



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**
* een gezamenlijk initiatief van Boerenbond, ABG en BioForum



BioForum Bioknipsels 32 - 24 september 2009

BioForum Vlaanderen heeft een intensief denkproces achter de rug dat nu resulteert in een nieuwe visie en missie voor de komende jaren. Na de herstructurering van de biosector was wel al gesleuteld aan onze visie en missie, maar lang niet voldoende. Nu hebben leden, medewerkers en bestuurders samengewerkt om een visie en een missie op papier te zetten waar iedereen achter staat. Dit en nog veel meer in onze Bioknipsels van deze week.

Veel leesplezier,
Peggy Verheyden
BioForum Vlaanderen

CONSUMENT - ALGEMEEN

- [Nieuwe visie en missie voor BioForum](#)
- [Loop eens langs bij de boer](#)
- [Hoe groen is groen nog?](#)
- [Tweede editie van "Proef Brussel"](#)
- [Jaarlijkse Biomarkt op het Rheinbachplein](#)
- [Jean-Paul Jaud tourne un nouveau film "pour changer notre agriculture"](#)

PRODUCENT

- [FR - Agriculture: produire bio, une entreprise ardue, loin de son image bucolique](#)
- [FR - L'agriculture bio peine toujours à répondre aux besoins des consommateurs](#)
- [Zes toekomstbeelden van het Europese platteland](#)
- [Economische crisis dwingt Fransen volkstuintjes in](#)
- [Genetic engineering: The world's greatest scam?](#)
- [Le vin nature revient au goulot](#)



VERWERKER

- [25 jaar Brugse Pannenkoeken](#)
- [Marc de Bel en C&A gaan bio](#)
- [Mediterranean weed offers natural fruit flavours: Study](#)
- [Catering: NL - "Een mooie maaltijd in Brabant"](#)
- [Natural Cosmetics Conference – questions to Elfriede Dambacher](#)

VERKOOPPUNT

- [Dennree: "Holistic approach brings many advantages"](#)
- [Verkooppunt in de kijker: De Wroeter Kortesseem](#)

en de Biokalender ...

CONSUMENT - ALGEMEEN

Nieuwe visie en missie voor BioForum

22/09/2009 - BioForum heeft een intensief denkproces achter de rug dat nu resulteert in een nieuwe visie en missie voor de komende jaren. Na de herstructurering van de biosector was wel al gesleuteld aan onze visie en missie, maar lang niet voldoende. Nu hebben leden, medewerkers en bestuurders samengewerkt om een visie en een missie op papier te zetten waar iedereen achter staat. "En dat vonden wij belangrijk: dat niet slechts enkele mensen van de directie, bestuur en personeel erover nadachten, maar dat iedereen die dat wou mee kon werken", zeggen voorzitter Johan Devreese en directeur Leen Laenens uit één mond.

"Precies een jaar geleden stelden we vast dat niet iedereen binnen BioForum op één lijn zat. We hebben er onmiddellijk consultant Wilma Blommestijn bijgehaald om de zaak te analyseren. Aan de ene kant wenste die ons proficiat: nog nooit was een fusie zo snel gerealiseerd. Maar, ze stelde ook vast dat er niet echt eensgezindheid was, niet over het speelveld - waarover zijn we bezig-, niet over de spelregels - wie doet wat -, en niet over de puntentelling - welke output willen we", schetst Johan Devreese. "De neuzen stonden duidelijk niet in dezelfde richting. Iedereen was het erover eens dat een fusie/samenwerking nodig was geweest om de sector te laten evolueren. Maar het klopte dat onze visie en missie, waar we wel een paar dingen aan veranderd hadden, lang niet door iedereen gedragen werden", zegt Leen Laenens.

"En dus moest er een visieproces beginnen, met alle geledingen binnen onze organisatie, ook met onze leden. Die mensen voelen zich actief betrokken bij onze organisatie en dus hebben ze het recht mee te denken over onze organisatie", zegt Johan. "We wilden dit hele proces afronden in het najaar zodat we op basis daarvan het jaarplan voor 2010

kunnen uitschrijven. En we zijn erin geslaagd."

Tijdens dat visieproces zaten we drie keer een dag samen met een 40 tal deelnemers. De eerste dag werd er externe input gegeven door experts, ook uit Nederland, en door organisaties die hun mening op papier hadden gezet. De twee volgende dagen waren er onderlinge discussies met medewerkers, bestuurders en leden. De daaropvolgende maanden schaaft BioForum aan de visie en de missie, waarbij steeds werd teruggekoppeld naar de leden. Vanuit die visie en missie werden 10 strategische doelstellingen geformuleerd. "We hebben in eer en geweten samengelegd wat onze prioriteiten zijn voor onze organisatie en ons aandeel in de ontwikkeling van de maatschappij. Wat schept een gunstig klimaat voor bio? De oplossing van vele problemen in de maatschappij wijzen in een zelfde gezamenlijke richting, nl. duurzaamheid. Je kan dus gerust stellen dat duurzaamheid de basis is van onze visie en missie", aldus Leen.

Visie

"Ons domein is landbouw en voeding. Daarin onderscheiden we ons van de vele organisaties die duurzaamheid als basis hebben", zegt Johan. "We zijn er ook van overtuigd dat de biologische landbouw en voeding goed zijn voor de samenleving. Hoe meer mensen die leren kennen, hoe beter het de maatschappij vergaat. En daarvoor heb je de hele sector nodig", vult Leen aan. "En als je wil dat de sector groeit, dan moet de keten zich ontwikkelen. BioForum is de katalystor voor dat hele proces."

De tweede paragraaf van de visie bevat heel veel. "Als je dat wil realiseren, dan heb je de biologische landbouw nodig. En we zijn ontzettend fier dat de pioniers in de biologische landbouw het pad geëffend hebben. Nu zullen wij hun werk verder zetten en verbreden. En gelukkig worden we ervoor erkend", zegt Leen.

Dat wordt volmondig beaamd door Johan. "Het draagvlak voor bio bij de overheid en andere organisaties is enorm verbreed. Bio wordt tegenwoordig anders gewaardeerd: het kabinet heeft de dialoog aangegaan, de Boerenbond en ABS staan ervoor open..."

"Maar laat het duidelijk zijn: we zijn er nog niet! We moeten nu blijven streven naar een verdere verduurzaming", aldus Leen.

Missie

"Dat we de boeren, verwerkers en verkopers verenigen en hun belangen behartigen, lijkt misschien evident maar het staat er niet zomaar. Het is belangrijk dat we iedereen eerst verenigen en dan hun belangen behartigen. Want soms gaan de belangen van bijvoorbeeld de boeren in tegen de belangen van bijvoorbeeld de verwerkers. Door ze eerst te verenigen, kun je dat soort problemen proberen te vermijden", zegt Leen.

"En we spreken ook niet zomaar over het brede publiek. We zijn begonnen vanuit de 'cultural creative' maar we hebben vrij vlug in de discussies gehoord dat die term veel te eng was", benadrukt Johan. "We moesten ook consequent zijn: als je in de tweede paragraaf van je visie schrijft dat 'iedereen' recht heeft voldoende, veilig, volwaardig en authentiek voedsel, dan moet je dat in je missie niet gaan verengen. Wij hebben de verantwoordelijkheid om het brede publiek in te lichten over bio. Pas als ze doorhebben 'Aha, zit dat zo', dan zullen ze voor bio kiezen. Mensen moeten de waarde van het voedsel beseffen. Als ze bijvoorbeeld zouden zien wat er vooraf gaat aan een brood, dan zouden ze weten hoeveel een brood eigenlijk waard is. Een eerlijke prijs is zo belangrijk, voor de producent, maar ook voor de consument. En het is onze verantwoordelijkheid om de hele keten erbij te betrekken."

"We moeten de producten aantrekkelijk voorstellen en daarmee bedoelen we niet dat er een leuke verpakking rond zit. Nee, wij moeten zorgen dat het verhaal achter het product verteld wordt. Want het is zo'n mooi verhaal en de mensen hebben er oor naar. Kijk maar naar het succes van ons consumentenmagazine Puur. Dat is doorleefd, nooit abstract, zo is bio", vertelt Johan. Tenslotte wil BioForum er ook voor zorgen dat er innovatie komt binnen de biosector. "We mogen zeker niet denken dat we er al zijn. Volgens sommigen zijn we al lang geen voortrekkers meer. Maar het is en blijft onze ambitie om voortrekker te zijn! Alleen kunnen we die innovatie niet meer zelf doen, daarvoor hebben we onder meer wetenschappers nodig", legt Johan uit. "Veel innovatie is wel vanuit de sector gekomen. Ze konden niet anders. Ze mochten bijvoorbeeld geen additieven gebruiken, dus moesten ze wel op zoek gaan naar alternatieven. Maar die vernieuwing zou nog beter kunnen met wetenschappers. Na de sector is het nu aan de wetenschap", vult Leen aan. Tot slot wil Johan benadrukken dat dit geen visie en missie zijn die tot pakweg 2015 geldig zijn. "Binnen 2 tot 3 jaar zullen we ons opnieuw erover buigen. Dat zijn we aan onszelf verplicht na zo'n snel proces."

"We moeten er ook rekening mee houden dat de maatschappij zeer snel evolueert. Wie zou 15 jaar geleden gedacht hebben dat duurzaamheid zo belangrijk zou worden? Het leek wel iets utopisch en het was op zijn minst idealistisch. Maar nu staat die duurzaamheid er en is ze een mogelijkheid voor bio. Maar we zijn niet de enigen die bezig zijn met duurzaamheid en precies daarom is samenwerking zo belangrijk", besluit Leen.

Bron: BioActief BioForum Vlaanderen nr 5, september 2009



Loop eens langs bij de boer

Op zondag 20 september was het Dag van de Landbouw. Twee biobedrijven namen deel aan dit initiatief van Boerenbond. Volgend weekend zetten ook andere bioboeren hun deuren open of organiseren een boerderijfeest.

· *Zondag 27 september – Opendeurdag en feest op Boerderij De Brabander*

Opendeurdag nav 20-jarig bestaan met praatsalon, fototentoonstelling, rondleiding, versnaperingen, verkoop, workshops, verhalen, kinderaanimatorie, buffet, muziek van Born on Sundays.

Praktische info:

- o Locatie: De Brabander, Leedse Vroente 6, Kersbeek Miskom + Bergendal, Grote Vreunte, Kersbeek-Miskom
- o Open van 10u tot 18u
- o www.boerderijdebrabander.be

· *Zondag 27 september – Landbouwdag Diksmuide – Opendeurdag op 't Vier Uiterstehof*

Opendeurdag bij de biologische melkboeren Philip en Lien Sinnaeve-Debergh. Je kan zien hoe de robots koeien melken en je kan kalfjes knuffelen. Met gratis melkdrankje, bar en kindergrime.

Praktische info:

- o Locatie: Tervaeetstraat 39, Diksmuide
- o Open van 11u tot 18u

· *Zondag 27 september – Landbouwdag Diksmuide – Opendeurdag op Het Dischhof*

Opendeurdag op kaasboerderij Het Dischhof. Met gratis kaasproevertje en bar.

Praktische info:

- o Locatie: Dodepaardenstraat 58, Diksmuide
- o Open van 11u tot 18u
- o www.dischhof.be



Hoe groen is groen nog?

Het grote publiek heeft de weg naar 'bio' gevonden, dankzij het ruime aanbod in de supermarkten. Daarbij kan men zich afvragen of het groene gedachtegoed voldoende standhoudt. Wat moeten we denken van bio-appelen uit Nieuw-Zeeland? Waarom is onze biokomkommer in plastic verpakt? En hollen wegwerpproducten als bio-ontschminkwatten de geloofwaardigheid niet uit? Het BioForum antwoordt.

Bio-appels van 20.000 km ver

Vorige week kochten wij bio-appels en bioperen in de supermarkt. Makkelijk om mee te geven naar school. Tot onze verrassing kwamen de appels uit Nieuw-Zeeland, de peren uit Argentinië. En dat terwijl enkele gewone versies, die een meter verder liggen, uit België komen. 20.000 km voor een bio-appel, terwijl de gewone om de hoek bloeien. Is dat te verantwoorden?

Leen Laenens, directeur van BioForum Vlaanderen: "Koop je bioperen uit Zuid-Amerika, dan weet je zeker dat je een product gekocht hebt dat volgens de strikte bioregels is gekweekt, dus bijvoorbeeld zonder

kunstmest. Hoe dat product dan hier terechtkomt en wat voor impact dat transport heeft op het milieu, is een ander verhaal. Daar kan bio zeker nog in vooruit gaan. Maar - hoe vreemd het ook klinkt - een bio-appel uit Nieuw-Zeeland kan milieuvriendelijker zijn dan een 'gewone' Belgische appel waarbij de teelt gepaard ging met veel energieproductie. Of die maanden eerder geplukt is geweest en in een koelcel bewaard." Dat hoorden we ook bij de supermarkten: het vervoer van biofruit gebeurt per boot.

Biogroenten in plastic verpakt

Wie in de supermarkt een gewone komkommer koopt, legt hem zo in zijn mandje. Idem voor rodekool, bloemkool, savooi... Koop je de bioversie, dan zit die in een plastic zak. Wat maakt dat biokopers bij thuiskomst eigenlijk met méér afval zitten. Dat lijkt niet logisch. Maar volgens Leen Laenens volgen de supermarkten daarmee gewoon de vastgelegde regels rond 'bio': "Als een supermarkt in één bak losliggende bio-appels legt en in de bak ernaast gewone appels, dan heeft de consument geen enkele garantie dat zijn bio-appel wel degelijk een bio-appel is. Het risico op vermenging is te groot. Eén van de twee moet dus voorverpakt worden, en het is dan toch logischer dat dat 'bio' is, want dat gaat om kleinere hoeveelheden. In een biowinkel zal je dat plastic overigens niet zien, want daar is geen risico op vermenging."

Bio-label op individuele verpakking

Bio hoeft niet gelijk te staan met geitenwollen sokken. Maar toch is het soms opkijken bij het comfort dat 'bio' begint te bieden. Zo kan je nu biosuikertjes kopen, die elk apart verpakt zijn. Of biokattenvoeding, in individuele zakjes. Handig, maar krijgen écht groene jongens hier geen jeuk van? Want suikertjes kunnen ook in één groot pak komen en kattenvoeding kan in een groot blik. Is dit nog wel het beste voor het milieu?

Laenens: "Bio is voor voeding een wettelijk beschermde term, met voorwaarden die vastliggen. Die lat ligt heel hoog. Toch staat daar tot op vandaag niets in over het soort verpakking dat men moet gebruiken. Wellicht omdat men ervan uitgaat dat de meeste mensen uit de biologische sector sowieso duurzaam handelen. Maar de vraag van de consument speelt natuurlijk ook een rol. Noem het misschien een evolutie die te wijten is aan de grote toegankelijkheid. We zullen dat zeker kritisch opvolgen."

Bio-jasje voor luxecosmetica

Biocosmetica is een stijgend segment, geliefd bij consumenten met een gevoelige huid of een voorkeur voor natuurlijke producten. Daardoor zie je echter ook producten opduiken die vroeger ondenkbaar waren. Het merk Snö Bioflowers heeft een anti-ageingcrème, iets waar biocosmetica zich tot nu verre van hield, want ouder worden is óók natuurlijk. Je ziet ook afslankende kruiden in bioversie, hoewel de werking ervan omstreden is. Nog in het gamma cosmetica vind je bio-

ontschminkwatten. Gebruik je als eco-bewuste mens dan niet beter een washandje? Móét alles in bioversie komen?

Laenens: "Als je biowatten gebruikt, ben je misschien niet 'groen' bezig. Maar wél bewuster dan als je gewoon katoen gebruikt. In geen enkele teelt worden zoveel bestrijdingsmiddelen gebruikt en worden er zoveel arbeiders ziek als in de katoen. Je moet het hele plaatje zien, het al of niet wegwerpen is er maar een stukje van. Wat cosmetica betreft, geef ik toe dat 'bio' hier en daar niet helemaal meer het uitgangspunt zal volgen: respect voor mens, dier, plant en milieu. Voor niet-eetbare producten bestaan er geen wetten en regels, in tegenstelling tot voeding. Hopelijk komt daar snel verandering in."

Bron: Het Laatste Nieuws/Oostkust, 19/09/2009



Tweede editie van "Proef Brussel"

Van 21 tot 27 september loopt de tweede editie van 'Proef Brussel', een slowfoodevenement. Je kan lezingen over slowfood bijwonen, producten en producenten ontdekken en heel veel proeven in restaurants.

Caricol, het Slow Food convivium van Brussel, organiseert dit jaar voor de tweede maal 'Proef Brussel'. Alles staat in het teken van (h)eerlijke voeding en van het terug leren genieten van basisproducten en authentieke gerechten. Er zijn de hele week activiteiten gepland zoals lessen biotuinen in kleine stadstuinen en op balkons, een picknick in het park van Brussel en een ontmoeting met imkers.

Verschillende restaurants werken samen met de organisatoren en serveren die week een speciaal Slow Food menu. Eén van die restaurants is Le Zinneke, dat bekendstaat voor zijn mosselen en typisch Brusselse gerechten. Het restaurant zelf ademt authenticiteit uit, met een menukaart die in oude Belgische stripalbums is geplakt en die in het Brussels is opgesteld. Chef Michel Immerzeel was vorig jaar zo tevreden over 'Proef Brussel' dat hij dit jaar onmiddellijk wou meedoen.

'Aanvankelijk leek het mij interessant om mee te doen, omdat je zo toch een ander publiek weet te bereiken', zegt hij. 'Maar de ervaring was zo positief dat ik mijn kaart na de eerste slowfoodweek zelf heb aangepast. De kaart vermeldt bij verschillende gerechten waar ze vandaan komen en of de groenten bio zijn. De mensen weten dat blijkbaar te appreciëren, want ik heb nu al verschillende reservaties voor de volgende dagen. Ik probeer mijn slowfoodmenu telkens samen te stellen uit gerechten die het hele jaar door op mijn kaart staan. Zo kan ik de klanten overtuigen iets nieuws te eten. Veel mensen zijn niet geïnteresseerd om iets te proberen dat ze later toch niet meer kunnen proeven. Maar als ze weten dat de gerechten het hele jaar door beschikbaar zijn, willen ze al eens iets uitproberen. Het restaurant is bekend om de mosselen, en het is moeilijk om de klanten tot iets anders te verleiden.'

Het restaurant past zoals gezegd prima in de slowfoodwereld. Immerzeel vertelt dat hij de klassieke keuken wil serveren zoals die oorspronkelijk bedoeld was. 'Slowfood is meer dan gewoon biokoken', vertelt hij. 'Dat is vaak een onderdeel van slowfood, maar het draait vooral om het herwaarderen van heerlijke en eerlijke gerechten. Le Zinneke past hier dan ook prima bij. Ik maak graag traditionele gerechten zoals die vroeger werden bereid.'

Info: www.proefbrussel.be

Bron: Het Nieuwsblad/Hageland, 18/09/2009



Jaarlijkse Biomarkt op het Rheinbachplein

Op zondag 27 september 2009 organiseert Groen!-Deinze opnieuw haar jaarlijks Biomarkt op het Rheinbachplein (aan de Tolpoortbrug) in Deinze.

Iedereen is welkom van 14 tot 17 u. De toegang is gratis. Je kan er informatie opdoen, het gezicht achter het produkt zien, de sfeer opsnuiven en genieten van een gezellig biocafé.

Eddy Donné: "Door naar de biomarkt te komen, kunnen de mensen kennis maken met producenten en winkeliers die het opnemen voor de biolandbouw, ecologisch wonen en leven, voor de natuur in het algemeen ...

De Deinse bevolking kan met een aankoop meteen ook een steentje bijdragen tot een duurzame aarde en een beter klimaat. Bovendien kan je gratis deelnemen aan een wedstrijd waarbij je een mand gevuld met allerlei ecologische producten kan winnen"

Mieke Roelens: "Momenteel zijn er 17 standhouders ingeschreven. Traditioneel zijn de biovoedingszaken present: O'h Bio uit Wakken met biologische bessen, confituur en wijnen; biovoedingswinkels de Goudsbloem uit Petegem en Bioshop Deinze; biodynamische boerderij – De Zonnekouter uit Machelen. De Vrolijke bloem is een bio-boerderij in omschakeling.

Ook bij de stand van de Wereldwinkel kan je terecht voor heel wat ecologische voedingsproducten.

We schenken ook veel aandacht aan ecologische materialen om de woning in te richten en te isoleren. Zo kan je bij Green Energy Creations terecht voor isolatie en allerhande eco-oplossingen zoals elektrische scooters.

Nieuw dit jaar is de Kudzu webwinkel. Daar kan je terecht voor allerhande ecologische huis- en schoolartikelen zoals vb. een zonnetas, eco-wasgoedballen, nietjesloze nietjesmachines en nog veel

verrassende alternatieven zoals vb. de composteerbare lat. Om beter te composteren vind je Pluviem met afbreekbare micro-organismen.

De milieudienst zal aanwezig zijn met een infostand rond klimaatwijken.

Voor kruiden en oliën vind je Loca Labora uit Bulskampveld. Amala-ecologisch bed(textiel) zal je eens verwennen door je mee te nemen in het zachte bed dat ideaal is voor de natuur.

Gemakkelijk zitten of relaxen kan je dankzij de ergonomische zetels van Seder uit Drongen. Relaxen kan je ook echt lichamelijk voelen dankzij de shiatsu-massage van Marianne Gaeremynck en de etherische oliën van de Ontknoping.

Naast deze onthaastingselementen kan je op deze ecomarkt ook komen kijken naar groene energie. Zo zorgt de firma De Lannoy voor zonne- en windenergie. Ook Dhr Bob Van Hauwermeiren uit Nazareth komt je informatie geven over zonne-energie.

En zoals gewoonlijk kan je je gading vinden op de infostanden van VELT-Leieland, JNM en Wervel. Bovendien zorgen we zoals vorig jaar voor een gezellig biocafé en Vlaamse volksspelen voor de kinderen."

Bron: Het Nieuwsblad, 18/09/2009



Jean-Paul Jaud tourne un nouveau film "pour changer notre agriculture"

Après "Nos enfants nous accuseront", qui dénonçait l'empoisonnement des campagnes par les produits chimiques et les dégâts pour la santé publique, le réalisateur Jean-Paul Jaud prépare un nouveau documentaire en faveur d'une agriculture plus naturelle.

"Le premier film (qui relatait la conversion aux produits biologiques de la cantine scolaire de Barjac dans le Gard) est un cri d'alerte qui constatait que l'on empoisonnait nos enfants et qu'il fallait qu'ils changent d'alimentation", a expliqué Jean-Paul Jaud, actuellement en tournage en Charente et en Charente-Maritime.

"Encore faut-il que l'origine de cette alimentation, la source, change, : il faut changer notre agriculture", a ajouté le réalisateur, dont le nouveau film doit sortir en salle à l'automne 2010.

Selon le cinéaste, "en France, un tout petit plus de 2% des terres sont cultivées de façon naturelle qu'on appelle bio. Donc manger bio et revenir à une alimentation naturelle peut rester un vœu pieux si on continue à polluer nos terres et à développer une agriculture que j'appelle chimique et mortifère. Voilà l'optique de ce second film".

Jean-Paul Jaud ira à la rencontre du monde agricole dans plusieurs régions de France. Il se rendra également au Canada et au Japon.

En Poitou-Charentes, le réalisateur s'intéresse notamment au combat de Paul François, un agriculteur charentais intoxiqué en 2004 par un herbicide fabriqué par le groupe Monsanto et retiré du marché français en 2007, qui demande réparation au groupe chimique américain.

"Paul François peut être un des acteurs importants du changement dans le monde paysan parce qu'il a été lui-même touché", a précisé Jean-Paul Jaud.

"Il faut aider les agriculteurs à changer, ils sont malades, ils sont pour la plupart endettés et on leur a supprimé le savoir. Ils sont devenus des exécutants des marchands de matériel, de produits chimiques (...). Il est important de les aider à retrouver ce savoir. Il y va tout simplement de notre survie et surtout de celle de nos enfants".

Actuellement diffusé au Japon, le film "Nos enfants nous accuseront" a été vu par plus de 300.000 personnes en France et doit sortir en DVD en octobre prochain.

Bron: AFP, 18/09/2009



PRODUCENT

FR - Agriculture: produire bio, une entreprise ardue, loin de son image bucolique

Baisse de rendement, de revenus, surplus de travail: Gérard Chevally, producteur de farine en Isère, raconte les difficultés de l'agriculture bio, mode de culture qui se révèle au quotidien une entreprise ardue, loin de l'image bucolique que lui prête le grand public.

Produire bio, c'est un "peu plus fastidieux": en l'absence d'engrais chimique, "il faut pouvoir protéger la terre des nuisibles (mauvaises herbes, ravageurs) en faisant des rotations de culture rapides", souligne ce producteur de blé, qu'il transforme lui-même en farine dans son moulin à Mens (Isère).

Pour survivre, les producteurs bio doivent aussi développer un réseau de vente directe. Car, faire appel à des coopératives ou des chaînes de supermarché bio réduit fortement les marges, explique M. Chevally.

Ce dernier, qui assure s'être fait connaître par le bouche-à-oreille, vend sa production en Savoie, en Haute-Savoie, en Isère et dans les Hautes-Alpes.

Pour un autre éleveur et producteur de céréales bio à Prébois, aussi en Isère, Jean-Luc Gros, "le bio c'est beaucoup d'attention, beaucoup de stress pour des résultats financiers corrects mais sans plus".

"Si vous avez plein de chardons, vous ne pouvez pas passer avec votre

pulvérisateur pour enlever les mauvaises herbes", souligne-t-il.

Convertis au bio à la fin des années 1990, ces deux agriculteurs évoquent des débuts difficiles. A l'époque, ils n'ont pu bénéficier que de deux ans d'aides publiques à la reconversion, étendus à cinq aujourd'hui.

Chevally a vu son rendement divisé par deux alors même qu'il était contraint de vendre sa production au prix conventionnel, inférieur au bio, jusqu'à ce que la terre soit vierge de toute trace de pesticide, condition nécessaire à l'obtention du label bio.

"Pendant trois ans, on arrivait péniblement à l'équilibre. Il ne faut pas se faire d'illusions, on ne fait pas fortune avec du bio. Il faut y croire", souligne-t-il.

Pour autant, il ne regrette pas son choix: "insecticides et pesticides me posaient problème. Je voyais que je pourrissais l'air, la terre et les gens".

La réussite de pionniers comme M. Chevally a fait des émules chez les anciens et a attiré des néo-ruraux dans le Trièves, où l'on compte aujourd'hui 20% de producteurs bio, soit dix fois plus que la moyenne nationale.

Le Trièves doit d'être à la pointe de l'agriculture bio à une équipe d'ingénieurs agronomes parisiens venus s'y installer dans les années 1990. Ce sont eux qui ont aidé Gérard Chevally à constituer un dossier pour obtenir des aides européennes destinées aux agriculteurs reconvertis au bio.

Pour le Trièves, zone de moyenne-montagne où les exploitations agricoles sont de taille modeste et la terre peu fertile, le développement de produits de qualité permet en outre de "se démarquer", reconnaît Jean-Louis Goutel, responsable à la Chambre d'agriculture.

Dans cette région sans produit agricole phare comme le poulet de Bresse ou le roquefort, "le bio est un moyen d'avoir des produits spécifiques et de dynamiser l'économie locale" à condition de pouvoir valoriser les produits en les transformant sur place, souligne-t-il.

Bron: AFP, 19/09/2009



FR - L'agriculture bio peine toujours à répondre aux besoins des consommateurs

L'agriculture biologique peine toujours à répondre à la demande croissante des consommateurs français et les objectifs fixés par le Grenelle de l'environnement pour 2012 paraissent de plus en plus difficiles à atteindre.

"Malgré un réel décollage reflétant la prise de conscience des agriculteurs +conventionnels+ (traditionnels, ndlr), les efforts fournis pour développer l'agriculture biologique sont encore insuffisants", explique Dominique Marion, président de la Fédération nationale d'agriculture biologique des régions de France (FNAB).

L'augmentation constante du nombre d'exploitations agricoles de cultures bio (+11% en 2008) témoigne des efforts de la filière. Mais la France doit encore, au titre de ses engagements du Grenelle, tripler ses surfaces agricoles consacrées à l'agriculture biologique d'ici 2012.

Aujourd'hui, elles représentent 2,12% des terres. Dans quatre ans, elles devront atteindre les 6%. Et en 2020, 20%.

De même, le Grenelle a fixé l'objectif d'atteindre les 20% de produits bio dans la restauration collective publique d'ici 2012. Aujourd'hui, le taux avoisine 0,5%.

"Les objectifs sont très ambitieux. On sera certainement en dessous mais c'est un bon déclic", souligne le président de la FNAB.

Parallèlement, les Français sont de plus en plus demandeurs de produits bio. Le marché a rapidement progressé en 2008 (+25%), selon le rapport annuel de l'Agence bio.

En vente directe, les associations pour le maintien d'une agriculture paysanne (Amap) peinent à fournir les paniers hebdomadaires de fruits et légumes biologiques à leurs clients, faute de terres et de producteurs.

Pour répondre à cette demande, la France importe 30% de l'alimentation biologique consommée dans l'Hexagone.

"L'importation de produits biologiques permet de répondre actuellement à la demande du marché mais risque d'être un frein au développement de la filière", craint Jacques Pior, responsable agriculture biologique au sein du service qualité de l'Assemblée permanente des chambres d'agriculture (APCA).

"Le passage au bio n'est pas évident pour un agriculteur", reconnaît-il, soulignant la "part de risque pendant la période de reconversion".

La "reconversion" se déroule sur une période de 2 à 3 ans selon les filières et entraîne une baisse de revenus en raison d'une chute de la production.

"Il est plus facile de faire du bio pour un éleveur bovin que pour un arboriculteur", juge M. Pior. Selon lui, "il y a encore des défis à relever" tant d'un point de vue technique qu'économique.

Mais si les producteurs de lait traditionnels traversent actuellement un malaise profond en raison de la chute des prix, ceux qui font du lait bio "sont à l'abri de la crise", note Elisabeth Mercier, directrice de l'Agence

bio.

Le lait bio manque en France et doit être importé. Récemment, le ministre de l'Agriculture, Bruno Le Maire, relevait que le président de Mac Donald France avait dû abandonner son projet de créer des glaces bio, faute de lait.

Les agriculteurs se lançant dans le bio bénéficient d'une batterie d'aides financières ainsi que de crédits d'impôt.

Mais la FNAB demande plus. "Il faut un signal fort du gouvernement pour conforter le travail qui est fait sur le terrain", comme une meilleure transparence dans la gestion des fonds liés au bio, "au lieu du saupoudrage existant", le développement de pôles régionaux d'information sur la conversion et aussi plus de formation.

"Il n'y a pas de formations d'ingénieur agronome en bio en France alors qu'en Allemagne, on le fait depuis 25 ans", souligne M. Marion.

Bron: AFP, 19/09/2009



Zes toekomstbeelden van het Europese platteland

Hoe ziet het Europese platteland er over pakweg 25 jaar uit? Is de landbouw dan nog steeds de grootste ruimtegebruiker? Zijn delen van het platteland door klimaatverandering onbewoonbaar geworden, of ongeschikt voor de landbouw? Hebben veel stedelingen een woonplaats op het platteland gevonden? Is de kwaliteit van landschap en milieu verbeterd? Is de plattelandseconomie onderdeel geworden van de stadseconomie?

LEI Wageningen UR heeft een verkenning uitgevoerd van alternatieve toekomstbeelden van het Europese platteland. Daarvoor is een vergelijkende analyse uitgevoerd van een zevental recente scenariostudies. De meeste onderzochte scenariostudies gaan uit van een trendscenario en alternatieve beleidsscenario's met een verschillende mate van overheidsingrijpen. Vaak hebben deze beleidsscenario's betrekking op een liberaal scenario met weinig beleidsinterventie en een cohesiescenario met veel beleidsmatig ingrijpen. De scenariostudie PRELUDE heeft echter een andere aanpak: deze studie werkt met scenario's waarin een alles ontwrichtende gebeurtenis wordt verondersteld, zoals een sterke afname van de onderling solidariteit, hevige overstromingen, een internationale energiecrisis, onhoudbare luchtvervuiling in steden, een voedselveiligheids crisis en grote milieurampen. Deze gebeurtenissen roepen 'nieuwe' reacties bij de bevolking en beleidsmakers op, die leiden tot verrassende toekomstbeelden, die geheel afwijken van de huidige situatie op het Europese platteland.

Door te kijken naar wat de verschillende scenariostudies schetsen, wordt in deze studie een zestal toekomstbeelden van het Europese

platteland onderscheiden voor 2030 .

[Klik hier voor rapport 2009-057 Alternative futures of rural areas in the EU](#)

Bron: LEI Wageningen, 11/09/2009



Economische crisis dwingt Fransen volkstuintjes in

De Fransen slaan dezer dagen massaal aan het tuinieren. De crisis leidt tot werkloosheid en daling van koopkracht. En een eigen tuintje met groenten zorgt juist voor goedkoop, maar toch lekker eten op tafel.

Wie een paar zaadjes in de grond stopt, kan al binnen een jaar een behoorlijke stuiver besparen.

Daniele Tenet (60) loopt over een klein tuinpaadje, stapt op de aarde, gaat dan door haar knieën, duwt met haar handen wat groene bladeren opzij en zegt: 'Kijk! Dat is'm! Een ronde courgette.'

Verstopt achter de bladeren hangt een kleine lichtgroene courgette, zo rond als een tennisbal. 'Hij is nu nog klein, maar hij groeit wel hoor. Gemiddeld pluk ik er elke dag één.'

Tenet heeft midden in Parijs, tussen hoge flats en achter drukke boulevards, haar eigen groentetuin. 'Ik heb ook sperzieboontjes staan, en tomaten. Kleine tomaatjes hoor, kersentomaatjes. Verder staan hier kool, prei en sla, maar ook kruiden en frambozen.'

Haar groenten, fruit en kruiden beslaan zo'n 20 vierkante meter op een terrein waar tientallen bewoners uit de wijk hun volkstuintje hebben ingericht.

'Ik heb zes soorten bijzondere tomatenplanten staan', vertelt Jean Griffault (64). 'Helemaal zelf gedaan, de zaadjes geplant en gekweekt zonder kunstmest. Hier verderop staat prei en koolraap. En ik heb ook kruiden als basilicum, koriander, peterselie en tijm.' Achter hem is nog een veldje met alleen maar aarde. 'Daar komt de spinazie, maar dat is pas voor de winter.'

Aardappeltoren

Aan het uiteinde van het complex met volkstuinen staat Louis Xavier (60) naast een klein perceel met brandnetels. 'Daar maak ik soep van', vertelt hij lachend. 'Ik heb van alles door elkaar staan, bloemen en groenten. Hier staan bijvoorbeeld okra's, da's heerlijk voor sauzen. En daar staan mijn aardappelen.' Hij wijst naar een plastic zak. 'Ik maak een aardappeltoren. Ik teel ze niet in de grond, maar in de hoogte, verticaal. Je begint met een beetje aarde in een zak, en als de plant groeit doe je er steeds wat aarde bij. Zo kan je met één plant wel 60 kilo aardappelen krijgen.'

Het volkstuintencomplex is in 2001 aangelegd in zuidelijk Parijs, niet ver van het drukke verkeersknooppunt Place d'Italie. Rondom ligt vooral sociale woningbouw en de bewoners daarvan werden uitgenodigd hun eigen tuintje te beginnen.

'Mijn dochter is hier begonnen', vertelt Louis Xavier. 'Ze is jong en lerares. Ze had dus niet zo heel veel geld te besteden. Door haar eigen groenten te gaan telen kon ze aardig wat geld besparen. Als je in de supermarkt moet kopen wat je zelf maakt, ben je echt veel duurder af. En wat je zelf maakt is natuurlijk ook veel lekkerder!'

Jardiniers de France

Daniele Tenet beaamt het. 'Zelf je eten kweken is véél goedkoper. Dat is voor mij heel belangrijk. Je plukt overdag je groenten en 's avonds liggen ze op je bord. Bovendien ruilen we onder de mensen die hier hun tuintje hebben. Ik heb bijvoorbeeld heel veel courgettes. Nou, als er een paar tegelijk rijp zijn geef ik die aan een buurman en die geeft mij dan een krop sla uit zijn tuin. Dan heeft iedereen er wat aan.'

Xavier: 'Ik heb nu de tuin van mijn dochter overgenomen, maar het geld speelt ook voor mij een rol. Je eigen groenten zijn gewoon goedkoper dan in de winkel, en al helemaal als je naar de prijs-kwaliteit verhouding kijkt.'

Tuinieren mag zich al een paar jaar verheugen in een toenemende belangstelling. Het milieu werd een belangrijk maatschappelijk thema en 'bio' werd de trend. Maar de economische crisis dwingt de Fransen sinds vorig jaar echt en massaal de tuin in.

De werkloosheid loopt op, de koopkracht staat onder druk en de supermarkt is duur. Dus wie een paar zaadjes in de grond stopt, kan al binnen een jaar een behoorlijke stuiver besparen. En die trend is overal zichtbaar.

De Franse Federatie van Volkstuinen (FNJFC) is een koepelorganisatie van zo'n 250 verenigingen met volkstuinten in met name de grotere steden. En die constateren een enorme aanloop van belangstellenden. Wie in of rond Parijs een 'legale' volkstuin wil, komt op de wachtlijst. Met een beetje geluk ben je over vijf tot zeven jaar aan de beurt. In groot-Parijs zijn 3.500 tuinen beschikbaar die allemaal in gebruik zijn. Op de wachtlijst staan inmiddels meer dan 2.500 mensen.

De Franse tuindersvereniging 'Jardiniers de France' heeft vooral leden die al een eigen tuin hebben. Per jaar melden zich nu zo'n 10.000 nieuwe leden, die ook zaadjes, planten en bloemen willen bestellen via de vereniging.

'De crisis speelt sinds vorig jaar een heel belangrijke rol', vertelt directeur Daniel Lys. 'Mensen moeten op hun portemonnee letten en

beginnen daarom vaker een eigen groentetuin. Dat horen we van de mensen die zich aanmelden als lid en ook tijdens de workshops die we organiseren in het hele land.'

'Jardiniers de France' heeft zelfs een speciale aanbieding gemaakt. Leden kunnen nu voor 5 euro een zakje kopen met 10 verschillende zaden voor groenten. 'We hebben uitgerekend dat mensen daarmee op termijn duizenden euro's aan boodschappen kunnen uitsparen.'

En daarmee is het economisch klimaat getekend. Ook kort na de Eerste Wereldoorlog en in crisisjaar 1939 verspreidde de vereniging zaden om de ergste nood te lenigen. De leden kregen zakjes met zaden om een gezin van 6 mensen een jaar lang te kunnen voeden.

Financiële motieven

Ook de Federatie voor Volkstuinen (FNJFC) wil in de huidige crisistijd die 'economische' kant van het tuinieren benadrukken. De organisatie liet een studie doen naar de opbrengst van een volkstuin van 150 tot 200 vierkante meter. Daaruit blijkt dat een huishouden gemiddeld 500 tot 700 euro per jaar kan besparen aan boodschappen als het zelf voor eten-uit-de-tuin zorgt.

'De mensen die zich vandaag de dag bij ons aanmelden voor een volkstuin doen dat vooral uit financiële motieven', zegt FNJFC-voorzitter Hervé Bonnavaud. 'De crisis heeft een enorme invloed. Veel families hebben geldproblemen. Ik krijg zelfs mensen aan de lijn die zeggen: 'Ik wil een eigen tuin om mijn kinderen te kunnen voeden'. Het kweken van eigen groenten bespaart ze gewoon veel geld in de winkel.'

En dat is overal merkbaar. In heel het land worden, als de ruimte het toelaat, nieuwe volkstuinen aangelegd. In het stadje Tarbes, in de Pyreneeën, waren dat er de afgelopen jaren al bijna 80. Dit jaar kwamen de laatste 22 erbij, om aan de enorme vraag van de bewoners te voldoen. 'Pas dit jaar konden we eindelijk de verzoeken om een volkstuin honoreren die in 2002 werden gedaan', aldus wethouder Eugène Pourchier.

De burgemeester van Cannes - bekend van vip-gasten en het filmfestival - maakte bekend de komende jaren 300 nieuwe volkstuinen in de stad te willen openen. Dit jaar werden er 10 aangelegd, volgend jaar nog eens 75.

In heel Frankrijk worden vandaag de dag workshops met als thema 'de anti-crisis-moestuin' georganiseerd. 'Ik ontmoet steeds meer jongeren die nooit van tuinieren hielden, maar er nu wel mee beginnen om te bezuinigen', aldus een van de initiatiefnemers, Michel Jourdain.

Groen balkon

Een van Frankrijks grootste ketens van tuinwinkels, Truffaut, heeft één winkel in Parijs. En daar moest de afdeling met zaadjes voor groenten

en fruit worden uitgebreid - zó groot is de vraag van Parijzenaars met een tuintje of een groen balkon. De verkoop stijgt op die afdeling met 10 tot 15 procent per jaar.

Het glossy weekblad Paris Match - meestal gevuld met reportages over artiesten, politici en zakenmensen - ruimde deze zomer ruimte in voor het onderwerp 'jardinier écolo': ecologisch verantwoord tuinieren. Met vijf tips werden de Franse tuinders bijgepraat over mest, water en insecten.

Jean Griffault komt in zijn tuin in Parijs aanlopen met een tomaat. Hij snijdt hem in stukken. 'Moet je proeven.' De stukjes tomaat worden verdeeld over de aanwezige tuinders en er wordt geproefd en instemmend geknikt. 'Heerlijk', zegt de een. 'Zó smaakvol', zegt een ander.

Griffault zet daarna zijn zakmes in een perzik. 'Die was gevallen. Dan kan je 'm niet laten liggen toch?'. Ook de perzikstukjes gaan rond.

'Ik ben pas in mei met mijn tuintje begonnen', vertelt Daniele Tenet. 'Maar ik ga door tot ik erbij neerval. Het is zo leuk. Je eigen eten kweken, het is goedkoop, en het contact hier met de andere mensen is erg gezellig.'

Over de 'opbrengst' zijn ze ook te spreken.

Griffault: 'Ik heb dit jaar tot nu toe zo'n 30 kroppen sla geoogst. En ik gok ook nog wel zo'n 10 kilo tomaten. En veel kruiden, naar dat weegt natuurlijk nauwelijks iets.'

Tenet: 'De afgelopen maanden alleen al heb ik wel 10 kilo aan sperzieboontjes geoogst. En ook veel kersentomaatjes, 2 bakken vol, dat is zo'n 5 of 6 kilo. En sla, tsja, dat is gewoon héél, héél, héél erg veel. Bijna elke dag wel een krop.'

Bron: De Standaard/Vlaams-Brabant, 19/09/2009

Genetic engineering: The world's greatest scam?

Informatief anti-GGO animatiefilmpje van Greenpeace.

[Klik hier om het filmpje te bekijken](#)

Le vin nature revient au goulot

En quelques années, le nature a chamboulé le monde vinicole. Soucieux de l'environnement, de l'expression du terroir et du bien-être du consommateur, ce vin incarne le goût du jour. Chez nous aussi. Explications.

Un contexte favorable Une révolution copernicienne

« Chassez le vin naturel à il revient au goulot », le slogan illustré par le dessinateur Siné pour orner le tee-shirt de l'Association des Vins naturels a des allures de prophétie. Difficile désormais de ne pas croiser une table bien dans son époque qui ne propose pas au moins une référence de vin nature. Qu'il s'agisse de Rouge Tomate (Bruxelles), du classieux Dôme (Anvers) ou du moléculaire L'Air du Temps (Noville-sur-Mehaigne), les flacons dits « nature » ont conquis le palais des sommeliers les plus exigeants. Plus symptomatique encore, on les retrouve à la carte d'adresses qui incarnent l'excellence gastronomique nationale, qu'il s'agisse des triples étoilés Hof Van Cleve (Kruishoutem) et De Karmeliet (Bruges), ou encore de l'emblématique Comme chez soi (Bruxelles). Aujourd'hui, ces flacons possèdent même leurs grands-messes, des salons ultracourus tels que, dans l'Hexagone, La Dive Bouteille ou La Renaissance des Appellations. Dans la foulée, la presse spécialisée se penche également sur le phénomène, à l'instar de La Revue du Vin de France - jusqu'ici pourtant frileuse en la matière - dont les colonnes s'ouvrent désormais aux acteurs de ce renouveau œnologique.

Que s'est-il donc passé ? Quand on sait qu'à l'origine ces jus non conformes à l'orthodoxie viticole se sont attiré les foudres d'un grand nombre de spécialistes à Avec des nez atypiques et des procédés déroutants, ils étaient considérés au mieux comme des vins d'illuminés, au pire comme des vins de bouseux juste bons à élever des chèvres dans le Larzac. Pas de doute, aujourd'hui c'est bien le vent - et non le vin - qui a tourné.

Le succès des vins nature est indissociable des préoccupations écologiques actuelles. Quiconque boit du vin et est sensible aux questions d'environnement s'interroge à Comme l'a écrit Denis Saverot, directeur de la rédaction, dans La Revue du Vin de France (1), « La viticulture a longtemps été l'une des activités les plus polluantes de l'agriculture moderne. A elle seule, la vigne a absorbé depuis dix ans un tiers des 95 000 tonnes de pesticides épandus chaque année en France, premier utilisateur en Europe de ces produits. Songez que jusqu'en 1972 on traitait les vignes au DDT, terrible poison mis au point par l'homme pour détruire les insectes. » Le constat alarmant a été corroboré par Claude Bourguignon, célèbre biologiste français spécialiste des sols, qui a tiré la sonnette d'alarme en déclarant que « Dans beaucoup de vignobles français il y a moins de vie microbiologique qu'au Sahara ».

Face à ce désastre et à ses conséquences sur le vin, une poignée de viticulteurs (2) s'attache à renouer avec l'idée d'un vin au plus proche d'une vérité qui ne soit pas celle de la technologie mais celle de la nature qui le porte.

Avant toutes choses, une petite explication s'impose pour éviter la sempiternelle confusion entre vin nature et vin bio. A proprement parler, il n'existe pas de vin bio dans la mesure où comme tout vin est le

résultat de deux procédés distincts : la culture du raisin et la vinification. Vin bio, cela signifie simplement que les raisins avec lesquels il a été produit sont issus de l'agriculture biologique. C'est rassurant à mais loin d'être suffisant. Pour cause, dans certains cas, cette agriculture respectueuse peut être complètement gâchée par une vinification peu scrupuleuse introduisant des intrants chimiques de synthèse (levures exogènes, sulfite) qui en altèrent le goût.

Face à cette situation paradoxale, une autre conception s'est développée que l'on nomme à défaut « nature ». Pour la comprendre, il faut revenir aux années 1960, époque à la fois providentielle et fatale aux vignerons. C'est le moment où l'industrie pétrochimique se lance dans une grande campagne pour la promotion de ses produits. Elle introduit d'abord le désherbant, spontanément adopté par les viticulteurs. A surface équivalente, il ne faut plus que deux jours pour désherber ce qui avant prenait quatre mois. Cet acte d'apparence anodin a été le premier coup porté à la vie des sols. Un premier effet pervers en découle : sans l'assistance des microbes et des bactéries, la racine de la vigne ne peut plus se nourrir du sol. Elle ne pousse plus. Qu'à cela ne tienne, l'industrie sort un second remède miracle : les engrais chimiques. Sous leur effet, les vignes poussent à nouveau mais le lien est alors une première fois rompu avec le terroir qui se voit là trafiqué.

Plus grave encore, les vignes deviennent davantage sujettes aux maladies. Troisième botte secrète de l'industrie : les médicaments dits « systémiques ». Des produits qui pénètrent dans la sève et mettent le métabolisme de la plante en danger. Peu à peu, le vin perd son goût et sa saveur. Pour compenser cela, la pétrochimie propose alors près de trois cents levures aromatiques synthétiques, c'est ce qu'on appelle les « levures exogènes ». Grâce à ces dernières, n'importe quelle vinasse peut avoir le goût de framboise, mûre à l'envi, ces levures permettent aux vignerons de signer des vins calqués sur des critères industriels et des analyses de marché. Aussi faciles à faire qu'un yaourt avec à la clé le même résultat gustatif d'année en année. Dans la foulée, les crus devenus techniques et artificiels perdent leur propension à vieillir en se bonifiant. Résultat : les appellations sont tronquées et l'amateur floué.

C'est contre cet état de fait que s'inscrit le vin nature, dont en Belgique aussi, une série de personnalités crédibles font l'apologie. Laurent Mélotte par exemple. Cet ingénieur agronome faisant valoir une spécialisation brassicole est une tête chercheuse gustative, aussi à l'aise avec un thé millésimé de Chine qu'avec des épices rares. Normal quand on a été responsable, pendant plusieurs années, de la qualité gustative d'un panel de bières au sein de l'entreprise qui s'appelait alors Interbrew. Précis sur les dégustations, il a tout plaqué pour se concentrer sur le vin nature.

Installé à Pécrot, en Brabant wallon, Laurent Mélotte n'a pas hésité à transformer son salon en boutique-entrepôt ouverte aux particuliers. Converti au nature, il propose également des séries de cours pour s'initier au phénomène. « Il y a plusieurs raisons de venir au vin nature,

s'enthousiasme-t-il. L'environnement, la santé, la curiosité. Même si je considère qu'à notre époque le minimum pour un produit de luxe comme le vin serait de se rallier au bio, ce n'est pas cette question qui m'y a mené. Élevé au goût de la ferme, je me suis passionné pour le "nature" parce qu'il élargit le spectre des arômes et la palette des goûts. Quand je bois un vin avec du sulfite, je le goûte immédiatement. Il y a un caractère serré, constipé, qui m'insupporte. Je pense qu'il faut se former au vrai goût des choses : notre palais est malheureusement formaté selon les critères de l'industrie agroalimentaire qui sont ceux de la production de masse. Dans le vin nature, on retrouve le fruit, le sol, soit des saveurs gourmandes que ne restituent pas aussi fidèlement les vins conventionnels. »

« Gourmandise » et « croquant » sont les deux termes qui reviennent dans la bouche de Laurent Mélotte pour caractériser les flacons qu'il défend. « Un véritable apprentissage est nécessaire pour aborder le nature, souligne-t-il. Sans cela, un vin peut finir dans l'évier alors qu'il aurait suffi de le carafier correctement. Il faut également savoir que des notes oxydatives, celles qui effraient les puristes, de pommes blettes par exemple, peuvent créer de belles harmonies mets-vins avec la cuisine indienne. »

Avec le vin nature, certains principes sont remis en cause. Par exemple, plus question de mettre Bordeaux au centre du monde viticole. Avec le nature, tous les terroirs, même les plus petits sont sur le même pied, qu'il s'agisse de l'Ardèche ou du Marmandais. Pareil pour les AOC - les fameuses appellations d'origine contrôlée - qui ont ici tendance à s'effacer derrière les vigneron. Sans compter que ces derniers se moquent des étiquettes : ils prennent un malin plaisir à les dynamiter à coups de jeux de mots iconoclastes façon « Chenain de Jardin » - en référence au cépage angevin - ou de dessins décalés.

A Bruxelles, le Bistro de la Poste, adresse à la fois caviste et restaurant, valorise cette approche. Guillaume Joubin, le sommelier, a travaillé aux côtés de plusieurs étoilés français de référence, de Marc Veyrat à Olivier Roellinger. Il a également officié à l'Élysée lors du second mandat de Jacques Chirac. Modeste et modéré, il évite tout discours radical : « Les vins nature possèdent une buvabilité et une digestibilité incomparables. Ce sont ceux qui pour moi respectent le mieux la définition du mot "vin", à savoir : "boisson alcoolisée provenant de la fermentation du raisin". Je ne dis pas que ce sont les meilleurs vins mais ce sont ceux que j'aime. Sur un terroir, il faut de tout, du vin traditionnel et du nature, c'est cette diversité qui est intéressante. » N'empêche, Joubin sert la cause avec zèle. Pour preuve, lorsqu'il occupait sa fonction à l'Élysée, 80 % des vins servis lors de la garden-party du 14 juillet étaient nature.

Des flèches continuent toutefois à être décochées à l'encontre des vins nature. Certains leur reprochent d'imposer une autre uniformité - non pas industrielle mais naturelle - celle-là. En clair, ils présenteraient des caractéristiques gustatives similaires qui feraient obstacle à la typicité du terroir. Pour les opposants au nature, rien ne ressemblerait plus à une

syrah nature qu'une autre syrah nature, peu importe son lieu de provenance.

Pour Pascaline Lepeltier, sommelière exécutive pour le groupe Rouge Tomate et véritable encyclopédie sur le sujet, le reproche n'est pas sans pertinence. « Certains vignerons ont mal compris le message, déclare-t-elle. Il ne s'agit pas de laisser faire la nature. Le vin nature n'est pas un vin de paresseux. Au contraire, il faut travailler d'arrache-pied en amont pour obtenir la matière première la plus noble possible. C'est seulement à cette condition que la vinification pourra être la plus pure possible et, partant, la plus fidèle au terroir. Des grands vins, je pense à la Romanée-Conti ou à Pontet-Canet, travaillent en nature sans communiquer là-dessus. »

Reste que Pascaline Lepeltier se présente comme une inconditionnelle du genre. « Un élément devrait interpeller tout le monde, conclut-elle. Le vin est l'un des rares produits sur lesquels n'est pas indiqué tout ce qui entre dans sa composition. Ce manque d'information est regrettable. Pour faire une comparaison, il peut y avoir autant de différence entre deux vins, qu'entre un jus d'orange pressé et un jus à base de concentré congelé. Ce que l'on appelle du vin n'a parfois qu'un vague rapport avec le fruit en question » C'est sans doute la raison pour laquelle de nombreux amateurs considèrent le vin nature comme une voie sans issue. Une fois le pied dedans, plus possible de faire machine arrière.

(1) Editorial de La Revue du Vin de France, février 2009. (2) On estime à 5 % le nombre de vignerons travaillant le vin au naturel.

Bron: Le Vif Express, 18/09/2009



VERWERKER

25 jaar Brugse pannenkoeken

De Brugse Pannenkoeken bestaan een kwarteeuw. Annie Alderweireldt startte het familiebedrijf destijds in haar garage in Dudzele. Geal speelt intussen mee op de Europese lekkernijenmarkt. Toch houden Annie en zoon Tom voeling met de omgeving. Naast supermarkten en horeca kunnen ook lokale verenigingen nog altijd de streekgebonden pannenkoeken aankopen.

Annie Alderweireldt verwende 25 jaar geleden haar burens in Lissewege met een forse lading pannenkoeken. Buiten haar weten, werden daar de Brugse Pannenkoeken geboren. Als kokkin aan de kust kende ze rustige wintermaanden. "We verhuisden naar Dudzele en ik bakte voor de lokale bakker en kleinhandel. Eerst in de keuken, later in onze garage", zegt Annie.

De pannenkoeken vielen in de smaak en de bestellingen rolden binnen. "Het succesrecept kwam er door een beetje te experimenteren met de verhoudingen. Al speelt de kwaliteit van de ingrediënten ook een rol.

Zo bestaat er ook bloem van vijf euro per kilo in plaats van 20 euro. En kan gewone suiker vervangen worden door vloeibare, maar dat merk je in het eindproduct.

"Na zes jaar kreeg Annie de steun van haar man Bart. "Hij gaf zijn werk op en stapte mee in de zaak. We deden nog steeds alles met de hand en rijfden Delhaize binnen als klant", vertelt Annie.

In 1994 verhuisden de Brugse Pannenkoeken naar de Peraltastraat op het industrieterrein Herdersbrugge.

"Mijn man had ideeën opgedaan voor een machine, die hij samen met een ingenieur uitwerkte. Sindsdien loopt alles geautomatiseerd, we werken nu met drie dergelijke machines. Per shift van 7 uren produceren onze bakker en vier arbeiders 72.000 stuks of 4.000 kilogram pannenkoeken. In drukke periodes, tussen oktober en maart zijn dat dikwijls twee shiften per dag." Acht jaar geleden overleed Annie's man Bart. "Mijn zoon Tom stapte toen mee in de zaak, al was hij nog net leerplichtig. Hij wordt klaargestoomd om mij op te volgen", zegt Annie.

De Brugse Pannenkoeken zijn naast België ook in Frankrijk, Nederland, Luxemburg, Spanje en Italië te verkrijgen. "Die laatste twee zijn niet echt pannenkoekenlanden, maar toch is er voldoende afzetmarkt. Volgende week trek ik naar Oostenrijk om ook daar contacten aan te knopen", zegt export sales manager Bernard de Saedeleer.

De pannenkoeken kennen intussen enkele varianten naast de gewone Brugse zoals bio en de hartjes in de Valentijns- en Moederdagperiode.

Geal heeft na 25 jaar ook uitbreidingsplannen. "Door de crisis wachten we nog even af, maar de plannen zijn er om bij te bouwen."

Bron: Het Laatste Nieuws/Oostkust, 16/09/2009



Marc de Bel en C&A gaan bio

Jeugdauteur Marc de Bel en kledingketen C&A slaan de handen in elkaar voor een beter milieu. Sinds begin september ligt een speciale biokatoen-kledinglijn rond de figuurtjes De Boeboeks in de winkels van C&A, en de komende weken worden via het personeel 60.000 gratis exemplaren van De buskerbrigade verspreid in Vlaamse en Waalse scholen. Marc de Bel wil de basisscholen zo een hulpmiddel geven om op een leuke manier het milieu aan bod te laten komen in de lessen.

Gisteren stelde de auteur het boekje zelf voor in de Vrije Basisschool in Grimbergen. 'Ik hoop dat kinderen zich vragen gaan stellen over welke materialen voor hun kleding gebruikt worden en waarom biokatoen niet méér gebruikt wordt', aldus Marc. 'Onrechtstreeks kunnen de kinderen

meehelpen om de wereld minder te vergiften. Als ze daarover al eens een paar minuutjes nadenken, heb ik mijn doel bereikt. Bio is bio-tiful!

Bron: Nieuwsblad.be, 15/09/2009



Mediterranean weed offers natural fruit flavours: Study

Extracts from a Mediterranean wild shrub have a fruit-like aroma, which shows their potential to flavour beverages, suggest new findings from Italy.

Essential oil extracts from *Teucrium flavum* L. subsp. *flavum* contained a high proportion of the apple-like flavour (Z,E)-alpha-farnesene, in addition to a range of other compounds, according to findings published in the Journal of the Science of Food and Agriculture. The plant species is already interesting the food industry, said the researchers, because many are already used in the preparation of flavoured wines and beers, herbal teas, and liqueurs.

The study is said to be the first report of the fruit-like aroma of *Teucrium flavum* L. subsp. *flavum*.

“The particular fruit-like aroma of the plant confirms the usefulness of the species as natural flavouring agent in wines, beers, bitters and liqueurs, and suggests also other applications, mainly as aroma and taste enhancer in food processing,” wrote the researchers from the University of Camerino.

The whiff of opportunity

Filippo Maggi and his co-workers used hydrodistillation (HD) and headspace solid-phase micro-extraction (HS-SPME) technique to extract and analyse the compounds from various parts of the plant, including different parts of a single flower.

According to their findings, a total of 102 components were identified, with sesquiterpenes hydrocarbons representing the major fraction, accounting for almost 50 per cent. The main component was identified as (Z,E)-alpha-farnesene, which is known to have an apple-like aroma.

“The major volatile (Z,E)-alpha-farnesene is one of the two naturally occurring stereoisomers of alpha-farnesene, an acyclic sesquiterpene hydrocarbon that was found in the coating of apples, and other pomoidea fruits,” explained the researchers.

“The two stereoisomers are responsible for the characteristic green apple odour. They have been detected in apple distillates where are responsible for an important ‘apple-like quality’ scent and, generally, for a ‘fresh floral terpenyl topnote’.

“They are used also for enhancing the aroma or taste of foodstuffs, chewing gums, medicinal products and toothpastes,” they added.

From apples to mushrooms

Maggi and his co-workers also identified 1-octen-3-ol as a major contributing aroma compound. This is well-known as a mushroom

aromatic compound, and also reported to be an aroma component in several food products and beverages, they said.

“The major contribution to the aroma of the plant was given by flowers, while their fragrance seemed to depend mainly on the volatiles emitted from sepals of calyx, which included the majority of compounds detected in the whole flower (47 out of 54, and 65 out of 68 in dry and fresh samples, respectively),” report the researchers.

“However, the corolla was the major source of some volatile compounds, such as linalool and 1-octen-3-ol,” they concluded.

Bron: Journal of the Science of Food and Agriculture, 22/09/2009



Catering NL - "Een mooie maaltijd in Brabant"

Op 10 september werd in het Provinciehuis in ‘s-Hertogenbosch het startsein gegeven van het project ‘Een Mooie Maaltijd in Brabant’. Doel van het project is om, met gebruik van biologische en streekgebonden producten, de kwaliteit van de maaltijden in zorginstellingen verder te verbeteren.

Het project is een initiatief van de VKGE en geeft gehoor aan de vraag van de cliënt naar meer streekgebonden, herkenbare producten met een authentieke smaakbeleving. Na jarenlange negatieve publiciteit omtrent eten en drinken in de zorg is dit het antwoord van de VKGE en haar leden. De cliënt (gast) heet recht op een mooie maaltijd! De VKGE representeert meer dan 40 zorgorganisaties in Brabant.

Projectleider Phyllis den Brok: “Door het bundelen van de vraag van de deelnemende zorginstellingen is, na afloop van het project, een omzet van 1 miljoen euro per jaar met streekgebonden en/of biologische producten realiseerbaar. Dit betekent dat dan 90 zorglocaties in Brabant actief bezig is met ‘Een Mooie Maaltijd in Brabant’. Daarnaast zijn doelen in het project het vormen van succesvolle ketens tussen producent, distributeur en klant en het neerzetten van inkooppakketten al dan niet gecombineerd met lokale activiteiten. Het credo hierbij is: ‘Denk kleinschalig, handel grootschalig’.”

Om deze resultaten te bereiken wordt in het project niet alleen aandacht geschonken aan het product zelf maar ook aan aspecten als de beleving, smaak, logistiek en marketing van deze producten.

Het project "Een Mooie Maaltijd in Brabant" hoopt een stimulerende rol te kunnen vervullen voor andere activiteiten in het land op dit gebied. Het ministerie van LNV, het bestuur van de ZLTO en de Landelijke Taskforce Biologische Landbouw hebben aangegeven zeer geïnteresseerd te zijn in dit project.

Bron: Food Hospitality, 14/09/2009



Natural Cosmetics Conference – questions to Elfriede Dambacher

The International Congress Center, NürnbergMesse, invites you for the second time to the conference of the natural cosmetics industry. Elfriede Dambacher, an expert in natural cosmetics, is once again the programme director, and she has brought a number of interesting and internationally renowned experts to Nuremberg for the conference that will be held on 22-23 September 2009. The programme encompasses markets and brands, concepts at POS and questions of labelling and packaging. Above all, the international contributions promise an exciting view of the worldwide development of natural cosmetics. We spoke to Elfriede Dambacher about her assessment of the market and the conference highlights.

Frau Dambacher, how is the natural cosmetics industry developing in the context of the international economic crisis this year?

The natural cosmetics industry seems to be following its own economic trajectory, and even this year the industry is still growing appreciably. However, it won't be posting the double digit growth that has become common over recent years in Germany. But the natural cosmetics firms, and the German manufacturers in particular, can certainly continue to grow at the international level.

In the course of two days, the natural cosmetics industry conference shines a light on the most diverse issues. What are for you the most exciting topics?

What I find exciting is how consumers perceive natural cosmetics – how green cosmetics have to be for customers to regard them as natural cosmetics. What does that mean for manufacturers? What does that mean for positioning brands and for getting the message across? Today, a brand has to focus more clearly on its core value to ensure that its unique qualities can be communicated. Something else that is extremely interesting and exciting is investigating and discussing the consequences of the change from a demand-led market to a supply-led market. How will players achieve the transition? And what are the conclusions industry and trade should draw from this situation? One of the functions of a conference is to provide impetus and to think outside the box – something that is reflected in the international contributions.

The structure of the conference programme is certainly international. With speakers like Ted Ning, the managing director of the Lohas Conference, Professor Ruut Veenhoven from the Netherlands and other contributors, the participants will really see the wider perspective. Is the natural cosmetics business at the international level gaining in importance?

Because of the rapid transition the market is undergoing, there is a tension between growth and competition, and this is what the conference should demonstrate. Players in the industry have direct experience of this rapid change. In creating the conference programme, we felt it was important that discussions should go beyond the issues of product quality and that the conference should stimulate new thinking

because it can examine issues from completely new angles and perspectives.

We are anxiously awaiting the results on the second day from Kline Management Consulting under the headline “Think global – act local in international markets”. It will be interesting to see in what international context markets will move in future. Ted Ning will examine the power of the consumer and reveal new possibilities regarding communication. We have cast our net so wide that we have invited the happiness researcher Professor Veenhoven, who will show what constitutes our living environment today in a completely new light. The world in which we all live is in the process of change, and that affects the behaviour of consumers. These are all topics with international implications and global interest, because the natural cosmetics industry has been an international industry for a long time. We are also looking forward to seeing how international insiders assess the markets – in short, how green is the cosmetics market becoming? Over and above all this, there will be plenty of opportunities at the conference to talk to people in the natural cosmetics business, swap ideas and network.

Where do you think the natural cosmetics market is going? What are its future prospects?

We certainly need to have a more complex view of the natural cosmetics market than just a few years ago. Trade names have become the driving force in the market in Germany, whilst the pioneer brands are having to face stiff competition.

We will get answers at the conference to the question of whether there are identifiable limits to growth and what form the market will take in the future. People attending the conference on 22 and 23 September in Nuremberg will be presented with current trends and ideas from many different angles. Anyone wanting to be involved in shaping the rapidly changing market should not miss this event.

Bron: Organic Market, 15/09/2009



VERKOOPPUNT

Dennree: Holistic approach brings many advantages

Dennree, founded in 1974, has been instrumental in shaping the history of wholefoods over the last 35 years. “Shaping the organic industry together” is the watchword that encapsulates this market leader’s commitment to the future. The company has created the BioMarkt-Verbundgruppe, a network of over 200 independent retailers that will play an important role in this endeavour. This explains why Dennree sees itself today not only as a wholesaler but also as a retailer. With numerous exclusive brands in both food and non-food, Dennree is challenging the conventional food trade. Dennree, the organic company with the highest turnover in Germany, concentrates exclusively on the specialist trade, and from its headquarters in Töpen it does business with around 1,500 retailers in Germany, Austria, South Tyrol and

Luxembourg. Organic Market.Info visited the company.

One of the 160 lorries belonging to the company is a reminder of the early days of the organic market partnership concept, when the predecessor of the current network was called “Naturring”. You can still see the name in faded lettering on the old 12-ton lorry, whose advanced years mean that it can now only be driven on company property. It is impossible to say now how many tons of wholefood have left the nine Dennree warehouses at their various locations over the years since the early 1970s. It could well be in the millions. An old upholstery factory on the edge of the village of Töpen was converted in 1986 to create the first warehouse where the company headquarters now stand. Töpen is in the administrative district of Hof in Bavaria – the wider region is called the Vogtland – and was not far from what used to be the Iron Curtain separating West Germany from Thüringen. Since those days, the storage capacity has been expanded to 40,000 m², with room for more than 27,000 pallets. With around 10,000 articles from 600 suppliers, 1,500 retail customers, a massive fleet of vehicles, 1,050 employees and a turnover of 330 million euros (2008), the Dennree group is one of the top-flight companies in the organic trade in Europe.

“We’re aiming at the middle of society with our products,” says Peter Knopp, the head of department for trade at the headquarters in Töpen. The fact that the wholesale business has eight regional warehouses across Germany and is also present in Au