



BioForum VLAANDEREN
Vlaamse Vereniging van Biologische Landbouwers

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



BioForum Bioknipsels 5 - 5 februari 2009

Deze week in de Bioknipsels een GGO-special. In het Vlaams Parlement is de bespreking van het ontwerp decreet co-existentie volop aan de gang. Op 27 januari j.l. werden in dit verband hoorzittingen georganiseerd. U vindt hierbij het kritisch standpunt door BioForum ingebracht; verder ook de standpunten van VODO, BBL, Wervel, ABS en BB.

Veel leesplezier!

Peggy Verheyden & Geertje Meire
Medewerksters Communicatie

Consument

- ['Consumenten blijven gewoon biologisch kopen'](#)
- [Groen! zet VELT in de pluimen](#)
- [Van Brempt lanceert campagne](#)
- [Nieuwe collectie in biokleding](#)
- [Valentijnsontbijt](#)
- [Recept: Valentijnskefta](#)

Producent

- [Het grote GGO co-existentie debat](#)
- [Peeters keurt 13 demoprojecten duurzame landbouw goed](#)
- [Grote fraude met biologisch vlees](#)
- [Allemagne: le pionnier de la volaille bio perd sa certification bio](#)
- [Organic brands succeed as own-label 'fails to communicate'](#)

Verwerker

- [In de kijker: Ecover](#)
- [Nieuwe natuurlijke kleuren en emulgators](#)

Verkooppunt

- [Volledig ecologisch gebouwde winkel](#)
- [Kudzu is de eerste ecologische webshop in België](#)
- [Organic Monitor geeft vooruitzichten voor 2009](#)

CONSUMENT – ALGEMEEN

'Consumenten blijven gewoon biologisch kopen'

Hoewel er hier en daar in de media andersluidende berichten verschijnen blijven Europese consumenten ondanks de kredietcrisis gewoon biologisch kopen.

Zo heeft Denemarken in 2008 een groei gehad in de biologische omzet van 25%. Het Centraal Bureau Levensmiddelenhandel CBL verwacht dat de omzet van biologisch in de Nederlandse supermarkten over 2008 een groei tussen de 10% en 15% zal laten zien.

In Engeland voorspelde marktonderzoeksbureau Mintel dat 50% van de bio-consumenten minder zou gaan kopen. Daar blijkt in Schotland echter helemaal niets van. Schotse winkeliers zeggen dat hun omzet prima op peil blijft, en wijten dit mede aan de lokale herkomst van hun producten. In Engeland toonde het laatste kwartaal van 2008 nog een stijging van 15%, volgens Angela Schop, directeur van Royal Wessanen.

Bron: Agripress, 30/01/2009



Groen! zet VELT in de pluimen

De lokale afdeling van Groen! reikte voor de negende keer haar Groene Pluim uit. Dit jaar werd gekozen voor VELT, Vereniging van Ecologisch Leven en Tuinieren.

'Met de Groene Pluim willen we mensen of organisaties die zich op een opmerkelijke manier inzetten voor een ecologisch of sociaal-groen doel in Zedelgem, even in de schijnwerpers plaatsen', aldus Groen!-voorzitter Dirk Ghyoot. 'De eerste Pluim reikten we in 1999 uit aan twee Zedelgemse producenten van biologisch voedsel. Vorig jaar was de Witte Pion laureaat voor hun inzet tegen de inplanting van een commercieel centrum annex voetbalstadion in Loppem. Dit jaar kozen we voor VELT. Gezond leven op het ritme van de seizoenen, met respect voor de natuur. In een notendop is dat ecologisch leven. VELT geeft dit idee gestalte in huis, tuin en daarbuiten. De organisatie zet zich al jaren in voor ecologische tuinbouw, bio-voeding en tegen GGO's in de voeding. Specifiek eren wij VELT dit jaar omwille van hun initiatief voor een gezamenlijk project voor het plaatsen van foto-elektrische cellen bij particuliere leden. Een 20-tal gezinnen bundelen die aankoop en reduceren zo de kostprijs.' VELT-voorzitter Marc Stael ontving de

symbolische pluim van federaal parlementslid Wouter Devriendt.

Bron: Passe-Partout, 2/02/2009



Van Brempt lanceert campagne

De Vlaamse minister van Sociale Economie, Kathleen Van Brempt (sp.a), wil het Cradle-to- Cradleconcept in Vlaanderen promoten. Om bekendheid te geven aan het concept en Vlaamse bedrijven aan te zetten om te produceren zonder afval, heeft de minister de campagne 'Ontdek het eeuwige leven - Grenzeloos Gebruik' gelanceerd. De campagne is gebaseerd op drie bestaande voorbeelden: het hierboven beschreven project van Desso, de sportschoen van Nike gemaakt van biologisch afbreekbare materialen en een zool van gerecycleerd rubber, en een bureaustoel van Herman Miller, die voor 94 procent bestaat uit hergebruikte materialen en voor 66 procent opnieuw recycleerbaar is. Aan de campagne is ook een wedstrijd verbonden. De minister roept bedrijven en studenten productontwikkeling op creatief aan de slag te gaan met de principes van Cradle-to-Cradle. Voorstellen moeten op 2 maart binnen zijn en zullen worden beoordeeld door een expertenjury onder leiding van reclameman Guillaume Van der Stighelen. De winnaar heeft recht op een workshop met Michael Braungart, de grondlegger van C2C

www.grenzeloosgebruik.be

Bron: De Tijd, 29/01/2009



Nieuwe collectie in biokleding

Omdat ze de bestaande biokleren voor kids weinig origineel vond, bracht Tiffany Van Esch uit Heverlee zelf een nieuwe collectie op de markt. 'Makkelijk, huidvriendelijk én speels. Want kinderen mogen er niet bijlopen als mini-volwassenen', vindt ze.

Hoewel ze van mode houdt, was kleren kopen voor haar tweejarige zoontje Athos een hele opgave voor Tiffany Van Esch. 'Hij heeft een erg gevoelige huid en dus viel ik terug op natuurlijk stoffen. Maar in de biowinkels leek alles op elkaar. De originaliteit was ver te zoeken.' En dus sloeg ze zelf aan het knutselen. Haar biologische kledinglijn Adjectif, die afgelopen jaar op de markt kwam, is bedoeld voor kinderen van twee tot twaalf jaar. Er zijn maar enkele stukken per kleurcombinatie per maat, wat de collectie exclusief maakt. 'Ik kies voor biostoffen omdat die vriendelijk zijn voor de huid en het milieu', zegt Tiffany. 'Maar ze zijn ook sterker dan gewone stoffen, wat voor spelende kinderen heel belangrijk is. Bovendien zijn ze erg makkelijk te onderhouden. Ze moeten niet gestreken worden en ze groeien een hele tijd mee met de kinderen. Daar hou ik bij het ontwerpen altijd rekening mee.'

Ook qua look heeft Tiffany een eigen visie. Elk stuk uit haar collectie

kreeg een knipoogje mee: vogelvleugeltjes, grappige knopen, gekleurde randjes en grote zakken. 'Kinderen moeten echt kind kunnen zijn. En dus wil ik geen te 'serieuze' ontwerpen maken.' Tiffany verkoopt de collectie bij haar thuis en via enkele biowinkels. Maar je kan ook online bestellen via www.adjectif.be. In januari zijn het daar overigens solden! Adjectif is ook regelmatig terug te vinden op biomarkten en evenementen.

www.adjectif.be

Bron: Het Nieuwsblad, 9/01/2009



Valentijnsontbijt

De trekkersgroep die van Beernem een FairTradeGemeente wil maken, organiseert op zaterdagochtend 14 februari een Valentijnsontbijt in het OC De Kleine Beer. Het ontbijtbuffet zal bestaan uit eerlijke en biologische producten. Aanschuiven aan de ontbijttafel kan van 8.30uur tot 10.30 uur. Meer info via 050-78.11.62.

Bron: Het Nieuwsblad, 28/01/2009



RECEPT: Valentijnskefta

Plant u ook een romantisch dineetje met Valentijn? Probeer eens deze schotel: Kefta met aubergines in hartjesvorm. Smakelijk!

Hoofdgerecht / voor 2 personen

Ingrediënten

350 g gemengd gehakt
3 middelgrote, vastkokende aardappelen
1 aubergine
1 rode paprika
1 ui
200 g geraspte geitenkaas
400 g tomatenpulp
3 teentjes knoflook
1 eetl. basilicum
5 eetl. olijfolie
peper en zout

Vorbereiding

Schil de aardappelen, kook ze in ± 35 min. net niet gaar en snij in schijfjes van 5 mm.

Schil de paprika met een dunschiller, verwijder de zaadlijsten en de pitjes en snij het vruchtvlees in reepjes.

Pers de knoflookteentjes.

Snipper de ui fijn.

Meng het gehakt met de helft van de knoflook, 1/2 eetl. basilicum, 1 eetl. olijfolie, peper en zout.

Snij de aubergine in hartjesvorm: hou de aubergine in de lengte vast en maak bovenaan een driehoekige kloof. Snij de zijkanten van de aubergine schuin af, zodat u onderaan een punt bekomt. Snij de aubergine in hartvormige plakjes van 8 mm dik.

Bereiding (15 min. + 30 min. in de oven)

Verhit 2 eetl. olijfolie in een pan en bak de auberginehartjes.

Verhit ondertussen 1 eetl. olijfolie in een kookpot en fruit de ui 2 min.

Voeg de tomatenpulp toe en laat 5 min. pruttelen. Voeg de rest van de knoflook en het basilicum toe en kruid met peper en zout.

Strijk een ovenschotel in met 1 eetl. olijfolie. Schik er de aardappelschijfjes dakpansgewijs in. Leg daarover een laag gehakt, een laag paprikareepjes en een laag tomatensaus. Daarbovenop komt een laag auberginehartjes (hou er nog genoeg over voor de versiering).

Eindig met een laagje geraspte geitenkaas.

Werk de schotel af met mooi gevormde auberginehartjes die u bovenop de kaas legt. Bak 30 min. in een op 180 °C voorverwarmde oven.

Afwerking

Dien onmiddellijk op.

Tip: De restjes aubergine kan u in soep gebruiken of in de diepvriezer bewaren voor een volgende ovenschotel.

Voedingswaarde (per portie)

Energie: 1009 kcal

Eiwit: 52,7 g

Vetten: 69,8 g

Koolhydraten: 42,2 g



PRODUCENT – GGO

Het grote GGO co-existentie debat

In het Vlaams Parlement is de bespreking van het ontwerp decreet co-existentie volop aan de gang. Op 27 januari j.l. werden in dit verband hoorzittingen georganiseerd. Het kritisch standpunt door BioForum ingebracht, [vind je hier](#). Koen Dhoore nam het woord in naam van [VODO](#). We rekenen op een grondige bijsturing vooraleer op 10 februari hierover gestemd wordt. Dinsdag 3 februari hebben de commissieleden een aantal elementen besproken. Hieronder vindt u het standpunt van de Boerenbond, het ABS, de BBL en Wervel.

Standpunt van de Boerenbond

Transgene gewassen die door Europa erkend zijn en die hier rendabel kunnen geteeld worden, moeten in Vlaanderen alle kansen krijgen. Dat stelt Boerenbond naar aanleiding van een hoorzitting die dinsdag in het Vlaams parlement georganiseerd werd over de coëxistentieregeling. Boerenbond is ervan overtuigd dat het gebruik van erkende ggo's een aantal potentiële voordelen biedt. De organisatie denkt daarbij aan productieverhoging, meer oogstzekerheid en een milieuvriendelijke plagen- en ziektebestrijding. Genetische modificatie kan ook bijdragen

tot de creatie van nieuwe markten met gewassen die beschikken over specifieke productkenmerken of een hogere toegevoegde waarde, zo luidt het.

Daarom heeft Boerenbond in het Vlaams parlement gepleit voor een "werkbaar coëxistentieregeling" die de producent en de consument een keuzevrijheid tussen ggo- en niet-ggo-producten garandeert. Door een goed uitgebouwde regeling, gekoppeld aan een transparante etikettering, draagt de wetgever bij tot een betere en objectievere informatieverstrekking, stelt de landbouworganisatie.

Boerenbond benadrukt dat in ons land nog geen hectare ggo-gewas is uitgezaaid. De open brief die de voorbije dagen door een aantal tegenstanders van ggo's gericht werd aan de grootdistributie valt niet in goede aarde. "Door de distributiesector te feliciteren met haar zogenaamde antihouding ten aanzien van ggo's hangt men het beeld op dat de inkopers dagelijks voor een verscheurende keuze worden gesteld. Niets is minder waar".

Het beleid moet zich volgens Boerenbond baseren op de resultaten van onafhankelijk wetenschappelijk onderzoek, "niet op een sfeer van bangmakerij die sommigen rond dit debat creëren". Als Vlaanderen de biotechnologische trein mist, vreest Boerenbond-voorzitter Piet Vanthemsche dat "onze regio een eiland wordt in een zee van biotechnologische ontwikkelingen waarvan andere regio's wel de vruchten plukken".

Bron: Vilt, 27/01/2009

Standpunt van Wervel

Waarom plijtte Boerenbond op de hoorzitting rond coëxistentie in het Vlaams parlement zo voor genetisch gemanipuleerde teelten in Vlaanderen? Wie wordt daar beter van? Als we kijken naar andere landen waar ggo's reeds ingevoerd werden, is het duidelijk dat enkel de grote industriële agrobedrijven er bij winnen. De familiale boeren geraken er nog meer door verstikt.

Als de boeren hier geconfronteerd zullen worden met de roundup resistente onkruiden of met ggo-contaminatie in hun biologische producten, zal Boerenbond dan mee het gelag betalen? Beide zaken zijn spijtig genoeg geen bangmakerij, maar feiten.

In het belang van de Vlaamse boer vraagt Wervel iets meer voorzichtigheid. De huidige coëxistentie voorstellen zijn een grap. Pollen van ggo-teelten stoppen niet met vliegen na 50 meter. Bijen ook niet.

Op één vlak is Wervel het eens met Boerenbond in dit debat: we moeten uitgaan van onafhankelijk wetenschappelijk onderzoek. Maar waarom gaan onze gentechnologen en ggo lobbyisten niet uit van het wetenschappelijk onderzoek dat voorhanden is? Waarom zijn zij blind voor nieuwe bevindingen zoals het bewijs dat het zogenaamde afval-dna wel een belangrijke rol speelt in de ontwikkeling van een organisme? Omdat het goed verdient?

De huidige gentechnologie is gebaseerd op een zeer beperkte kennis van het functioneren van erfelijk materiaal. Eind vorig jaar ontdekten

onderzoekers aan de universiteit van Yale dat we enkel op basis van het huidige model (transcriptie van coderend dna) niet eens rechtop zouden lopen.

De basis van de huidige gentechnologie gaat er van uit dat slechts een kleine fractie van een genoom functioneel is en dat fysische kenmerken enkel bepaald worden via transcriptie van dat stukje dna. Men gaat volledig voorbij aan het feit dat elke wijziging in de primaire structuur van dna (wat gebeurt door een vreemd gen te introduceren) ook een wijziging van de dna-wikkelingen van dna met zich meebrengt. En deze superwikkelingen zouden wel nog eens belangrijker kunnen zijn dan dat kleine stukje coderend dna, blijkt uit recent gepubliceerd onderzoek. Een miniem stukje van dat zogenaamde afval-dna (het niet coderende dna dat de structuur van de dna-wikkelingen bepaalt) zou volgens recent onderzoek gepubliceerd in Science een belangrijke rol gespeeld hebben in de evolutie van aap naar mens.

Dit onderzoek toont aan dat er voorzichtiger moet omgegaan worden met een onnatuurlijke wijziging van genetisch materiaal. Een ruimer begrip van de werking van het dna is noodzakelijk om te kunnen inschatten wat mogelijke gevolgen zijn. Laat ons het echt onafhankelijk wetenschappelijk onderzoek niet afdoen als larie en apekool.

Bron: Wervel, 30/01/2009

Standpunt van het Algemene Boerensyndicaat

Voor het ABS blijft het debat over ggo's ook na de hoorzittingen van de voorbije week in het Vlaams parlement zo complex dat de organisatie noch in het kamp van de voorvechters noch in dat van de tegenstanders wil postvatten. "Ggo's bieden enorme mogelijkheden, maar er zijn ook een reeks bezorgdheden", zegt voorzitter Camiel Adriaens.

Transgene gewassen kunnen voor een hogere opbrengst zorgen en de behoefte aan pesticiden terugdringen. Een soepeler toelatingsbeleid in Europa zou het concurrentienadeel ten opzichte van overzeese collega's wegvakken. Maar daartegenover staan volgens het ABS ook een aantal minpunten. "Er is nog maar weinig onderzoek gedaan naar risico's op contaminatie, en hetzelfde geldt voor de potentiële bedreiging voor de biodiversiteit. Bovendien riskeren we door het gebruik van ggo's voor het zaaigoed afhankelijk te worden van multinationals", argumenteert Adriaens.

Het ABS pleit geval per geval voor goed overwogen en wetenschappelijk onderbouwde standpunten. "Indien blijkt dat voor een bepaalde ggo een reëel risico aanwezig is, dan mag de overheid het product in kwestie niet toestaan. Maar indien het tegendeel zwart op wit bewezen is, mogen we evenmin hypocriet blijven". Aangezien de teelt van ggo's ook in Europa stilaan oprukt, beseft het ABS dat een goede coëxistentieregeling onvermijdelijk is. Maar op dat vlak is volgens de landbouworganisatie nog heel veel werk aan de winkel.

"Het contaminatierisico zou quasi nul moeten zijn", meent Adriaens.

"Met dit standpunt willen we de landbouwers zoveel mogelijk beschermen tegen zichzelf en tegen het gevaar van aansprakelijkheid in het geval er zich toch incidenten zouden voordoen. Het is overigens

nog onduidelijk wie verantwoordelijk zal gesteld worden in geval van contaminatie. Wordt het de multinational of zal het de kleine boer zijn die poogt om zijn bedrijf boven water te houden?"

Het ABS dringt er op aan dat de overheid instaat voor de schaderegeling. In de huidige voorstellen is sprake van een fonds, maar Adriaens vraagt zich af of dat wel voldoende gespijsd zal raken om geleden schade te vergoeden. "Bovendien zal per teelt een aparte regeling moeten uitgewerkt worden. Het aardappelverhaal is totaal anders dan dat van suikerbieten of maïs". Opmerkelijk is dat het ABS ervoor pleit om ggo-vrije zones aan te duiden, of omgekeerd, zones waar ggo's toegelaten worden. "Kwestie van het eenvoudiger te houden".

Volgens het ABS zijn er nog meer onduidelijkheden: hoe zal bijvoorbeeld de aansprakelijkheid geregeld worden indien twee ggo-producenten in elkaars buurt gelegen zijn? En wat als deze boeren met genteelten de coëxistentieregels perfect gevolgd hebben, maar toch schade veroorzaakt hebben? In elk geval vindt de organisatie dat gerechtelijke vervolgingen niet in verhouding staan tot de begane overtreding.

Tot slot lanceert het ABS een oproep naar de distributiesector. "Als de supermarkketens opteren voor een ggo-vrije landbouw, dan moet ze bereid zijn om de meerkost hiervoor mee te betalen. Als dat niet gebeurt, zullen wij onze conclusies trekken en ook enkel de kaart van de economie trekken", besluit Adriaens.

Bron: Velt, 31/01/2009

Standpunt van BBL

[Klik hier](#) om het standpunt van de Bond Beter Leefmilieu te lezen.



Peeters keurt 13 demoprojecten duurzame landbouw goed

Vlaams landbouwminister Kris Peeters heeft in het kader van het programma voor plattelandontwikkeling 13 demonstratieprojecten inzake duurzame landbouw goedgekeurd. De totale steun voor deze projecten bedraagt één miljoen euro.

Er zal onder meer werk gemaakt worden van energiebesparing in de glastuinbouw, een verbetering van de uiergezondheid, de valorisatie van bijproducten uit de energiewinning en het behoud van bedreigde rundveerassen door een goede marketingstrategie en rendabele bedrijfsvoering. Er is eveneens steun voor de strijd tegen de varroamijt in de bijenteelt. Ook zal de impact van worminfecties op de gezondheid van leghennen in niet-kooisystemen bestudeerd worden.

De demonstratieprojecten hebben als doel nieuwe praktijken en technieken bekend te maken bij land- en tuinbouwers om ze in de praktijk ingang te doen vinden. De goedgekeurde projecten kaderen in vier thema's die nauw aansluiten bij de beleidsprioriteiten van Kris Peeters. Het gaat om diergezondheid, genetische diversiteit,

energiebesparing en het gebruik van nevenstromen van de energiewinning in de diervoeding. In totaal zullen een tiental verschillende promotoren de projecten begeleiden.

Bron: Velt, 27/01/2009

Grote fraude met biologisch vlees

Een fraude met etikettering van biologisch vlees door een Duits bedrijf blijkt groter dan eerder is aangenomen.

Bioland-bedrijf Hof Bertold Frantsander in Dellbrück kocht tussen 2004 en 2008 gangbaar kippen- en lamsvlees in en bracht het op de markt als biologisch. Het bedrijf kan niet aantonen waar het vlees gebleven is, meldt het Agrarisch Dagblad.

Bertold Frantsander verloor in december zijn biologische certificaat omdat de voedsel- en warenautoriteit in Noordrijn-Westfalen ontdekte dat het op grote schaal gangbaar mengvoer had ingezet in de pluimveetak.

Het bedrijf zou negenhonderd ton gangbaar voer hebben ingekocht en hebben gevoerd aan pluimvee voor de vleesproductie. De Duitse voedselautoriteit noemde die affaire 'de grootste die zich tot nu toe heeft voorgedaan'.

Bron: Agripress, 2/02/2009

Allemagne: le pionnier de la volaille bio perd sa certification bio

Un des plus gros producteurs de volailles bio d'Allemagne, « Robert's Geflügel » se voit retirer sa licence bio suite à l'utilisation frauduleuse d'aliments conventionnels courant de l'été 2008. Selon ABCert, son organisme de contrôle, qui a procédé à des contrôles supplémentaires fin 2008, l'opérateur aurait utilisé plusieurs centaines de tonnes d'aliments conventionnels pour des dindes commercialisées sous le label « Bioland » et ceci pendant plusieurs semaines. L'autorité compétente en Rhénanie du Nord-Westphalie a octroyé une interdiction de commercialisation pendant 2 ans et l'association Bioland (à laquelle l'opérateur a adhéré), a également retiré la licence. Dans une information envoyée à toute la clientèle le 12 janvier 2009, le gérant de « Roberts Geflügel », Berthold Frantsander a avoué des « erreurs » et annoncé l'arrêt des activités d'ici fin janvier 2009.

Bron: Organic-Market.info, 31/01/2009

Organic brands succeed as own-label 'fails to communicate'

Organic brands are faring better in recession than supermarket own-label lines says a leading food and farming consultancy.

In a letter in The Grocer this week the head of food marketing at

Bidewells Agribusiness, Richard Walters, argues that media reporting of the downturn in organic food sales has failed to observe an interesting, and telling, piece of detail.

Walters say that research conducted by Bidwells into the organic dairy sector has revealed that organic brands 'have been performing very strongly, with growth seemingly not dented by a tough trading environment'. But he says the picture is very different when it comes to supermarket own-label organic products which have come for increased competition from local foods.

Walters adds: 'Bidwell's research has shown that shopper interpretation of what organic represents can vary depending on the product category. What the growing brands we have seen have in common is that they have communicated meaningful brand values beyond just the organic message.'

The decline in sales of own-label lines, Walters concludes, can partly be attributed to their failure to communicate their values effectively.

Bron: Natural Products Online, 2/02/2009



VERWERKER

In de kijker: Ecover

With growth rates of 20 % a year, Ecover's footprint is covering more and more countries across the world. Concept manager Peter Malaise is anticipating turnover of more than 70 million euros by the end of 2008. The company was founded in 1980 to produce eco-washing powders and environmentally friendly cleaning agents, and from the outset it employed plant-based raw materials. This eco-pioneer is now bringing two new products to market: plant-based biotensides developed by the company itself and Ecocert-controlled cosmetic products with raw materials from organic agriculture.

Ecover now has a presence in four continents, and the number of countries (26) where you find its products is steadily increasing. The company's wide product range consists of around 30 consumer articles plus the cosmetics line Wellments and almost 60 products for commercial use. It employs 155 people in the two eco-factories in Belgium and North West France and in its branches abroad. "We use 600 different raw materials, and every single one has been subjected to the most exacting tests," comments Peter Malaise. Whether it's cosmetics, washing powder or cleaning materials, everything is developed according to the same strict criteria in the company's own laboratory. The main inputs are tensides based on coconut, palm and rape oil, sugar or glucose and mineral substances like zeolithe (sodium aluminium sulphate) or salts of citric acid (citrates). "We check in detail to make sure that every single raw material is ecologically beyond reproach," explains Mr Malaise. Because sandelwood is endangered, for example, we use sandelwood which is from cultivated sources in Australia and not from harvesting in the wild, that is decimating natural stocks. "Since the end of October 2008, we have been the only

representative of the alternative ecological industry at the “Roundtable on sustainable palm oil”. This is a forum constituted by producers who are developing strategies and alternatives in palm oil cultivation, and Malaise is proud of his close contact with them and the influence he can bring to bear on the production conditions.

[Lees hier het volledige artikel](#)

Nieuwe natuurlijke kleuren en emulgators

Nieuwe natuurlijke kleuren

Chr. Hansen breidt zijn assortiment natuurlijke kleurstoffen uit met acht varianten. “Wij voegen nu acht varianten toe aan de bestaande reeks van 21 kleurende voedingsmiddelen,” zegt Nina Brandi, productmanager bij Chr. Hansen.

Tijdens de zoektocht naar de natuurlijke kleuren lag de nadruk op de goede bron. Veel zuiveringsprocessen zijn niet toegestaan bij het claimen van natuurlijk.

De kleurstoffen zijn verkrijgbaar onder de namen: hazelnoot, orange, perzik, rode grapefruit, pomegrenate, redcurrant, starfruit (geel) en yumberry (roze/violet). Ze zijn geschikt voor dranken, ijs, zuivel en fruitproducten.

Natuurlijke emulgator

National Starch Food Innovation (NSFI) brengt Q-naturale op de Europese markt. Deze uit Zuid-Amerika afkomstige emulgator, is bruikbaar in koolzuurhoudende dranken, sappen en water met toegevoegde stoffen.

Q-Naturale is afkomstig van de quillaia-boom. Volgens NSFI heeft de emulgator dezelfde eigenschappen als de traditionele alternatieven. De ingrediëntenleverancier werkt samen met de Desert King, de grootste producent van quillaia.

De exotische emulgator hoeven gebruikers niet op te lossen of te hydrateren. Volgens NSFI kunnen fabrikanten het ingrediënt zonder enige aanpassingen aan het productieproces toevoegen. Bovendien is Q-naturale goedkoop in gebruik, omdat het werkt bij lage concentraties.

Duurzame emulgator

Danisco brengt een emulgator op de markt die is gebaseerd op duurzame palmolie. Het bedrijf is naar eigen zeggen het eerste voedingsmiddelenbedrijf dat dit ingrediënt aanbiedt.

De duurzame palmolie komt voornamelijk uit Maleisië en Indonesië. Danisco wil met de emulgator vooral inspelen op de vraag van de consument naar eerlijk geproduceerde voedingsmiddelen. Het Deense bedrijf is lid van de Rondetafel Duurzame Palmolie, die criteria voor duurzame olieproductie vastlegt.

Bron: VMT, 30/01/2009

Volledig ecologisch gebouwde winkel

Cameleon, de Brusselse specialist in stockverkoop van grote merken, opent een nieuwe commerciële ruimte in maart. Het gaat om de eerste ecologisch gebouwde winkel in Europa.

De locatie bij het Meiserplein werd te klein en Cameleon zag zich genoodzaakt uit te breiden. De nieuwe ruimte in Woluwe omvat 17.000 m², waarvan 8.000 m² volledig werd getransformeerd in een publieke verkoopsruimte. Het nieuwe gebouw bestaat uit twee verdiepingen, waar elk merk een verkoopshoek mag inrichten. Het kernidee achter dit hele concept: rust. De outlet beschikt over een foyer met groot terras, een lounge-ruimte, vestiaires, kinderopvang en een ruime parking voor fietsen.

Cameleon werkte voor het nieuwe pand samen met het innovatieve architectenbureau 'cwarchitects' en kan nu uitpakken met de eerste grote kledingwinkel in Europa die geen airconditioning nodig heeft. De winkel krijgt zo een heel natuurlijke sfeer. Het licht wordt ook op een natuurlijke wijze binnengebracht, dankzij de perfecte positionering. Het geheel is overdekt met een imposante groene dakbedekking van 2000 m². Kers op de taart is een project met een windmolen van 25kW, de grootste op het Brusselse grondgebied. De windmolen kan in de toekomst twintig gezinnen voorzien van energie. Daarnaast wordt ook gewerkt met zonnecellen.

Cameleon ondervindt geen problemen door de huidige crisis. Het merk blijft sterk sinds de oprichting in 1988. De afgelopen vier jaar steeg de omzet met 20 procent per jaar. Cameleon biedt grote merken tegen sterk verlaagde prijzen aan. Onder andere Bellrose, Bruphils, Hilfiger en Levi's leveren er hun overstock. De verkopen zijn meestal privé op specifieke data, afhankelijk van de nieuwe leveringen.

Bron: Knack, 4/02/2009



Van nietjesloze nietjesmachine tot hennep shampoo: Kudzu is de eerste ecologische webshop in België.

'Iedereen Eco', dat moeten ook Millie Hemelsoen en Valentijn Vyvey gedacht hebben. Deze Bruggelingen startten de webwinkel 'Kudzu' met uitsluitend ecologische producten. U kunt het zo gek niet bedenken of er bestaat een ecologisch verantwoorde variant.

De twee bezielers van het project willen aantonen dat ecologisch niet noodzakelijk saai hoeft te zijn. In hun webwinkel vindt u allerlei originele alternatieven voor hun vervuilende tegenhangers. Opwindbare zaklampen, biologische cosmeticaproducten, composteerbare balpennen en wenskaartjes van, geloof het of niet, schapenkeutels. Sommige ecologische producten zijn erg eenvoudig, maar heel doeltreffend. Zoals de nietjesloze nietjesmachine, die een gaatje in het papier maakt en met het vrijgekomen flapje het papier samenhoudt. Anders worden nietjes niet verwijderd bij het recyclen van papier en veroorzaken ze zo heel wat milieuvervuiling.

Kudzu gaat zelfs nog een stapje verder. Het wil niet alleen de Belgen warm maken om milieubewust te gaan leven. Kudzu schenkt 1% van de winst aan een goed doel, de klant kiest de organisatie. Klanten kunnen Kudzu niet alleen bereiken via hun webshop. Ze hebben zoals elke moderne ondernemer een stek op Facebook en Twitter.

Bron: Knack, 3/02/2009



Organic Monitor geeft vooruitzichten voor 2009

De "Organic Monitor" (een consulting firma gespecialiseerd in biologische industrieën) bespreekt de vooruitzichten voor de biologische markt in 2009. Men verwacht een verdere groei in alle landen, maar vreest wel voor een tragere groei in landen die door de financiële crisis getroffen werden.

At the end of the first month of 2009, Organic Monitor gave its predictions on its specialist industries for the year ahead. Global sales of organic food & drink have been increasing by over US \$ 5 billion a year, reaching US \$ 46 billion in 2007. With the slowdown in the global economy, there is some uncertainty about the year ahead for ethical & sustainable industries. Positive growth is expected to continue in 2009, however slower growth rates are envisaged in countries affected by the financial crisis.

The UK market has been the most adversely affected because of the harsh economic climate reducing consumer expenditure. Other countries have been less affected with double-digit growth still continuing in northern European countries. Although consumer demand for organic foods remains high, increased price sensitivity is leading consumers to 'trade downwards'. Thus, organic food sales from discounters and other low-cost retailers are increasing at the expense of other retailers. Retailer private labels are also gaining popularity over manufacturer brands.

Global sales of natural and organic cosmetics are increasing by over US \$1 billion a year. As for organic foods, most demand is concentrated in Europe and North America. Preliminary research shows that European sales exceeded US \$2 billion for the first time in 2008. Healthy market growth rates are continuing in 2009, with most growth observed in mainstream retailers like supermarkets, drugstores and pharmacies. Retailer private labels are a major driver of market growth; a growing number of retailers are launching certified natural & organic cosmetics under their private labels, offering consumers low-price quality products. However, some rationalisation is expected in 2009 due to a large number of brands competing with private labels for retail shelf-space.

Consumer demand for fairtrade products continues to strengthen in spite of the economic slowdown. Preliminary research indicates that global fairtrade product sales exceeded US \$ 3.5 billion in 2008. Growing consumer interest in social & trade issues involving developing countries is driving market growth. Retailer investment is stimulating production of fairtrade products; a number of European supermarkets have converted their entire supply chains of certain

products to fairtrade. The fresh produce category is tipped to show the highest growth in 2009. Slowing demand from food processors, beverage companies and other end-users is bringing supply in balance with demand.

After experiencing several years of undersupply, ingredient prices are expected to decline in 2009. Increased globalisation of supply chains is predicted to continue as large ingredient companies spread their production bases.

Dairy alternatives are continuing to gain popularity across the globe. The success of soya milk is leading to high investment in related products, marketed as dairy alternatives and / or functional products. Oat-based dairy alternatives are expected to continue to gain ground in 2009. A major advantage soya and oat-based products have is that they can be marketed on health claims. Many new functional foods are expected to be launched in 2009, however few are likely to have a long-term presence because of the high rate of product failures in this market.

Rising ethical consumerism is fuelling demand for organic and fairtrade textiles. New product launches are expected to continue in 2009 as investment comes in from new producers and retailers. Organic Monitor also expects sustainability to become increasingly prominent in 2009. Natural & organic product companies are at the forefront of adopting sustainable and ethical business practices. This development is leading to some convergence between product sectors. Indeed, many new organic product launches contain fairtrade ingredients. The number of carbon neutral companies is also expected to increase in 2009.

Bron: www.organicmonitor, 5/02/2009



de Biokalender

de volledige Biokalender vindt u [hier](#)!

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'.