



## 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 |

**bio** **ZOEKT BOER**  
\* van gezamenlijk initiatief van Boerenbond, ABE en BioForum

Ros Van Acker, genietster

**Doe de Bioweek**  
Bij jou in de buurt 6 > 14 juni

**2009**

Waar draait het om?

BioForum Bioknipsels 22 - 11 juni 2009

De verkoop van biologische producten in ons land maakte in 2008 een flinke sprong. En dat bio leeft, bewijzen de vele marktjes, proeverijen en workshops die je tijdens deze Bioweek overal tegenkomt.

Veel leesplezier!

Peggy Verheyden  
BioForum Vlaanderen

## CONSUMENT - ALGEMEEN

- [Roos Van Acker geeft aftrap Bioweek in Gent](#)
- [Bioweek van start](#)
- ["Milieuvoordeel biologische teelt is complex thema"](#)
- [Biomarkt boomt in België](#)
- [NL: Biologica strijdt om biologische voeding BTW-vrij te maken!](#)
- [Recept van de maand: Senegalese kip met munt-rijstsalade](#)

## PRODUCENT

- [Bio-tuinbouw : "Uit elke crisis groeit iets nieuws"](#)
- [Biologische fokkerij in de biologische melkveehouderij](#)
- [Vetgehalte in biologische geitenmelk kan omhoog via voermaatregelen](#)
- [Minder bijdragen voor varkens- en rundveehouders](#)
- [Landbouwbodems in slechte staat](#)

## VERWERKER

- [Dalende marktgroei voor biologische voeding vraagt om "Organic Plus" strategie](#)
- [Verpakking van vers creëert geld](#)
- [NL - Eerste klasse hotelketens stoppen met foie gras](#)



- [Straffe koffiemandam, made in Nicaragua](#)
- [Ecor, le grossiste italien : une approche globale](#)
- [World Congress on Organic Cotton](#)

## VERKOOPPUNT

- [Verkoop bioproducten in grootwarenhuizen in de lift](#)
- [Van zes naar twintig Bio Planets](#)

## en de Biokalender ...

## CONSUMENT - ALGEMEEN

Roos Van Acker geeft aftrap Bioweek in Gent

Vrijdagochtend startte de Bioweek op de Gentse Groentenmarkt met het radioprogramma 'Tomas staat op'. Bio is nog te veel een zaak van 45-plussers, luidt het. Daar willen ze met Roos Van Acker, het gezicht van de Bioweek, iets aan doen. Chef Lut Declercq schotelde Roos en Tomas een uitgebreid bio-ontbijt voor.

De Bioweek loopt van 6 tot 14 juni. In het radioprogramma 'Tomas staat op' verkende presentator Tomas De Soete samen met Roos van Acker, hét uithangbord van de Bioweek, de wereld van de bio. Chef Lut Declercq zorgde voor een stevig bio-ontbijt voor Roos en Tomas. "Met ingrediënten van de biomarkt hier in Gent", aldus de biokok. "Groenten, kazen van het Hinkelspel,... deze markt is het walhalla voor een biofan zoals ikzelf", bekende Declercq.

"Uit onderzoek blijkt dat vooral dames tussen 46 en 65 jaar bioproducten kopen", zegt Van Acker. "Met deze bioweek willen we een aantal vooroordelen over bio wegwerken en bio aantrekkelijker maken bij het grote publiek. Bioproducten zijn gemakkelijk in de handel te verkrijgen. Je hoeft er helemaal niet voor naar een speciale winkel. Ze zijn misschien iets duurder, maar we heel smaakvol".

Ook Tomas De Soete is een biofan. "Pas op, noem me geen bio-goeroe, maar ik schaar me graag achter dit initiatief. Bij mij primeert vooral de smaak van een product. Een biokip is zoveel vleziger dan een kip die en masse wordt geproduceerd. We willen jongeren gewoon warm maken voor bio en met deze ochtendshow zijn we daar hopelijk in geslaagd. Het is gewoon plezant om doen".

Dankzij BioForum Vlaanderen kunnen 700 studenten op 10 juni in de Sint-Pietersabdij tussen 8 en 11 uur genieten van een bio-ontbijt. Ze kunnen er proeven van verse koffie, broodjes, fruit en yoghurt voor één euro. De opbrengst gaat naar Poverello, net als wat er overblijft. Tijdig arriveren is de boodschap.

Bron: Het Nieuwsblad, 6/06/2009



## Bioweek van start

Vanaf vandaag, 6 juni, en tot 14 juni kan je in heel Vlaanderen volop genieten van bio. Overal is het feest: op de boerderij, in de winkel of op het marktplaatsje. Proef van een zalig ontbijt, een bijtgare picknick of een gastronomisch menu. Want bio is puur, lekker en gezond. Trek het erf op, pak je fiets of vlei je neer in een malse wei. Geniet van het groen, want bio is goed voor natuur en milieu. Proef, ontdek en beleef. Kortom, doe de Bioweek!

In Vlaanderen begint morgen de Bioweek. Supermarktketens in België pakken uit met schitterende cijfers. Delhaize, de marktleider, zegt dat het de verkoop van bioproducten vorig jaar met 17 procent heeft zien stijgen – de sterkste groei in jaren. Bij Carrefour zou een kwart van de klanten voor biologisch of fair trade kiezen. Ook supermarktketen Colruyt zegt dat de omzet van bioproducten nog altijd sneller stijgt dan de totale omzet.

Nederlanders zijn evenmin zuiniger geworden als het op gezond eten aankomt. Volgens Biologica, een Nederlandse organisatie die biologisch voedsel promoot, zijn er in het eerste kwartaal van 2009 nog meer bioproducten verkocht dan in dezelfde periode in 2008. In heel 2008 steeg volgens de Nederlandse Bio-Monitor 2008 de omzet van bioproducten in de supermarkten met 12 procent, dubbel zo hard als de totale levensmiddelenomzet. De groei van de bio-omzet had nog hoger kunnen zijn als de supermarkten na de forse prijsstijgingen van vorig jaar niet veel biologische producten uit de rekken hadden gehaald. De prijsstijgingen waren het gevolg van tekorten bij de leveranciers.

In Duitsland, de grootste Europese markt voor bioproducten maar een heel prijsgevoelig land, maakte de crisis vorig jaar ook nauwelijks een deuk in de al jarenlang aanhoudende groei. Volgens de Bund Ökologische Lebensmittelwirtschaft (BÖLW) steeg de omzet in 2008 met ongeveer 10 procent tot 5,8 miljard euro. Ook hier waren er tijdelijke tekorten aan levensmiddelen zoals wortelen, aardappelen en spelt, die verhinderden dat er nog betere cijfers konden worden opgetekend.

Frankrijk deed het nog beter. Het Frans Agentschap voor de Ontwikkeling en de Promotie van de Biologische Landbouw zegt dat de omzet van bioproducten in Frankrijk in 2008 met 25 procent gestegen is, tot 2,6 miljard euro.

Zelfs in de VS, waar de crisis nog vroeger en harder toesloeg, was 2008 een nieuwe topjaar voor bio. De Organic Trade Association (OTA) zegt dat de verkoop van biologische levensmiddelen en andere bioproducten er vorig jaar met 17 procent gestegen is, tot een totaal van 22,9 miljard dollar (ruim 16 miljard euro). Volgens sommige berichten is de groei begin 2009 wel stilgevallen in de VS.

Ook in China, de grootste levensmiddelenmarkt ter wereld, groeide de verkoop van bioproducten sinds het begin van dit decennium met meer dan 10 procent per jaar. De totale omzet bedroeg er in 2007 volgens de cijfers van het Amerikaanse ministerie van Landbouw nog wel niet meer dan 350 miljoen euro – nog geen 50 miljoen meer dan de omzet in België. Maar de economische crisis, die harder toeslaat in Noord-Amerika en Europa dan in Azië en Latijns-Amerika, kan een inhaalbeweging van grote ontwikkelingslanden mogelijk maken.

Slechter nieuws komt uit Groot-Brittannië. De Soil Association, die haast 80 procent van de bioproducten certificeert die in Groot-Brittannië verkocht worden, zegt dat de omzet er in 2008 maar met 1,7 procent steeg. Rekening houdend met een gemiddelde prijsstijging van 7 procent komt dat neer op een duidelijke afname van het verkochte volume. Experts geloven dat de sector zich pas zal herstellen als de ongerustheid over de economie wegebt.

In de landen die betere cijfers blijven optekenen, hechten gebruikers blijkbaar meer waarde aan kwaliteit dan aan prijs. Bioproducten hebben overigens in veel landen waarschijnlijk nog een groot groeipotentieel.

Volgens een studie van de Amerikaanse Grocery Manufacturers Association (GMA) betreft 54 procent van de Amerikaanse consumenten „actief” ecologische overwegingen bij zijn keuzes in de winkel – bioproducten kopen doet maar 22 procent.

België staat al veel verder. Bijna acht op de tien Belgen waagden zich vorig jaar al wel eens aan bio, en een op zes deed dat geregeld. België en vooral Vlaanderen komen dan weer wel achteraan bij de productie van biologische levensmiddelen. Het aantal producenten in de biologische landbouw en ook het biologische landbouwareaal bleef in 2008 min of meer stabiel.

In België besloeg het biologisch bewerkte areaal in 2008 maar 35.822 hectare of 2,6 procent van de totale landbouwgrond. Vlaanderen haalt zelfs maar 0,6 procent.

In Duitsland steeg het aantal biobedrijven en de biologisch bewerkte oppervlakte vorig jaar met ongeveer 5 procent, tot meer dan 900.000 hectare.

Wereldwijd werden er eind 2007 32,2 miljoen hectare akkers en weiden biologisch bewerkt. Veruit de grootste oppervlakten liggen in Australië (12 miljoen hectare), Argentinië, Brazilië en China. In Argentinië steeg de oppervlakte biovelden in 2008 met 36 procent tot 4 miljoen hectare. Relatief gezien spannen Oostenrijk (met 13,4 procent van de bewerkte oppervlakte) en Zwitserland de kroon. Veel andere Europese landen moeten net als de VS veel bioproducten invoeren om de vraag te dekken.

Bron: Agripress, 6/06/2009



"Milieuvoordeel biologische teelt is complex thema"

Bio Planet haalt biologisch appelsap en -moes voor zijn Belgische winkels uit Nantes. En in de biologische versafdeling liggen ook wel eens pruimen uit Argentinië. Zijn bioproducten dan wel in alle omstandigheden milieuvriendelijker dan conventionele groenten en fruit? Nee, zo blijkt uit een analyse van Jo Dewulf en Geert Van der Vorst van de Gentse universiteit.

De onderzoekers hebben voor bonen en aardappelen - twee teelten waarover voldoende gegevens beschikbaar waren - de hele levenscyclus geanalyseerd, van het veld tot op het bord, en komen tot de conclusie dat de teelt van biobonen minder giftig is voor mens en milieu, minder grondstoffen verbruikt en beter is voor het klimaat dan conventionele bonen. Maar als die biobonen van verder moeten aangevoerd worden dan gewone bonen, slaat het plaatje om en zijn de biobonen op de meeste punten slechter voor het milieu.

Biologische aardappelen hebben zo'n lage opbrengst per hectare - veertig procent minder dan de klassieke teelt, dat ze zelfs zonder transport naar de consument al slechter zijn voor het klimaat, de ozonlaag en het gebruik van fossiele grondstoffen. De bioproduktie is wel minder giftig voor de mens dan de klassieke aardappelteelt.

Voor bijvoorbeeld appels hebben de onderzoekers nog geen analyse uitgevoerd, maar ze waarschuwen in elk geval voor overhaaste conclusies. "Het milieuvoordeel van de biologische teelt is een complex thema", zegt Dewulf in De Standaard. Je mag niet zomaar besluiten dat Belgische appels in elk seizoen milieuvriendelijker zijn dan appels uit pakweg Zuid-Amerika. Want misschien is de maandenlange bewaring van inheemse appels in koelcellen wel energieverlindender dan het verre transport per boot.

Bron: De Standaard, 8/06/2009

*Reactie van BioForum Vlaanderen: Deze studie is éénmalig en niet gepubliceerd, er zijn dus maar beperkte gegevens over. BioForum Vlaanderen heeft contact opgenomen met de onderzoekers en zullen samen het onderzoek gaan bekijken.*



Biomarkt boomt in België

De bestedingen van de Belgische gezinnen aan biologische producten stegen vorig jaar met 25,6 procent ten opzichte van 2007. De stijging wordt gedeeltelijk verklaard door een breder biogamma, de hoge inflatie en een gewijzigd consumentengedrag.

De biobesteding bestaat voor 56,3 procent uit plantaardige producten. Zuivel neemt 16,5 procent voor haar rekening en andere dierlijke

producten vertegenwoordigen 27,3 procent. In 2008 kocht zo'n 80 procent van de Belgische gezinnen wel eens een bioproduct. In absolute cijfers vormen de welgestelde gezinnen met kinderen en de welgestelde gepensioneerden de grootste groep biokopers.

De producten met het hoogste bio-aandeel zijn vleesvervangers met 23 procent, eieren (6,4 procent), groenten (3,1 procent) en brood (2,3 procent). Fruit, aardappelen en zuivel halen marktaandelen tussen de 1 en 2 procent. De dierlijke producten vlees en gevogelte zitten rond de 1 procent.

Bron: Het Laatste Nieuws, 9/06/2009



NL: Biologica strijdt om biologische voeding BTW-vrij te maken!

Biologica pleit al lang voor verlaging van het BTW-tarief voor biologische producten. Een aantal maatschappelijke organisaties heeft nu op eigen initiatief een actiewebsite opgericht, met een petitie om de BTW voor biologisch voedsel tijdelijk af te schaffen. Als biologisch voedsel goedkoper wordt, kopen meer consumenten de producten, wordt de vraag groter, kan het aanbod groeien, kan de kostprijs dalen en kan uiteindelijk de BTW-heffing weer worden hersteld. Zie je er wat in? Onderteken dan de petitie: bio btw-vrij!

De Rijksoverheid stelt dat in 2010 in haar bedrijfsrestaurants minimaal 40% aan biologische producten moeten worden gebruikt. In navolging zullen scholen en zorginstellingen meer gebruik moeten gaan maken van biologische catering. Met diverse marktpartijen zijn al diverse convenanten gesloten om de daad bij het woord te voegen. Dat is allemaal heel goed!

Essentieel onderdeel ontbreekt echter in alle afspraken. Wie betaalt de rekening? Juist, de consument. En wil die consument die rekening betalen? Zolang biologische consumpties veelal twee keer zo duur zijn als niet biologische consumpties, zullen de doelstellingen niet gehaald worden.

Middels deze handtekeningenlijst willen wij heel concreet aan de overheid vragen de consument, die wil investeren in biologische consumptie, tegemoet te komen door voor de komende twee jaar alle eko gecertificeerde voedingsmiddelen BTW vrij te maken. ( BTW bedraagt nu op voedingswaren 6%). Als tijdelijk de BTW op Eko eten wordt afgeschaft, zal de vraag daarnaar toenemen. Als het volume groter wordt, kunnen de prijzen dalen en kan er weer BTW worden geheven.

In navolging op het stimuleringsbeleid in de autobranche, waarbij flinke kortingen worden gegeven op de bijtelling en de bpm van milieuvriendelijke auto's, moet dit verzoek een simpel hamerstuk in de Tweede Kamer kunnen zijn.

Info: [www.biobtwvrij.nl](http://www.biobtwvrij.nl)

Bron: Biologica, 9/06/2009



### Recept van de maand: Senegalese kip met munt-rijstsalade

Het heerlijke recept van deze maand haalden we opnieuw van bij Bio-Planet. Dit hoofdgerecht is ideaal om eens te proberen op de barbecue. Misschien tijdens de bioweek? Smakelijk!

#### Ingrediënten voor 4 personen:

- 4 kipfilets
- 250 ml citroensap (of het sap van 8 citroenen)
- 3 uien
- 1 chilipepertje
- 3 eetl. mosterd
- peper en zout

#### Voor de rijstsalade

- 200 g halfvolle of volle rijst
- 150 g spekblokjes
- 3 lente-uitjes
- 75 g cashewnoten
- 1 eetl. citroensap
- 3 eetl. olijfolie
- 3/4 bosje verse munt
- 1 eetl. mosterdzaad
- peper en zout

#### Vorbereiding

- Hak de uien, lente-uitjes, munt en chilipeper fijn.
- Rooster de cashewnoten 2 min. in een pan zonder vetstof. Haal uit de pan.
- Bak in dezelfde pan de spekblokjes 2 min. zonder vetstof.
- Maak de marinade: meng het citroensap met de ui, mosterd, chilipeper, peper en zout. Laat er de kipfilets minstens 4 u in marinieren.

#### Bereiding (20 min.)

- Maak de rijstsalade: kook de rijst (kooktijd: zie verpakking), laat afkoelen en meng met de rest van de ingrediënten voor de salade.
- Haal de kipfilets uit de marinade en bak op de barbecue ± 5 min. aan elke kant.

#### Afwerking

Dien de Senegalese kip onmiddellijk op met de rijstsalade. Geef er nog gegrilde courgette of rauwkost bij.

#### Voedingswaarden (per persoon)

- Energie: 544 kcal
- Eiwitten: 31,6 g
- Vetten 14,5 g
- Koolhydraten: 70,1 g

Bron: Bio-Planet



## **PRODUCENT**

Bio-tuinbouw : "Uit elke crisis groeit iets nieuws"

Net als nu verkeerde ons land in 1982 in een diepe economische crisis. Toen Francis Kestemont uit Lennik na het behalen van zijn diploma Sociologie aan de slag wou gaan, bleek het niet eenvoudig om een job te vinden. Een jongensdroom van Francis om een biologisch tuinbouwbedrijf op te starten, werd opeens een interessante uitdaging.

"Ik had van thuis uit geen enkele band met de gangbare land- en tuinbouwsector, laat staan met de biologische teelt van tuinbouwgewassen", vertelt de nu 53-jarige bedrijfsleider. "Na mijn studies was in die situatie niet dadelijk verandering gekomen. Maar ik had geluk", lacht hij. "Ik kende er dan wel niets van, maar dat bleek niet erg, want er waren in Vlaanderen maar een twintigtal telers die wél ervaring hadden met het runnen van een biologisch tuinbouwbedrijf.

Vijf van die bedrijven waren in de ruime omgeving van Brussel gevestigd. Het was bij hen dat ik de stiel leerde.

In de beginfase verbouwde ik een breed gamma groenten. Al snel werkte ik met enkele andere biologische telers in coöperatief verband samen, met als bedoeling een zo volledig mogelijk gamma biologisch geteelde groenten te kunnen aanbieden. Verkopen deden we op de lokale boerenmarkten en aan een groothandel in Tielrode bij Temse, die bijna uitsluitend in het Antwerpse actief was. Een eerste echte boost in de verkoop kwam er eind jaren tachtig, begin jaren negentig, toen de export naar Duitsland op gang kwam." In 1986 kwam Francis', broer Eddy het bedrijf vervoegen.

"Van 1992 tot en met 1996 kunnen we gerust van een scharnierperiode streken. In 1992 werd er wetgeving van kracht over de teelten commercialisering van biologische producten. Vanaf midden jaren 90 ontstond er in Engeland een interessante afzetmarkt voor biologische groenten. In die periode nam ik het initiatief om alle biotelers in de streek samen te brengen en onze biologische groenten te commercialiseren via de veiling Brava in Zellik.

Hierdoor kregen we de beschikking over leeggoed, waren er betalingsgaranties en door centralisatie van product was er een gemeenschappelijke prijsvorming. De groothandel moest zijn biologische groenten dus via de veiling betrekken. Daarnaast trachtte de veiling rechtstreeks nieuwe buitenlandse afzetmarkten voor onze bioproducten aan te boren." Nog in 1996 startte deze ondernemer pur sang - samen met een Italiaanse collega - onder de naam Mandala Organic Growers met een eigen import- en exportbedrijf voor biologische groenten.

"Bedoeling was om product te importeren uit Italië en dat samen met onze eigen biologisch geteelde glas- en vollegrondsgroenten te verhandelen op de Belgische en Noord-Europese (lees: Engelse) markt. Door met Italiaanse telers samen te werken, konden we bepaalde groenten het jaar rond in een voldoende hoeveelheid op de markt aanbieden. Na verloop van tijd werden de Italiaanse telers aandeelhouders van het bedrijf. Vanuit Sicilië importeerden we tomaten, paprika's, komkommers, citrusvruchten en druiven; vanuit Puglia broccoli, selderij, venkel en peterselie."

In 2001 nam Francis de beslissing om uit de veiling te stappen. "Het stoorde mij vooral dat medewerkers van de veiling om de haverklap de veiling verlieten en elders aan de slag gingen, nadat ze door ons telers waren opgeleid tot specialisten in de commercialisering van biologische groenten. Hierdoor had ik het gevoel dat we steeds opnieuw van nul moesten herbeginnen." In 2006 stapte Francis ook uit Mandala Organic Growers, maar hij blijft wel met de meeste Italiaanse telers samenwerken.

In 2007 werd een nieuw bedrijf opgericht, dat de naam Ecodal meekreeg. "De bvba Ecodal is een samenwerking tussen twee Belgische biologische tuinbouwbedrijven: mijn bedrijf en dat van Krist Hamerlinck uit Assenede", legt Francis uit. "Krist en ikzelf, telen onder verwarmd glas. Met de oprichting van Ecodal streven we twee doelstellingen na. We willen samen onze verkoop organiseren en onze verwarmde glasteelten op elkaar afstemmen, zodat we elkaar geen concurrentie aandoen. Daarnaast willen we zo diep mogelijk doordringen in de markt en rechtstreeks toeleveren aan supermarkten en groothandel. Krist teelt paprika, komkommer en trostomaten op zijn bedrijf, dat 3 ha verwarmd glas omvat. Ik neem 4 andere soorten tomaten en aubergines voor mijn rekening op mijn bedrijf, dat uit 1,6 ha verwarmd glas bestaat. Ik kan stellen dat we met Ecoda 180% van de Belgische biologische productie van tomaten, paprika's, aubergines en komkommers voor onze rekening nemen. Daarnaast verbouw ik ook 1 ha groenten onder plastic serres en teel ik 10 ha vollegrondsgroenten."

Ecodal importeert ook groenten: vooral uit Italië, maar ook uit Frankrijk en Spanje. "We richten ons daarbij op teelten die in die landen een 'tegenseizoen' hebben. We doen met andere woorden wel broccoli, maar geen spruiten of kolen. Hierdoor kunnen we onze klanten continu bevoorraden." En die klanten zijn niet de minste. "In september 2007 hadden we een eerste contact met Delhaize om onze producten via hun winkels te verdelen. Een jaar later, in september 2008, zijn we effectief gestart met het leveren aan Delhaize.

Momenteel loopt dat zeer goed en leveren we twee keer per dag. Het feit dat ons bedrijf kort bij het centrale depot van Delhaize in Zellik gevestigd is, is daarbij een niet te onderschatten logistiek voordeel." Een tweede belangrijk afzetkanaal blijft de export naar Duitsland en Engeland. "Interessant om te vermelden is dat we nu ook voet aan de grond hebben in Zweden, Canada en de Verenigde Staten." Een derde belangrijk afzetkanaal van Ecodal is Bioplanet en de distributie naar

Belgische natuurvoedingswinkels (Biofresh).

Ecodal stelt in totaal een vijftigtal personen tewerk.

De twee bedrijfsleiders nemen de eigenlijke verkoop voor hun rekening. "Krist is verantwoordelijk voor de export, ikzelf voor de verkoop op de Belgische markt. Eddy is verantwoordelijk voor de inpak en de logistiek. Alle administratieve beslommingen neemt Jo Stoffels voor zijn rekening." Ecodal verwacht dit jaar een totale omzet van ongeveer zes miljoen. euro te realiseren. Op de vraag of hij nog een groeimarge ziet, antwoordt de bedrijfsleider vrij neutraal.

"Momenteel is de markt van biologische groenten gedekt. Met andere woorden, groeien betekent dat je marktaandeel van een concurrent moet veroveren." Francis merkt ook op dat de export naar Engeland door de economische crisis op een lager niveau is teruggevallen. "Daarnaast is bio er ook veel meer een hype, vergeleken met de Duitse markt die veel stabiel is. De binnenlandse verkoop neemt wel toe, omdat we door rechtstreeks te werken bijvoorbeeld de klanten van Delhaize een betere en een verser product kunnen aanbieden."

Bron: Philippe Masscheleyn in Boer&Tuinder, 6/06/2009



Biologische fokkerij in de biologische melkveehouderij

Bij het fokken in de biologisch rundveehouderij ontbreekt het aan structuur. Dat blijkt uit het proefschrift van Wytze Nauta van het Louis Bolk-instituut, waarmee hij dinsdag 2 juni j.l. promoveerde.

Wytze Nauta zijn proefschrift is getiteld Selective Breeding in Organic Dairy Production. Dit proefschrift behandelt de mogelijkheden voor biologische fokkerij in de biologische melkveehouderij. Het is het resultaat van een samenwerking tussen het Louis Bolk Instituut, de vakgroepen Fokkerij en Genomics en Rurale Sociologie van Wageningen Universiteit. Het onderzoek is gefinancierd door het Ministerie van LNV, Wageningen Universiteit en het Louis Bolk Instituut.

Binnen de biologische landbouw bestaan geen duidelijke randvoorwaarden over fokkerij.. Dit resulteert in een grote variatie in aanpak van de fokkerij op biologische melkveebedrijven. Zo houden een groeiend aantal veehouders een eigen stier op het bedrijf voor natuurlijke dekking terwijl andere veehouders gebruik maken van fokstieren uit de gangbare fokprogramma's via KI.

Hierover ontstonden 10 jaar geleden steeds meer vragen omdat de biologische sector kringlopen wil sluiten en zijn methoden steeds meer wil afstemmen op de uitgangspunten van de biologische sector. Ten behoeve van de gangbare melkveehouderij zijn dieren geselecteerd voor een intensief productiesysteem en vaak gefokt met behulp van moderne onnatuurlijke voortplantingstechnieken zoals KI,

superovulatie en embryotransplantatie (ET). Deze praktijken passen niet bij de uitgangspunten van de biologische landbouw en veel betrokkenen zijn dan ook van mening dat de biologische veehouderij meer zijn eigen fokkerij zou moeten opzetten zonder gebruik van dergelijke technieken.

Resultaten in dit proefschrift laten zien dat het vraagstuk rondom fokkerij in de melkveehouderij zeer complex is. Hoe natuurlijk kun je de fokkerij maken en hoe zou je de gangbare fokkerij aan de eisen van de biologische landbouw kunnen aanpassen of juist een geheel apart biologisch fokprogramma kunnen opzetten? Verschillende mensen uit verschillende disciplines hebben hier een eigen mening over. Er zijn verschillende scenario's mogelijk. In het proefschrift wordt geconcludeerd dat er een zogenaamde 'systeeminnovatie' nodig is op verschillende niveaus (bedrijf, institutioneel en maatschappelijk). Dit betekent volgens Nauta en mede-auteurs dat de biologische veehouders en wetenschappers/adviseurs gezamenlijk een leerproces moeten aangaan. Door de inzet van 'pilots' zoals het selecteren van de juiste koeien en stieren en het uitwerken van de bedrijfseigen fokkerij kan een nieuwe praktijk voor biologische fokkerij worden ontwikkeld.. Belangrijk hierbij is dat er níet wordt gezocht naar een uniforme oplossing voor de gehele sector maar dat verschillende mogelijkheden flexibel kunnen worden toegepast. De biologische landbouw streeft immers naar robuuste systemen en daarvoor is agro-biodiversiteit van groot belang.

[Download hier de volledige publicatie](#)

Info: Wytze Nauta, tel 0033 3 43-523860, e-mail [w.nauta@louisbolk.nl](mailto:w.nauta@louisbolk.nl)

Bron: Louis Bolk Instituut, 25/05/2009



Vetgehalte in biologische geitenmelk kan omhoog via voermaatregelen

Het vetgehalte in biologische geitenmelk ligt significant lager dan in de gangbare geitenmelk. Het verschil in het eiwitgehalte in de melk tussen de biologische en gangbare geitenhouderij is minimaal. Een hoger vetgehalte is te bereiken via gebruik van gebruik van vetsupplementen in het voer en door het bestendig maken van veevoergrondstoffen. Een hoger eiwitgehalte in de melk zal vooral via fokkerij bereikt moeten worden. Die conclusie wordt getrokken in een verkenning die het Louis Bolk Instituut heeft uitgevoerd.

De onderzoekers deden een literatuurstudie naar mogelijkheden om de vet- en eiwitgehalten in biologische geitenmelk te verhogen. Daarnaast zijn praktijkervaringen van geitenhouders verzameld en indien mogelijk onderbouwd met literatuur.

Bijna alle vetsupplementen die aan geiten gevoerd worden kunnen een stijging van het vetgehalte in de melk teweeg brengen, terwijl het eiwitgehalte daarbij veelal onveranderd blijft. Ook de meeste

onderzoeken met bestendig gemaakte voeders laten zeer positieve resultaten zien. Mogelijkheden voor het biologisch bestendig maken van vetten lijken te liggen bij het toosten van voeders, zoals getoaste sojabonen, getoaste lupine en getoaste gerst.

Uit de literatuur blijkt dat supplementatie van ruw eiwit weinig tot geen effect heeft op het eiwitgehaltes in geitenmelk. Er kan in de biologische geitenhouderij wel op het vet- en eiwitgehaltes worden gefokt. Het eiwitgehalte in de melk wordt vooral bepaald door de caseïne genen. Met behulp van DNA onderzoek kan de genetische potentie van een dier bepaald worden. Het milieu van een gangbare geitenhouderij is wel anders dan die van een biologische geitenhouderij. Hierdoor is onzeker of goede bokken vanuit de gangbare geitenhouderij gelijke prestaties leveren op een biologisch bedrijf.

Kunstmatige inseminatie biedt ook een mogelijkheid om vers en beter genetisch materiaal in te kruisen in de huidige veestapel. Ook een driewegskruising biedt vanwege de heterosis een handzame mogelijkheid om op korte termijn hogere vet- en eiwitgehaltes in de melk te bereiken. Op een bedrijf kan ook een gematigde familieteelt toegepast worden. Hierdoor hoeven geen bokken van buiten het bedrijf te komen. Inteelt wordt beperkt, doordat de dieren niet verwant zijn aan elkaar in de eerste drie generaties. De beste methode om genetische vooruitgang te boeken lijkt het nucleussysteem. Hiervoor kunnen 5 bedrijven samenwerken en de nucleus gaan vormen van de genetische vooruitgang in de biologische geitenhouderij.

Lees hier het rapport ["Sturende factoren voor verhoging van vet- en eiwitgehaltes in biologische geitenmelk Een eerste verkenning"](#)

Bron: Louis Bolk Instituut, 8/06/2009



#### Minder bijdragen voor varkens- en rundveehouders

8/06/2009 - De regering heeft onlangs kennis genomen van het voorstel van federaal minister van Landbouw Sabine Laruelle om tijdelijk de bijdragen te verlagen die houders van varkens en runderen betalen aan het begrotingsfonds voor de gezondheid en kwaliteit van de dieren en dierlijke producten (Sanitair Fonds).

Door de diepe financiële crisis waarin de landbouwsector verkeert, stelt minister Laruelle voor om voor de varkens- en rundveesector de bijdragen te verminderen: met 80% in 2009 en met 40% in 2010. Zo komt ze tegemoet aan een verzoek van de landbouworganisaties.

Voor de melkveehouders stelt ze voor om gedurende één jaar (vier kwartalen) de rechtstreekse bijdrage van de producent van 0,06 eurocent/1000 liter af te schaffen. Ook daarmee speelt ze in op een verzoek van de landbouworganisaties.

Het Sanitair Fonds financiert in het geval van een crisis de

tegemoetkomingen in het kader van de officiële dierenziektebestrijding. Het fonds wordt gefinancierd met de verplichte jaarlijkse bijdragen van de houders van runderen, varkens, pluimvee, schapen, geiten en hertachtigen.

De tijdelijke vermindering die wordt voorgesteld, is mogelijk doordat in voornoemde sectoren de reserves tot boven het voorgeschreven plafond zijn gegroeid. Ook met de vermindering zal het fonds dus eventuele crisissituaties kunnen blijven aanpakken. De vertrouwde werking van het Sanitair Fonds zou niet in het gedrang komen en de lopende projecten zullen voort kunnen worden gefinancierd.

De besparing voor de houders hangt natuurlijk af van de aard van het bedrijf. Een bedrijf met 100 melkkoeien bijvoorbeeld zou in 2009 400 euro besparen.

Bron: Kabinet van Sabine Laruelle, 29/04/2009



#### Landbouwbodems in slechte staat

9/06/2009 - Het gaat niet goed met onze landbouwbodems. Tot die conclusie komt een onderzoek, uitgevoerd door de Europese Commissie. Eén van de onderzochte cases is de bodemgesteldheid in West-Vlaanderen. Die provincie kampt in extreme mate met diffuse bodemcontaminatie door meststoffen en pesticiden, er stellen zich problemen door watererosie en de bodems lijden onder verdichting en een daling van het organische stofgehalte.

De voornaamste oorzaken zijn de intensieve landbouw, het gebruik van zware machines, de overmatige bemesting en het conventioneel ploegen. De studie reikt ook oplossingen aan. Men onderzocht de mogelijke bijdragen van een aantal landbouwsystemen en -praktijken aan de bescherming van de Europese landbouwbodems tegen voorvermelde bedreigingen. Hierbij komen landbouw voor bodembehoud (conservation agriculture) en biologische landbouw als beste landbouwtypes naar voren. De landbouwmethodes steunen op de principes van minimale of geen bodembewerking, permanente bodembedekking en gevarieerde vruchtwisseling en teeltcombinaties. Jammer is wel dat geïntegreerde landbouw niet als concept is meegenomen in het onderzoek.

De onderzoeksinstelling van de Europese Commissie, het Joint Research Center of JRC, heeft samen met het directoraat-generaal Landbouw onderzoek gedaan naar de toestand van de Europese landbouwbodems. Ook de oorzaken van bodemdegradatie en de landbouwmethoden die deze degradatie kunnen tegengaan werden onderzocht. De zogenaamde SoCo (Soil Conservation) studie is gebaseerd op literatuuronderzoek aangevuld met tien case studies, waarvan een onze provincie West-Vlaanderen betrof.

De voornaamste menselijke invloeden die de Europese

bodemgesteldheid bedreigen zijn watererosie, daling van het organische stofgehalte, verdichting en verzilting.

Inzake alternatieven is de studie zeer duidelijk. Praktijkervaringen tonen de grote voordelen van conservation agriculture en bio-landbouw onomstotelijk aan. Zowel op vlak van bodemkwaliteit, als op vlak van brandstofgebruik, nutriëntuitspoeling, pesticidengebruik, bodembiodiversiteit en gewasopbrengst zijn de positieve effecten legio. Wel is goede begeleiding en ondersteuning van de landbouwers tijdens de omschakeling naar bodemvriendelijke praktijken absoluut noodzakelijk.

Andere technische maatregelen die kunnen bijdragen aan een gezonde bodem zijn combinatieteelt, contourbouw, grasstroken, bodembedekking en terrassen.

Hoewel de landbouwers in West-Vlaanderen al behoorlijk wat combinatieteelt en contourbouw toepast en grasstroken aanlegt, doen ze algemeen slechts weinig aan bodembehoud. Dat vertaalt zich in omvangrijke bodemdegradatieproblemen zoals we die al geruime tijd kennen.

Het rapport van het SoCo Project besluit dat een langetermijnbeleid gericht op de implementatie van duurzame landbouwpraktijken noodzakelijk is om de bodemdegradatie af te remmen. Dit moet volgens de onderzoekers zowel via verplichte maatregelen gebeuren, als via vrijwillige maatregelen in het kader van plattelandsontwikkeling. Belangrijk is dat de maatregelen de bodemdegradatieprocessen zelf tegengaan, en ze niet enkel gericht zijn op het bestrijden van de symptomen. Bodemvriendelijke grondbewerking en permanente bodembedekking zijn goede voorbeelden.

De erosiegevoelige gebieden dienen op regionaal niveau te worden geïdentificeerd, de risico's moeten per gebied worden opgelijst. Vervolgens moet men acties nemen tegen de specifieke risico's, waarvan de resultaten uitgebreid moeten opgevolgd en geëvalueerd worden. Deze aanpak zou via de Kaderrichtlijn Bodem over heel de EU kunnen worden geïmplementeerd, ware het niet dat er binnen de Europese Raad nog steeds geen consensus over deze Kaderrichtlijn is gevonden.

Bovendien werd benadrukt dat het landbouwsysteem als een geheel moet benaderd worden. Landbouw moet economie en ecologie, voedselproductie en milieubehoud verzoenen. Via een geïntegreerde aanpak moet de gehele landbouwsector verduurzaamd worden.

Blijkbaar is nu dus ook de Europese Commissie overtuigd van het belang van de bestrijding van bodemdegradatie en de algemene verduurzaming van de landbouw. Nu nog de uitvoering van deze overtuiging in concreet (Europees en Vlaams) beleid.

Bron: Bond Beter Leefmilieu, 5/06/2009



## VERWERKER

Dalende marktgroei voor biologische voeding vraagt om 'Organic Plus' strategie

De omzet in biologische voedingsmiddelen is wereldwijd zo'n 3,3 miljard euro per jaar gestegen. In 2008 was de omzet totaal € 33 miljard. Maar de jaarlijkse groei met dubbele cijfers zal dit jaar voor het eerst vertragen vanwege de wereldwijde lagere consumentenbestedingen en lagere investeringen. In Groot-Brittannië wordt dit jaar slechts 2% groei voorspeld. Volgens Organic Monitor stellen consumenten ook hogere eisen aan biologische producten. Leidende producenten spelen hierop in met een 'Organic Plus' strategie.

Consumenten worden veeleisender bij de keuze voor biologische producten. Ze kijken naar ethische productie, traceerbare oorsprong, de 'carbon footprint', duurzaamheid en sociale verantwoordelijkheid bij de producenten en verwerkers. De biologische productiemethode kan slechts voor een deel aan deze voorwaarden voldoen. Leidende producenten passen steeds meer een 'Organic Plus' strategie toe, met naast biologische ook ethische, ecologische en duurzame handelspraktijken. En ze gebruiken deze waarden in toenemende mate in hun marketing.

In Groot-Brittannië positioneren sommige biologische merken zich met niet-biologische waarden. Bijvoorbeeld biologische chocoladeproducent Green & Black die nu door consumenten vooral herkend wordt als ethisch merk. Diverse bedrijven investeren in de productie in Zuid-Amerika en Azië. Enkelen gaan verder en investeren ook in door oorlog aangetaste gebieden als Sri Lanka en Palestina. Zoals Canaan Fair Trade dat vanuit Palestina als eerste op de wereld gecertificeerde biologische en fairtrade olijfolie produceert. Daarmee bereikt het bedrijf ook consumenten die het kopen om de leefsituatie van Palestijnen te verbeteren.

Het succes van AgroFair, marktleider in biologische en fairtrade verse producten in Europa, is ook gebaseerd op ondernemingen die kleine producenten in Afrika en Zuid-Amerika helpen. AgroFair kreeg daarvoor al eens de Nederlandse prijs voor Corporate Social Responsibility. Andere biologische producten versterken hun milieuvriendelijke imago door zich te richten op minimale CO<sub>2</sub>-emissie. EOSTA is de eerste die een reeks klimaatneutrale fruit en groenten op de Europese markt brengt. Ze worden vermarkt via het 'Nature & More' schema waarmee consumenten kunnen traceren op welke bedrijven de producten geteeld zijn en waarmee de carbon footprint ook kan worden bepaald.

Duurzaamheid is een belangrijk aandachtspunt voor leidende bedrijven. Hipp, wereldwijd de grootste verwerker van biologische voeding, is

pionier met diverse initiatieven. Er wordt duurzame energie gebruikt om biologische babyvoeding te maken, er wordt bepaald op CO2 emissie en 97% van het afval wordt hergebruikt. Het bedrijf kreeg de United Nations Millennium Business Award. De Zwitserse supermarktketen Coop heeft een eigen label voor lokaal geproduceerde producten, Pro Montagna, waarvan vele biologisch.

De uitdagingen voor 2009 zijn groot. Volgens Organic Monitor zouden bedrijven meer 'Organic Plus' strategieën moeten toepassen. Een groot aantal cases van succesvolle bedrijven worden gepresenteerd op de Sustainable Foods Summit die 25-27 juni plaatsvindt in het Okura Hotel Amsterdam. Meer informatie: [www.sustainablefoodssummit.com](http://www.sustainablefoodssummit.com)

Bron: Organic Monitor, 2/06/2009



### Verpakking van vers creëert geld

Het verpakking van verse producten creëert geld. In tankstations willen mensen best 1 euro voor een verpakte appel betalen, terwijl je in de winkel 2 euro per kilo betaalt. Er is aangetoond dat een mango die los in het schap ligt minder verkoopt dan twee mango's in een transparante verpakking met een ready-to-eat-label. Dat zegt Arjan Hagoort, directeur van Sharp Interpack Europe, een bedrijf dat al veertig jaar verpakkingen ontwerpt.

Het versschap maakt een stormachtige ontwikkeling door. Met name op het gebied van koelvers is het landschap flink veranderd. Combinaties van groenten en fruit met andere versproducten zullen steeds vaker in het schap opduiken. Net als het alomtegenwoordige aanbod van fruitsalades, gesneden groenten en maaltijden, kent de verpakking talloze nieuwe verschijningsvormen.

Ook Martijn Pabon ziet dat de grenzen voor nieuwe verpakkingconcepten nog niet bereikt zijn. Pabon is eigenaar van Boom. Dit bedrijf ontwikkelde verpakkingconcepten voor Pickwick en Albert Heijn, maar ook voor de Vita-mini's van Rainbow Growers en de Fruit Essentials van Versdirect.nl. "Acht jaar geleden werd gezegd dat koelverse maaltijden nooit duurder mochten worden dan 5 gulden, maar nu liggen er maaltijdsalades van bijna 10 euro in het schap en het wordt gewoon verkocht", aldus Pabon.

"De meeste verpakkingen doen niet waar ze voor zouden moeten dienen, namelijk een product lang genoeg goed houden en over de inhoud communiceren", signaleert Peter van Zeijl. Als directeur van van Flavours International werkt hij al jaren aan de ontwikkeling van bijzondere vormen van kant- en klare groente- en fruitconcepten. "Bij veel tomaten en paprika kan ik geen informatie op de verpakking terugvinden. Weet de consument bijvoorbeeld dat een oranje paprika in een salade beter tot zijn recht komt omdat de textuur heel anders is dan een rode, groene of gele paprika? En dat veel tomatensoorten zijn niet geschikt zijn om te bakken omdat ze al het vocht verliezen? Als een

consument groenten koopt die, vanwege hun eigenschappen een mindere prestatie leveren dan verwacht, koopt hij ze nooit weer. Communiceer de mogelijkheden dus duidelijk op een verpakking."

Bron: Markt&Bedrijf, mei 2009

#### NL - Eerste klasse hotelketens stoppen met foie gras

De hotelketens Bilderberg, Carlton en Mövenpick halen in hun Nederlandse vestigingen foie gras van de menukaart. Dit hebben zij onlangs aan dierenrechtenorganisatie Wakker Dier laten weten. De ketens stellen de productie van de ganzen- en eendenlever te dieronvriendelijk te vinden. Biologisch verkregen foie gras is wel toegestaan.

Het is een succesvolle start van de nieuwe campagne van Wakker Dier die erop is gericht om hotel- en restaurantketens foie gras-vrij te krijgen. De campagne startte met een informerende brief aan de hotelketens over de dieronterende dwangvoeding. Binnenkort wordt de campagne vervolgd met voorlichtingsacties voor het publiek. Diverse hotelketens, waaronder Van der Valk, hebben de omstreden foie gras nog op de menukaart staan.

In Nederland is de productie van foie gras vanwege dierenleed bij wet verboden. Voor de productie van foie gras krijgen eenden en ganzen via trechters en buizen pneumatisch dwangvoer toegediend. Dit gebeurt meermalen per dag gedurende twee tot drie weken. Zo worden de levers in korte tijd vijf tot tien keer groter dan normaal. Dagelijks wordt ongeveer een kwart van het lichaamsgewicht aan maïsbrood naar binnen gepompt. Hierdoor ontstaat een extreem vette ziekgemaakte lever die in luxe restaurants als delicatessen wordt geserveerd.

Eerder concludeerden wetenschappers van de Europese Commissie al dat de productie van foie gras gepaard gaat met veel dierenleed. Biologisch verkregen foie gras is wel toegestaan.

Bron: Agripress, 9/06/2009

#### Straffe koffiemadam, made in Nicaragua

Merling Preza Ramos introduceerde biologische koffie van 2.300 producenten in de hele wereld. Na de burgeroorlog eind jaren tachtig in Nicaragua kregen duizenden koffieboeren peanuts voor hun bonen. Tot Merling Preza Ramos zich ermee moeide. Vandaag nippen hippe Amerikanen, Japanners en Europeanen van de biologische gourmetkoffie uit het Centraal-Amerikaanse land.

"Als we onze koffie oogsten, weten we tenminste dat we die kunnen verkopen." Hipolito Gonzalez, koffieboer in Nicaragua, vat perfect de kracht samen van Prodecoop, de koepel van 45 coöperatieven

(verenigingen van samen 2.318 koffieproducenten) in het noorden van het Centraal-Amerikaanse land.

Prodecoop, vrij vertaald 'promotie van coöperatieve ontwikkeling', is de vrucht van een groep bevlogen hoogopgeleiden die zich in 1993 bekommerden om het trieste lot van de vele duizenden koffieboeren in Nicaragua. Bezielster van het eerste uur, en nog altijd topvrouw vandaag, is Merling Preza Ramos. "In de jaren tachtig was de situatie erg eenvoudig voor een koffieboer in Nicaragua. De overheid kocht alle koffie op. Toen begin jaren negentig de koffiemarkt werd vrijgemaakt, begonnen de problemen. De multinationals schakelden overal in de koffierijke regio's 'coyotes' of opkopers in. Met één duidelijke opdracht: de koffie van de kleine boer aan een zo laag mogelijke prijs binnenhalen. De kleine producenten hadden nooit van hun leven koffie moeten vermarkten, en hadden er geen flauw benul van hoe ze dat moesten doen."

Vandaag is de helft van alle koffie van Prodecoop biologisch gecertificeerd, en voldoet 100 procent van de producenten aan de strenge eisen van het Fairtrade-keurmerk (zoals Max Havelaar, nvdr). "We hebben klanten in de VS, Europa en Japan. In Californië drinken Amerikanen sinds een drietal jaar onze gourmetkoffie in een eigen koffiebar."

De eerste hoofdstukken van dit succesverhaal werden nochtans met gitzwarte inkt geschreven. Nicaragua, en niet in het minst de koffieproducenten, hebben een royale portie miserie achter de kiezen. Bijna de helft van de bevolking leeft er onder de armoedegrens. Koffie is exportproduct numero uno, de broodwinning van 45.000 kleine koffieboeren. 45.000 broze banen, door de grillige slingerbewegingen van de koffieprijzen. Orkaan Mitch richtte daarenboven een ware ravage aan in 1998. En nog is het niet gedaan. Een bloedige burgeroorlog, eerder in de jaren tachtig, betekende een dreun van jewelste voor de landbouw. De 'sandinisten', de linkse revolutionairen onder leiding van Daniel Ortega, wilden eind jaren zeventig, begin jaren tachtig het regime van dictator Somoza omver werpen. De strijd woedde in alle hevigheid in het hoger gelegen noorden, thuishaven van de meeste koffieplantages. Daar probeerden de sandinisten de contrarevolutionairen te verjagen, die vanuit buurland Honduras Nicaragua bestookten.

Merling Preza Ramos groeide op als tiener in die regio, in de stad Esteli, de latere thuishaven van Prodecoop. "Mijn ouders hadden een kleine boerderij met een koffieplantage, en een huis in de stad. Mijn vader had zijn eigen zaak in vrachtvervoer. Via de 'Panamericana' (beroemde autosnelweg dwars door Centraal-Amerika, nvdr) vervoerde hij zeecontainers. Mijn moeder heeft altijd thuis gezorgd voor de zes kinderen. Zoals wel bijna elke familie in Nicaragua heb ik intussen twee broers in de Verenigde Staten. Ik heb bedrijfsadministratie gestudeerd in de hoofdstad Managua, vanuit de idee dat ik later wellicht toch in de transportwereld zou terechtkomen. Nadien heb ik er nog bedrijfsbeheer en internationale handel bijgenomen."

Maar dan kwam die beruchte sandinistische revolutie. “Op mijn veertiende stapte ik al mee in een mars voor alfabetisering en hielp ik bij de koffieoogst. Ik wou met de boeren werken. Ik heb nadien wel eerst een tijd in de transportsector gewerkt, in de hoofdstad Managua. Maar dat beviel me niet. Terug in Esteli hielp ik coöperatieven van boeren. Ik onderwees hen ondermeer boekhouding, en hielp bij het verstrekken van micro-kredieten.”

“De revolutie gaf de emancipatie van de vrouw en de armen in Nicaragua een flinke duw in de rug. Omdat de mannen oorlog voerden, moesten de vrouwen op de plantages letten. Tijdens de revolutie lag er veel nadruk op gratis gezondheidszorg en onderwijs voor de allerarmsten. Zonder de revolutie had ik nooit kunnen studeren. Mensen van bescheiden komaf kregen plots meer kansen. Toch was het een erg harde tijd, omwille van het economisch embargo dat de VS Nicaragua oplegde. Maar we kregen wel veel steun van andere socialistische landen.”

Toen de verkiezingen begin jaren negentig een einde maakten aan het bewind van de linkse sandinisten, veranderde er veel voor de koffieproducenten en Merling Preza Ramos. “De coöperatieven kregen geen staatssteun meer. Door de privatiseringen verloren velen hun baan. Ik ging in 1991 aan de slag bij een lokale ngo, die microkredieten verstrekke om koffieplantages te onderhouden. Die ngo richtte een exportbedrijf voor koffie op, precies om de noodlijdende boeren een alternatief te bieden voor de 'coyotes'.” Met als ultieme betrachting dat exportbedrijf over te laten aan de koffieboeren. “Maar in 1993 raakten we in onmin met de leiding van de ngo, die de controle niet uit handen wou geven. Daarom hebben we zelf Prodecoop gesticht.”

“Aanvankelijk richtten we ons louter en alleen op de export van koffie. We hadden zes werknemers in de hoofdzetel in Esteli, ik was verantwoordelijk voor de commercialisering van de koffie. 150 ton koffie ging er naar Europa en de VS. We hadden enkel die koffie, geen geld. Maar omdat ik goeie relaties had in de transportsector en de douane raakten we relatief makkelijk aan kredieten en exportvergunningen. We zijn gestart met zo'n 2.500 koffieproducenten. Dat aantal is min of meer stabiel gebleven, alleen zijn de volumes die we uitvoeren fors gestegen. Vandaag verkopen we jaarlijks zo'n 2.500 ton koffie, zeventien keer meer als in 1993. Kregen we toen gemiddeld 120 dollar per 50 kilo, dan is dat nu 164 dollar. We hebben echt het vertrouwen van de boeren moeten winnen. De meesten gaven ons niet veel koffie in het begin, ze keken de kat uit de boom. We zijn samen met de producenten gegroeid. Het management wist amper hoe ze koffie moest drinken, laat staan hoe ze kwaliteit kon onderscheiden. En de producenten hebben echt een mentaliteitsverandering naar meer kwaliteitsbesef moeten doormaken.”

“Bij onze zoektocht naar internationale markten hebben we veel hulp gekregen van buitenlanders in Nicaragua. Een Nederlander bracht ons in contact met Max Havelaar Nederland. Ik heb de hele wereld afgereisd, op zoek naar kopers in Europa (onder andere Nederland,

Duitsland, Denemarken, België) en de VS. De koffie van Nicaragua heeft haar goeie reputatie te danken aan de coöperatieven, want vroeger kampten we met een slecht imago. We willen ons profileren als een nichekoffie van hoge kwaliteit. Onze koffie maakt trouwens deel uit van een 'marca de origen' genaamd 'Pachamama,' waarin koffie uit Nicaragua, Peru, Mexico en Guatemala zitten.”

“Fairtrade was in die beginjaren nog niet zo veeleisend wat kwaliteit betreft. Opnieuw is Prodecoop samen gegroeid met die eerlijke handel. Vandaag verkopen we 80, 85 procent aan koffiebranders onder dat keurmerk.” Het grote voordeel van het keurmerk Fairtrade op je koffiebonen: het garandeert de producent een minimumprijs van 125 dollar per vijftig kilo (is de wereldmarktprijs voor koffie hoger dan de minimumprijs, dan wordt die wereldmarktprijs betaald, nvdr) plus een sociale premie van tien dollar per zak van 45 kilogram. Daarnaast sluiten branders langetermijncontracten af, wat de producent meer ademruimte en minder slapeloze nachten bezorgt. Geen overbodige luxe gezien de volatiele koffieprij. “De meeste mensen in Nicaragua verdienen minder dan twee dollar per dag. Zo ook onze kleine koffieboeren. Maar het verschil is dat wij die allerzwaksten steunen met vorming, technische assistentie, kredieten voor de plantage. Is er bijvoorbeeld een extreme droogte geweest, dan zamelen we eten in voor de getroffen boeren. We vormen één grote familie.”

Prodecoop investeert de Fairtrade-inkomsten met het vizier op de toekomst. Ze vloeien ondermeer naar studiebeurzen, zodat de kinderen van producenten naar het lager- en middelbaar onderwijs kunnen gaan. Prodecoop kocht ondermeer boeken en rugzakken voor meer dan 2000 leerlingen. Een roterend sociaal fonds investeert afwisselend in de renovatie van huizen, gezondheidszorg of bijvoorbeeld infrastructuurprojecten (heraanleg van wegen). De meeste coöperatieven hebben zelfs hun eigen emancipatiecommissie, ruim vierhonderd vrouwen kregen een opleiding in politieke lobby of productdiversificatie. Prodecoop ondersteunde de oprichting van duurzame bedrijven van 33 vrouwen. “Op het platteland krijgen vrouwen voorrang bij de toekenning van microkredieten.”

Je mag nog zoveel dromen van buitenlandse consumenten, als je koffie niet te drinken is, kan je het geheel schudden. Die boodschap moet je Merling Preza Ramos en Prodecoop niet meer diets maken. Tussen het oogsten van de koffieboon en de uiteindelijke gemalen koffie in uw filter zit er een hele verwerkingscyclus. En die moet op punt staan. Net daar ligt één van de redenen voor het succes van Prodecoop. Ze investeerde door de jaren in ontpulpingsinstallaties en opslagfaciliteiten voor koffiebonen. Met eigen middelen bouwde het een heus droogverwerkingsbedrijf, waar tachtig mensen uit de regio hun brood verdienen. “We hebben twee kinderen van koffieproducenten wereldwijd op degustatiecursussen kunnen sturen. Vandaag bereiken ze de hoogste internationale standaarden. Op die manier kunnen we constant de kwaliteit van onze koffie controleren en onze klanten een stevige garantie aanbieden. We hebben een eigen kwaliteitscentrum en degustatielabo. Heel wat landbouwkundigen staan de boeren bij met

technische ondersteuning.” Een levensgroot probleem blijft: meer middelen voor langetermijninvesteringen. “Om onze koffieplantages te renoveren hebben we 20 miljoen dollar nodig. We kregen al 700.000 dollar van de Europese Unie.” Gelukkig kan Prodecoop rekenen op de steun van internationale kredietverstrekkers. Oikocredit, een internationale financieringscoöperatieve die al leningen uitschrijft aan Prodecoop sinds 1994, stelde recent 1,2 miljoen dollar ter beschikking voor de periode 2007/2008.

Prodecoop is en blijft een vervelende luis in de pels van de beruchte 'coyotes', of lokale opkopers van koffie. Hoe vijandig is het klimaat? “In het begin sloegen de coyotes geen acht op ons. En toen ze zich ongerust begonnen te maken, stonden we al te sterk.” Andere organisaties van koffieboeren hebben intussen het voorbeeld van pionier Prodecoop gevolgd, waardoor de coyotes terrein verloren. “De coyotes hebben trouwens hun prijzen moeten optrekken om te kunnen concurreren met ons. De grote jongens kunnen niet langer om ons heen. Op een zekere manier respecteren ze ons. Maar als ze ons kunnen schaden, zullen ze het niet laten.”

Bron: Vacature, 29/04/2009



Ecor, le grossiste italien : une approche globale

Le plus grand grossiste italien en termes de chiffre d'affaires, de produits biologiques, se développe de plus en plus. De cette activité croissante profitent non seulement 1000 clients détaillants, plus de 60 supermarchés bio au sein de son partenaire NaturaSi, 3000 petits clients du grossiste Baule Volante de Bologne racheté l'an dernier, mais aussi de nombreux partenaires à l'étranger. L'exploitation Di Vaira qui se trouve dans le sud de l'Italie dans la région de Molise est si grande avec ses 500 hectares, que 50 % de la production est prévue pour être exportée, lorsqu'elle aura exploité la totalité de son potentiel. A cela il faut ajouter que Fabio Brescacin, le responsable d'Ecor, projette d'installer à Di Vaira un centre de formation en agriculture bio-dynamique, d'y faire de l'éco-tourisme, et de créer un centre de recherche. Notre rédactrice Karin Heinze s'est entretenue avec lui de ses projets.

Monsieur Brescacin, tout d'abord mes félicitations – Di Vaira semble être un petit coin de paradis. En principe un grossiste ne s'intéresse pas forcément à l'agriculture. Vous êtes vous décidé à franchir le pas il y a longtemps?

Nous sommes issus à l'origine du milieu de l'agriculture et prendre soin de la terre a toujours été l'une de nos principales préoccupations. Nous avons même une exploitation agricole à Conegliano, notre siège en Vénétie. Le commerce de gros n'est venu que plus tard. Le fait que nous soyons nous mêmes producteurs nous permet d'offrir à nos clients la meilleure qualité possible en agriculture bio-dynamique. Je dois

ajouter que ces dernières années nous étions passablement inquiets de la qualité des produits. Nous avons trouvé lors de contrôles, de plus en plus de résidus. La filière bio s'est agrandie et de nombreuses entreprises nouvelles sont venues grossir les rangs. Et c'est là que l'on se rend compte qu'il manque parfois tout simplement la compétence technique. Ecor-NaturaSi donne 100 % dans le bio et entend soutenir le marché en fonction de ses possibilités. C'est comme cela que nous avons été amenés à réfléchir sur la meilleure façon de nous y prendre.

Problèmes de qualité – est ce que vous n'avez pas de contrats à long terme avec vos fournisseurs?

Bien sûr nous connaissons nos fournisseurs et travaillons de longue date avec eux. Cependant il faut que nous puissions rester souples pour les fruits et légumes car il y a toujours des imprévus saisonniers ou météorologiques. Le problème est aussi que les entreprises partenaires ne cultivent pas toujours elles-mêmes ce qu'elles vendent mais s'approvisionnent ailleurs et de ce fait la transparence en pâtit. Nous voulons essayer d'améliorer la traçabilité et sommes en train de mettre en place un système adéquat. Nous avons par ailleurs organisé un service conseil pour les agriculteurs qui nous approvisionnent. Depuis, il y a deux conseillers spécialisés qui se rendent sur les exploitations. C'est au cours de cette phase que l'on nous a fait la proposition en 2007 de racheter Di Vaira. Nous avons saisi l'occasion. Les prévisions sont des meilleures pour y installer une exploitation Demeter, Di Vaira étant polyvalente. Nous disposons de plus de 500 ha de terres, notre propre système d'irrigation, une étable, et d'autres bâtiments.

Qui était le propriétaire précédent et y avait-il déjà de l'agriculture biologique?

Ce sont des terres appartenant à l'église catholique, Di Vaira est propriété de l'évêché. 100 ha étaient déjà cultivés en bio depuis 2004, et nous convertissons le reste depuis 2007 en agriculture bio-dynamique Demeter. L'exploitation a perdu beaucoup d'argent et c'est pourquoi elle s'est décidée à vendre Di Vaira et d'affermier les terres. Ce qui est intéressant et qui colle parfaitement à notre concept, c'est qu'il existe sur place une école de formation. Elle a été créée dans les années cinquante pour former les agriculteurs. Abandonnée depuis longtemps, nous voulons faire revivre la structure et mettre sur pied une formation en agriculture bio-dynamique.

Qui finance cet énorme projet?

Un bon nombre de clients de nos magasins sont entrés au capital de notre société en tant qu'actionnaires avec une participation allant de 10.000 à 100.000 euros chacun, quelques personnes à titre privé, et bien entendu Ecor-Natura-Si. Nous avons environ 30 actionnaires qui ont fourni les 1,2 millions d'euros de capital. La Banque Etica, ainsi qu'une autre banque locale nous ont également accordé un crédit. Au total c'est 2,5 millions d'euros qui ont été investis jusqu'à présent dans Di Vaira. Nous espérons trouver d'autres investisseurs du secteur privé, et des

personnes qui à titre individuel ont envie de faire un placement à long terme, intelligent. L'agriculture est aujourd'hui du moins pour moi, l'un des meilleurs placements qui soit. Et à nous, ceux du mouvement bio, il nous incombe de restituer un peu de ce qu'est la philosophie et l'idée de base d'une agriculture saine, non?

Que s'est-il passé depuis à Di Vaira?

Nous avons acheté du petit bétail (vaches, chèvre et cochons), des machines agricoles et construit un entrepôt. Il y a 50 collaborateurs, agriculteurs, et paysagistes qui travaillent à Di Vaira. Les 80 ha de cultures maraîchères, 70 ha de vignobles, 20 ha d'oliviers avec sur place la possibilité de fabriquer de l'huile d'olive, demandent beaucoup de travail. Il faut s'occuper de 120 vaches laitières, plus 180 nouveaux-nés et des taureaux de saillie, 350 chèvres, et 100 cochons; les produits sont partiellement transformés. L'exploitation est très complexe et les gens de la région sont contents que Di Vaira ait à nouveau un avenir. Nous avons repris tous les employés, et même créé des emplois du fait de l'activité déployée de l'exploitation.

Quels sont les produits que Di Vaira fournira à l'avenir et quelles activités prévoyez-vous?

Nous produisons principalement des légumes d'hiver (du fenouil, des brocolis, des choux-fleurs, des blettes, des betteraves rouges etc.), du fromage au lait de vache ou de brebis, du vin en coopération avec les vignerons, de l'huile d'olive et des céréales. A cela il faut ajouter du fourrage vert et du foin pour le bétail. Nous faisons aussi un peu d'écotourisme. Les consommateurs doivent se rendre compte d'où viennent les produits et découvrir le monde de l'agriculture. Nous voulons ouvrir l'exploitation au public. Pour vous donner un exemple, nous allons organiser un camp d'été pour les enfants et avons tenu notre Assemblée Générale sur l'agriculture bio-dynamique ici à Di Vaira, à l'automne dernier. Comme je vous l'ai déjà indiqué, Di Vaira doit également assurer la formation initiale et continue de jeunes agriculteurs.

Est-ce que vous avez suffisamment de moyens pour approvisionner le marché en dehors de vos propres clients?

Ecor-NaturaSi a de gros besoins; il y a plus de 1000 clients, des magasins de taille, auxquels il faut ajouter quelques 3000 petits points de vente émanant de Baule Volante, le grossiste de Bologne que nous avons racheté; tous ne sont cependant pas approvisionnés en produits frais. Cela va représenter à peu près 50 % de la production, les 50 % restants sont prévus à l'exportation. Parmi nos clients nous avons Dennree, Weber Naturkost de Munich et le grossiste Odin en Hollande. Ça peut encore changer et nous sommes à la recherche d'autres partenaires commerciaux. Car même l'exploitation qui se trouve à Conegliano, notre siège en Vénétie, produit depuis de nombreuses années des légumes (par exemple des poireaux, et du fenouil d'automne) qui approvisionnent en partie le marché allemand. En ce qui concerne les légumes, nous nous concentrons principalement sur les

variétés d'automne et d'hiver, car en été la concurrence avec les exploitations d'Italie du Nord, est trop grande. En été à Di Vaira nous privilégions les tomates destinées à la fabrication de jus et les pastèques, mais à petite échelle. Sinon nous mettons de l'engrais pour préparer la terre à l'ensemencement et planter les légumes d'hiver.

Du fait que vous vous lanciez dans le secteur de la production vous-même, y aura-t-il des répercussions sur les prix du marché intérieur en Italie?

C'est n'est pas notre philosophie de faire pression sur les prix. Nous devons gérer l'exploitation comme une entreprise et il faut aussi que nous fassions d'abord notre propre expérience à Di Vaira. En tous les cas il n'est pas dans notre esprit de vendre nos produits au dessus des prix du marché; nous voulons vendre de la qualité.

Il est question qu'à Di Vaira on y fasse non seulement de la production mais également de la recherche

C'est exact. Nous travaillons avec l'association suisse de producteurs de semences, et avons quelques parcelles de céréales à l'expérimentation pour eux. Nous allons essayer également cette année le semis de différentes variétés de céréales (épeautre, blé dur), et de légumes. En ce qui concerne les légumes nous expérimentons des variétés de semences robustes, nous allons tester des variétés non-hybrides pour voir si nous pouvons nous en servir sur des surfaces plus importantes. De plus nous avons commencé à nous servir de machines agricoles qui répondent spécialement à l'art de cultiver du bio.

Quels sont vos projets en ce qui concerne Baule Volante? Allez-vous l'intégrer à Ecor-NaturaSI?

Nous avons racheté Baule Volante mais nous ne voulons pas délocaliser la société, le siège reste à Bologne. Nous y avons un nouvel entrepôt et les structures y sont optimisées. Baule Volante continuera à approvisionner les magasins de petite taille. Nous envisageons un programme marketing pour ces clients (magasins de petite taille) qui soit proche du concept Ecor B'io. Nous voulons avec ce concept soutenir les magasins et leur permettre de s'agrandir et de vendre plus rapidement.

Comment se porte l'activité d'Ecor-NaturaSi à l'étranger?

Les produits cultivés chez Di Vaira (par ex. les légumes et les produits laitiers) partent à l'export. Cela fait longtemps que nous approvisionnons des magasins en Roumanie, Croatie, Slovaquie, en produits secs – cela relève presque du régional pour nous. Certains produits partent même jusqu'en Grèce et en Australie, mais nous n'avons pas de stratégie réelle pour augmenter les approvisionnements à l'export, en dehors de ce qui est produit à Di Vaira. Nous partons plutôt du principe qu'il vaut mieux chercher à l'étranger les produits et projets intéressants. Ce qui nous permet de continuer à garantir la transparence.

Nous sommes à la recherche par exemple d'entreprises qui produisent du sucre, du riz Basmati, ou des fruits secs et qui soient prêtes à coopérer sur la base d'un partenariat pour commercialiser des produits ensemble. Comme dit, Ecor-NaturaSi est dans le fond, centrée sur l'Italie.

Une dernière question- comment voyez-vous le développement du secteur bio en Italie et quels sont les projets d'Ecor-NaturaSi pour 2009?

Je pense qu'Ecor pourrait compter début 2009 sur une croissance de 20 % et NaturaSI de 24 %. Nous sommes certes à l'heure actuelle dans une crise économique mondiale mais le secteur du bio a beaucoup de potentiel avant comme après. Une enquête a démontré qu'en Italie il y a encore beaucoup de villes et de régions dont les besoins en produits biologiques ne sont pas couverts. Par expérience nous savons que dès qu'un magasin ouvre, les clients sont là. Il n'y a pas de concurrence sauvage et il y a encore suffisamment de place pour de nouveaux magasins. Il y a sans conteste un changement dans le comportement des gens à savoir qu'ils accordent plus d'importance à une alimentation saine. Nous entrevoyons aussi de bonnes perspectives de croissance à l'avenir. La part du bio dans le secteur de l'alimentation en Italie ne représente à l'heure actuelle que 1%, ce qui fait qu'il y a encore de la marge notamment en Italie du Sud. Des magasins à Palerme, Catane, et Bari marchent déjà très bien. Ecor (B'io) et NaturaSi prévoient l'ouverture de 15 à 20 nouveaux magasins en 2009. Ecor a connu une croissance de 15 % en 2008, et NaturaSi de 18 %.

Bron: Organic-Market.info, 10/06/2009



### World Congress on Organic Cotton

On the occasion of the UN Year of Natural Fibers 2009 the International Congress on Organic Cotton „From Fashion to Sustainability“ is organized by Helvetas, in collaboration with the international partners Organic Exchange, Institute for Market Ecology IMO, International Trade Centre ITC, Max Havelaar and the Swiss State Secretariat for Economic Affairs SECO. The congress will take place from September 21 – 25, 2009 at the Casino Kursaal in Interlaken, Switzerland. It provides a unique platform to practitioners of the whole textile value chain, offering the opportunity to discuss and learn about innovations, challenges, successful business models and to establish new partnerships in the field of organic and fair trade cotton.

Main agenda points will be: More than 30 workshops, key-note presentations and panel discussions, a marketplace with up to 50 exhibitors, flash presentations of companies and projects working in the field of organic and fair trade cotton, a large fashion show presenting organic cotton collections from African and European designers, a selection of different excursions, including a visit to Swiss textile companies and organic farms and a gala dinner on Lake Thun.

Registration is carried out online.

Detailed information and online registration is available [here](#)

Source: Helvetas, 6/06/2009



## **VERKOOPPUNT**

Verkoop bioproducten in grootwarenhuizen in de lift

8/06/2009 - De verkoop van bioproducten zit in de Belgische grootwarenhuizen duidelijk in de lift. Dat blijkt uit een rondvraag van Belga. Colruyt, Delhaize en Carrefour bevestigen unaniem dat het bioassortiment absoluut niet te lijden heeft onder de gevolgen van de economische crisis. Consumenten lijken steeds vaker bewust te kiezen voor biologische producten.

De voornaamste Belgische supermarkten spelen daar ook op in en voorzien elk in een uitgebreid aanbod, verspreid over alle categorieën heen. Groenten, fruit en zuivelproducten blijken daarbij nog altijd het populairst te zijn. Bij Delhaize nam de verkoop van bioproducten in 2008 toe met meer dan 17 procent. Het gaat om de sterkste stijging sinds jaren, zo luidt het in een persbericht. Het grootwarenhuis voegde het afgelopen jaar een twintigtal bioproducten toe aan zijn aanbod en beschikt nu over een assortiment van meer dan 675 producten.

Ook Colruyt merkt een sterke groei van de verkoop. Concrete cijfers zijn niet onmiddellijk voorhanden, maar commercieel directeur Jean-Pierre Roelands bevestigt wel dat de groei groter is dan de gemiddelde stijging van het verkoopcijfer. Colruyt biedt zijn klanten een 250-tal biologische artikelen aan, een aanbod dat nog altijd toeneemt.