arbeidsnorm is een gemiddelde arbeidsnorm bepaald, maar is besloten ook te werken met een differentiatie naar bedrijfsgrootte. Hierdoor kan tevens een aan bedrijfsgrootte gerelateerde arbeidsnorm kan worden vastgesteld.

Bron: LEI - Wageningen UR, 21/01/2009



Phytophar Instituut Prijs 2009

Phytophar reikt jaarlijks aan één of meerdere personen of teams een prijs uit voor hun innoverend werk in het kader van duurzame landbouw. Wie zich voelt aangesproken kan een dossier indienen dat het initiatief omschrijft in maximaal 12 bladzijden, opgesteld in één van de landstalen of in het Engels. Naast dit dossier wordt voor een kandidatuurstelling ook een overzicht van het curriculum vitae van de deelnemer(s) gevraagd.

Meer info op: www.phytofar.be

Bron: Phytofar, 19/01/2009

VERWERKER

Consument wil biologische gemakproducten

Consumenten staan positief tegenover biologische gemakproducten, zo blijkt uit een onderzoek dat het LEI heeft uitgevoerd binnen het Bioconnect programma van het ministerie van LNV. Volgens een deel van de deelnemers zouden biologische gemakproducten het imago van biologisch zelfs ten goede komen: ze maken biologisch gewoner, hipper en toegankelijker. Consumenten ervaren verder dankzij gemakproducten de voordelen van tijdsbesparing voor en tijdens het koken. De producten helpen ook bij het maken van de keuze van wat er op tafel komt en bij het voorkomen van mislukte maaltijden.

Voor het onderzoek is een diepte-interview afgenomen met 24 mensen die af en toe een biologische aankoop doen in de supermarkt. Doel van het onderzoek was inzicht verkrijgen in de zienswijze van consumenten op het combineren van biologisch vlees en gemak. In de ondervraagde groep werden biologische producten gezien als gewone producten voor gewone gebruiksmomenten. Biologisch vlees werd door deze mensen gekocht vanwege de smaak, een beter dierenwelzijn, vermeende positieve effecten op de eigen gezondheid, natuurlijkheid en milieuvriendelijkheid.

Een kleine helft van de ondervraagden koopt biologisch vlees, maar nooit altijd. Als voor biologisch vlees wordt gekozen is dat niet voor speciale momenten. Gehakt wordt door de ondervraagden het vaakst biologisch gekocht.

Gemak wordt bij voedingsmiddelen in het algemeen geassocieerd met tijdbesparing voor of tijdens het koken. Minder hoeven na te denken over wat te eten en hoe dat te bereiden, geeft een besparing van denkkracht die men blijkbaar liever aan iets anders besteedt. Tenslotte zijn er ook mensen die vinden dat gemakproducten niet alleen denkkracht besparen maar ook denkkracht geven. Voor hen zorgen de gemakproducten voor vernieuwing in het koken. Gemakproducten worden niet gekocht voor speciale momenten maar voor dagelijks gebruik.

Ook bij vlees is tijdsbesparing het belangrijkste voordeel van gemakproducten. In tegenstelling tot gemak bij levensmiddelen in het algemeen, dachten weinig tot geen deelnemers aan kant en klaar vlees. Hooguit dacht men aan voorbewerkt vlees dat gesneden, gekruid en/of gemarineerd is. Meer dan bij levensmiddelen in het algemeen wordt gemak bij vlees vertaald naar het voorkomen van mislukkingen en fouten. Vlees is naar de mening van de ondervraagden niet gemakkelijk te bereiden en alle hulp is daarbij welkom. Kip, biefstuk en gehakt zijn de gemakkelijkste vleessoorten volgens de ondervraagden.

Gemak en biologisch zijn goed met elkaar te verenigen volgens de meerderheid van de deelnemers aan het onderzoek. Het aanbieden van biologische gemakproducten zou het biologische imago bovendien wat normaler maken en wat minder geitenwollen-sokken, wat hipper en toegankelijker. Slechts een kwart van de deelnemers vindt de twee onverenigbaar omdat bijvoorbeeld veel verpakking niet past bij biologisch en omdat gemak niet past bij de ambachtelijkheid van biologisch. Andere ondervraagden gaven weer aan dat ze bij de duurdere gemakconcepten juiste verwachten dat ze biologische kwaliteitsingrediënten bevatten. Biologisch kan dus als conceptversterker worden opgevat.

Lees meer: Rapport 2008-028 “Biologisch en gemak; Een combinatie voor de toekomst?”

Bron: Agripres



Allemaal e(thi)co

Met de gloednieuwe Europese biostandaard wordt het tijd enkele dingen op een rijtje te zetten : wat is biologisch en wat niet ? Kies ik voor fair trade of eco ? En wat is het doeltreffendst : die groene crème of dat hoogtechnologische smeersel?

Natuurlijk : Geen beschermde term, met andere woorden : iedereen kan dit gebruiken.

Biologisch : Deze term mag in principe alleen worden gebruikt als een product een bio-label heeft.

Organisch : Synoniem voor biologisch, afgeleid van het Engelse organic.

Biolabel : Garandeert dat een product biologisch is. De meeste labels zijn nationaal, zoals het Franse Ecocert, het Britse Soil Association en het Duitse BDIH. De standaarden verschillen dan ook per land, maar cruciaal is dat een bepaald percentage van de ingrediënten van gecontroleerde biologische teelt is, dat er geen chemische mest- of bestrijdingsstoffen inzitten, dat er geen dierproeven aan te pas kwamen en dat bepaalde ingrediënten geweerd worden, zoals petroleumderivaten en siliconen.

Klimaatneutraal : Het product en zijn ontstaan dragen niet bij tot de klimaatverandering, doordat de CO₂ die bij de productie wordt uitgestoten, gecompenseerd wordt door bijvoorbeeld de aanplant van bomen. Daarnaast kan de fabrikant zorgen voor duurzame productie, bijvoorbeeld met windenergie.

Fair trade : Eerlijke internationale handel, gebaseerd op dialoog, transparantie en respect. Fair trade biedt aan gemarginaliseerde producenten en arbeiders, vooral uit het Zuiden, betere handelsvoorwaarden en het beschermt hun rechten. Fair-tradeorganisaties engageren zich actief om producenten te steunen, bewustzijn te creëren en campagne te voeren voor meer gelijkheid in de internationale handel. Fair-tradeproducten worden waar mogelijk gecontroleerd door geloofwaardige, onafhankelijke garantiesystemen.

Community trade : Een gericht aankoopprogramma tussen een bedrijf en benadeelde gemeenschappen in de hele wereld. Daarbij wordt aan de gemeenschap een eerlijke prijs betaald die, in ruil voor kwaliteitsproducten, de productie- en loonkosten dekt én ervoor zorgt dat de gemeenschap kan investeren in zijn toekomst.

Omdat het Europese biolabel voor sommige merken te lang op zich laat wachten, is er intussen ook een andere internationale standaard opgedoken : NaTrue, in het leven geroepen door een Europese belangengroep voor producenten van natuurlijke en biologische cosmetica. Deze non-profitorganisatie heeft naar eigen zeggen maar één doel : "Een label voorzien dat consumenten kunnen vertrouwen." Dat label is drievoudig : één ster staat voor natuurlijke cosmetica, twee sterren voor natuurlijke cosmetica met biologische ingrediënten,

en drie sterren voor biologische cosmetica.
www.natrue.org

"De groene beweging is niet langer gewoon een trend, maar een manier van leven." Aldus Rona Berg, hoofdredacteur van het gloednieuwe Amerikaanse Organic Beauty, een magazine dat integraal gewijd is aan milieuvriendelijke beauty, wellness, voeding, stijl en reizen. Met in het eerste nummer onder meer artikels over sulfaatvrije shampoos en gevaarlijke ingrediënten in make-up. Voorlopig nog niet bij ons verkrijgbaar, maar online kunt u wel al enkele artikelen raadplegen.

<http://organicbeautymagazine.net>

Hoogtechnologische vernieuwingen of biologische crèmes ?

Edouard Mauvais-Jarvis van Dior : "Als de beste kandidaat voor een bepaalde formule een natuurlijk ingrediënt is, des te beter, maar doeltreffendheid blijft primordiaal. Dat wij niet helemaal natuurlijk werken, heeft twee redenen : vooreerst willen we heel effectieve producten, en daarvoor kan het beter zijn om natuurlijke ingrediënten te combineren met synthetische. Daarnaast is er ook het sensoriële aspect : geraffineerde texturen en parfums zijn moeilijker te bereiken op zuiver natuurlijke basis."

Caroline Breunig van Yves Rocher : "Sinds kort hebben we een biologisch gamma met het Ecocertlabel : Culture Bio. In de toekomst zal dat nog worden uitgebreid, al worden niet al onze producten biologisch. Want het heeft toch een aantal nadelen : Ecocert stelt heel strenge eisen, waardoor we nog maar een vijfhonderdtal actieve ingrediënten mogen gebruiken. Bovendien duwt het biologische aspect de prijs de hoogte in, al proberen we dat te beperken. Het voordeel is dat onze producten dicht bij de natuur staan, dit gamma is zelfs klimaatneutraal. Dat wil niet zeggen dat resultaten voor ons niet belangrijk zijn. Alle actieve bestanddelen worden getest op efficiëntie, en volgens de testpersonen blijken sommige van onze producten zelfs effectiever dan die van hoogtechnologische merken."

Fair trade of ecologie ?

Graham Clewer van The Body Shop : "Community trade is onze vorm van fair trade, want de doelen zijn dezelfde. Het begon allemaal met oprichtster Anita Roddick, die alleen winst wilde maken op basis van ethische principes. Wij willen niet dat de mensen die onze grondstoffen verbouwen, uitgebuit worden. Maar de planeet beschermen is even belangrijk. We moedigen de fair-tradeboeren daarom aan om biologisch te werken. Ook voor hen heeft dat voordelen : zo krijgen ze meer mogelijkheden om aan andere afnemers te verkopen."

Effi Vandevoorde van Wellments (Ecover) : "Ecologie is onze kernactiviteit. Momenteel zijn we vooral heel sterk in zogenaamde

rinse off-cosmetica : shampoos, douchegels, bodyscrubs, enzovoort. Allemaal op basis van plantaardige en minerale ingrediënten, en bovendien heel mild voor de huid. Mochten we nu de stap zetten naar fair trade, dan zouden we als nieuwkomer toch wat risico's lopen. De ingrediënten liggen nu eenmaal niet voor het grijpen, zeker op de fair-trademarkt."

Biolabel of niet ?

Pieter De Cooman van Weleda : "Voor ons is een biolabel heel belangrijk, in de eerste plaats omdat de markt erom vraagt. Winkels, journalisten en consumenten willen weten waar het op staat : wat is echte natuurcosmetica en wat is pseudo ? Een biolabel geeft vertrouwen omdat het onafhankelijk is, in tegenstelling tot het cosmeticamerk zelf, dat natuurlijk kan beweren wat het wil. Uiteraard zijn er ook nadelen aan verbonden : er komt heel wat administratie bij kijken en er is een wildgroei aan nationale labels, elk met hun eigen normen. Daarom zijn we met een aantal merken in NaTrue gestapt, een onafhankelijke non-profitorganisatie met een wereldwijd label."

Nathalie Kamp van Aveda : "Het probleem is dat er zoveel verschillende biolabels zijn, met ontzettend veel verschillende regels. De eisen die zij stellen, zijn trouwens vaak aanzienlijk milder dan onze eigen eisen. Bovendien werken bepaalde labels met een shortlist van gecertificeerde ingrediënten. Als je die gebruikt, zit je goed. Maar wij willen werken met ingrediënten die wij zelf uitkiezen, zonder compromis aan onze kwaliteitseisen. Daar zijn we heel streng in : we gaan op zoek naar biologisch geteelde ingrediënten, milieuvriendelijke, liefst gerecycleerde verpakkingen, we hebben een ecologische fabriek die voor honderd procent draait op windenergie, enzovoort. Toch blijft het een dilemma : doordat we geen biolabel hebben, weten veel consumenten niet hoe ecologisch we werken."

Bron: Knack/Weekend Knack, 21/01/2009

Europese biostandaard: Een woordje uitleg door Valérie Lemaire van Ecocert, lid van de werkgroep.

Wat ?

"Met vijf Europese organisaties, waaronder het Duitse BDIH en het Belgische Bioforum, hebben we de Europese COSMOS-Standard ontwikkeld. Die is tweeledig, op een natuurlijk en een biologisch niveau, en de eisen zijn heel streng. De voorlopige versie staat nu online en kan door iedereen geconsulteerd worden. Binnenkort zullen we op basis van de commentaren de definitieve versie klaarstomen. Hopelijk kunnen we dan uiterlijk tegen de zomer beginnen met de certificaties."

Waarom ?

"De merken vroegen al lang om een internationaal label, omdat veel producenten ook in het buitenland verkopen en het niet evident is om

aan de verschillende nationale labels te voldoen. Maar ook voor de consument zal één label een stuk eenvoudiger zijn."

Nu pas ?

"Onze standaard heeft een tijd op zich laten wachten omdat we met verschillende partijen een consensus moesten bereiken. We konden niet zomaar bij meerderheid beslissen."

Logo ?

"Op dit moment werken we nog aan het logo, dat ook duidelijk zal aangeven of een product natuurlijk is of biologisch."

Bron: Knack/Weekend Knack; 21/01/2009



Eindelijk duurzame maaltijden
voor de Federale Overheid

De Federale Overheid deed in november een oproep om offertes in te dienen voor de verduurzaming van een overheidsrestaurant dat voorbeeld zou staan voor de andere restaurants. Netwerk Bewust Verbruiken, Velt, Vredeseilanden, Ecolife, BioForum Vlaanderen en Wervel deden samen ook een worp. En ja hoor! Ondanks het feit dat men het maximumbedrag was vergeten te vertalen naar het Nederlands, is ons samenwerkingsverband uitgekozen om de Federale middagmalen onder handen te nemen. Het wordt een pikante dagschotel!

Bron: Wervel, 20/01/2009



FR - Bio in de Franse grootkeukens:
stand van zaken

Agence Bio presenteert zijn eerste cijfers over de aanwezigheid van bio in de Franse grootkeukens. In 2007 werd het aantal biomaaltijden op jaarbasis op 10 miljoen geschat. In 2006 was dit nog zes miljoen: bio zit dus sterk in de lift in de Franse grootkeukens. Wanneer men deze cijfers echter in het licht van de cijfers van de totale grootkeukenmarkt in Frankrijk plaatst, ziet men dat deze aantallen heel relatief zijn: bio zou in 2007 een marktaandeel gehad hebben van 0,2%. Het gebruik van bio in de grootkeuken is vooral een lokale keuze in eigen beheer: negen van de tien miljoen biologische maaltijden zijn bereid in de eigen keukens van de cafetaria. Nochtans kent het aantal biologische maaltijden dat extern bij een biotraiteur bereid en aangekocht wordt, een sterke groei. Agence Bio kwam ook op de proppen met een lijst van biologische ingrediënten in volgorde van belangrijkheid: fruit en groenten op één, gevolgd door vlees, brood en melkproducten.

Bron: Organic Retail, 11-12/2008

Ikea introduceert bio in Italië, Duitsland en het Verenigd Koninkrijk

De Zweedse keten van woonwarenhuizen Ikea heeft nu ook zijn eerste stappen gezet op de biomarkt. In zijn Italiaanse, Britse en Duitse vestigingen hebben klanten nu ook keuze uit een aantal biologische maaltijden.

Bij de Italiaanse vestigingen gaat het om een biomaaltijd voor kinderen en een biologisch broodje met biologische gekookte ham. In het Verenigd Koninkrijk gaat het om biologische soep met bijhorende biobroodjes, biopasta met saus op basis van biologische ingrediënten en biologische lunchpakketten voor kinderen. In Duitse Ikea-vestigingen is er elke maand een nieuw volwaardige biologische hoofdmaaltijd beschikbaar.

De keuze voor bio is volgens Tony Bowsher, Ikea Food Manager in het Verenigd Koninkrijk, perfect in lijn met de filosofie van Ikea: "We willen kwalitatief meubilair brengen met een goed design en met respect voor duurzaamheid. In onze restaurants willen we de best mogelijke voeding brengen die diezelfde waarden uitstraalt. Biovoeding past perfect in het plaatje."

Bron: Organic Retail, 11-12/2008

NL – Eerste biologische cafetaria geopend

'Natuurlijk Smullen', de eerste Nederlandse biologische cafetaria, opende op 11 oktober zijn deuren. 'Natuurlijk Smullen' brengt snacks, belegde broodjes, friet en drank met een biologische afkomst. De cafetaria wil de aandacht vestigen op de fouten van de huidige samenleving, die ons wel eens onze planeet zouden kunnen kosten. Absolute topper in het assortiment zijn de biologische frietjes die als 'warme broodjes' over de toonbank gaan. 'Natuurlijk smullen' is gelegen in de Jan Van Galenstraat in Amsterdam en is alle dagen, behalve op maandag, open tussen 11u30 en 22u.

Bron: Organic Retail, 11-12/2008

Bio on stage wil biologisch hip maken

Food Traxx uit het Brabantse Alphen introduceert het nieuwe merk biologische producten Bio on stage. Het bedrijf wil met het assortiment biologisch uit de alternatieve sfeer halen, legt ondernemer Erwin van Beest uit. Van Beest wil met het assortiment inspelen op de vraag naar 'eerlijke en vooral lekkere biologische producten'. De producten zijn hip, eerlijk, puur en sluiten aan op de hedendaagse wereldse trends, aldus Food Traxx. Bio on stage werd deze week op de Horecava geïntroduceerd.

Het gaat om biologische sauzen, marinades en kruiden die worden geproduceerd in de fabriek in Alphen. Ook worden gegaard vlees en vleeswaren van Daily Harmony in Hedel gedistribueerd en broodsoorten, maaltijdcomponenten en zuivel die eveneens door derden worden geproduceerd. Het bedrijf produceerde eerder al biologische producten. Dat bleek aan te slaan. Ook het beleidsvoornemen van het ministerie van LNV dat de overheid 40 procent van de producten voor catering biologisch moet inkopen, was reden voor Food Traxx om meer met biologische producten te doen.

Bron: Biofoodonline.nl, 15/01/2009

VERKOOPPUNT

Gourmet butcher in Copenhagen opts for organic

He has already been nominated best butcher of the year, has trained hundreds of staff for meat departments in Coop stores and set up his own business a year ago. He is Peter Steen, 33 years old and, with his gourmet butcher's shop in the Østerbro district he has become the acclaimed fine-food star in the Nordic countries. He gets visitors from Sweden, Norway, England and Italy in his butcher's shop, that has unique, one hundred year-old wall paintings. Quality, freshness and transparency in production are the highest priorities of Gourmandiet.

"For me, the issue is not just organic but excellent quality," says Steen who, on 6 June 2007, after extensive restoration work, opened his 100 m² shop in the most prosperous part of Copenhagen to the north-west of the city centre. Since then, well over a dozen articles have appeared in international lifestyle magazines and specialist gastronomy magazines about this exceptional butcher, who sets great store by organic quality. "About 80 % of my turnover is generated by organic products", he says. All the meat he sells comes from organic production.

There is a corridor to the next room where he serves delicatessen products from artisan and regional production that is non-organic: hand-made chocolate, olive pestos, noodles from small-scale production, chutneys and crackers. On chilled shelves you find packaged fresh salads, soups, for example parsnip soup and desserts like raspberry mousse, chocolate cake with macadamia nuts, and orange sorbet. Heavy pots and pans made by the firm Mauviel in France are on sale too.

Every day an impressive 200 to 600 customers come to his shop, and at particularly busy times it gets crowded at the semi-circular counter. The counter displays a big variety of fine-food salads and meat specialities that customers, if they so wish, can eat on the premises in a third room accessed via the adjacent dry goods space. This bistro

can seat 14 people, and the intention over the next few months is to make it better known. The room has been created in designer simplicity, mainly in white and natural tones, and with a wooden floor and wooden bar stools. Peter Steen thinks the 30-40 meals currently served each day can easily be increased.

Around 100 fine-food salads – all with organic ingredients – are prepared every day with wild boar, beef, lamb, smoked salmon and caviar. “A perfect brunch” is the advertising slogan of Gourmandiet. Naturally, there are also many salads with vegetarian ingredients and no meat.

Mr Steen buys the whole carcasses in organic quality and cuts them up in his butcher’s shop ready for selling or for inclusion in the salads. The trained butcher also employs three more butchers and a salesperson. “Often I do the work of two people,” he concedes when asked about his weekly workload. Another ten shops are regularly supplied with Gourmandiet specialities.

The shop was operating as a butcher’s as early as 1902. Then it became a restaurant with music, and after the sixties it reverted to being a butcher’s shop. When he rented it, the original pictures on the walls (picture) could no longer be seen. His partner is an interior designer, and both are very keen to re-create everything as it was in its original state over a hundred years ago. Restoration by specialist craftsmen has cost around 40,000 Euros. The frieze round the walls shows animals on the way from the fields to the town, the slaughter of the animals, the processing of the meat and the sale of meat and sausage in the butcher’s shop.

Today the shop represents a very successful combination of original themes with ultra-modern but simple and natural design. From the shop and from the bistro too you can see what goes on in the kitchen. Including this kitchen, Gourmandiet has over 260 m² on the ground floor and as much space again in the cellar for storage. Peter Steen acquired his specialist knowledge from his former employer, Coop Denmark, where he was in charge of fitting out butchers’ departments in new supermarkets.

Gourmandiet – Home of Great Taste, Rosenvægets Allé 7, 2100 Copenhagen

Tuesday – Friday: 11.00 – 19.00, Saturday: 9.00 – 15.00 Closed Monday.

www.gourmandiet.dk.

Bron: Organic-Market.info, 21/01/2009



Animal welfare affects shopper choices

According to IGD, 20% of UK shoppers now say that knowing about the standards of animal welfare has become one of their key drivers

of product choice - up from 13% in 2008. When asked about concerns they have relating to food production, almost half (46%) of respondents mentioned animal living conditions compared with 38% in 2008.

“As one would expect in the current economic climate, price remains a key driver for shoppers,” said IGD chief executive Joanne Denney-Finch. “However, the stronger focus on standards of animal welfare demonstrates that consumers continue to grow more engaged with their food. People are making well-informed decisions on their food choices and looking for value for money without compromising on their values.”

The survey comes in the same week that the RSPCA highlighted a lack of consistency in the labelling of pork products. It claims only 2% of consumers understand terms such as free-range, outdoor bred and outdoor reared, so a legal set of definitions should be introduced.

Bron: Farmers Weekly Interactive, 20/01/2009

Colofon

De BioForum Bioknipsels worden uitgegeven door Bioforum Vlaanderen, de koepelorganisatie voor de biologische landbouw en voeding. Deze knipselkrant verschijnt wekelijks met actuele informatie over de nationale en internationale biosector. De berichten worden zonder tekstwijziging (hooguit ingekort) geknipt en geplakt, met vermelding van hun bron. Samenstelling: Geertje Meire & Peggy Verheyden. Nieuwtjes en evenementen kunnen steeds voor opname doorgestuurd worden aan geertje.meire@bioforum.be of peggy.verheyden@bioforum.be. Momenteel wordt de knipselkrant verzonden naar ruim 2200 relaties binnen de sector, de overheid en sympathisanten van de bioweek.

In- / uitschrijven

kan via een eenvoudig mailtje aan info@bioforum.be.

Archief

Oude nummers kun je [hier](#) nalezen, onder 'archief'.