



## 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 26 - 30 juli 2009

Soms blik ik even terug op het *verleden*: om te evalueren, er iets uit te leren of gewoon uit nostalgie. De vakantie is daarvoor een ideaal moment... Met andere woorden: ik bekeek gisteren deze video over de voorbije bioweek: <http://www.natureltv.be/index.php?id=1320&from=MovieId>

Wat het *heden* betreft: vandaag bereikt de ggo-vrije mars zijn einddoel Brussel...je leest er hieronder over.

Toekomstgerichte groeten,

Geertje Meire  
BioForum Vlaanderen

### CONSUMENT - Algemeen

- [Tweede mars voor een ggo-vrije wereld doet België aan](#)
- [BioForum Vlaanderen stapt voor ggo-vrije wereld](#)
- [‘Genfrei Gehén’ – the march for a non - genetically engineered world reaches its end in Brussels!](#)
- [Rare kwasten die mensen. Ze redden bankiersbonussen en laten miljoenen van honger creperen](#)
- [Miguel Induráin steekt handje toe bij keuze van beste ontwerpen voor nieuw biologisch logo van de EU](#)

### PRODUCENT

- [Biolandbouw in de lift](#)
- [Biologisch telen: een nuchtere afweging](#)
- [4 keer bio in de praktijk](#)
- [Kalveren bij de Koe nog niet uit de mode!](#)
- ["Organische landbouw kan antwoord zijn op voedseltekorten"](#)
- [Waalse veehandelaars klaar om "land lam te leggen"](#)



- [Triodos Bank - Sowing the Seeds for Organic Growth](#)
- [Europese verschillen in biologische melkveehouderij bekeken](#)
- [Organic farmers look to R&D to boost yields, save planet](#)

## VERWERKER

- [Monoprix en tenue de camouflage... bio](#)
- [Bio / Conventionnel : les secrets de fabrication](#)

## VERKOOPPUNT

- [Tienen laat nagenieten van 'Biomarkt 2009'](#)
- [Hard discount et bio : l'union contre-nature ?](#)
- [NL - "Jumbo beste supermarkt voor biologisch vlees"](#)
- [NL - Meer biobloemen in Nederlandse supers](#)
- [NL - CBL ziet belangstelling voor biologisch en vleesvervangers in supermarkt toenemen](#)

## en de Biokalender ...



## CONSUMENT-Algemeen

Tweede mars voor een ggo-vrije wereld doet België aan

Van 27 tot 30 juli doet de "Tweede mars voor een ggo-vrije wereld" België aan. Op maandag 27 juli ontvangt BioForum Vlaanderen Joseph Wilhelm van het Duitse biobedrijf Rapunzel en zijn stappend gezelschap op de Natlandhoeve van Jos De Clerck in Zepperen (Sint-Truiden).

Na een gezamenlijke lunch vervolgt Joseph Wilhelm zijn tocht voor een ggo-vrije wereld naar Brussel, waar op 30 juli de slotmanifestatie plaatsvindt.

Joseph Wilhelm, stichter en voorzitter van het Duitse biobedrijf Rapunzel, vertrok op 18 juni in Berlijn voor een tocht van 1.000 kilometer om te pleiten voor een ggo-vrije wereld. Zijn tocht leidde hem door drie landen en eindigt op donderdag 30 juli in Brussel, waar de slotmanifestatie plaats vindt.

Joseph Wilhelm is hiermee niet aan zijn proefstuk toe. In 2007 stapte hij al een eerste keer om zijn boodschap uit te dragen. Momenteel heeft Joseph Wilhelm er ongeveer 725 kilometer op zitten. Onderweg hielden bijna 2.700 wandelaars hem voor korte of langere periodes gezelschap gehouden. Op 26 juli bereikt Joseph België en op 27 juli is hij de gast van BioForum Vlaanderen op de Natlandhoeve van Jos De Clerck. Na de lunch stapte Joseph met verschillende delegaties, o.a. van BioForum, verder naar Brussel.?

De tocht in België wordt mee georganiseerd door BioForum Vlaanderen. Iedereen kan meestappen, voor een of meerdere dagen, zelfs voor enkele kilometers. Wie 5 kilometer stapt, krijgt een certificaat. Iedere morgen verzamelt de groep om 8.30u. Het vertrek is om 9u voorzien. Het programma in België ziet er als volgt uit:  
dinsdag 28 juli: Wange (verzamelen in het centrum) naar Korbeek-Lo  
woensdag 29 juli: Korbeek-Lo (verzamelen aan de Bierbeekstraat) naar Tervuren  
donderdag 30 juli: Tervuren (verzamelen aan het Afrika-museum) naar Brussel

Details over de tocht van Joseph Wilhelm vind je op [www.genfreigehen.de](http://www.genfreigehen.de) ?

Journalisten zijn maandag 27 juli van harte welkom op de Natlandhoeve, Stokstraat 2 te 3800 Sint-Truiden (Zepperen). Joseph Wilhelm en zijn gezelschap worden er omstreeks 13u verwacht voor de lunch. U kan er terecht met vragen en mag uiteraard een hapje meeten.

Meer informatie: Carla Rosseels, Perswerking, 03/286 92 75, 0485 51 53 66, [carla.rosseels@bioforum.be](mailto:carla.rosseels@bioforum.be)

Bron: BioForum Vlaanderen, 23/07/2009



BioForum Vlaanderen stapt voor ggo-vrije wereld

BioForum Vlaanderen ontving maandag op de Natlandhoeve in Zepperen (Sint-Truiden) de stappers van de tweede mars voor een ggo-vrije wereld. Joseph Wilhelm, initiatiefnemer van de mars, was zeer tevreden over de ontvangst op de hoeve van Jos De Clerck en Jos zelf was blij de delegatie te ontvangen.

“Zelf moet ik als boer iedere dag hard werken en dus heb ik geen tijd om naar Brussel te trekken. Het is fijn als andere mensen dat wel doen en zo onze belangen verdedigen”, aldus Jos.

Joseph Wilhelm van het Duitse biobedrijf Rapunzel is op 18 juni vertrokken in Berlijn voor een tweede ggo-mars van 1.000 kilometer naar Brussel. Iedereen die dat wil, kan meestappen, voor een of meerdere dagen, of voor de hele etappe. Tot nu toe hebben bijna 2.800 mensen meegestapt met Joseph en sinds hij de grens van België overstak, stappen ook mensen van BioForum Vlaanderen mee.

Maandagmiddag kwam een groep van een 40-tal wandelaars aan op de Natlandhoeve van Jos De Clerck. Ze waren de dag ervoor België binnengestapt en waren op weg naar Wange (Landen). “De tocht in België is heel mooi begonnen”, vertelde Joseph Wilhelm. “Langs de oude Romeinse steenweg, met open ruimte en mooie natuur, wat helaas

niet representatief is voor heel Vlaanderen.” Wilhelm kent België, hij heeft er gewoond en is getrouwd met een Belgische.

Na een lunch, aangeboden door BioForum en bereid door De Wroeter, stapte het bonte gezelschap door naar Wange. Einddoel is Brussel, nu donderdag. Hoe hij het volhoudt? “De buitenlucht geeft me energie. Nochtans slaap ik maar vier uur per dag want overal waar ik aankom, moet ik nog mensen te woord staan of interviews geven. Maar we eten iedere dag biologisch en dus zijn we in de ‘mood’”, zegde hij.

De stappers worden donderdag, rond 13u, verwacht aan het Europees parlement in Brussel waar ze ontvangen worden door IFOAM (International Federation of Organic Agricultural Movements). Daarna, rond 14u30, stappen ze naar het Muntplein voor de slotmanifestatie. Of Joseph dan blij zal zijn? “Dat is nog afwachten. Ik ben het lopen ondertussen zo gewoon dat ik daarna misschien in een groot zwart gat val.”

Bron: BioForum Vlaanderen, 28/07/2009



‘Genfrei Gehen’ – the march for a non - genetically engineered world reaches its end in Brussels!

Joseph Wilhelm, organic pioneer, initiator of ‘Genfrei Gehen’ and organic farming, has arrived in Brussels and would like, together with his supporters, to call upon all agriculture politicians across Europe to respect the wishes by the majority of the population who would like genetic engineering to be neither in the field nor on their plate. Joseph Wilhelm has already managed to walk approximately 1,000 km. He is aiming for a world completely free from genetic engineering, together with large numbers of walkers.

In the last six weeks, ‘Genfrei Gehen’ has made itself known. Joseph Wilhelm has succeeded addressing people and explaining the concept of ‘Green Genetic Engineering’. The last kilometres have been arranged by the organic company for Thursday, 30th August 2009. You are warmly invited to join final kilometres of walk from Tervuren to Brussels!

Start: 9 Am in Tervuren

Arrival in Brussels:

1. Pm at the European Parliament, Place Luxembourg

Continuation of the walk with a brass band

Approx. at 2.30 pm; arriving at Place de la Monnaie.

In Brussels, all supporters and people interested in a genetic engineering free world; wait for the end of ‘Genfrei Gehen’ and honour the walkers at ‘Place de la Monnaie.’ The route will walk pass the European Parliament and the ‘Grote Markt.’ At the finish, Joseph Wilhelm will be waiting for you with Belgian waffles and beer in the

café/restaurant 'Chez Léon,' where there will be a discussion regarding of his march. The time has come to give the population in Europe an active sign and awareness of a world free from genetic engineering.

We look forward in meeting you! Please do not hesitate to contact us should you have any enquiries at: +49 69 750688-14, or in Brussels: Julia Thierberger, organisation team "Genfrei Gehen", mobil: +49 (0)151/ 54406226 or Heike Kirsten, press relations officer "Genfrei Gehen", mobil: +49 (0)170/ 7842501.

Bron: Ifoam, 29/07/2009

Rare kwasten die mensen. Ze redden bankiersbonussen en laten miljoenen van honger creperen

Ze kunnen Awa, Kamala, Modibo of Riri heten, de kinderen die vandaag omkomen van honger, Johan of Naranga, de boeren en boerinnen, die vandaag zelfmoord plegen, allemaal slachtoffers van economische spelregels die wel voor hen gelden, maar niet voor grootbankiers. Hoeveel ongerijmdheid, hoeveel hypocrisie kunnen we verdragen? Heel veel blijkbaar.

Laten we toch eens vergelijken hoe we omgaan met de wereld van het geld en de grootbankiers, en hoe we de landbouw behandelen en de mensen die zorgen dat we te eten hebben. Er zijn opvallende parallellen. In beide gevallen dicteert het beleid al vele jaren lang dat we voluit de markt moeten laten spelen. Oh, vergis u niet, ik ben voor de markt, altijd als dit economische instrument de beste resultaten oplevert. Maar een fundamentalist van de markt, wil u dat zijn? Zo hard in de markt geloven dat u de aankomende crisissen niet wil zien? Daar is de tweede, schrijnende parallel tussen banken en boeren, tussen geld en voedsel. In beide gevallen beseft men niet hoe hard de markt wel kan falen. De bankiers hebben hun vrijheid misbruikt en ons in een financiële en economische crisis gestort die de inkomens van honderden miljoenen mensen onderuit haalt. De landbouw heeft de vrije wereldmarkt opgedrongen 'gekregen' die leidt tot de voedselcrisis met nu al 1 miljard mensen die honger hebben en wereldwijd boeren die niet eens hun productiekosten terugverdienen. Het is echt geen toeval dat in deze beroepsgroep heel veel zelfmoorden voorkomen. Maar hoe te reageren op deze crisissen? De verschillen zijn opvallend. Wanneer de grootbankiers in het huis van de vrije markt met vuur hebben gespeeld en alles in lichterlaaie staat, maken ze heel even, zolang het hen goed uitkomt, een volte-face en overtuigen ze de overheden dat ze hun stommiteiten moeten oplossen. Voor het geval die geen zin zouden hebben, argumenteren ze met uitgestreken gezicht dat ze te groot zijn om failliet te laten gaan. Het resultaat? We hebben ons allemaal samen zwaar in de schulden gestoken, hebben nu de bonussen gered van zowat de best betaalde mensen op aarde, maar ons financieel systeem staat nog allerm minst op veilige poten. En wat met de voedselcrisis? Daar hebben we niet ingegrepen. Moest daar dan niets of niemand worden gered? Neen,

alleen één miljard mensen die ondervoed zijn of zelfs van honger creperen, en zowat 2,5 miljard mensen in boerenfamilies die economisch overkop dreigen te gaan. Maar dat, dat is niet de moeite van het redden waard. Want als er miljarden bonussen te redden zijn, en als er ook miljarden mensen te redden zijn, dan is het toch duidelijk wat prioriteit verdient? Niet soms?

Of u dit nu al dan niet te cynisch vindt, sta vooral even heel nuchter stil bij nog meer en heel frappante verschillen. Hoe komt het toch dat we in de landbouw de boeren geen minimumprijzen voor hun voedsel en andere productie kunnen garanderen zodat ze fatsoenlijk kunnen leven? En waarom kunnen we wel prijzen vastleggen voor geld zodat bijvoorbeeld onze grootbanken goed kunnen verdienen aan spaarboekjes en ons zeker niet teveel intrest betalen? Hoe komt het toch dat we weigeren om voedselvoorraden aan te leggen zodat we de prijzen kunnen stabiliseren en reserve hebben voor slechte tijden? En dat we de oliesector wel verplichten om reservevoorraden te hebben? En dat we voor falende bankiers ineens massa's miljardenreserves tevoorschijn toveren om hun kapitaal, hun winsten en hun bonussen te spekken? Hoe komt het toch dat we wereldwijd al enkele decennia weigeren om in de landbouw te investeren zodat er voldoende te eten zou zijn voor iedereen en landbouwers zouden kunnen leven van hun beroep? En dat we in de financiële crisis de banken wel kunnen bijspringen met honderden miljarden, zelfs een paar duizenden miljarden dollars of euro, zoveel dat het echt niet meer te vatten is?

Het is stuitend en onaanvaardbaar hoe verschillend die aanpak wel is. Het is ergerlijk om vooral grootbankiers - opnieuw - te horen vertellen dat de markt vooral niet teveel in de weg mag worden gelegd. Versta, zij willen in de eerste plaats dat de rest dat gelooft. Natuurlijk, want als wij dat neoliberale verhaaltje blijven slikken, pikken zij daar - opnieuw - tonnen geld mee in. Dat zij tussendoor even hun ideologische sluier afleggen als wij met zijn allen en met ons geld hun rotzooi moeten opruimen, ze rekenen erop dat we dat snel vergeten. Maar vooral geen enkele uitzondering en niet het minste mededogen voor de boeren, die nochtans al jaren terecht opwerpen dat het een uiterst slecht idee is om onze voedselproductie onbeschermd uit te leveren aan de wereldmarkt: net voor hen blijft het ideologische cordon huizenhoog overeind. Hoeveel hongerdoden en zelfmoorden dit oog mag kosten, die prijs is nooit te hoog. Beste medeburger, ik weet niet hoe u erover denkt, maar ik ben het er niet mee eens dat we rechten toekennen aan geld en aan bankiersbonussen die we weigeren toe te kennen aan de landbouw en aan de mensen die zorgen voor ons eten. Deze tegenspraak en deze schijnheiligheid blijft me echt te ver gaan. Kiezen voor een economie die werkt voor iedereen en niet voor profiteurs, wie kan beweren dat daar iets mis mee is?

Dirk Barrez, 26 juni 2009.

U KAN REAGEREN OP DEZE OPINIE met een mail naar [info@pala.be](mailto:info@pala.be)

Over de voedselcrisis en de noodzakelijke omslag naar een duurzame landbouw, lees het Global Society boek Koe 80 heeft een probleem.

Boer, consument, agro-industrie en grootdistributie

Bron: PALA, 13/07/2009



Miguel Induráin steekt handje toe bij keuze van beste ontwerpen voor nieuw biologisch logo van de EU

Op 20 juli 2009 betuigde de wielervedstrijder Miguel Induráin zijn steun aan de wedstrijd voor het biologisch logo van de EU. De Europese Commissie tekende voor de organisatie van de competitie. Induráin won de Tour de France vijf keer op rij en stond twee keer op het hoogste trapje in de eindstand van de Giro d'Italia.

De renner ontmoette op 20 juli de jury van de logowedstrijd om samen de beste ontwerpen voor dit pan-Europese evenement te selecteren. Induráin heeft als zoon van een landbouwer zijn kennis over voedsel eten continu uitgebreid en geleerd hoe deze kennis in de praktijk moet worden toegepast. Zijn instelling als atleet en zijn scherp gevoel voor gezonde voeding waren voor de jury van onschatbare waarde toen het erop aankwam te beslissen welke logo's de kenmerken van biologische voeding het best weergaven en zullen worden geselecteerd voor de slotfase van de wedstrijd.

Medejuryleden in deze selectie waren experts uit de biologische landbouw en productie en internationaal gerenommeerde ontwerpdeskundigen. De prominentste juryleden zijn creatief directeur en managingpartner Erik Spiekermann (Duitsland), Riitta Brusila-Räsänen, professor grafisch ontwerp van de universiteit van Lapland / Finland, Szymon Skrzypczak, een bekroond jong ontwerper uit Polen, Elisabeth Mercier, directeur van Agence BIO (Frankrijk), Urs Niggli, directeur van het onderzoeksinstituut voor biologische landbouw (FiBL – Zwitserland), Tom Václavík, expert marketing van biologische producten en voorzitter van de internationale vereniging van kleinhandelaars in bioproducten (Tsjechië), en Craig Sams, voorzitter van de Soil Association (Verenigd Koninkrijk). Rob Vermeulen, voormalig voorzitter van de Pan-European Brand Design Association, zit de wedstrijdjury voor.

Het Europese publiek zal uit de beste ontwerpen de uiteindelijke winnaar kunnen kiezen. De geselecteerde ontwerpen worden tegen het eind van het jaar bekendgemaakt op [http://ec.europa.eu/agriculture/organic/logo/index\\_nl.htm](http://ec.europa.eu/agriculture/organic/logo/index_nl.htm). Elke burger van de EU kan deelnemen aan de selectie van het winnende logo. Vanaf juli 2010 zal het nieuwe logo op alle biologische producten in de hele EU prijken. Het nieuwe logo zal in tegenstelling tot het oude dat op vrijwillige basis werd gebruikt, verplicht moeten worden aangebracht op alle voorverpakte biologische producten van oorsprong uit de 27 lidstaten.

Het nieuwe logo zal de Europese consument sterken in zijn vertrouwen dat wat hij koopt wel degelijk van biologische oorsprong is en voldoet aan een kwaliteitsnorm die in de hele Europese Unie uniform wordt

toegepast.

Bron: Agripress, 20/07/2009

## **PRODUCENT**

### **Biolandbouw in de lift**

Het aantal biologische landbouwbedrijven blijft jaar na jaar toenemen. Vorig jaar is hun aantal met nog eens 6% gegroeid tot 901. Vergeleken met 10 jaar geleden is dat een verdrievoudiging. Biolandbouw vinden we vooral in de tuinbouw en rundveebedrijven.

Dat blijkt uit de eerste resultaten van de jaarlijkse landbouwtelling van de FOD Economie. Die 901 bedrijven gebruiken daarvoor 35.822 hectare. Er zijn er ook meer in Wallonië (671) dan in Vlaanderen en Brussel samen (230).

Toch is er nog een enorme groeimarge voor biobedrijven. Tot nog toe maken bioproducten slechts 1,82 procent van de totale voedingsuitgaven uit. Vergeleken op een totaal van 44.373 landbouwbedrijven in ons land, met 1,365 miljoen hectare aan cultuurgrond, stelt de Belgische biolandbouw nog niet veel voor.

### **Groter**

Uit diezelfde landbouwenquête blijkt dat de grote trends van de laatste jaren zich doorzetten. Het aantal landbouwbedrijven in ons land is vorig jaar met 3,9 procent afgenomen, terwijl de oppervlakte cultuurgrond met 'slechts' 0,7 procent terugliep - wat betekent dat de landbouwbedrijven groter worden. Ook het aantal arbeidskrachten is met 3,4 procent gezakt tot ruim 83.000.

De afbouw van de veestapel houdt eveneens aan. Het aantal runderen daalde met 0,4 procent tot 2,6 miljoen. Het aantal melkkoeien is wel nog toegenomen. Het aantal varkens stijgt nog licht (+0,7 procent tot 6,3 miljoen), maar omdat het aantal fokvarkens is gedaald, wordt ook een afbouw van de varkensstapel verwacht.

Bron: het belang van limburg, 25/07/2009

### **Biologisch telen: een nuchtere afweging**

Terwijl in Vlaanderen de vraag naar bioproducten jaar na jaar groeit, stagneert de productie ervan. Toch is bio voor heel wat bedrijven een optie om hun rendabiliteit te verhogen. Hoe beslis je of bio voor jouw bedrijf interessant kan zijn? En wat zijn de voordelen en moeilijkheden die met een omschakeling gepaard gaan?

De biologische landbouw lijkt in alle stilte zijn geitenwollensok-imago ontgroeid. Dit voorjaar lanceerden Boerenbond, ABS en BioForum onder impuls van de Vlaamse overheid voor het eerst samen een project om de kloof tussen de vraag naar bioproducten en het aanbod te

dichten. Onder de noemer 'Bio zoekt boer' werd een bioconsulente aangeworven die vrijblijvend persoonlijke begeleiding biedt en praktische vragen beantwoordt. Anderhalve maand na de lancering van de campagne hebben, naast een aantal bioverwerkers op zoek naar aanbod, al 25 boeren consulente Sofie Hoste gecontacteerd om de biopiste voor hen te onderzoeken. 'Dat bewijst dat er interesse is om bio in alle nuchterheid als ontwikkelingskansen te overwegen,' zegt Sofie, vanuit haar bureau in het Boerenbondgebouw in Leuven.

### **Ondernemerschap en vakkennis**

Toch zullen volgens de bioconsulente zeker niet alle aanvragen in omschakelingsplannen resulteren. 'Bio biedt kansen om je productiviteit op te drijven via arbeidsintensiviteit in plaats van via schaalvergroting. Maar bio is geen wonderoplossing voor bedrijven waar het water tot aan de lippen staat. De omschakelingsperiode is geen makkelijke periode: je moet eerst een tijd biologisch produceren zonder dat je producten als echt bio – met de bijhorende meerprijs – verkocht mogen worden. Dat wordt wel gecompenseerd door een verhoogde hectaresteun, maar dikwijls zijn ook investeringen in zaken als schoffelmachines of onkruidbranders noodzakelijk. Of je nu biologisch boert of niet, ondernemerschap en vakkennis zijn voor iedere landbouwer onontbeerlijk.'

De beslissing of bio een interessante optie is voor je bedrijf neem je niet van vandaag op morgen. In de praktijk kun je het best eerst een aantal zaken persoonlijk overlopen met Sofie. Als je daarna een steviger onderbouwd antwoord wil op maat van jouw specifieke situatie, kun je een omschakelplan laten opstellen door specialisten. Zij stellen simulaties en een stappenplan op (met de minderopbrengst, meerprijs, noodzakelijke investeringen, afzetmogelijkheden, enzovoort) om te zien of bio voor jouw bedrijf teeltechnisch en economisch haalbaar is. Dankzij een subsidie van 868 euro draag je hier zelf maar een zeer beperkte meerkost voor, ongeacht of je uiteindelijk omschakelt of niet.

### **Financieel resultaat**

Voor wie jaren op de traditionele manier heeft gewerkt, vergt de stap naar bio een ingrijpende mentaliteitsverandering. Sofie: 'Je moet bereid zijn om radicaal met je oude gewoontes te breken. Vandaag kun je wel al veel leren van collega's die al langer biologisch produceren. Maar het vergt een mentale switch om grond helemaal anders te gaan bewerken, of om je melkvee minder krachtvoer te geven en vooral op je rendement te focussen. Daarom breng ik geïnteresseerde bioboeren zo veel mogelijk in contact met collega's die hen graag ondersteunen. Dankzij bedrijfsbezoeken of een soort peterschap dat ik verder wil uitbouwen, hoef je vandaag het warm water niet meer opnieuw uit te vinden.'

Nu gangbare melkveehouders kreunen onder een ingestorte melkprijs, lijkt de biologische melkveehouderij voor velen aan aantrekkingskracht te winnen. 'Dat blijkt inderdaad een aanleiding om bio te overwegen', zegt Sofie. 'En dat vind ik een reden als alle andere. Het is een economisch feit dat de vraag naar bioproducten al een aantal jaar groeit en dat het aanbod stagneert. Ik ken verschillende grote en kleine

bioboeren die uit zakelijke overwegingen de stap hebben gezet. Sommigen raken achteraf overtuigd van de maatschappelijke meerwaarde van bio, maar voor mij hoeft dat niet eens. Nu is de situatie van melk actueel, maar ook in andere sectoren kun je, ondanks de beperktere oogstopbrengst, met bioproducten een beter financieel resultaat halen.'

### **Meer weten?**

Sofie Hoste - onafhankelijk bioconsulente: 0494 98 23 69,  
[info@biozoektboer.be](mailto:info@biozoektboer.be)

Bron: BioForum, 16/07/2009



4 keer bio in de praktijk

### **Melkvee: 'Het productieniveau is iets lager, de kosten ook'**

Wim De Middeleer uit Herzele is een van de 24 biologische melkveehouders in Vlaanderen, die vorig jaar samen 1157 koeien hielden. Hij schakelde in 1998 over en combineert 65 melkkoeien met jongvee, mestvee en een beperkt aantal varkens. 'Ik heb voor bio gekozen omdat ik niet langer wilde meedraaien in de bulkmolen van wat ik industriële landbouw noem. In vergelijking met vroeger haal ik veel meer voldoening uit mijn werk. Bij alles wat we binnenhalen zijn we fier op wat we geproduceerd hebben, in plaats van op hoeveel.'

'Van zodra je de kneepjes kent, valt het goed mee om biologisch te werken. De natuur kan veel meer dan je denkt. Het productieniveau is wel wat lager, maar de kosten zijn dat ook. We zijn momenteel bijna 100 % zelfvoorzienend. Het gemengd rantsoen gras-klaver-graan is evenwichtig en volstaat om de dieren gezond te voederen. We moeten geen eiwitten meer importeren als correctievoeder. Voor de bodemvruchtbaarheid ploegen we ook minder en we werken met meer verschillende gewassen en natuurlijke houtkanten.'

Voor het mestvee en de varkens werkt Wim samen met een bioslager in de buurt. Voor de afzet van zijn melk is hij aangesloten bij de coöperatie Biomelk Vlaanderen. 'Momenteel zit de prijs op ongeveer 35 eurocent per liter. Niet echt goed, maar vergeleken met de gangbare prijzen toch niet slecht. Hoewel de agro-industrie het tegendeel beweert, merk je toch dat meer en meer mensen appreciëren dat we milieubewust produceren. Ik ben ervan overtuigd dat gangbaar meer en meer onder druk komt te staan.'

Bio sinds: 1998

Bedrijfsoppervlakte: 75 hectare

Teelten: graan, aardappelen, gras-klaver

Dieren: 65 melkkoeien, 65 jongvee, 20 mestvee, 7 zeugen + biggen en mestvarkens

Leeftijd: 48 jaar

### **Tuinbouw: 'Mechanische onkruidbestrijding blijft uitdaging'**

Luc Pauwels uit Ternat startte in 1981 een biologisch tuinbouwbedrijf van nul op. 'Uit jeugdig idealisme', zegt hij. 'Maar ik ben nog altijd erg blij met die keuze. Ik heb mijn bedrijf geleidelijk kunnen uitbreiden van 2,5 tot 17 hectare. In vergelijking met de gangbare teelt is onze werkwijze een stuk arbeidsintensiever. Ik heb twee mensen vast in dienst en moet geregeld seizoensarbeiders inschakelen. Dat betekent dat onze productiekosten een stuk hoger zijn, maar dat vertaalt zich ook in een hogere verkoopprijs.'

De grootste moeilijkheid in de biologische tuinbouw is volgens Luc de onkruidbestrijding. 'Afhankelijk van de teelt passen we verschillende technieken toe. We hebben een aantal machines voor mechanische onkruidbestrijding, zoals een wiedege, schoffelmachines, een wiedbed en branders. Maar het blijft een uitdaging. Voor sommige teelten, zoals wortelen, moeten we zelfs nog manueel het onkruid tussen de planten bestrijden. Met het oog op de bodemvruchtbaarheid gebruiken we alleen natuurlijke mest, wat in combinatie met onze vruchtafwisseling erg goede resultaten geeft.'

In overleg met het PCBT combineert Luc twee teeltplannen: een waarbij grasklaver wordt gevolgd door pompoenen, triticale en wortelen; en een waarbij hij aardbeien afwisselt met triticale, courgettes en grasklaver. 'Al varieer ik wel dikwijls afhankelijk van de marktverwachtingen die ik van de veiling doorkrijg. Of dat in 2008 een goed jaar heeft opgeleverd? Ik volg de gangbare prijzen onvoldoende om echt te kunnen vergelijken, maar ik denk dat ik niet mag klagen.'

Bio sinds: 1981

Bedrijfsoppervlakte: 17 hectare

Teelten: pompoen, triticale, wortels, aardbeien en courgette

Leeftijd: 47 jaar

### **Akkerbouw: 'Afhankelijker van het weer en personeel'**

Carlos Noë uit Sint-Margriete startte in 1998 met een stapsgewijze omschakeling naar bio. 'De aanleiding was een harde confrontatie met kanker. Toen begon ik na te denken over de samenhang met voeding en werken zonder chemicaliën. Op bedrijfsvlak merk je dat grond bij te enge vruchtafwisseling uitgeput raakt en dat overproductie geen betere prijzen oplevert. De overstap was een ingrijpend proces waarbij ik ook mijn vrouw en onze drie kinderen nauw betrokken heb. Vandaag voelen we ons veel gezonder en halen we meer arbeidsvreugde uit onze job.'

'Om biologisch te kunnen werken is een ruime teeltrotatie noodzakelijk (1/5 of 1/6). Daardoor zie je de natuurlijke vijanden terugkeren en aaltjes of bodemmoeheid verdwijnen. We kiezen ook voor rassen die minder ziektegevoelig zijn. De voorbereiding voor een teelt is erg belangrijk omdat je moeilijker kunt bijsturen. Soms komt er wel wat creativiteit bij kijken om problemen aan te pakken. Vooral de bestrijding van wortelonkruiden is niet eenvoudig. Zo ben je voor handmatig wiewerk zeer afhankelijk van extern personeel en de weersomstandigheden.'

‘Voor de afzet van onze producten zijn we lid geworden van de coöperatie Greenpartners. In vergelijking met vroeger hebben we meer contact met de consument en/of afnemer. Als ik terugblik op de voorbije jaren vind ik dat de kwaliteit en de opbrengst van onze teelten goed meevallen. Het is wat intensiever werken, maar je krijgt een meerprijs en veel waardering. Ik ben best tevreden over ons inkomen, hoewel de prijzen meer en meer onder druk komen. Voorts halen we veel voldoening uit onze samenwerking met de vzw Mondina, die op ons hof originele landbouweducatie organiseert.’

Bio sinds: 1998

Bedrijfsoppervlakte: 30 hectare

Teelten: luzerne, gras-klaver, granen, aardappelen, wortelen, gele en rode ui, pompoen

Leeftijd: 58 jaar

### **Fruit: ‘Preventief werken en korter opvolgen’**

Benny Blezer uit Rummen zette in 1995 de stap naar bio. ‘Voor een groot deel voor mezelf. Omdat ik absoluut niet graag met chemische producten werkte. De omschakeling verliep toen erg moeilijk omdat er nog nauwelijks begeleiding was. Maar vandaag is dat helemaal anders. Nu moet je niet meer je hele bedrijf in één keer omschakelen. En de omkadering van de biosector is veel professioneler geworden. Zodra we waren waar we moesten zijn, ging alles wel erg vlot. Ik zou niet meer willen terugkeren.’

Volgens Benny komt het erop aan om de knop om te draaien en afstand te doen van het gemak van chemische bestrijding. ‘In de biologische fruitteelt moet je de teelten van erg kortbij opvolgen. Je kunt minder ingrijpen en moet dus voor een deel preventief werken. Wij spuiten bijvoorbeeld met plantenversterkende – natuurlijke – middelen. Door houtkanten aan te leggen, trekken we natuurlijke vijanden aan. En het uitdunnen, waardoor zich niet een hoop kleine maar enkele grote vruchten vormen, gebeurt manueel.’

‘Het is niet altijd eenvoudig, maar door de band ben ik zeer tevreden over de resultaten’, zegt Benny. ‘Na die maanden van onzekerheid is de voldoening des te groter. Het klopt wel dat je appel- en perenopbrengst een stuk lager is. Maar dat wordt gecompenseerd door de hogere verkoopprijs. Tot hiertoe althans, want ook in de biosector merken we dat de prijzen meer en meer onder druk worden gezet door de supermarkten.’

Bio sinds: 1995

Bedrijfsoppervlakte: 10 ha fruit en 1 ha tomaten onder glas

Teelten: appels, peren, tomaten

Leeftijd: 59 jaar

Bron: Vilt, 16/07/2009



Kalveren bij de Koe nog niet uit de mode!

Tien jaar geleden ontstond er in de biologische melkveehouderij belangstelling om kalveren bij de koe te laten zogen. Vanuit onderzoek en beleid is er voldoende aandacht, maar veel biologische melkveehouders hebben nog reserves. In Ekoland van mei 2009 werd stilgestaan bij 'Kalveren bij de Koe'.

Vragen van bezoekende consumenten waren voor een aantal veehouders aanleiding om het voortouw te nemen met een alternatief opfokstelsel. Groei en ontwikkeling van zoogkalveren, sociaal leergedrag en weerstandsopbouw tegen bedrijfsgebonden ziektekiemen gaven aanleiding om kalveren bij de koe een kans te geven. Verwacht werd dat gezoogde kalveren op termijn een beter aan het bedrijf aangepaste koe op zouden leveren.

Vanaf 2002 onderzoekt het Louis Bolk Instituut 'kalveren bij de koe'. Het belang van geleidelijk spenen werd al snel duidelijk. Het pleegmoedersysteem werd populair en criteria voor het selecteren van pleegmoeders stonden centraal. Het bleek belangrijk dat een veehouder goed kan bepalen op welk moment er eventueel ingegrepen moet worden.

Uit onderzoek op drie praktijkbedrijven bleek dat kalveren die drie maanden bij de koe gezoogd hebben snel groeien. Het gewicht van gezoogde kalveren was op éénjarige leeftijd nog steeds significant hoger in vergelijking met niet-gezoogde kalveren. Tegen de tijd dat de dieren in productie kwamen, werd het lastiger om onderscheid aan te tonen. Melkproductie, celgetal en gezondheid vertoonden geen grote verschillen. Mede daarom is er voor veel biologische melkveehouders nog onvoldoende aanleiding om 'kalveren bij de koe' op te gaan fokken.

Melkveeouders kunnen worden overtuigd door een goed werkend en renderend systeem. Om het rendement van 'kalveren bij de koe' echt te kunnen beoordelen is meer tijd nodig. Behalve 3 maanden zogen, bepalen ook management, genetische aanleg en incidenten de prestatie van individuele dieren. Het volgen van de bedrijven in het project "weerstand van biologisch melkvee" biedt een goede kans om kalveren bij de koe op termijn te beoordelen. Deze opfokmethode kan immers een prima alternatief zijn, dat past bij het imago van biologische landbouw. 'Kalveren bij de koe' is nog lang niet uit de mode!

Meer informatie: Jan Paul Wagenaar, Louis Bolk Instituut,  
[j.wagenaar@louisbolk.nl](mailto:j.wagenaar@louisbolk.nl)

Klik [hier](#) voor de samenvatting en het volledige Ekoland artikel 'Kalveren bij de koe uit de mode?':

Bron: Biokennis, 23/07/2009



"Organische landbouw kan antwoord zijn op voedseltekorten"

Organische landbouw kan een antwoord zijn op voedseltekorten in

Afrika, stellen voorstanders van de productiemethode. Afrikaanse boeren die overstappen op organische landbouw, zien hun onderneming echter vaak mislukken omdat ze de overstap te snel maken.

“Plotseling stoppen met het gebruik van chemicaliën is voor de grond net zo traumatisch als een cold turkey-afkickmethode voor een drugsverslaafde”, zegt Cornelius Oosthuizen, hoofd van het Zuid-Afrikaanse Biofarm Institute.

“Als je duizend hectare land hebt, kun je niet op al dat land organische monocultuur beginnen. Eerst moet je biologisch gaan boeren.” Bij biologische landbouw worden alleen onschadelijke chemicaliën gebruikt, organische landbouw staat helemaal geen gebruik van chemicaliën toe.

### **Balans**

Het kost enige tijd om de micro- en macromineralen in balans te brengen en het ecologische systeem moet zich herstellen (er moet bijvoorbeeld voldoende activiteit van insecten en wormen in de bodem zijn).

Een goede overgang naar organische landbouw is belangrijk als Zuid-Afrikaanse boeren willen profiteren van de groeiende vraag naar organische producten. In de internationale markt voor organische producten gaat jaarlijks vijftig miljard dollar om. Daarnaast zou deze vorm van landbouw de Afrikaanse problemen met voedselzekerheid kunnen verminderen. Afrika laat echter veel potentieel onbenut.

### **Hogere opbrengst**

In juni waarschuwde ontwikkelingsorganisatie Oxfam dat Afrika bezuiden de Sahara voor jaarlijks twee miljard dollar aan maïsogsten kan verliezen als gevolg van de klimaatverandering. De regio is gevoelig natuurrampen en droogte. De Afrikaanse waterbronnen moeten daarom zo efficiënt mogelijk gebruikt worden.

Volgens Raymond Auerbach, een bekende voorstander van organische landbouw in Afrika, blijkt uit onderzoek van verschillende organisaties dat organische landbouw de opbrengsten in ontwikkelingslanden kan verdubbelen of verdriedubbelen. Het zou flinke energiebesparingen opleveren en organische landbouw kan water tot 40 procent efficiënter gebruiken. Organische producten bevatten daarnaast meer belangrijke voedingsstoffen.

Uit een rapport van het VN-Milieuprogramma (UNEP) uit 2008, blijkt dat bij 114 projecten in 24 Afrikaanse landen de oogst meer dan verdubbelde door gebruik van organische productiemethoden. Onwetendheid en weerstand tegen organische landbouw en de financiële dominantie van zaad- en kunstmestbedrijven met sterke politieke banden, zijn enkele van de redenen waarom organische markten niet ten volle ontwikkeld zijn.

Bron: Gazet van Antwerpen, 22/07/2009



Waalse veehandelaars klaar om "land lam te leggen"

Voor de Waalse vlees- en veehandelaarsorganisatie Fédération Nationale du Commerce de Bétail et Viande (FNCBV) is de huidige crisis in de melkveesector een bewijs van het falend landbouwbeleid van de Europese Unie dat de sector bedreigt. De organisatie zegt "klaar" te staan om samen met de boeren "het land lam te leggen na afloop van de vakantie", zo luidt het in een persbericht.

Aan Vlaamse zijde zegt Benoit Luyckx van sectororganisatie Vlaamse Veehandelaars & Vleesproducenten (VVP) "solidair" te zijn met de "Waalse collega's", "want het is ook een Vlaams probleem". Maar vooraleer tot dergelijke actie opgeroepen zou worden, zal er nog overleg gebeuren, aldus Luyckx.

Verder zegt de FNCBV dat de problemen in melkveesector "een illustratie" zijn van een non-beleid voor landbouw dat zal leiden tot het "einde van de zelfvoorziening voor voedsel in Europa" en een "verlies van miljoenen banen". Voor de organisatie liggen net als de melkprijs ook de prijs voor graan en varkensvlees onder de productiekost. Voor rundvlees is dit nabij, "indien de deur voor Amerikaans rundvlees openblijft zoals nu het geval is".

Bron: Belga, 22/07/2009



#### Triodos Bank - Sowing the Seeds for Organic Growth

Triodos Bank has launched a new initiative that aims to grow the UK's organic cereal market by 10 %. Demand for domestically produced organic grain as a main component in feedstocks for organically reared livestock is outstripping supply. Triodos Bank has ring-fenced 5 million £ which it will lend at extremely competitive rates (1 % over the Bank of England Base Rate) to conventional cereal farms converting to organic production. If successful, the new initiative could support 10,000 acres of new organic cereal production – equivalent to 10 % of the UK's current total. If farmers take advantage of the full 5 million £ offered on preferential rates, they could save 160,000 £ over three years, compared to market rates.

“Triodos Bank has actively supported the organic sector, helping it to progress from a niche market to the mainstream - developing markets is an important part of our role. The new loan package is specifically designed to help the UK's organic cereal market to grow. Farmers have been affected by the credit crunch, so this package will remove one of the reasons for non conversion. We hope this will also encourage the organic sector to address market awareness issues and continue to press home, that technical challenges can be overcome,” Ian Price, Manager of Triodos' Farming, Food and Trade Team states.

Triodos Bank only lends to organisations that benefit people and the planet, from ground-breaking renewable energy projects to fairtrade companies. In agriculture it works exclusively with organic food and farming businesses. Despite the credit crunch Triodos is now lending

more money than ever to organics, growing by 25 % in 2008 with even greater growth expected this year – in just the first quarter of 2009 lending to organics has grown by a further 20 %. The Bank now lends 36 million £ to hundreds of organic food and farming businesses. Ian Price says, “We’re seeing unprecedented interest from organics food and farming businesses. Despite the credit crunch, our experience is that the sector is still hungry to grow.”

Bron: Triodos Bank, geknipt uit [www.organic-market.info](http://www.organic-market.info), 20/07/2009



## Europese verschillen in biologische melkveehouderij bekeken

Afgelopen mei hebben onderzoekers uit 7 Europese landen in Oostenrijk afspraken gemaakt over het integreren van gegevens over medicijngebruik bij biologische melkvee. Om een goede planning te kunnen maken wordt in alle landen de beginsituatie geïnventariseerd.

Zo wordt bij de dieren gekeken hoe ze lopen, wat de conditie is en waar en wat voor letsel ze hebben. Daarnaast is ook gekeken naar hoe goed de koeien te benaderen zijn en hoe ze zich ten opzicht van elkaar gedragen.

Doel van het 3-jarige ANIPLAN-project is om het medicijngebruik te verminderen door planmatig met gezondheid en welzijn van dieren om te gaan. In zo’n gezondheids- en welzijnsplan komen de verbeterpunten op gebied van huisvesting, voeding, melken en verzorging.

### **Inventarisatie**

Met behulp van een enquête is uitgebreid in kaart gebracht hoe de veehouder omgaat met zijn dieren en is ook gekeken naar de huisvesting en melkapparatuur. Over een jaar wordt alles weer onderzocht en vergeleken met de stand van een jaar daarvoor. In Nederland doen 10 biologische bedrijven mee aan de studie, Europees participeren in totaal 120 biologische bedrijven.

### **Europese verschillen**

Ondanks dezelfde (Europese) basisregels voor biologisch produceren, blijkt er een grote verscheidenheid tussen de verschillende Europese landen. In Nederland, Denemarken en Engeland wordt het grootste deel van de biologische koeien in ligboxstallen en potstallen gehouden, terwijl in Noorwegen, Duitsland, Oostenrijk en Zwitserland nog veel koeien in grupstallen met uitloop staan. In Scandinavië is een nationale databank met behandelingen van dieren beschikbaar en gegevens makkelijk in te zien, terwijl het in Nederland het vrij lastig is dit soort gegevens in beeld te krijgen.

In sommige landen zijn alternatieve (be-)handelingen nauwelijks toegestaan.

Aan de andere kant zijn in Nederland de gegevens van melkproductie makkelijk beschikbaar, terwijl dat in andere landen veel moeite kost die aangeleverd te krijgen. Ook de houding en openheid van de veehouder scheelt per land, in Nederland zijn de veehouders open over hun bedrijf

en willen ook van collega veehouders leren, in andere landen is dat nauwelijks de praktijk.

### **Nationale verschillen**

Niet alleen Europees verschillen de bedrijven enorm, maar ook de tien Nederlandse deelnemende bedrijven zijn divers. De bedrijfsgrootte loopt uiteen van 35 tot 150 stuks vee. De gehoornde koeien hebben vaak meer beschadigingen dan onthoornde koeien. Er zijn bedrijven waar geen enkele koe kreupel is en er zijn bedrijven waar 30% van de dieren kreupel is.

Alle resultaten worden meegenomen in het Europese project Core organic.

Bron: WUR, 16/07/2009



Organic farmers look to R&D to boost yields, save planet

Ensuring both food security and environmental sustainability is possible, argues a platform which is currently sketching a vision and strategic research agenda for organic food and farming.

"Massive production of food for decades has come at a tremendous environmental cost," said Alexander Beck of the Association of Organic Food Processors, speaking earlier this month (14 July). While not perfect, organic farming is "by far the best solution" for securing both food and environmental security, he argued, adding that the sector was enjoying strong growth despite the current economic crisis.

Heino Graf von Bassewitz, chair of the organic farming group at Copa-Cogeca, the EU farmers' organisation, predicted even stronger market growth in the future as "organics will become cheaper once oil prices increase again [oil is a key ingredient for producing pesticides, predominant in traditional farming] and thanks to the eco-intensification of organics".

The Worldwatch Institute last week (23 July) presented figures showing that organic agriculture has more than doubled worldwide since 2000. But yields still remain far below those of traditional farming methods, which use fertilisers and pesticides.

### **Increasing productivity while respecting the environment**

In order to address the productivity issue, research is being undertaken at European level.

The TP Organics technology platform for organic food and farming research was launched in December 2008. It brings together industry, the research community and civil society to define organic research priorities for the period up to 2025.

According to its vision, organic food production has "huge potential" to mitigate a range of major global problems, such as climate change,

food security and socio-economic challenges in rural areas, but more research funding is needed for it to do so effectively.

'Eco-functional intensification' of organic farming is one of the ideas put forward by TP Organics, the EU platform for organic food and farming. It stands for "producing more food without compromising the quality of the environment, of foods, the quality of life of farmers and welfare of farm animals".

The platform suggests carrying out more research into using natural resources more efficiently, improving nutrient recycling techniques, and developing agro-ecological methods for enhancing diversity and the health of soils, crops and livestock.

The main aim is to tackle insufficient productivity and stability of yields, which are identified as the main weaknesses of organic agriculture.

### **Climate change: Boosting agriculture's resilience**

As weather conditions become more unpredictable and extremes more predominant due to climate change, TP Organics stresses resilience as an important property of farm systems.

'Eco-intensified' organic production systems are expected to be "more resilient and highly adaptive to the unpredictability of climate change scenarios". However, resilience can only be achieved by conducting more research into drought-tolerant agri-systems, which are both self-sufficient in nutrients and resilient to pests and environmental change.

TP Organics calls for more focus on diversity of crops, fields, rotations, landscapes and a variety of farm activities as "a key to better adaptation to climate change," the platform argues. Other adaptation techniques, such as breeding or irrigation, are said to be "time-consuming or demand expensive investment".

The platform particularly stresses the role of biodiversity as an "important driving factor for system stability and a prerequisite for sustainable pest and disease management". Biodiversity and agro-ecosystems can be stabilised by improving soil fertility and habitat management, and diversifying landscape complexity and the genetic make-up of crops, it said.

In addition to the eco-functional intensification of organics, the two other key visions set out in the platform's draft Strategic Research Agenda (SRA) include empowering rural areas and producing high quality foods for health and well-being.

### **EU farm policy to reward ecosystem service delivery?**

Niels Halberg, director of the International Centre for Research in Organic Food Systems (ICROFS), said that while agriculture depends on ecosystem services, "60% of them are already degraded" and it is necessary to "enhance the linkage between ecosystem services and food

production".

Using EU subsidies to reward farmers' contribution to protecting resources and biodiversity is currently being debated in view of the reform of the Common Agricultural Policy after 2013

Bron: EurActiv.com, 28/07/2009



## **VERWERKER**

Monoprix en tenue de camouflage... bio

Labels, audits, prix abordables... l'enseigne fait un sans-faute dans son rayon vêtements bio. Et pourtant, elle choisit une communication mi-pub, mi-info.

« Qu'est-ce qu'on attend pour vivre DD ? » Si le slogan vous dit quelque chose, c'est que vous avez fréquenté Monoprix et ses haut-parleurs pendant la Semaine du développement durable, début avril. Au rayon mode, la campagne portait le nom de code Midd : Mode Innovation Développement Durable. Et elle estampillait une nouvelle collection de vêtements en coton bio et équitable. Voilà comment la Midd se retrouvait dans Elle.

### **La stratégie de communication**

La lectrice de Elle est urbaine, branchée, pas désargentée et fréquente les Monoprix. L'hebdomadaire « correspond parfaitement à notre cible », explique l'enseigne. Le 4 avril, cette lectrice s'est donc vue conseiller : « Passez à l'écolook avec Monoprix ; coton 100 % bio, coupes 100 % mode... » Cette page ne dépareillait pas avec le reste du magazine : même police de caractère et maquette identique. Et pourtant, il s'agit d'une publicité ou « publireportage » dans le jargon. « Une publicité classique s'impose de manière tranchée. Elle rompt graphiquement avec le journal. Avec ce “ communiqué ” par contre, on est dans un entre-deux, ni pub ni article, qui permet de raconter une histoire tout en restant dans le style du magazine », raconte Rémi Guigou, directeur de l'image et de la marque – du marketing, quoi – chez Monop. La confusion, volontaire, est à demi-assumée.

### **Cas d'école**

Etrange : tous les vêtements du communiqué sont légendés « en coton bio », et le plus souvent « équitable ». Or nous avons acheté une tunique de la collection Midd... sans y trouver aucune mention de label indépendant, ni bio ni équitable. Alors ? Tout s'explique, argumente Danielle Dodelier, du département Qualité et sous-traitance : « Notre coton provient d'exploitations indiennes et tanzaniennes chapeautées par Remei, une entreprise suisse très à cheval sur cette question. » « Remei, explique Danielle Dodelier, du département Qualité et sous-traitance, est un des pionniers du bio-équitable qui dispose de son propre label, bioRe. L'entreprise ne souhaite pas que les logos de certifications indépendantes figurent sur ses vêtements. »

Pour autant, elle l'assure : le coton Remei est bel et bien certifié Global Organic Textile Standard, qui impose au moins 95% de fibres bio dans l'habit. Quant aux cultivateurs indiens et tanzaniens, ils seraient rémunérés selon les principes du commerce équitable, pratique certifiée, dit-elle, par Fairtrade Labelling Organizations (FLO-Cert, lié à Max Havelaar). Au téléphone depuis la Suisse, un haut représentant de Remei ne dément pas ces informations. Pourtant... elles sont en partie fausses ! FLO-Cert n'a jamais certifié les exploitations de coton de Remei, qui se contente, en fait, de son propre label, à la fois bio et équitable, bioRe.

Quant à la confection, on est soulagé : comme pour tous les vêtements Monoprix, elle se déroule au Maroc, où les conditions de travail sont meilleures qu'au Bangladesh ou au Cambodge. Les usines marocaines qui travaillent pour Monoprix feraient régulièrement l'objet d'audits sociaux par des organismes indépendants – 57 rien qu'en 2008, assure Danielle Dodelier. Les prix, enfin, peuvent surprendre. Le T-shirt taille 4 ans commence à 10,90 euros ; le gilet homme affiche 39,90 euros... L'explication est simple : ces collections ne constituent que 7 % à 8 % du textile vendu en magasin. L'enseigne a donc choisi de faire de petites marges sur ce petit secteur de ventes. Ses bénéfices, elle les fait ailleurs. L'achat d'un T-shirt vertueux de l'enseigne ne doit pas faire oublier « un système qui ne l'est absolument pas », note Rachel Liu, fondatrice de la marque textile bio-équitable Idéo.

### **Verdict**

« Il est plus facile de faire du social en Inde qu'en France », observe Patricia Virfolet, représentante CFDT chez Monoprix, qui regrette les bas salaires, le travail six jours sur sept, le système de prévoyance faiblard, le 13e mois amputé des congés maladie. Pourquoi donc l'enseigne ne cherche-t-elle pas à se distinguer par un vrai mieux-disant social ? Il n'empêche. L'obsession DD de Monoprix n'est plus à démontrer : par exemple, 72,5 % des produits de grande importation vendus en 2008 dans les magasins parisiens ont été acheminés depuis le Havre par le fleuve ou le rail.

AVIS DE L'EXPERT : 4/5

Laurent Terrisse, cofondateur du collectif des Publicitaires éco-socio-innovants, président de l'agence de pub Limite, spécialisée en « communication responsable » : « Monoprix a une démarche développement durable cohérente, et depuis longtemps. Très bien. Mais ce n'est pas une raison pour diffuser une publicité graphiquement très peu inspirée, qui en plus se fait passer pour du rédactionnel et cherche à tromper le lecteur. Deux erreurs à corriger pour la prochaine fois. »

Bron: Terra Eco, juni 2009



Bio / Conventionnel : les secrets de fabrication

In dit artikel worden verschillende biologische producten op de proefschaal gelegd: een appelsap, een petit-beurre, een smeerpasta, een yoghurt,... Van op het veld tot in de winkelschappen wordt nagegaan waarom ze duurder zijn dan hun conventionele equivalent.

## **1/ Qualité des matières premières**

Dans un petit-beurre, il y a... du beurre, de la farine et du sucre. Pas sorcier à fabriquer, à moins que mamie Jacqueline n'ait pas le temps d'enfiler son tablier et préfère filer au supermarché acheter le produit tout fait. Là, elle trouvera le Véritable Petit-Beurre de marque LU à 1,11 euro le paquet de 200 grammes contre 2,35 euros les 150 grammes de petit-beurre bio de la marque Bisson. Aïe ! L'écart de prix s'explique par un premier facteur : la matière première. Côté filière bio, on brandit les arguments comme des étendards : pas de chimie de synthèse pour forcer la croissance du blé, du beurre concocté avec du lait de vaches nourries à l'herbe. Bref, « des rendements plus faibles et davantage de travail humain », martèle l'Agence Bio.

Car il ne faudrait pas oublier qu'un biscuit, une pâte à tartiner, un jus de fruits ou même un hachis Parmentier débute sa vie dans les pâturages. A la ferme de Saint-Roch, à Saint-Ybard, en Corrèze, par exemple. Ici, on cultive des pommes bio et on en fait du jus. Serge Bouillaguet exploite un verger d'une dizaine d'hectares sans une trace d'engrais, ni de pesticides. L'exploitation affiche un rendement de 25 tonnes de pommes à l'hectare, de quoi donner la banane au producteur. Pourtant, les chiffres ne tiennent pas la comparaison avec une exploitation classique. « C'est moitié moins qu'une récolte en conventionnel », admet-il. Alors qu'une partie de la production part en fruits de table, l'autre est transformée en jus dans le pressoir de la ferme.

A Saint-Roch, deux étapes déterminent le prix de la bouteille d'un litre : le désherbage et l'éclaircissage des arbres, c'est-à-dire l'élimination des surplus de futurs fruits. En l'absence de produits chimiques, on travaille au sécateur. « En conventionnel, il suffirait de quelques dizaines d'heures sur un tracteur, avec une chimie très performante qui fait chuter les fruits d'une certaine valeur de diamètre. Chez moi, la récolte mobilise huit personnes travaillant à la main, parfois pendant près d'un mois ! », explique l'exploitant. Les 2,29 euros de la bouteille d'un litre 100 % pur jus comprennent donc aussi le prix de la sueur.

La pâte à tartiner noisettes-cacao concoctée par le groupe Léa Nature et vendue sous la marque Jardin Bio adopte la même philosophie, avec les mêmes contraintes. Pour Luc Gauduchon, chef du service recherche et développement, le surcoût des matières premières bio par rapport à des conventionnelles varie de 20 % jusqu'à 100 % pour les filières rares. Ces dernières nécessitent beaucoup de main-d'œuvre. Les noisettes, par exemple, représentent 10 % du produit fini et débarquent de Turquie. D'après lui, les deux-tiers du différentiel de prix entre le pot Jardin Bio de 350 grammes vendu 4,22 euros et un pot de Nutella de 400 grammes à 2,55 euros s'explique d'abord par le prix des ingrédients utilisés.

## **2/ Imbroglia de l'approvisionnement**

Prenons un yaourt. A la laiterie Triballat de Noyal, près de Rennes, les camions vont et viennent à longueur d'année. Car chaque jour se pose le même casse-tête : amener à la laiterie le lait bio – ingrédient essentiel – dont on tire yaourts, beurre, fromage et crème commercialisés notamment pour le grand public sous la marque Vrai. Or, cet ingrédient vient des quatre coins de Basse-Normandie et d'Ille-et-Vilaine. Il faut

donc aller le chercher. « Si nous avions choisi de travailler en agriculture conventionnelle, nous aurions tout le lait nécessaire sur un demi-département. Mais pour subvenir à nos besoins, on doit en couvrir trois ! », justifie Jean-Marc Lévêque, responsable du développement durable chez Triballat.

Même topo pour les quatre autres sites de production régionaux du groupe, qui emploient au total 700 personnes et transforment 15 millions de litres de lait par an. « Cette dispersion géographique des fermiers pèse lourd sur nos coûts de revient. Nous essayons donc de susciter des conversions sur un même bassin de production », ajoute-t-il.

### **3/ Fabrication tres humaine**

Quand la farine des petits-beurre débarque chaque semaine à l'usine Bisson, à Peaugres, en Ardèche, elle n'est jamais exactement la même. La marque de biscuits bio du groupe Euro-Nat s'approvisionne chez deux minotiers en Rhône-Alpes. Les blés, français, sont issus de petites parcelles. Les minotiers ajustent ensuite leurs mélanges pour respecter des caractéristiques de base, mais la farine n'est jamais parfaitement homogène. Pour ne pas manquer la fournée, les deux pâtisseries de l'usine doivent donc mettre la main au pétrin. « Dans le conventionnel, les opérateurs ne voient plus les ingrédients. Chez nous, quand la farine arrive à l'usine, les pâtisseries ont encore un ajustement à faire eux-mêmes », raconte Claudine Demay, directrice de l'innovation et du développement.

Impossible donc de tout mécaniser. C'est le pâtissier qui décide de la quantité d'eau à ajouter en fonction des caractéristiques de la livraison de la semaine. Ce savoir-faire et cette action humaine influent directement sur le prix du biscuit. Six personnes travaillent sur le site ardéchois et assurent l'ensemble des tâches depuis le pétrin jusqu'à l'emballage. Certes, à lui seul, le petit-beurre représente 12 tonnes de pâte par an. Mais cela fait à peine 100 000 paquets. Chez Bisson, comme dans la plupart des entreprises du transformé bio, on est à mi-chemin entre l'agroalimentaire et l'artisanat : pas de chaînes en trois-huit, des interventions manuelles, et donc des coûts de production plus élevés tout au long de la fabrication.

### **4/ Recette aux petits oignons**

A gauche, un hachis Parmentier bio. A droite le même produit fabriqué en mode classique. En septembre dernier, Synabio, le syndicat des transformateurs bio, les a passés au scanner. Côté bio, la totalité de la viande incorporée est constituée de bœuf cru, soit 17,3 % du produit fini. Pour le second produit, Synabio n'a trouvé que 8,5 % de bœuf cru, additionné à un mélange de bœuf cuisiné avec de la fécule de pommes de terre et des arômes. Revenons au bio. Pour la purée comme pour la viande, seuls des produits agricoles ont été utilisés, comme dans la recette de tante Hortense. Côté conventionnel, le plat est composé d'arômes, de colorants et d'épaississants, comme la gomme de xanthane, qui permettent de diminuer la part des « vrais » produits. En résumé, le hachis bio comporte plus de « matières nobles », qui pèsent d'autant sur la facture.

Les adeptes et professionnels du bio le revendiquent

systématiquement : « Nos produits nourrissent mieux. » Chez Jardin Bio, on souligne les qualités nutritionnelles de l'huile de tournesol, d'origine européenne, qui représente 23 % de sa pâte à tartiner noisettes-cacao. « Plus chère » que l'huile de palme employée dans le Nutella des familles. Même refrain pour les petits-beurre Bisson. « Nous utilisons du sucre de canne roux qui donne des apports minéraux très supérieurs au sucre blanc conventionnel. Notre sucre vient du Brésil. Il est plus dur à travailler, nécessite plus de main-d'œuvre que dans une usine à betteraves ! », insiste Claudine Demay.

### **5/ Distribution au compte-gouttes**

Chez Jardin Bio, on estime qu'un tiers du surcoût de la pâte à tartiner bio par rapport à son homologue conventionnelle s'explique par l'absence d'économies d'échelle. A produire peu, on étiquette cher. Le chiffre exact est secret, mais on annonce « moins de 100 000 pots par an ». La « noisettes-cacao » est fabriquée et conditionnée dans une usine près de Rotterdam, où débarquent les matières premières par bateau. Puis les pots sont stockés dans l'entrepôt de La Rochelle, siège de Léa Nature, avant d'atterrir en grandes et moyennes surfaces. « Nous livrons nos clients en petite quantité, parfois même carton par carton. On est loin de fonctionner à la palette et ça nous coûte donc cher en terme de logistique », explique Luc Gauduchon. Evidemment, version conventionnelle, l'effet gros camion a ses avantages : l'usine Ferrero de Villers-Ecalles, en Seine-Maritime, produit, en effet, 65 000 tonnes de Nutella destinées au marché français, soit 162,5 millions de pots de 400 grammes.

Bisson, de son côté, livre ses petits-beurre et autres biscuits estampillés AB à 1 500 clients, surtout des magasins spécialisés, dans toute la France. Cinq commerciaux sont dévolus à la tâche. « C'est beaucoup de personnel par rapport au nombre de clients, mais c'est une autre relation : ils travaillent en direct avec les magasins, les visitent régulièrement. Ce sont des gens capables d'expliquer la fabrication », souligne Claudine Demay. Une pédagogie, voire une transparence, qui ont un coût humain.

Chez les fabricants, un consensus existe sur l'augmentation des volumes : « Plus les consommateurs achèteront bio, plus les prix baisseront. » Mais pour certains, la question du surcoût constitue aussi un principe : « Faire baisser le surcoût n'est pas mon problème. Ma culture respecte l'homme et la nature : mon produit a un coût de production et un coût philosophique, lance Serge Bouillaguet. Les grands couturiers n'ont pas envie de tailler des jeans! »

Bron: Terra Eco, juni 2009



### **VERKOOPPUNT**

Tienen laat nagenieten van 'Biomarkt 2009'

De stad plaatst een fotoreportage van de eerste Tiense biomarkt op haar site.

Op zaterdag 4 juli waren de Grote Markt en de Kalkmarkt in Tienen het decor voor de Biomarkt. Heel wat bezoekers maakten kennis met de verschillende aspecten van 'bio'. Zoete en hartige proevertjes, een workshop 'Ecocosmos', een kookdemonstratie met Felix Alen, een 'biobabbel', ballonfiguren ...

Bron: Het Nieuwsblad Online, 7/07/2009



Hard discount et bio : l'union contre-nature?

Ed, Lidl, Leader Price : tous y prennent goût. Mais réussissent-ils à allier produits de haute qualité et prix ratatinés ? Les enseignes rechignent à dévoiler leurs secrets de mise en rayons.

Le 28/05/2009, par Agence Idé , Marjane Foucault

Ce n'est pas une blague : le hard discount se met au bio. Ed, par exemple, vend de la farine de blé, à 1,35 euro le kilo, des yaourts (2 euros le kilo), du café (2,07 euros le paquet)... et, seule excentricité de la marque, des galettes de riz complet (0,65 euros les 100 grammes). Grosso modo, le même packaging – du vert pomme avec « bio » écrit en gros – est employé chez Leader Price où les produits sont regroupés en bouquet dans les rayons pour faire masse... même si on ne dénombre qu'une vingtaine de références pour l'instant.

Le discount a donc lancé une offensive sur les produits issus de l'agriculture biologique. Ed avait sorti sa première bouteille de lait bio en 2003, mais le gros de ses produits bio siglés Dia – la marque propre du distributeur – a débarqué dans les rayons en 2007. Au total, une trentaine de références portent désormais l'estampille AB ou le label écologique européen, sur 2 800 dans les linéaires. L'enseigne annonce vouloir en mettre 10 de plus sur le marché d'ici à la fin 2009. A grand renfort de publicité, Leader Price vient lui aussi de lancer du bio sous sa propre marque. Quant à Lidl, mastodonte du secteur, il observe prudemment et se contente de tester la vente de fruits et légumes bio à Paris, dans le Sud et l'Est de la France. « ça part comme des pains au chocolat », fanfaronne le directeur adjoint d'un Leader Price implanté dans un quartier de Paris. En moyenne, dans son magasin, un client sur cinq passerait à la caisse avec au moins un de ces produits au fond du panier.

Impossible d'en savoir davantage du côté des discounters. On le verra tout au long de l'enquête, la discrétion – si ce n'est le mutisme – est de mise : Leader Price n'a pas donné suite à nos appels. Chez Ed, seuls les communicants ont parlé. Du responsable des achats de Lidl, à qui on demandait si les ventes étaient bonnes, nous n'obtiendrons qu'un : « Joker ». La communication, oui. La transparence...

Une certitude toutefois : si les discounters verdissent, ce n'est pas par militantisme. Il s'agit avant tout de profiter d'un secteur qui ne connaît pas la crise, et de soigner son image. « J'étais très sceptique, admet un gérant Ed de Caen, mais cette stratégie m'a apporté des clients un peu plus aisés que la moyenne, sensibilisés aux problèmes de santé. » Une

stratégie qui n'est pas sans soulever quelques questions, tout de même...

Du bio discount peut-il vraiment être bio ?

Sur le plan « technique », la réponse est oui, sans inquiétude. « S'ils portent la marque AB, les produits sont contrôlés chaque année », assure Cécile Frissur, de Synabio, le Syndicat national des professionnels au service de l'aval de la filière agriculture biologique. « Ce n'est pas de la bio au rabais, c'est de la bio au ras des pâquerettes, précise Vincent Perraud, de la Fédération nationale d'agriculture biologique (Fnab). Avec la grande distribution, c'est le cahier des charges, et juste le cahier des charges [qui autorise jusqu'à 5 % de produits non issus de l'agriculture biologique et 0,9 % d'OGM, ndlr]. » Jusqu'aux-boutistes, passez votre chemin.

Bio ou pas, la méthode du hard discount pour écraser les prix est un peu la même. D'abord, offrez aux consommateurs un minimum de produits – et pour la gamme bio, des produits de base, très peu transformés –, que vous commanderez en très gros volumes. Cette règle de base vous permettra de négocier les meilleurs tarifs auprès des fournisseurs. Ceux-ci ont souvent deux cordes à leur arc : ils produisent à la fois pour la filière bio, et pour la traditionnelle. Résultat : ils lissent leurs coûts. Ensuite, mettez de côté les dépenses de recherche et développement. « Les produits bio des grands distributeurs sont parfois des “ copies ” de ce qui fonctionne ailleurs, rapporte Véronique Gallais, de l'association Action consommation. Mais ils y mettent toute la force marketing de leur enseigne, les font produire et les distribuent à moindre coût en mettant en concurrence leurs fournisseurs. »

Et c'est là qu'intervient la « discount touch ». Avant tout, ne lésiner en aucun cas sur la quantité. « Chaque semaine, on a pour environ 100 euros de casse en épicerie [des produits jetés car périmés ou abîmés], et 80 euros par jour en fruits et légumes, rapporte le gérant adjoint du Leader Price parisien. Mais il faut toujours avoir un bon rayon bien chargé à présenter aux clients. » Il faut donc en permanence réalimenter la gondole. Puis réduire les frais de main-d'œuvre. Chaque tâche, comme remplir les linéaires, passer les articles en caisse... est chronométrée. En revanche, il faut noter un bon point : la sévère cure d'amaigrissement en matière d'emballage.

Le bio peut-il être compatible avec une logique commerciale à grande échelle ?

« Pas forcément », répond Angélique Piteau, du Groupement agriculture biologique région Ile-de-France. Car le point sombre du hard discount reste la provenance des produits. « Les grandes surfaces vont là où le rapport qualité-prix leur paraît le meilleur, estime Vincent Perraud, de la Fnab. Ce n'est pas forcément en France qu'elles le trouvent. » Vus les volumes commandés, elles seraient d'ailleurs bien en peine de satisfaire tous leurs besoins dans un pays qui ne possède pas les capacités de production suffisantes. La chaîne Ed le reconnaît : « Nous rencontrons des ruptures ponctuelles sur les yaourts, produits à 100 % en France. »

Idem pour Lidl : « Nous sommes en phase de test, et c'est plus

compliqué qu'on le pensait : parmi notre offre de fruits et de légumes frais, seule la pomme est d'origine française, les autres viennent de République dominicaine, d'Espagne, de Hollande, d'Italie, du Maroc..., énumère Jérôme Gresland, responsable des achats. Nous allons vers le bio progressivement, sans savoir si nous étendrons notre offre à tout le pays. Une demande massive de notre part mettrait le feu à la filière et provoquerait une explosion des prix, ce qui serait un contresens pour notre politique de tarifs bas. »

Quant au coût écologique de ces importations effectuées par camions et avions, il est considérable. « Mais à partir du moment où vous commandez une grande quantité de quelques produits, vous pouvez optimiser le transport », plaide-t-il. Pour rendre le tout encore plus complexe, selon le Synabio, les grands distributeurs n'importent, en proportion, pas forcément plus que le reste de la filière bio : « Les produits qu'ils commercialisent en plus grosses quantités – pain, œufs, produits laitiers, viandes... – sont d'origine française. »

A long terme, l'arrivée des Lidl et autre Ed sur le marché pourrait-elle justement accroître les surfaces cultivées, en offrant des débouchés aux agriculteurs convertis ?

« Elle permettrait de faire des volumes et d'éviter les à-coups comme en 2000 et 2001, lorsque des agriculteurs bio ont fait faillite car les filières de distribution n'étaient pas assez structurées pour absorber la surproduction, reconnaît Cécile Frissur. Mais nous ne sommes pas totalement rassurés : nous tentons de former et d'informer leurs acheteurs, de les convaincre de proposer un prix plancher ou des contrats pluriannuels aux fournisseurs qui leur garantiraient de ne pas être " lâchés " du jour au lendemain pour un concurrent moins cher... Ce n'est pas facile. » Et pour le consommateur, il est difficile de retracer l'origine de son produit : sur l'étiquette formatée de la marque du distributeur, on lit au mieux de laconiques « UE » ou « Non UE ». C'est pourtant lui qui, en dernier recours, pourrait arbitrer : « Si les produits bio ne flanchent pas malgré la crise, c'est que les consommateurs sont las de cette culture hypercapitalistique, estime Cécile Frissur. Les discounters ne pourront pas faire n'importe quoi. »

Bron: Terra Eco, juni 2009



NL - "Jumbo beste supermarkt voor biologisch vlees"

Bewuste vleeseters en vegetariërs kunnen het beste terecht bij supermarkten van Jumbo. Biologisch vlees en vleesvervangers zijn hier goed geprijsd en het aanbod is groot. Dit blijkt uit de Supermarktmonitor die Varkens in Nood en Milieudefensie donderdag presenteren.

Super de Boer komt als slechtste uit de bus door de hoge prijzen en het relatief kleine aanbod. Biologisch vlees is bij veel supermarkten, zoals Dirk van den Broek, Hoogvliet en C1000, gemiddeld twee keer zo duur als normaal vlees, terwijl de prijs van vleesvervangers soms wel vier keer zo duur is als gangbaar vlees.

Supermarktketen Plus heeft het grootste aanbod: hier zijn 45 biologische vleesproducten en vijftig vleesvervangers te koop.

Bron: Agripress, 23/07/2009



#### NL - Meer biobloemen in Nederlandse supers

In Europa staan verschillende supers achter de verkoop van biobloemen.

Jumbo is de eerste supermarkt in Nederland die biologische bloemen gaat verkopen. De bloemen worden verkocht in boeketten en dragen de merknaam 'Bioflora Made With'. Daartoe zijn afspraken gemaakt tussen Bioflora en Jumbo. De boeketten hebben als basis biologische bloemen, maar worden aangevuld met bloemen die afkomstig zijn van MPS-A kwekers met meer dan 90 punten. Met een %-teken wordt het percentage biologische bloemen in het boeket aangegeven.

Bloemen worden al langer biologisch geteeld. Echter, de laatste tijd toont de verkoop ervan een aanzienlijke stijging. Biologische bloemen worden geteeld zonder kunstmest en synthetische bestrijdingsmiddelen. De kweker maakt gebruik van vruchtwisseling, sterke rassen en zet de natuur in om ziekten en plagen te bestrijden. De bloemen krijgen de tijd om te groeien en hebben daarom een goede houdbaarheid. Bioflora is een coöperatie van biologische kwekers, die onder andere Zomerbloemen telen.

Een jaarrond en breed assortiment is belangrijk om de interesse van de consument te trekken en behouden. Daarom worden de boeketten biologische bloemen aangevuld met bloemen die afkomstig zijn van MPS-A kwekers. Alleen de MPS-A kwekers met een zeer hoge score in MPS-A mogen producten leveren voor de Bioflora boeketten. Deze kwekers scoren zeer goed op de aspecten bestrijdingsmiddelen, gewasbescherming, afvalverwerking en energie. Hiermee staan deze telers dicht bij de biologische teelt. Jumbo streeft een zo hoog mogelijk aandeel biologische bloemen na.

De introductie van 'Bioflora Made With' wordt mogelijk gemaakt door subsidie van het Productschap Tuinbouw en de Task Force Marktontwikkeling Biologische Landbouw. Met de subsidie worden een consumentenonderzoek, filiaalhouderonderzoek en een rentabiliteitsonderzoek gefinancierd. Deze onderzoeken dienen om aan te tonen of de biologische boeketlijn één van de bestaande boeketlijnen kan vervangen.

Bron: Agripress, 22/07/2009



NL - CBL ziet belangstelling voor biologisch en vleesvervangers in supermarkt toenemen

Het Centraal Bureau Levensmiddelenhandel (CBL), de koepelorganisatie van de supermarkten in Nederland, is blij met de positieve resultaten van de Supermarktmonitor van Milieudefensie en Varkens in Nood. De organisatie concludeert uit het onderzoek dat er steeds meer belangstelling is voor biologisch vlees en vleesvervangers en dat consumenten steeds meer keuze hebben. Supermarkten bieden immers alleen die producten aan waar vraag naar is.

Het CBL vindt dat Milieudefensie en Varkens in Nood een weging in hun resultaten zouden moeten aanbrengen. Als je het aantal aanbiedingen afzet tegen de grootte van het assortiment dan zie je volgens het CBL dat het percentage aanbiedingen voor vlees versus vegetarisch en biologisch nagenoeg gelijk is. Relatief gezien wordt er dus evenveel reclame gemaakt voor vegetarisch en biologisch als voor gangbaar vlees.

De monitoring geeft een belangrijk maar wel een beperkt beeld, stelt het CBL. "In de supermarkt zijn ook steeds meer producten te vinden die niet onder de noemer biologisch vallen maar wel duurzamer zijn dan het reguliere assortiment, zoals bijvoorbeeld vlees met het Beter Leven keurmerk van de Dierenbescherming", aldus Marlijn Somhorst, beleidsmedewerker Duurzaamheid van het CBL. "Ook wordt het assortiment steeds duurzamer. Te denken valt aan: het verdoofd castreren van biggen, koeien in de wei, scharreleieren, duurzame soja, verduurzaming van het visassortiment en de verbetering van arbeidsomstandigheden."

Het CBL is betrokken bij Het Platform Verduurzaming Voedsel van het ministerie van LNV en bij het Convenant Tussensegment waar alle ketenpartijen bij zijn betrokken. Dit moet leiden tot meer aanbod van duurzamere producten. Het supermarktassortiment wordt ieder jaar duurzamer, met als gevolg dat consumenten steeds duurzamere boodschappen doen.

bron: CBL, 23/07/09



### **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](mailto:geertje.meire@bioforum.be) of [peggy.verheyden@bioforum.be](mailto: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](mailto:info@bioforum.be).

### **Archief**

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