



BioForum Vlaanderen

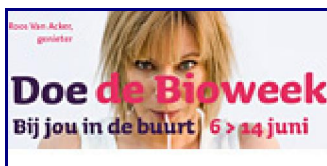
BioForum laat de biosector uit één mond spreken en organiseert campagnes en persacties.

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



BioForum Bioknipsels 19 - 22 mei 2009

Een paar keer per jaar sta ik achter de BioForumstand op een consumentenbeurs. Publicaties met info over bio uitdelen en de meest uiteenlopende conversaties voeren over voeding en gezondheid. Al meerdere keren heb ik mensen moeten uitleggen dat ook in biologische cake boter en suiker zit, en biochips echt niet vetvrij zijn! Het voelt wel enigszins wreed om ze hun illusies te ontnemen... (zie 'Van biologisch val je af')

vette groet,

Geertje Meire
BioForum Vlaanderen

CONSUMENT - Algemeen

- [Van biologisch val je af \(?\)](#)
- [New Report: Evolution of Organic Food and Drinks: Growth opportunities, and the impact of the economic downturn](#)
- [ECOPOP organisatie op volle toeren!](#)
- [Groen feesten - groen|doen Maaiké Bezemer Een kritische blik op duurzame producten & diensten](#)
- [Biologisch tuinieren: tips en weetjes](#)
- [Haalt jouw school volgend jaar een 10 op 10 voor duurzame voeding?](#)
- [Bio sociaal gezondheids-cafeetje](#)
- [ETHICS & WINE : Winechallenges voor de 21ste eeuw](#)
- [Duurzame mode groeit uit de kinderschoenen](#)

PRODUCENT

- [Verzet milieuorganisaties tegen verantwoorde soja](#)
- ['Als boer verdienen je amper genoeg geld'](#)



- [Legvoer zonder exotische grondstoffen](#)
- [Nulmeting multifunctionele landbouw](#)

VERWERKER

- [Prijs van € 345,72 per ton baktarwe in biologische graanpool](#)
- [Provincie zoekt Held van de Smaak](#)

VERKOOPPUNT

- [NL - Introduceert AH nieuw huismerk Puur en Eerlijk?](#)
- [NL - Biologische sector veroverd maar klein stukje marktaandeel](#)
- [FR - Magasins bio en France : croissance, crise, challenges ...](#)
- [IT - Italian wholesaler Ecor: holistic approach](#)

en de Biokalender ...

CONSUMENT - ALGEMEEN

Van biologisch val je af (?)

Een vermoedelijk stukje op foodlog.nl. De website bekritiseert een artikel in het vrouwenblad Happinez over biologisch voedsel. In het artikel wordt beweerd dat je van biologisch eten afvalt en het diabetes voorkomt. Lezers wordt aanbevolen Knorr Bio (Unilever) te eten.

Auteur Wouter van der Land, die het artikel met gefronste wenkbrauwen las, maakte een belronde langs het platform van biologisch voedsel Biologica, het Voedingscentrum, Knorr en Sonja Bakker. Biologica noemt de bewering in het blad 'gevaarlijk' en ook het Voedingscentrum ontkent de heilzame werking van biologisch. Knorr stelde in een reactie dat 'ze zeker niet beweren dat Knorr Bio meer verzadigt'. Sonja was niet bereikbaar. Zie ook: www.meatandmeal.nl

Lees het stuk op Foodlog [hier](#).

Bron: Biofoodonline.nl, 17/05/2009

New Report: Evolution of Organic Food and Drinks: Growth opportunities, and the impact of the economic downturn

Report Description

The organic food and drinks market grew rapidly over the first part of the decade, with sales in the US and the nine largest European markets reaching more than \$40bn in 2007. However, the rate of growth in the market appears to have slowed in 2008, with the economic downturn of 2009 expected to test consumer willingness to pay more for organic and

other ethical products. Nevertheless, demand for organic food and drinks is proving to be resilient in a number of key markets and product sectors, due to a combination of key factors. Firstly, heavy purchasers of organics typically have significantly higher than average disposable incomes and have so far been largely unaffected by the global downturn. Secondly, the price differential between many organic and regular products has contracted steadily in recent years, and this has increased consumer reluctance to revert to cheaper non-organic alternatives. 'The Evolution of Organic Food and Drinks: Growth opportunities, NPD and the impact of the economic downturn' is a new report published by Business Insights that evaluates which regions, countries and products are expected to grow in the organic market over the next five years. This report provides an understanding of underlying consumer purchasing triggers as well as an in-depth analysis of NPD to assess current and future trends in organic food and drinks.

Why Choose Business Insights?

Our management reports provide a concise yet complete overview of each sector. By examining the topical issues and key market drivers, we will equip you with the analysis and forecasting necessary to make the right decisions at the right time.

Be the first to identify and understand the issues of strategic importance and gain the competitive edge needed to exploit market opportunities as they emerge.

Blue chip companies across each of our industry sectors worldwide, trust our management reports to deliver quality data and market analysis at a competitive price-point.

Our Research Methodology

Our market analysis and forecasting explore all major issues, threats and opportunities and provide you with incisive and actionable strategic recommendations.

The strength of our established primary research and analysis is derived from:

- Proprietary analysis techniques
 - Quantitative and qualitative data
 - Independent expert authors
 - Access to key industry players
- Unparalleled database and library resources

Summary of Contents:

[View Table of Contents](#)

Bron: market-research-report.com, 15/05/2009



ECOPOP organisatie op volle toeren!

Nieuwe versie WWW.ECOPOP.BE vanaf vandaag online!
Vanaf vandaag kan u terecht op onze gloednieuwe website

www.ecopop.be voor alle informatie in verband met onze eco- en biobeurs. Zowel voor bezoekers als standhouders is er praktische informatie beschikbaar, van inschrijvingsmodaliteiten tot onze filosofie en het programma - en je kan er de verschillende documenten downloaden in onze downloadzone. Maar www.ecopop.be gaat nog een stap verder! Aan de hand van een dagelijks ge-update nieuwtjeszone komt u vanalles te weten over de eco-uitvindingen, gekke hypes en ecologische events - op de persknipselpagina houden we alle persknipsels bij die iets met het thema te maken hebben - onze pagina met links is een portaal voor alle bedrijven in de sector en in de ECOTIPS-DROPZONE kan u uw eigen handige tips en weetjes delen met onze andere bezoekers! Surf snel naar onze website om de virtuele ECOPOP-wereld te ontdekken!

Bron: www.ecopop.be, 19/05/2009



Groen feesten - groen|doen Maaïke Bezemer Een kritische blik op duurzame producten & diensten

Een ecofeest of congres met biologische lunch: duurzame evenementen zijn hot. Maar locaties schaars.

Duurzaamheidsplatform Strawberry Earth organiseert op 5 en 6 juni het eerste groene filmfestival in het Amsterdamse Ketelhuis. De omzet wordt geheel gestopt in het eco-vriendelijker maken van de bioscoop. Films draaien voortaan op groene stroom. Volgens Alex Bontenbal zijn dergelijke echt groene locaties nog zeldzaam. "Grote congrescentra als Rai en het World Forum in Den Haag voldoen al wel aan het Green Key-label, een keurmerk voor bedrijven in de recreatiebranche. Maar veel cateraars hebben nog niet over duurzaamheid nagedacht. Ook de horeca is vooral bezig met andere zaken, zoals het rookbeleid." Op de horecavakbeurs in januari was er een bijeenkomst over maatschappelijk verantwoord ondernemen, vertelt Bontenbal. "Er zaten zestig mensen in de zaal, terwijl er op die beurs 10.000 mensen rondlopen. Dat zegt genoeg."

Zijn eigen evenementenbureau La Promesse-Groep uit Oisterwijk, startte begin dit jaar met Green Label Events. Klanten kunnen kiezen voor een gewoon evenement, maar gaan ze voor groen, dan zorgt het bureau voor lokale en regionale leveranciers, milieuvriendelijk transport, lokaal geproduceerd en biologisch eten, en digitale communicatie. Als bezoekers toch met de auto naar een congres willen, brengt een team op de parkeerplaats de bandenspanning op orde - dat bespaart brandstof. Het evenementenbureau werkt vanuit het budget dat een bedrijf beschikbaar heeft. Duurzaam is dus niet per se duurder. Overigens begon Bontenbal zijn groene label niet alleen uit duurzame motieven. "Helemaal geen evenement is nog altijd het groenst", erkent hij. "En inderdaad is het voor ons commercieel interessant. Groen is goud, we kunnen ons ermee onderscheiden. We slaan ook niet door in het groene verhaal. We maken eerst een plan op basis van de wensen

van een klant en kijken daarna hoe het duurzaam kan."

Ook Simon Renes, van evenementenbureau Effect Groep uit Veenendaal, biedt vooral 'Green Beats-feesten' als een bedrijf daar zelf om vraagt en duurzaamheid tot speerpunt heeft uitgeroepen. "Alle evenementen verduurzamen, is nog niet te realiseren. Daarvoor zijn er nog te veel beperkingen, zoals het gebrek aan groene locaties. De evenementenbranche loopt altijd iets achter de ontwikkelingen aan." Overigens willen bedrijven soms ook gewoon feesten, even de realiteit vergeten. Renes heeft een model ontwikkeld dat berekent hoeveel CO₂ er tijdens een evenement wordt uitgestoten. Dat kan een bedrijf dan achteraf compenseren via een bijdrage aan klimaatprojecten.

Toch signaleert hij wel degelijk een overtuiging. "Ook de kredietcrisis maakt dat bedrijven liever iets verantwoordts doen. In twee jaar tijd heb ik de vraag echt zien groeien." Duurzaamheid en energiebesparing zijn over vijf jaar de standaard, verwachten hij en Bontenbal. Renes: "De overheid moet voor 100 procent duurzaam gaan inkopen. Als grote opdrachtgever geeft ze richting; de markt volgt vanzelf. Nu is biologische catering nog een specialiteit, straks is het normaal." Duurzaam is hot, maar de locaties om groen te feesten, zijn schaars.

Bron: Trouw, 16/05/2009



Biologisch tuinieren: tips en weetjes

Wist u dat ...

- In België jaarlijks zo'n 9.000 ton actieve pesticiden en evenveel biociden (dit zijn pesticiden voor huishoudelijk gebruik) verkocht worden?
- De grootste hoeveelheid pesticiden in de landbouw voor de productie van voedingsmiddelen gebruikt wordt?
- Dikwijls restanten van pesticiden en biociden in water en voeding worden teruggevonden?
- Er tussen 2001 en 2005 een stijging in de verkoop van biociden was?
- Het federaal programma ter vermindering van de afhankelijkheid van en de risico's verbonden aan pesticiden en biociden (1999) geleid heeft tot een vermindering van 60 % van de beschikbare chemische stoffen wegens niet voldoen aan de criteria.

Voorkomen is beter dan genezen

Het verband aantonen tussen een actief bestanddeel en bepaalde gezondheidsproblemen is moeilijk, maar recente wetenschappelijke gegevens tonen aan dat kleine doses van bepaalde chemische stoffen schadelijke gevolgen voor de gezondheid van kinderen kunnen hebben. Ook al stellen onderzoekers zich terughoudend op in hun conclusies, voorzichtigheid blijft geboden.

Tips voor een groen, biologisch grasveld

Dat het mogelijk is een mooi grasveld te hebben, zonder pesticiden te gebruiken, toont Edith Smeesters aan. Zij is een gediplomeerd biologe aan de universiteit van Leuven. Ze woont en werkt in Canada, geeft

conferenties en vormingen en schrijft boeken over biologisch tuinieren. In het magazine Eco-journal geeft Edith Smeesters volgende tips:

- Belucht de grond, dit is goed voor een betere doorlating van water en lucht;
- Composteer: strooi een dun laagje compost over de grond, bij voorkeur na beluchting van het gras;
- Vermijd het weghalen van stro of schijnbaar dode grassen, deze zullen uit zichzelf verdwijnen;
- Maai het gras hoog (8 tot 10 cm) en laat het gemaaid gras liggen, dit spaart bemesting uit en beschermt het gras;
- Ga spaarzaam om met bemesting (gebruik 0,5 tot 1,5 kg stikstof per 100 m² en minder als je het gras laat liggen en/of compost gebruikt);
- Bewater het grasveld één maal per week, dit is ruim voldoende;
- Zaai overdadig om het grasveld weelderig te houden en te voorkomen dat ongewenste planten uitkomen.
- Ongedierte in de tuin bestrijdt u best door de natuurlijke vijand van het ongewenste dier te gebruiken. Bijvoorbeeld lieveheersbeestjes tegen bladluizen, of een kat tegen knaagdieren.

Wenst u nog meer praktische tips om uw tuin biologisch aan te pakken, lees dan de brochure “[Ongewenste gasten in je huis of tuin?](#)” van de FOD Volksgezondheid, Veiligheid van de voedselketen en Leefmilieu.

Bron: www.duurzameontwikkeling.be, 20/05/2009



Haalt jouw school volgend jaar een 10 op 10 voor duurzame voeding?

Een schooljaar lang actief werken rond duurzame voeding: Velt vzw, MOS Vlaams Brabant en Kleur Bekennen dagen 10 basisscholen in Vlaams-Brabant uit om dat in 2009-2010 te doen. Gaat jouw school de uitdaging aan?

Wil jij op jouw school werk maken van duurzame voeding? Kies dan drie principes uit het onderstaande lijstje en ga er volgend schooljaar mee aan de slag. Originele les- en praktijkideeën over de volgende thema's krijgen elke maand een plekje op de website die voor dit project wordt ontwikkeld:

1. Meer groenten, minder vlees.
2. Fruit van hier, of ingevoerd met de boot.
3. Zoek de boer in de buurt op (lokale producten).
4. Vier seizoenen, altijd anders.
5. Boodschappen in een tas, en je lunch in een brooddoos.
6. Energiearm koken – wees zuinig met energie.
7. Gezonde variatie op je bord.
8. Zelf gemaakt is vers en lekker.
9. Fairtrade: solidariteit met boeren in het Noorden en het Zuiden
10. Geef de voorkeur aan bio.

We organiseren een wedstrijd voor scholen waarbij leerlingen, leerkrachten en (groot)ouders betrokken worden. Misschien krijgt jouw school wel een 10 op 10 voor duurzame voeding. Dat kan door een (of

meer) actie(s) uit te werken rond het voorgestelde thema. Tegelijkertijd kun je drie principes verder uitdiepen over een langere periode en de hele school hierbij betrekken. Ontdek o.a. Pim Pompoen, zaden, planten, groenten en de ecosmos voor kinderen. Creëer een proces en een beweging op school en werk mee aan een duurzame consumptie.

Medewerkers van Velt, MOS en Kleur bekennen zijn de coaches voor jouw school. Een jury beoordeelt de prestaties. Op onze website en via de media kan iedereen het wedstrijdverloop volgen.

Schrijf je nu in!

Wil jouw school creatief aan de slag met duurzame voeding? Schrijf je dan nu in!

Download het inschrijvingsformulier en mail dat naar 10op10@velt.be. Geselecteerde scholen worden uitgenodigd op het startmoment op woensdag 23 september 2009 met een vers biologisch appelsapje.

Meer info

karen.remans@velt.be - 03 287 80 67 (enkel op maandag telefonisch bereikbaar)

Met de steun van de provincie Vlaams-Brabant

Bron: VELT, mei 2009



Bio sociaal gezondheids-cafeetje

Het ZonneLicht vzw - Kerstenpad 14, Balen

Openingsuren elke eerste zaterdag van de maand van 15u tot 18u

Variëteit van biologische soep, huisbereide taart, dessert en/of snaperij
Biologische drank en Cappuccino Het ZonneLicht (van granen)
Een rustige, gezellige sfeer, tijd voor een babbeltje, te lezen of gewoon er te zijn.

Informatiemagazines, boeken allerlei...

Kennis maken met Het ZonneLicht en het aanbod.

Het etaleren van Natuurverf en ambachtelijke decoratietechnieken.

Dit cafeetje staat ter ondersteuning van het sociale aspect, proeven van biologische voeding, eerlijke handel Oxfamwinkel, Blijde bloemen.

Voor deelname is er een lidkaart vereist (€5,00).

Met deze lidkaart krijg je de eerste maal een gratis drankje naar keuze en korting op activiteiten.

Alle gerechten worden huisbereid, zijn natuurlijk gezoet, zuivelvrij en vegetarisch

Bij mooi weer in de zonnetuin.

Kerstenpad 14 Balen, 014/820319, hetzonne@hetzonnlicht.be-
www.hetzonnlicht.be

Bron: Het Zonnelicht



ETHICS & WINE : Winechallenges voor de 21ste eeuw

Master of Wine Susan McCraith schetst uitdagingen wijnsector op 1ste editie

Ethics & Wine

Lovenjoel, mei 2009. De Britse Susan McCraith is Master of Wine, 's werelds hoogste wijndiploma. Op 10 juni komt ze op het event 'Ethics & Wine' haar visie geven op de uitdagingen voor de wijnsector in de 21ste eeuw. Aandacht voor duurzaamheid, ecologie en eerlijke handel leiden volgens haar onvermijdelijk tot het ontstaan van een belangrijke markt voor 'duurzame wijn'.

'Ethics & Wine' is een studiedag voor professionele wijnaankopers en HORECA-uitbaters rond 'duurzame wijnen'. Organisator is Vino Mundo, de wijnhandel voor biologische en fairtrade kwaliteitswijnen van Vincent De Coninck, laureaat van de Be Fair Awards in 2006.

Op de studiedag komen wijnmakers en wijnkenners getuigen en hun ervaringen delen rond het thema "duurzame wijnen". Door de toenemende aandacht voor duurzame ontwikkeling, beweegt er immers ook wat in de wijnwereld.

'Ethics & Wine' gaat door op 10 juni in het Antwerp Learning & Meeting Point, Filip Williotstraat 9, 2600 Berchem (Antwerpen)

inschrijven via www.ethics-wine.org

Programma

- 10u - 10u15 : Introductie door Vincent De Coninck, zaakvoerder Vino Mundo
- 10u15 - 11u30 : presentatie wat is Fair Trade en biologische wijn
Sybille Troubleyn (WineWise) interviewt Susan McCraith (Master of Wine - Ethicalwine.com)
Zuid Afrikaanse Fair Trade wijnbouwer over zijn werk- en zienswijze
Peter Wollaert - General Manager Kauri : Corporate Responsibility : Wine not
- 11u30 - 12u00 : aperitiefmoment
- 12u00 - 14u00 : netwerkmoment tijdens lunchbuffet. Mogelijkheid om wijnen te proeven. Kennis maken met partners en hun "duurzame" producten.

Een initiatief van Vino Mundo met de steun van WineWise, Fair Trade Original, KAURI, MAX HAVELAAR, Antwerp Learning & Meeting Point en Jessenhofke.

Bron: Vino Mundo, mei 2009



Duurzame mode groeit uit de kinderschoenen

Geitenwollen sokken en een hobbezak. Dat was jarenlang het imago van de zogenoemde ecomode. Maar inmiddels bemoeien ook modegiganten als LVMH en Yves Saint Laurent zich met dit voorheen nogal stoffige deel van de industrie, en hangt er steeds meer duurzame designerkleding in de rekken. "Duurzaamheid zegt niets meer over hoe het eruitziet."

In de jaren '90 van de vorige eeuw kwam het populaire kledingmerk Esprit met een ecoshirt van biologisch katoen op de markt. Het shirt flopte. Het bedrijf was simpelweg te vroeg, consumenten waren nog niet klaar voor de duurzame boodschap en associeerden eco met stoffig, oubollig en ongewenst alternatief. Bovendien waren er problemen met de hoeveelheid beschikbare biologische katoen.

Nu lijkt de mode-industrie in groten getale de duurzame productie van kleding te omarmen. Vorige week maakte modereus LVMH (bekend van onder meer Louis Vuitton, Givenchy en Marc Jacobs) bekend een belang in het hippe ecomerk Edun van U2-zanger Bono en zijn vrouw te nemen. Volgens de Amerikaanse zakenkrant Wall Street Journal zou het gaan om een belang van iets minder dan 50% in het merk, dat in 2005 begon met het verkopen van met biologisch katoen gemaakte overhemden uit Oeganda, jurken uit Peru en T-shirts uit Lesotho. Volgende maand hangt in het New Yorkse warenhuis Barney's een nieuwe collectie van Yves Saint Laurent, gemaakt van gerecyclede stoffen. De Bijenkorf kwam vorige maand met zijn duurzaam gemaakte modelijn Pure, vorige week maakte McGregor bekend met een ecozomercollectie te komen en eind juni organiseert Joke Bom van Wat Mooi (één van de grootste online ecomodezaken van Nederland) tijdens de derde editie van de Arnhem Mode Biënnale een modeshow waarbij kledingstukken van soja, houtpulp, maïs, bamboe en brandnetels te zien zijn.

Ook grote multinationals als H&M, Zara, Wal-Mart, Hema, C&A en Nike maken gebruik van biologisch katoen waardoor wereldwijd zo'n 1,5% van de totale katoenproductie biologisch is. De rest van de productie gebeurt dus nog altijd met zeer vervuilende insecticiden en pesticiden, die slecht voor mens en natuur zijn. Er valt dus nog erg veel aandeel te winnen voor de ecomode.

Volgens Bob Crémas, eigenaar van Brennells - dat sinds 4 jaar jeans van brandnetels maakt en verkoopt - is de consument niet zo heel erg met duurzame kleding bezig. "Maar grote bedrijven, wij werken bijvoorbeeld met G-star, wel. En zo hoort het ook, bedrijven moeten hier het voortouw in nemen. De consument wil niet aan het milieu

denken als hij of zij gaat winkelen."

Volgens Mark Huis in 't Veld is "de duurzame mode nu volwassen geworden". Huis in 't Veld is directeur van Made-By, een organisatie die bedrijven helpt hun collectie duurzamer te maken. Het ruim vier jaar oude label van Made-By, een blauwe knoop, geeft consumenten zekerheid dat een merk al het mogelijke doet om met respect voor mens en milieu te produceren. Inmiddels hebben zo'n 30 bedrijven zich aangesloten bij de organisatie.

Daar wordt overigens niet breed mee geadverteerd, bevestigt Huis in 't Veld. "Mensen kopen een shirt of een broek omdat ze het mooi vinden, niet omdat het op een bepaalde manier is geproduceerd."

Bron: De Telegraaf, 19/05/2009



PRODUCENTE

Verzet milieuorganisaties tegen verantwoorde soja

Enkele tientallen organisaties waaronder de milieugroepering Friends of the Earth keren zich in een open brief tegen de Round Table on Responsible Soy (RTRS). Dat is een platform waar de industrie, het bankwezen, de handel, sojaproducten, wetenschappers en ngo's overleggen over de manier waarop de sojateelt een meer duurzaam karakter kan krijgen.

De RTRS legt momenteel de laatste hand aan de criteria voor 'maatschappelijk verantwoorde' soja. De laatste hinderpaal voor de totstandkoming van de internationale standaard was een meningsverschil tussen sojaboeren en ngo's over de aanduiding van kwetsbare zones van waaruit sojabonen in de toekomst niet langer aanvaard zullen worden door de verwerkende industrie. In maart werd het verschil in visie bijgelegd tijdens een meeting in Buenos Aires. Maar niet alle ngo's geloven dat de RTRS-standaard veel milieuwinst zal opleveren. Een 80-tal organisaties vrezen dat het initiatief de deur wagenwijd openzet voor een verdere uitbreiding van de sojateelt. Die groeiende monocultuur bedreigt de biodiversiteit en zet zowel als kleine boeren als autochtone bevolkingsgroepen onder ruimtelijke druk. Het overmatig gebruik van pesticiden op grote plantages legt bovendien een hypotheek op de gezondheid van de lokale bewoners, zo luidt het. De organisaties pikken het ook niet dat genetisch gemodificeerde soja in aanmerking komt om als 'maatschappelijk verantwoord' bestempeld te worden. Die genetische modificatie zorgt niet voor hogere opbrengsten of resistentie tegen droogte, maar wel voor een hoger pesticidengebruik dat vervolgens zorgt voor de opmars van herbicidenresistente onkruiden, zeggen ze.

Tot slot geloven de ondertekenaars van de open brief niet dat de standaarden en criteria van de RTRS zullen volstaan om de biodiversiteit van kwetsbare gebieden echt te beschermen. Door een schijn van duurzaamheid te creëren, is dit initiatief volgens hen eerder

een obstakel om tot echte vooruitgang te komen.

Ze dringen bij overheden en bedrijven aan op "echte oplossingen", zoals de uitfasering van het gebruik van ggo-soja, landhervormingen, lokale eiwitproductie en het stopzetten van de productie van biobrandstof. Het geleverde werk door de RTRS willen de ngo's liefst in de prullenmand zien verdwijnen.

In eigen land heeft de mengvoedersector in afwachting van de officiële RTRS-standaard reeds een lastenboek in het leven geroepen voor het gebruik van maatschappelijk verantwoorde soja. Binnen vijf jaar zou alle aangekochte soja aan de duurzaamheidscriteria moeten voldoen. De bescherming van het Amazonewoud is voor de mengvoederbedrijven het voornaamste argument om in dit systeem te stappen.

Meer informatie: [Open letter](#)

Bron: Vilt, 22/05/2009



'Als boer verdien je amper genoeg geld'

Kaasmaker Walter Debergh staat al meer dan twintig jaar op de boerenmarkt

Kaasmaker Walter Debergh van het Dischhof uit Keiem staat al sinds 1988 op de Diksmuidse boerenmarkt. Iedere zaterdag is hij van de partij met een assortiment zelfgemaakte kazen.

'Ik heb een biologisch melkveebedrijf en maak mijn kazen zelf. Al meer dan twintig jaar lang sta ik met mijn kraam op de boerenmarkt in Diksmuide. Dat is een goed draaiende markt, soms zelfs beter dan de grote maandagmarkt. Er is leute, sfeer en ambiance. Bovendien stel ik vast dat de horeca op zaterdagmiddag goede zaken doet. Veel mensen drinken een pint of een kop koffie en doen ondertussen hun inkopen van verse groenten, fruit, bloemen en kazen. Vroeger stond ik ook op de boerenmarkt in Werken, maar dat loonde de moeite niet', zegt Walter Debergh.

'Ik hou de Diksmuidse boerenmarkt hoog in het vaandel omdat ik daar als producent rechtstreeks contact heb met mijn consumenten. En deze consumenten zijn mondig. Je krijgt goedbedoeld maar ongezoeten hun mening. Je weet hoe je eigen producten in de markt liggen, wat er goed en fout zit, waar je moet bijsturen. Toen ik een kwarteeuw geleden met de kaasmakerij startte, wou ik absoluut aanwezig zijn op de boerenmarkt. Ik wou zoveel mogelijk tussenpersonen uitschakelen. Rechtstreeks van de producent naar de consument. Dat is beter voor de kwaliteit en voor de prijs. Beide partijen worden er beter van', vervolgt Walter Debergh.

'Ondertussen zijn we na 25jaar wijzer en grijzer. Het bedrijf is gegroeid. Nu werken ook mijn vrouw, mijn zoon en twee deeltijdse personeelsleden mee in het Dischhof. Iedereen moet zijn centen verdienen en de investeringen moeten renderen. Op de kwaliteit heb ik nooit ingeboet, maar wel op mijn principes van verkoop. Zo werk ik nu vooral voor de groothandel. Ik lever het grootste deel van mijn kazen aan de groothandel en andere tussenpersonen. Ik kan immers moeilijk

een gezin onderhouden door maar één keer per week op de boerenmarkt te staan', vertelt Walter.

'Onze thuisverkoop is minder goed ontwikkeld, omdat we allemaal veel moeten werken. Dat gaat van de koeien voederen en melken tot het produceren van de kazen. Dan is het niet altijd mogelijk om het werk stil te leggen als er klanten aan huis komen. Vandaar de verkoop aan de groothandel, die onze kazen verder verkoopt aan winkels, hotels en restaurants.'

'Die manier van werken is een algemeen probleem in de landbouwsector. Als boer haal je amper genoeg geld binnen om verder te kunnen werken, terwijl al de tussenpersonen royaal verdienen en de consument uiteindelijk zijn product duur op zijn bord krijgt', zegt Walter.

Voor meer info: 051-50.12.04.

Bron: Het Nieuwsblad / Oostende-Westhoek, 16/05/2009



Legvoer zonder exotische grondstoffen

Per 1 januari 2012 stelt de Europese regelgeving het verplicht dat biologisch voer voor 100% uit biologische grondstoffen bestaat. In biologisch legvoer verwerken we ook grondstoffen, zoals sojaproducten die vanuit verre landen worden geïmporteerd. Dit sluit niet aan bij de uitgangspunten van biologische landbouw, namelijk dat gestreefd moet worden naar een minimale verspilling van energie voor onnodig transport van grondstoffen of eindproducten.

Een grondstof van eigen bodem, die goed ter vervanging van soja kan dienen, is koolzaad. Bijkomend voordeel is dat koolzaad vrij veel zwavelhoudende eiwitten bevat. Tot voor kort was het lastig om deze eiwitten in voldoende hoeveelheden in biologisch pluimvee te realiseren, omdat koolzaad slechts zeer beperkt in kippenvoer kon worden verwerkt. Het product beïnvloedde de smaak van de eieren nadelig. Recentelijk is een gen geselecteerd, dat verantwoordelijk is voor deze gevoeligheid voor koolzaad. Door dit gen uit te selecteren, zijn de meeste legrassen nu ongevoelig geworden voor koolzaad. Wel moet, gelet op de uitkomsten van een eerste smaakonderzoek, toch terughoudend worden omgegaan met kool-/raapzaadschilfers in het voer. Om na te gaan wat de relevantie is van de gevonden effecten is een tweede smaakonderzoek nodig met willekeurige (niet getrainde) consumenten.

Andere interessante regionaal te telen grondstoffen ter vervanging van exotische grondstoffen zijn o.a. gerst, rogge, triticale, veldbonen, lupinen en de combinatie van gerst met erwten. Geen van deze voeders geeft in nader onderzoek slechte resultaten in een 100% biologisch leghennenvoer, maar onderzoek op praktijkschaal moet hier verder uitsluitsel over geven. Met name veldbonen, erwten en lupinen lijken sesam en deels soja zonder veel problemen te kunnen vervangen. Wel toont het onderzoek tot nu toe aan dat een 100% biologisch legvoer zonder exotische grondstoffen een lagere voederwaarde geeft. Door het

ontbreken van soja is het gehalte aan omzetbare energie en verteerbaar methionine lager. Hier moet speciale aandacht aan worden geschonken. Het onderzoek is gefinancierd door het ministerie van LNV, vertegenwoordigd door de productwerkgroep biologische pluimveevlees en eieren van Biologica en voerfabrikant Reudink.

Meer informatie:

- Berry Reuvekamp, ASG van Wageningen

UR, berry.reuvekamp@wur.nl

- Thea Fiks-van Niekerk, ASG van Wageningen UR, thea.fiks@wur.nl

Klik [hier](#) voor de samenvatting en de volledige tekst van het artikel 'Soja en sesam zijn te vervangen door regionale eiwitrijke grondstoffen in 100% biologisch leghennenvoer'.

Klik [hier](#) voor de samenvatting en de volledige tekst van het artikel 'Veel energierijke grondstoffen zijn geschikt voor 100% biologisch leghennenvoer'.

Bron: Biokennis.nl, 21/05/2009



Nulmeting multifunctionele landbouw

De multifunctionele landbouw is volop in ontwikkeling. Activiteiten rond zorg, natuurbeheer, recreatie, educatie en verkoop van streekproducten zorgen voor een verhoging van de bedrijfsomzet. Tevens verbetert hierdoor de leefbaarheid van het platteland en wordt de relatie tussen boeren en burgers versterkt. Het ministerie van Landbouw, Natuurbeheer en Voedselkwaliteit stimuleert nieuwe initiatieven waar nodig en heeft hiertoe een taskforce ingesteld, die streeft naar een omzetverdubbeling van de multifunctionele landbouw in de periode 2008-2011.

Voor het meten van de omzetontwikkeling is een nulmeting nodig over de situatie in 2007. Wageningen UR heeft deze verricht en geeft daarbij een uitgebreide onderbouwing van het aantal bedrijven, de omzet in de multifunctionele landbouw en zijn impact op de maatschappij.

Bron: LEI, geknipt uit www.biofoodonline.nl, 17/05/2009



VERWERKERS

Prijs van € 345,72 per ton baktarwe in biologische graanpool

Agrifirm betaalt leveranciers aan de biologische graanpool € 345,72 per ton EKO Tarwe bakkwaliteit. Een gestegen vraag gecombineerd met een goede kwaliteit van het graan heeft tot dit hoge prijsniveau geleid. Agrifirm vermarkt 75% van de biologische graanproductie in Nederland

De vraag naar biologisch brood en andere biologische consumptieproducten neemt nog jaarlijks toe. Agrifirm kan dankzij de biologische graanpool goed inspelen op wensen van klanten in binnen- en buitenland. De pool combineert volume met een goede borging van de producten met een homogene en hoge kwaliteit.

Voergranen

De vraag naar voergranen neemt nog steeds toe en de markt was afgelopen jaar volop in beweging. Ten tijde van de oogst was er nog sprake van krapte in de grondstoffenvoorziening. Kort na de oogstperiode was er sprake van voldoende aanbod met als gevolg een daling van de prijzen. Door benutting van de juiste verkoopmomenten heeft Agrifirm toch goede prijzen weten te realiseren voor de voergranen.

bron: Agrifirm, geknipt uit AgriHolland.nl, 19/05/09



Provincie zoekt Held van de Smaak

‘Ambachtelijke en streekgebonden bieren’ thema landelijke verkiezing
Een Held van de Smaak is iemand die, tegen de stroom van massaproductie in, een mooi product blijft maken. Ambachtelijk, streekgebonden, van het seizoen en natuurzuiver. Het thema van dit jaar is: ‘Ambachtelijke en streekgebonden bieren’.

Bier is van oudsher een ambachtelijk product met een grote diversiteit aan smaken. De laatste tijd zien we een opleving van kleine, ambachtelijke brouwers en nieuwe streekbieren. Brouwerijen, maar ook museumbrouwerijen, graanboeren, telers en molenaars waarmee ze samenwerken, kunnen meedingen naar de titel. Helden kunnen via het aanmeldformulier op www.weekvandesmaak.nl worden voorgedragen tot 1 juni aanstaande. De Brabantse vakjury kiest tijdens een proeverij in juni de Brabantse Held van de Smaak. Hij of zij vertegenwoordigt onze provincie bij de landelijke verkiezing door een vak- en publieksjury op 20 september in Amsterdam. Dan start de landelijke Week van de Smaak. De Week van de Smaak in Brabant wordt ondersteund door de Stuurgroep Landbouw Innovatie Brabant en de Provincie Noord-Brabant.

Bron: www.biofoodonline.nl, 17/05/2009



VERKOOPPUNTEN

NL - Introduceert AH nieuw huismerk Puur en Eerlijk?

Albert Heijn introduceert de komende week het nieuwe huismerk dat volgens bronnen in de supermarktwereld Puur en Eerlijk gaat heten. Onder Puur en Eerlijk zullen alle huisproducten vallen die nu onder biologisch, fait trade of maatschappelijk verantwoord in de schappen

liggen. Albert Heijn heeft zelf nog geen reactie gegeven op de geruchten. "Op dit moment willen we nog niets over kwijt over het nieuwe huismerk."

Bron: Financiële Dagblad via www.agf.nl, geknipt uit www.biofoodonline.nl, 17/05/2009



NL - Biologische sector veroverd maar klein stukje marktaandeel

De Nederlandse consument gaf in 2008 17,8% meer uit aan biologisch vlees en 32,6% meer aan biologische vleeswaren. Dit brengt de totale omzet van biologisch op 57,6 miljoen euro. Aan zowel gangbaar als biologisch vlees en vleeswaren werd in 2008 in totaal 4,2 miljard euro besteed. De omzetsijging van biologisch vlees was in 2008 niet zo hoog als die van 22% in 2007. Vermoedelijk zit de crisis hier achter.

Biologisch vlees heeft vorig jaar slechts 0,3% meer marktaandeel weten te veroveren, daarmee uitkomende op 2,2%. Wil de sector echt een slag slaan, dan moet vooral de consument nog overtuigd worden: per hoofd van de bevolking werd in 2008 156,60 euro besteed aan vlees en maar 3,50 euro aan biologisch. Biologica verwacht dat de inspanningen van fabrikanten en de overheid op het gebied van duurzaamheid in 2010 een flinke terreinwinst zullen opleveren voor biologisch. De supermarkten waren goed voor bijna 62% van de omzet in biologisch vlees, natuurwinkels voor bijna 29%. De super heeft nu gemiddeld 72 bioproducten in de winkel liggen. Plus spant de kroon met 191 producten, daarna volgen Jumbo en Albert Heijn. De consument haalt uit het biologische schap vooral gehakt; door hierop in te zetten kan de foodservice het kwaliteitssegment dus versterken en het volume verhogen, aldus Biologica. Biologische kip doet het eveneens goed, getuige de omzetsijging van 34,1%.

Bron: www.Biofoodonline.nl, 17/05/2009



FR - Magasins bio en France : croissance, crise, challenges ...

Depuis 2002, le cabinet franco-allemand ECOZEPT mène des enquêtes régulières auprès des magasins bio en France. En février 2009, un échantillon de magasins bio, représentatif de la France métropolitaine a été interviewé. Conclusion principale : « Bien qu'ils profitent toujours d'une croissance soutenue, les magasins bio en France font face à des challenges structurels. »

Les résultats montrent le fort dynamisme du secteur : plus d'un tiers des magasins interviewés a moins de cinq ans. En même temps, la taille moyenne des magasins augmente : 148 m² fin 2008. Le modèle de la « superette bio » devient le modèle le plus répandu. Les magasins bio indépendants estiment leur croissance à 10 % en 2008 et les magasins

en réseau (Biocoop, La Vie Claire, Satoriz, etc.) vont jusqu'à 18 % de progression du chiffre d'affaires.

Alors que jusqu'ici, la croissance du marché bio en France a profité à tous, le développement semble maintenant favoriser les plus grands points de vente. Un changement des structures s'annonce, qui pose un challenge aux petits magasins.

En ce qui concerne les assortiments, c'est d'abord le non-alimentaire qui contribue à la croissance. Si presque la moitié des gérants des magasins se disent affectés par la crise financière, cela relève plus du ressenti que du réel : l'année dernière, seulement 10 % des magasins ont enregistré une baisse de leur chiffre d'affaires.

L'étude est disponible en téléchargement pour 45 € TTC [ici](#).

Bron: www.organic-market.info, 22/05/2009



IT - Italian wholesaler Ecor: holistic approach

Ecor, the wholefood wholesaler with the highest turnover in Italy, is increasing its production arm. In addition to business partners abroad, the beneficiaries will be the company's own retail customers (more than 1,000), the organic supermarkets of its partner NaturaSi (more than 60) and the smaller customers of the wholesaler Baule Volante (3,000) that was taken over last year. The farm Di Vaira in the Molise region in southern Italy has 500 hectares and is so big that 50 % of production is earmarked for export when it is operating to full capacity. The managing director of Ecor, Fabio Brescacin, wants to develop the Fattoria Di Vaira into a training centre for bio-dynamic agriculture, a destination for eco-tourists and a research establishment. Our editor Karin Heinze spoke to Mr Brescacin about his plans.

Bron: www.organic-market.info, 22/05/2009



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'.