



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, ABS en BioForum



BioForum Bioknipsels 42 - 3 december 2009

Zondag komt Sinterklaas langs. Wat brengt hij bij jou? Het traditioneel plastic speelgoed of heeft hij deze keer uitgekeken naar wat duurzamer en verantwoordelijker speelgoed?

Veel leesplezier,
BioForum Vlaanderen

CONSUMENT - ALGEMEEN

- [Soil Association to be official supporter of Food, Inc.](#)
- [Oh oui, chéri, c'est bon... c'est bio!](#)
- [Bio-experiment in Vloethemveld: Gentse universiteit plant 35.000 boompjes in vier dagen](#)
- [NL - Touroperator kan meer met groene vakantie](#)

PRODUCENT

- [VLAM-campagne legt Damse mokke geen windeieren](#)
- [Hoger pesticidengebruik door genetisch gewijzigde gewassen](#)
- [NL - Aanzet tot welzijnsindicatoren voor de biologische aquacultuur](#)
- [NL - Flower enthusiasts thrilled by organic bulbs](#)

VERWERKER

- [Flanders Food start nieuwe onderzoeksprojecten](#)
- [Catering - Studenten verpleegkunde winnen wedstrijd duurzaam koken](#)
- [Catering - FR - Traiteur bio : à la recherche de l'oiseau rare](#)
- [Certified organic cosmetics from Istanbul](#)
- [Maximaliseer je ecologische voetafdruk](#)

VERKOOPPUNT

- [Biologisch eethuis en kledingwinkel in Antwerpen](#)



- [OIVO wil voedselverspilling voorkomen](#)
- [Nieuwe formule voor online-webwinkel](#)
- [Speelgoedzaak heeft niet veel groens voor in de zak](#)
- [NL - Verschil is er alleen voor kenners](#)
- [VSA - Les produits bio à l'assaut](#)

CONSUMENT - ALGEMEEN

Soil Association to be official supporter of Food, Inc.

In Food, Inc., filmmaker Robert Kenner lifts the veil on the food industry in the USA, exposing the highly mechanized shady side that has been hidden from the American consumer with the consent of the government's regulatory agencies, USDA and FDA, according to the Website of Food, Inc.. Food supply is said to be now controlled by a handful of corporations that often put profit ahead of consumer health, the livelihood of the American farmers, the safety of workers and of the environment. Chickens are bigger-breasted, pork chops are perfect, soybean seeds are herbicide-resistant and tomatoes won't go bad, but there are new strains of E. coli that causes illness for an estimated 73,000 Americans annually, widespread obesity, particularly among children, and an epidemic level of diabetes among adults. Featuring interviews with such experts as Eric Schlosser (Fast Food Nation), Michael Pollan (The Omnivore's Dilemma, In Defense of Food: An Eater's Manifesto) along with forward thinking social entrepreneurs like Stonyfield's Gary Hirshberg and Polyface Farms' Joel Salatin, Food, Inc. reveals surprising and often shocking truths about what is eaten, how it's produced, about the nation itself and where it is expected to go who from here. The Soil Association has announced to be the official charity supporter of the release of Food, Inc., the documentary which reaches UK cinema screens on 12 February 2010. Molly Conisbee, the Soil Association's director of communications, stated that they were calling for their members to get behind this important film. A UK-specific website will go live in the coming months.

Bron: Food, Inc., 27/11/2009

Oh oui, chéri, c'est bon... c'est bio!

Les préservatifs sont évidemment la solution idéale pour garantir des relations sexuelles en toute sécurité, mais ils ne sont pas bons du tout pour l'environnement.

La marque French Letter vient donc de créer des capotes en latex végétal. Bon, c'est évidemment le cas de tous les préservatifs pensés pour éviter les allergies, mais ici, ils ne sont pas traités à base de produits chimiques mais à base de "substances ajoutées naturelles".

Les préservatifs French Letter, aux noms évocateurs (Aphrodisiaque, Douce Caresse, Massage Stimulant...), sont emballés dans des sortes de petits sachets de thé aux couleurs vives. La marque ne s'en cache pas: elle vise principalement les femmes! Eh oui, il n'y a pas que les hommes qui achètent le petit ballon de protection.

Bron: 7sur7, 27/11/09



Bio-experiment in Vloethemveld: Gentse universiteit plant 35.000 boompjes in vier dagen

Een terrein van 9,5 hectare naast het vroegere militair domein in Zedelgem vormt deze week het decor voor het grootste ecosysteemexperiment ter wereld. Tweehonderd vrijwilligers planten er 35.000 boompjes in vier dagen.

Coördinator van het Belgische luik van het experiment, het zogenaamde Forbioproject, is professor Kris Verheyen van het Laboratorium voor Bosbouw van de Universiteit Gent. "De keuze voor het terrein in Zedelgem kwam er vrij toevallig. Het Vlaams Gewest kocht het terrein naast het militair domein in Vloethemveld op. Meteen een kans voor ons om er met dit project de starten. De vroegere landbouwgrond is bijzonder geschikt om er een bos te planten. Het sluit bovendien prima aan bij het bestaande bos."

Met man en macht zullen zo'n tweehonderd vrijwilligers de komende dagen liefst 35.000 bomen planten. "We trommelden de mensen op via de verschillende natuurverenigingen in ons land. De meeste vrijwilligers zijn leden van zo'n vereniging of reageerden op de oproep van het Agentschap voor Natuur en Bos", vertelt Kris Verheyen.

Het voormalig akkerland vormt - als het weer het toelaat - tegen zaterdagavond het decor van een nieuw ecologisch bos, waarin vijf boomsoorten gebruikt worden. "Die soorten zullen alleen en in combinaties aangeplant worden. Daarvoor zijn 42 proefvakken uitgetekend. Elk afzonderlijk worden die proefvakken geanalyseerd. Eenmaal het bos dan volgroeid is, kunnen we zien wat dat voor effect heeft op de fauna en flora. Normaal gezien hebben meer boomsoorten een effect op de diversiteit in het aantal planten- en dierensoorten", zegt Verheyen.

Het langetermijnexperiment in Zedelgem zal gevolgd worden door de Universiteit van Gent, maar ook andere universiteiten uit ons land. Zelfs Europa houdt een oogje in het zeil. "Voordien bestonden daar geen studies over. Het is op elk gebied een uniek experiment. Ik durf zelfs zeggen: heel belangrijk voor de toekomst van onze bossen."

Dat streven naar biodiversiteit is de hoofdbedoeling van de initiatiefnemers. Er heerst immers een crisis in natuurland.

Recent onderzoek toonde immers aan dat de soortenrijkdom serieus aan

het afnemen is. "Dat is ook een ethisch probleem, want deze evolutie is nefast voor de goederen en diensten die de ecosystemen ons leveren. Meer soorten bij graslanden heeft bijvoorbeeld een positieve impact op koolstofopslag en waterhuishouding."

In maart doen de vrijwilligers nog eens hetzelfde in het Waalse Gedinne. Van dan af is het wachten op de eerste resultaten.

Bron: Het Laatste Nieuws, 3/12/2009



N

L - Touroperator kan meer met groene vakantie

Er zijn weinig duurzame vakanties, en het worden er nauwelijks meer. Volgens Desirée Verbeek laten touroperators een mooie kans liggen om hun markt uit te breiden.

Amsterdam Duurzaam toerisme komt maar niet van de grond. Waar in de voedingssector allerlei milieuvriendelijke initiatieven ontstaan, ligt de ontwikkeling van groene vakanties min of meer stil. Dit blijkt uit onderzoek van Desirée Verbeek (27), wetenschappelijk medewerker van het Sociaal Cultureel Planbureau. Aanstaaende woensdag hoopt ze te promoveren aan de Universiteit van Tilburg.

Gevestigde touroperators zouden veel meer kunnen inspelen op duurzaam reizen, zegt Verbeek. 'Hiermee kan veel winst worden behaald, zowel voor het milieu als op financieel gebied.'

Waarom komt milieuvriendelijk toerisme niet van de grond?

'Toen ik verschillende touroperators in 2007 ondervroeg, zagen veel organisaties de noodzaak van duurzaamheid wel in. Ze durfden ze echter niet als eersten aan te bieden. Wanneer een operator namelijk zegt dat hij groen bezig is, wordt direct verwacht dat hij honderd procent duurzaam is. Als dit dan nog niet het geval is, valt iedereen daaroverheen.

'Hierdoor heeft de consument milieuvriendelijke vakanties tot nu toe maar beperkt voorgeschoteld gekregen. En dan kiest hij er ook niet zo snel voor. Biologisch voedsel kom je overal, tot in de Albert Heijn, tegen. Zo raakt de consument eraan gewend. De groene vakantie ontdek je niet zo snel als je bij Jiba of Arke boekt. Deze reizen behouden zo hun primitieve geitenwollensokkenimago.'

Vindt de consument een duurzame vakantie dan helemaal niet van belang?

'Jawel, maar de meeste mensen menen dat ze hier niet zelf voor verantwoordelijk zijn. Veel vakantiegangers zien het als de taak van de overheid of de sector om met milieuvriendelijke oplossingen te komen.'

Waar kun je al groen op vakantie gaan?

'Alpine Pearls is een netwerk van verschillende toeristische bestemmingen in de Alpen waar je op een milieuvriendelijke manier op vakantie kunt gaan. Het is de bedoeling om toeristen daar zoveel mogelijk met het openbaar vervoer te laten reizen. Ter plaatse worden

wandel- en fietsactiviteiten aangeboden en kun je overnachten in een hotel met ecolabel. Alpine Pearls verkoopt al tickets voor onbeperkt openbaar vervoer in Oostenrijk. Het is de bedoeling dat zulke tickets in alle Alpenlanden komen.'

Zijn duurzame vakanties niet duurder dan 'gewone' vakanties?
'Dat hoeft niet per se. Een hotel met ecolabel is niet per definitie duurder en de trein kan goedkoper zijn dan het vliegtuig. Reizen met een energiezuinige auto is sowieso voordeliger en op vakantie gaan in eigen land kost minder dan een zomervakantie in Italië.'

Hoe maak je je vakantie groener?

'Het hangt er vanaf wat je wilt. Een gezin dat naar de camping in Frankrijk wil, heeft weinig aan de trein. Het huren van een energiezuinige auto zou voor hen beter zijn. Een wereldreiziger gaat toch wel vliegen, maar hij kan dit compenseren via GreenSeat of Trees for Travel. En via Green Key kan je allerlei milieuvriendelijke accommodaties vinden.'

'Touropoperators kunnen hier goed op inspelen. Door bijvoorbeeld bij het boeken van een reis uit te rekenen welk type reis het minst milieubelastend is. Bij cheaptickets.nl kun je al vluchten boeken waarbij het energielabel staat vermeld. Zo kun je direct zien hoeveel vervuiling de reis met zich meebrengt. Daarmee bied je de consument de mogelijkheid om voor het beste alternatief te kiezen.'

Kan de overheid nog een rol spelen in het verduurzamen van vakanties?
'Toerisme is een internationaal domein, dus regels binnen Nederland helpen maar tot op zekere hoogte. Kijk maar naar de vliegtaks. De invoering ervan werkte niet. Consumenten gingen in Nederland wel minder vliegen, maar in buurlanden konden ze alsnog goedkope vluchten boeken.'

Bron: de Volkskrant, 28/11/2009



RODUCENT

VLAM-campagne legt Damse mokke geen windeieren

De Damse mokke is 20, rond en onwaarschijnlijk succesvol. Sinds het bolvormig kaasje prominent in beeld komt in een VLAM-spot, kan kaasmaker Lode Vanhoutte de vraag nauwelijks bijbenen. De verkoop steeg de voorbije weken met 20 pro cent en het Damse kleinood ligt volgend jaar ook in de Colruytrokken.

Elk jaar verlaten vijftigduizend Damse Mokken de kaasmakerij. Dat de meeste bollen richting Duitsland gaan, is geen toeval. "De Damse Mokke is een echte biologische kaas en daar is bij onze oosterburen veel vraag naar", zegt Lode Vanhoutte, die ondanks het succes zijn Damse Kaasmakerij tot een eenmansbedrijf beperkt wil houden.

"Het heeft weinig zin om de productie van de Damse Mokke te gaan forceren, nu de vraag geweldig stijgt. De kaas heeft een rijpingsproces van drie weken in een koude, vochtige ruimte nodig. Dan pas verschijnt

het typische witte schimmellaagje op de oppervlakte en krijgt de kaas zijn romig frisse smaak".

Toch gaat de man, die ook de Damse Brie en de Damse Brie met Kruiden bedacht, in op de vraag van Colruyt om volgend jaar een lentecampagne te doen. "Mijn kaas zal in de koelafdeling van alle vestigingen te vinden zijn. Dat betekent een extra productie van duizend kaasbollen per week. Na de lente van volgend jaar zal de productie van de Damse Mokke dus verdubbeld zijn", aldus Lode Vanhoutte.

De kaasmaker uit het West-Vlaamse Damme heeft het reclamefilmpje voor Belgische kazen van VLAM zelf nog niet gezien, maar is aangenaam verrast. "Ik kijk er wel naar uit hoe mijn 'Damse Mokke' (West-Vlaams voor 'liefje') in beeld komt".

Bron: Het Laatste Nieuws, 28/11/2009



H

oger pesticidengebruik door genetisch gewijzigde gewassen

De commerciële teelt van genetisch gewijzigde gewassen (ggg's) heeft geleid tot een spectaculaire toename van het gebruik van pesticiden op de Amerikaanse velden. Dat staat te lezen in een rapport dat The Organic Center in samenwerking met de Union of Concerned Scientists (UCS) opstelde over de impact van de commerciële teelt van ggg's op pesticidengebruik tijdens de eerste 13 jaar van ggg-teelt. De onderzoekers concluderen op basis van officiële gegevens dat sinds de introductie van de teelt van genetisch gewijzigde maïs, soja en katoen in de VSA, het gebruik van pesticiden er drastisch is toegenomen. Bovendien is het verschil met de conventionele teelt steeds groter geworden, omdat daar het pesticidengebruik daalde. Sinds het de introductie van de ggg-teelt in de VSA in 1996, voeren twee types ggg's de boventoon: de herbicidentolerante gewassen (die besproeiing met grote hoeveelheden van een specifiek herbicide kunnen verdragen) en de insectresistente gewassen (die zelf een toxine produceren dat dodelijk is voor bepaalde voor het gewas schadelijke insecten). De teelt van insectresistente maïs en katoen heeft de voorbije 13 jaar geleid tot een daling in het insecticidengebruik met 29 miljoen kilo actieve stof. De herbicidentolerante ggg's brachten echter een toename van het herbicidengebruik met 173,3 miljoen kilo met zich mee. In totaal betekent dat dus een stijging van het pesticidengebruik (insecticiden en herbiciden) met 144,3 miljoen kilo de voorbije dertien jaar. Vooral de laatste jaren is het herbicidengebruik sterk toegenomen. Die toename is voornamelijk te wijten aan het ontstaan van herbicidenresistente onkruiden. In 1996, vóór de introductie van de ggg's, waren deze onkruiden nog onbekend. Vandaag groeien er minstens negen herbicidenresistente onkruiden op de Amerikaanse landbouwgronden. Door overmatig gebruik van steeds hetzelfde herbicide, krijgen resistente onkruiden immers de kans zich te vermeerderen. De landbouwers hebben hier op gereageerd door méér en/of sterkere herbiciden te spuiten, in een poging de onkruiden de baas te kunnen. De gevolgen voor het leefmilieu en de volksgezondheid zijn niet te onderschatten. Bovendien is het gevaar reëel dat er zich ook resistente

insecten zullen ontwikkelen, zodat de insectresistente ggg's hun doel voorbij schieten en ook het insecticidegebruik stevig zal toenemen.

[Klik hier om het rapport te lezen](#)

Bron: Bond Beter Leefmilieu, 26/11/2009



Aanzet tot welzijnsindicatoren voor de biologische aquacultuur

In Nederland wordt vis vrijwel uitsluitend gekweekt in gesloten systemen, de Recirculatie Aquacultuur Systemen (RAS).

Deze kweekvorm is nog niet opgenomen door bestaande biologische certificeringschema's, waardoor geproduceerde vis niet kan worden aangeduid als biologisch. Wageningen IMARES heeft een aanzet gegeven tot operationele welzijnsindicatoren (OWI's) die geschikt zijn om in de praktijk het welzijn van gehouden Afrikaanse meerval en Nijltilapia in RAS te kunnen volgen en zo nodig de omstandigheden waaronder zij worden gehouden bij te sturen.

Voor het vaststellen van deze OWI's is gebruik gemaakt van het HACCP-concept. HACCP is een internationaal erkend procesbeheersingssysteem en wordt toegepast in de levensmiddelenindustrie om gevaren voor de consument te vermijden of minimaliseren. Men stelt dan vast welke kritische controlepunten tijdens de productie moeten worden beheerst. Voor de OWI's heeft Wageningen IMARES de HACCP-benadering gebruikt om een suboptimaal welzijn voor de gekozen vissoorten te vermijden. De opgestelde OWI's zijn geschikt om de volgende aspecten tijdens de productie van Afrikaanse meerval en Nijltilapia te volgen: waterkwaliteit, voeropname, beschadigingen aan het dier, het sorteerproces en het proces van bedwelmen en doden.

Eerste aanzet

OWI's maken diverse zaken van dierenwelzijn meetbaar en beheersbaar in viskweeksystemen; het systeem is echter toepasbaar voor alle kweeksystemen. De welzijnsindicatoren voor de twee gekozen vissoorten vormen een eerste aanzet tot verdere ontwikkeling voor de praktijk, voor zowel viskwekers als certificeerders. Voor de biologische aquacultuur is het een belangrijke stap in de goede richting.

Biologische aquacultuur

Wereldwijd wordt al ruim 15 jaar biologische gecertificeerde vis geproduceerd. Biologische aquacultuur heeft een omvang bereikt van 53.000 ton per jaar. Dat is 0,5% van de mondiale aquacultuurproductie. Biologische aquacultuur streeft naar het minimaliseren van negatieve effecten op het milieu, het behoud van een hoog niveau aan biodiversiteit, respect voor dierenwelzijn en houdt rekening met de perceptie van consumenten.

Zie voor meer informatie het rapport Aanzet tot operationele welzijnsindicatoren voor de biologische aquacultuur op de site van Wageningen UR

Bron: Agripress, 26/11/2009

L - Flower enthusiasts thrilled by organic bulbs

The sale of cut flowers and bulbs grown organically is expanding slowly but surely. There are now quite a lot of market gardeners growing shrubs or ornamental plants, who for years have been selling via wholefood stores, organic supermarkets and markets. This article is a portrait of Peter Timmerman, who operates to the north of Amsterdam and sells half a million flower bulbs a year.

Full of enthusiasm, a girl is standing in a field of flowers and is enjoying their scent. Then she sees Annalies Timmerman, who is working in the field and runs towards her to say hello. Mrs Timmerman explains the various types of flower and their characteristics: as well as tulips, you can buy narcissus, crocus, snowdrops, muscari (grape hyacinth), iris and spring snowflake, that are cultivated by the Timmermans themselves or on neighbouring farms. All the bulbs or the farms are certified by Skal and carry the Dutch EKO logo.

It is the middle of April, and the tulips are in full bloom in the Province North Holland. Visitors gaze in amazement at huge fields of tulips, narcissus, hyacinths and muscari, that are found principally to the north and south west of Amsterdam. A sea of colour that intoxicates the senses. This colourful spectacle and the blue sky stretch as far as the eye can see. A good 1,000 people visit the Timmerman family's farm every year. On one occasion they even met Queen Beatrix, who was visiting innovative farms.

"In 2000, I took over my parent's farm, that has been in the family for five generations," explains Mr Timmerman (47). The farmhouse was built in 1740, and the Timmerman family has lived in it since 1893. "With dairy cows, there was no prospect of growth, so we changed to bulbs," he says. In 2001 the farm converted to organic production. As a second string to their bow, the Timmermans have built up a herd of 130 red deer for the sale of meat and antlers. They also keep five goats to graze the grass and to keep clear the drainage ditches that you see everywhere here.

The farm has 24 ha, of which 3 ha are used in rotation for cultivating bulbs. A sevenfold rotation – red cabbage, cauliflower, grass, cereals and clover – ensures the soil and the plants stay healthy. "We grow the tulips after four years of a clover grass mix, and then it's the turn of cauliflower and red cabbage," explains Timmerman. The high-value bulbs account for about a third of his turnover.

The cost of cultivation and marketing is considerable: every single plant is inspected six or seven times during the season, and there must be no sign of infection by the tobacco mosaic virus, the tulip mosaic virus or botrytis. Any plant that does not conform totally with the species or is infected by a virus is pulled up and destroyed. The flowers must breed true, something you see best in the flowering period. There

are yellow, red, violet and pink flowers next to each other in long strips. The tulip growers walk slowly through the fields of plants on the lookout for anything amiss. Conventional flower growers would long before have resorted to chemicals to combat diseases. As Timmerman points out, in conventional production the bulbs are sprayed every ten days. Not without reason, the conventional production method is now discredited because of the high input of pesticides and the pollution of the groundwater. "Our plants are far more robust and more suitable for an organic garden, because the weak and sickly plants have been eliminated instead of being treated with chemicals." Also, his plants have had more time to grow than those in a conventional crop.

The bigger the variety of plants the more attractive is the product range for the customers the hobby gardeners all over Europe and also in the USA. The Timmermans used to grow 15 varieties, but now the figure is 46, because at the end of 2007 they took over varieties from the farm of Wim Postema a few kilometres away that was closing down. Postema is a pioneer in bio-dynamic bulb cultivation, and now he organises the dispatch of small quantities of bulbs to customers of his firm Ecobulbs.

Why are so many bulbs grown in the Province North Holland? On the one hand, the loamy sand has a high humus content and is ideal for cultivating bulbs and cut flowers; on the other hand, over decades, and even over centuries, a marketing structure has been developed that means they can be sold efficiently to anywhere in the world. You only have to think of the well known flower auctions in Almeer.

The Timmermans sell their bulbs to wholefood wholesalers in Germany and the Netherlands, such as Biocenter Zann near Rotterdam. Zann supplies both bulbs and tulips as cut flowers plus fruit and vegetables to Germany, England, France, Scandinavia and Belgium.

Timmerman even sends supplies at regular intervals to the USA. The mail order firm Organic Bouquet in California and Sunvalley Flowers sell the popular bulbs to customers and hobby gardeners.

The Timmerman farm also supplies Frank Schouten with bulbs. He plants them in the autumn, and in the spring he harvests 1.5 million tulips as cut flowers that he sells via wholefood shops in the Netherlands and Germany.

Bron: Organic-Market.info, 1/12/2009



ERWERKER

Flanders Food start nieuwe onderzoeksprojecten

Samen met 73 voedingsmiddelenbedrijven en Vlaamse kennisinstellingen start innovatieplatform Flanders Food begin volgend jaar tien nieuwe onderzoeksprojecten.

De initiatieven vallen onder het thema 'Voeding van morgen: kwaliteitsvol, evenwichtig en lekker.'

Maatschappelijk nut

De onderzoeken moeten innovaties bevorderen, maar ook het maatschappelijke nut hiervan acht Flanders Food van belang. Vraaggedreven vernieuwingen vinden sneller hun weg naar de markt wat burgers en bedrijven ten goede komt, aldus het innovatieplatform.

De volgende tien onderwerpen starten volgend jaar:

- De impact van proces-, product- en installatie-eigenschappen op verdoken (onbedoeld aanwezige) allergenen
- De functionaliteit van bloem
- Het tegengaan van vetbloem bij chocolade
- De impact van processtappen en grondstoffen op zuurdesemproducten
- Het verbeteren van de houdbaarheid van voeding (omgevingsfactoren en producteigenschappen)
- De houdbaarheid van koelverse producten en de invloed van verhitte en bewaring
- Poly-onverzadigde vetzuren in melk
- Innovatieve additieven om salmonellabesmetting bij varkens te reduceren
- Verbeteren van de houdbaarheid van brood

Innovatieplatform Flanders Food zet subsidies van de Vlaamse overheid in om innovaties in de Vlaamse voedingsmiddelenindustrie te ondersteunen. De organisatie doet dit onder andere via samenwerkingsprojecten.

Geïnteresseerde bedrijven kunnen zich nog aansluiten bij de 73 ondernemingen die al meedoen aan de projecten, aldus Flanders Food.

[Klik hier voor meer informatie over de projecten van Flanders Food](#)



C

atering - Studenten verpleegkunde winnen wedstrijd duurzaam koken

Naar aanleiding van de Ecocampuscampagne rond duurzame voeding, een milieuzorgproject van de Vlaamse overheid, organiseerde KATHO Campus Roeselare een duurzame kookwedstrijd. Studenten en docenten kregen de opdracht om een duurzaam gerecht te ontwerpen en klaar te maken. "Onder duurzame voeding verstaan we het gebruik van lokale, seizoensgebonden groenten die biologisch geteeld zijn", verduidelijkt Kristof Dewaele, duurzaamheidscoördinator, docent en jurylid. "Daarnaast wordt ook gelet op de hoeveelheid afval die tijdens de bereiding wordt geproduceerd, alsook op de hoeveelheid energie die wordt verbruikt. De maaltijd dient ook 'fair' te zijn en met een zo laag mogelijk ecologische voetafdruk. Om te bewijzen dat duurzaam eten ook lekker kan zijn, wordt tenslotte ook gelet op de smaak en presentatie. Bedoeling van de wedstrijd is om studenten te sensibiliseren en hen bewuster en duurzamer te laten consumeren." Vijf ploegen waagden hun kans. De hoofdprijs was weggelegd voor

drie studenten verpleegkunde: Sofie Vanmaercke, Sofie Beelprez en Eveline Crevits. Voor de bereiding van hun quiche royal met geitenkaas en noten op een bedje van veldsla worden zij beloond met een duurzaam etentje. Daarnaast wordt hun recept ook gepubliceerd in de KATHO-publicaties.

Bron: Het Laatste Nieuws / Mandelstreek, 27/11/2009



C

atering - FR - Traiteur bio : à la recherche de l'oiseau rare

Un chef à domicile qui mêle équitable et réjouissances de fin d'année, cela ne va pas de soi. Tour de table de leurs valeurs, menus et prix.

Cette année, c'est tombé sur moi. La famille entière fêtera Noël dans mon salon. Mes talents culinaires sont proches du néant, mais pas question de régaler ma tribu de déjà prêt industriel. Il me reste le traiteur. Ethique si possible, pour mettre mon dîner en accord avec mes convictions. Mais en trouver un capable de livrer un réveillon pour 25, c'est chercher un sapin dans un champ de colza.

Noël en janvier ?

Chez Ethique et Toques, en région parisienne et lyonnaise, la mission n'est pas impossible, à condition de décaler la date : l'entreprise est fermée entre Noël et le jour de l'an. Pourquoi pas après tout. Le traiteur assure un repas à 100 % bio ou équitable, à l'exception des poissons et des grands vins. Mais, à 100 euros par convive, je crains qu'oncle Marc ne fasse une syncope. La faute au bio ? « Pas du tout, assure Rémy Dombret, le directeur. Les achats de matières premières ne représentent que 10 % du prix du repas. » En revanche, le personnel et le matériel, obligatoirement compris dans la prestation, comptent pour 60 %. « Nous ne nous contentons pas de livrer de la nourriture, explique-t-il. Nos maîtres d'hôtel ont aussi un rôle de sensibilisation, ils sont capables d'expliquer les origines de chaque produit. » Créé en 2005, le traiteur s'est lancé sur le créneau des cocktails d'entreprises. Les particuliers ne représentent aujourd'hui que 1 % de son activité. « Ils commencent à venir, mais pensent encore que l'éthique, c'est fromage de chèvre et nappe en toile de jute, déplore Rémy Dombret. Du coup, ils tombent des nues en découvrant que le prix de nos prestations sont celles d'un traiteur de qualité. »

Je tente ma chance chez un autre professionnel, Té Traiteur, émanation du groupe d'économie sociale et solidaire SOS, en Seine-Saint-Denis. A 40 euros par couvert, le repas peut être bio, mais des entorses sont autorisées, car l'objectif premier est l'insertion. L'entreprise permet à une cinquantaine de personnes en grande difficulté de se remettre sur les rails de l'emploi en apprenant un métier de la restauration. La ligne directrice convient parfaitement à mon réveillon. L'affaire pourrait être conclue, mais à condition d'être au moins une cinquantaine ! Cette fois, c'est le succès qui ruine mes perspectives festives : quatre ans après sa création, Té Traiteur cartonne.

Depuis janvier 2009, son activité a enregistré une hausse de 50 %. « Mais nous ne sommes pas une entreprise classique, mon personnel a besoin d'encadrement et de formation, je ne peux pas démultiplier mes cuisines ou le nombre de mes camions du jour au lendemain », explique Richard Normand, son chef et directeur. Aujourd'hui Té Traiteur sert 5 000 couverts par mois. Pour atteindre les 65 % de retour à l'emploi pour le personnel en insertion, il faut prendre le temps. Du coup, le traiteur privilégie les grosses commandes. Adieu mon petit repas familial...

Des entreprises fragiles

Accrochée à mes derniers espoirs, je me dirige vers La table de Cana. Fondée par un père jésuite en 1985, l'association a fait des petits à Gennevilliers, Antony, Lyon, Marseille, Montpellier, Grasse, et bientôt Perpignan. C'est le bouche à oreille qui assure la longévité de ce réseau d'entreprises d'insertion, basées sur l'activité de traiteur. « Nous ne pouvons pas nous permettre d'être en deçà de nos concurrents sur le marché », assure Françoise Firminier, présidente de la fédération et directrice de la table de Marseille. En dehors de la table d'Antony, qui se lance dans l'équitable et le bio, pas de spécificité dans les repas. « Nous sommes des entreprises très fragiles, prendre des risques est particulièrement difficile et le bio est un risque, tant dans l'organisation des cuisines que dans les approvisionnements », souligne Françoise Firminier.

Tant pis pour le bio : mon futur menu, livrable pour le 24 au soir par La table de Cana, vient d'atterrir dans ma boîte mail : verrine d'écrevisses, champignons au foie gras, saumon farci aux légumes, ballottine de chapon aux pistaches et nougat glacé. Le tout pour 46 euros par personne, hors taxes. Ouf ! Mamie Georgette allait me faire un ulcère.

DEVELOPPEMENT DURABLE, LES GROS AUSSI

Les Traiteurs de France, regroupement de 38 entreprises hexagonales, se mettent au développement durable. En novembre, ils ont dévoilé le bilan des efforts déjà accomplis et à entamer : approvisionnement locaux, compostage, rationalisation des transports. « Nos entreprises vont de 15 à 150 salariés : c'est lourd à mobiliser, il faudra du temps », souligne Alain Marcotullio, en charge du programme. N'espérez pas y trouver votre dîner de Noël 2010 : la majorité des sociétés, haut de gamme, travaillent surtout dans l'événementiel. Mais en cas de mariage printanier, c'est une bonne piste.

Bron: Terra Eco, 29/11/2009



C

certified organic cosmetics from Istanbul

After two years of preparation, Semih and Neylan Dinler are about to

take a crucial step. After investing a great deal of time and money in creating their very sophisticated cosmetics range consisting of 32 products, they have now reached the point where it is essential to develop marketing channels. What is so special is the fact that they have had all their articles certified organic by Ecocert, which is a costly process. But now Semih Dinler has a relaxed smile on his face. The documentation required for certification (about 2,000 pages) is complete, and deliveries to the first shops have begun. He is now looking for partners in Europe to open up the market.

Everything was ready on 6 October 2009. The first bio-cosmetics with the “Rare Blossom” label appeared on the shelves in two Boyner stores and four Beymen shops. As well as checking the organic content of the products, Ecocert inspects the processing methods, the product packaging and the outer packaging. “All the procedures were hugely expensive in terms of time and money,” comments Semih Dinler. But, as he points out, with that number of organic cosmetics and skincare products, he is probably the leader in Europe. The new range consists of, for example, massage oils, sun protection oils, tanning oils, foot balsam, handcream, body lotion, skin peeling products, cleansing milk, anti-ageing cream and baby oil. The main ingredients are grape seed oil, apricot kernel oil, St. John’s wort oil, sesame oil and walnut oil.

The company, that trades under the name STG, produces a range of foods in addition to its cosmetics line. The aim is to process organic raw materials from Turkey for the trade and to market them under its own brand Yakatarla. Examples of what the company manufactures are tasty spreads, jars of spicy paprika, dried nut and dried fruit snacks, jars of olives, grape kernel oil and olive oil.

It all began when they bought their own farm near Fethiye in the south of Turkey. “It was actually an ideal place to retire to,” says Dinler with a mischievous smile. At the end of the 1990s he started to produce olive oil and ethereal oils and to grow herbs on 70 ha. “But since there was no record of our land in the land registry, we weren’t able to get our production certified and so we couldn’t sell it as organic.” In February 2007, they acquired a four-storey building in need of renovation in Kücükköy in the north east of central Istanbul and set about bringing it up to standard for food processing. The couple soon became aware that they couldn’t do two things at once, so they gave up the farm.

In the last two years the Dinlers have concentrated on devising recipes, testing new ingredients for natural cosmetics and having the product range certified as it was created. “100 % of the cherry is used,” explains Mr Dinler. This one sentence encapsulates his whole philosophy, which he expresses with an inventor’s pride. When cherries are processed to make juice, jam and fruit leather strips, the stones are usually regarded as a waste product. Not so for Mr Dinler. He had the idea of crushing the cherry stones and using the oil in cosmetics. He does the same with rose-hip seeds, a waste product from making rose-hip jam. “I’ve watched birds descending on bushes to peck the seeds, and anything birds can eat is good for us too,” he says. It was reason enough to start

examining cherry-stone oil and rose-hip oil and experimenting in his company's own laboratory (picture). He establishes the characteristics of the components, considers how they could be used and combines various raw products for a range of applications. This is how he has developed 35 (!) different oils to be used as basic materials. He also has a large number of hydrolates that are waste products from the manufacture of ethereal oils. As well as known herbs, he uses less familiar types like Indian ginseng (Ajwaganda).

STG's production of food currently encompasses, for example, vinegars from cherries, plums and peaches, carob molasses, dried fruits, fruit leather strips, spicy paprika spreads, sauces, powders and pickled vegetables, bitter orange jam and bergamot jam. These foods are produced on the first floor; cosmetics and body care products are manufactured on the second floor, where the office is also located. The storage facilities are on the ground floor. The top floor is used as a roof garden and is a space (80 m²), flooded with light, for training sessions. Outside, you can see aloe vera and various other plants that are used in experiments. They have put together a 200-page ring binder of documentation for training purposes. The STG team consists of 25 employees plus the two owners.

The company has found its own solutions for many issues and problems. All glass and plastic packaging leaving the premises is labelled with a glass laser printer. At STG they don't consider ink jet printers to be suitable, because they have to be cleaned with solvents, and they don't want solvents used in such a sensitive environment. Olive oil is stored in special containers with a height-adjustable lid, so that the oil does not come into contact with oxygen. When the olives are being harvested, Semih Dinler insists on quality too. He has devised a mobile press, so that his employees can begin pressing the olives as soon as they are harvested from the tree.

A short time ago, STG was given an EU research grant of 200,000 euros (via a Turkish ministry) to develop a sun protection cream without chemical ingredients. Together with his laboratory manager, Semih Dinler is currently working on an oil derived from seeds and containing an especially high level of antioxidants. The laboratory is equipped to the highest standard with the latest analysis technology, from gas chromatography and spectrometry to a meter to detect rancid contents. "We can carry out any investigation in-house," says Dinler proudly.

For a number of years Semih Dinler has been collaborating with Rainer Plum, who used to work for Tautropfen and is now a consultant and managing director of New Ethics. He has helped and advised STG on the certification process. "It's incredibly difficult to get organic certification," reminisces Dinler. However, they reached the end of the long road in July 2009. All 98 raw materials had to be individually certified, and there are 12 – 15 pages of documentation for every single product. All the products were tested on 50 people by the Fresenius Institute to ensure there were no harmful side effects. A patch test has to

demonstrate that the products have as little allergic reaction as water.

Ecocert examined who does the purchasing and how purchasing is conducted, how processing is carried out, with what machines, what analyses are available, and how storage, filling and packaging is managed. Whereas in the food sector organic certification extends to the production and the packaging process, in the case of cosmetics the composition of the packaging itself is investigated. The ISO standards 9001, 14001, 18001 and 22000 have to be followed.

Marketing at STG is just beginning to get underway. In the first instance, sales will be via the Boyner chain, that has 20 stores. The close connection with Boyner is explained by the fact that Neylan Dinler's brother owns the chain and that she is a member of the board of Boyner. STG will also have a presence in the high-end Beymen clothing stores.

Selling via the internet is scheduled to start at the beginning of December. Sales of raw materials to other manufacturers and large-scale customers are already up and running, an example being the apricot kernel oil that is bought by massage practices. In 2010 the company will open a specialist shop for natural cosmetics in Istanbul. After experimenting for two years and creating relatively small-scale production, the time is now right to develop sales, and there could be real opportunities for selling STG products abroad as well.

About Semih Dinler: he changed careers – he didn't start in the natural cosmetics sector but discovered his love for it through processing olive oil and ethereal oils. In 1978 he created the first production workshop in Turkey for sailing boats made from polyester, and by 1992 he was a representative for 42 companies in the sailing equipment sector. In 1998 he and his wife bought the farm in the south of Turkey near Fethiye, where he established an olive oil factory. It was the first one in that region.

Tip: www.rareblossom.com

Bron: Organic-Market.info, 27/11/2009



Maximaliseer je ecologische voetafdruk'

Michael Braungart, geestelijke vader van de cradle-to-cradle-filosofie, leert wereldbedrijven hoe afval 'voedsel' kan worden.

Met zijn adagio 'afval is voedsel' zet de Duitse chemicus Michael Braungart het ecologisch denken op zijn kop. Sinds zijn boek 'Cradle to Cradle, Remaking the Way We Make Things' in 2002 verscheen, zijn honderden producten volgens dit principe gemaakt. Kleppers zoals Nike, Ford en DSM omarmen het, net als overheden van Nederland tot China. België hinkt achterop, al komt daar nu misschien verandering in.

'Maximaliseer je ecologische voetafdruk'

De CO₂-uitstoot van een auto van 150 naar 120 gram brengen is zoals je kind maar drie keer slaan in plaats van vijf keer.

Zetels die geen toxische materialen bevatten maar zodra ze versleten zijn compost worden, beton en verf die de lucht zuiveren, fabrieken waar water schoner naar buiten loopt dan het binnenkwam. 'Dát is innovatie', zegt Michael Braungart, professor aan de universiteit van Lüneburg en oprichter van het Environmental Protection Encouragement Agency (EPEA) in Hamburg.

In 1991 legde hij de ontwerper William McDonough een idee voor: een biologisch afbreekbare frisdrankfles waarin een zaadje is verwerkt. Als je de fles na gebruik weggooit, wordt ze voedsel voor het zaadje. Drie jaar later richtten ze het bedrijf McDonough Braungart Design Chemistry (MBDC) op, waarmee ze het principe 'afval = voedsel' willen toepassen op alles wat de mens fabriceert. 'Het basisprobleem is dat je niets kán weggooien, want er is geen weg', legt Braungart uit. 'De aarde is een gesloten systeem.

Onvermijdelijk komt ons afval weer in ons drinkwater, de lucht, ons voedsel en ons lichaam terecht.'

Hij verving het adagium cradle- to-grave (van wieg tot graf) door cradle-to-cradle. Het eerste slaat op producten die schoner en zuiniger zijn en zoveel mogelijk gerecycleerd kunnen worden. Cradle-to-cradle daarentegen staat voor producten ontwerpen waarbij tijdens de fabricage op geen enkele manier schadelijke stoffen vrijkomen, en die bovendien intrinsiek goed zijn doordat ze compleet afbreekbaar zijn en als voedsel dienen voor natuurlijke organismen in de 'biosfeer'. Je kan natuurlijk geen composteerbare wasmachine of tv maken. Daarom moeten alle niet-afbreekbare materialen hoogwaardige grondstof worden voor nieuwe producten - Braungart spreekt van nutriënten in de 'technosfeer'. 'Duurzame auto's produceren is niet genoeg', illustreert hij. 'De componenten moeten ook herbruikbaar zijn. Dan koopt de consument geen auto meer maar bijvoorbeeld 60.000 kilometer, inclusief brandstof, taks en verzekering. Nadien neemt de producent de auto terug, om te demonteren en te upgraden. Die auto hebben we samen met Ford ontwikkeld. Over twee jaar komt het model U op de markt.'

Cradle-to-cradle staat voor een keten van chemicaliën, stoffen, materialen, producten, gebouwen, dorpen, steden, landen en uiteindelijk een wereld waarin consumenten geen vervuilers meer zijn. Integendeel: overvloedig consumeren en economische groei helpen het milieu. Dat klinkt utopisch, maar het Witte Huis en de Chinese overheid gebruiken Braungarts strategie al om te komen tot een circulaire economie.

Actiefhuizen

In Nederland sloeg een documentaire over het werk van Braungart en McDonough twee jaar geleden in als een bom. Sindsdien ontstonden talloze projecten. 'De ondertunneling van de A2 in Maastricht en de bijbehorende stadsontwikkeling zal volgens het C2C-principe gebeuren; het Rijnenburgproject in Utrecht - een nieuwe wijk met woningen, bedrijven en recreatievoorzieningen - wordt C2C-conform;

Venlo heeft een compleet C2C-plan en wordt de hoofdstad van C2C-valley; en de Nederlandse overheid wil tegen 2012 alle aankopen voor gebouwen en infrastructuur volgens het C2C-principe doen', somt Braungart op.

België hinkt achterop. Braungart ging onlangs praten met minister van Milieu, Natuur en Cultuur Joke Schauvliege (CD&V) en met schepenen in Gent en Antwerpen. 'Bemoedigende gesprekken, maar ze blijven spreken over je voetafdruk minimaliseren en zero-waste, wat haaks staat op het principe dat afval voedsel is. De CO₂-uitstoot van een auto van 150 naar 120 gram brengen is zoals je kind maar drie keer slaan in plaats van vijf keer. Het doel mag niet zijn om over tien jaar 20 procent minder slecht te doen. Maak dingen die zijn voor het milieu, de maatschappij en de economie. Geen passiefhuizen bouwen, maar actiefhuizen: huizen als bomen, steden als wouden. We werken aan architectuur die flora helpt groeien, gebouwen die drie keer meer energie en vijf keer meer schoon water produceren dan in die gebouwen nodig is.'

Met flink wat sarcasme verzet hij zich tegen de logica van zero-emissie en de bijbehorende eco-dictatuur. 'Als het doel zero-uitstoot is, drink dan geen bruisend water, want dat bevat CO₂. Eet geen bonen, want dan laat je winden met CO₂ en methaan. Twee keer per week vijf kilometer joggen betekent anderhalve ton meer CO₂ per persoon per jaar. Doe dat dus niet. Dan sterf je ook wat vroeger, wat je footprint nog meer verlaagt.'

'Vanuit het schuldgevoel waarmee we op de planeet rondlopen proberen we onze ecologische voetafdruk naar beneden te halen. Er bestaan al vrijwilligersbewegingen die de bevolking willen reduceren. De teneur is: we zouden er beter niet zijn. Is dat nu een ingesteldheid over hoe we met de natuur moeten omgaan?' En hij geeft een oud voorbeeld. 'Alle mieren op aarde wegen vier keer meer dan alle mensen. Ze verbruiken evenveel energie als 30 miljard mensen maar produceren geen afval. We zijn niet met te veel, we zijn gewoon te dom. Mieren zijn betere ingenieurs dan wij.'

Braungart hekelt ook schijnecologie, onder meer van de Europese Unie. 'Ze subsidieert palmolie uit Indonesië voor biodiesel. Welnu, een hectare palmolie kan de uitstoot van koolstof met 60 ton doen dalen, maar in elke hectare regenwoud die in Borneo gekapt wordt, zit 7.000 ton koolstof opgeslagen. Door zogenaamde eco- efficiëntie gaan autobanden dubbel zo lang mee als 20 jaar geleden, maar het stof dat die banden achterlaten is bijzonder schadelijk. Zo is het vaak: je denkt goed te doen voor het milieu, terwijl je slechte systemen efficiënter maakt. Het grootste probleem is dat we zeer geoptimaliseerde foute systemen hebben waarin bedrijven ontzettend veel hebben geïnvesteerd. Maar een fout systeem dat perfect is, is perfect in zijn foutheid.'

Geen ethiek

'De natuur werkt niet efficiënt. In de lente draagt een kersenboom een overvloed aan bloesems. Die verspilling is voedsel voor de grond. Vergeet efficiëntie, denk aan wat effectief is: je kan compleet recycleerbare banden maken die op de weg vervuilende partikels

opslorpen.'

'Ik ben geen goeroe, ik ben een wetenschapper', zegt Braungart, die wil vermijden dat C2C naar religie gaat ruiken. 'Het is een engineeringconcept. Dat de luchtkwaliteit in bedrijven drie tot acht keer slechter is dan de buitenlucht is geen ethisch probleem maar een engineeringprobleem. Er bestaat al luchtreinigende verf, en Heidelberg werkt aan beton dat actief de lucht reinigt. Onder meer BASF, DSM, Philips en Xerox zetten ingenieurs in om hun productie aan te passen richting C2C, maar de weg is nog lang.' Braungart heeft een leerstoel aan de Universiteit van Rotterdam, betaald door het ingenieursbureau Royal Haskoning. 'Het is lastig lesgeven. Wanneer de huidige studenten decisionmakers zullen zijn, zal het voor de meeste beslissingen te laat zijn. Als we ons systeem niet heruitvinden vernietigt het zichzelf binnen vijftien jaar. In België je ecologische voetafdruk met 20 procent doen dalen, haalt echt niets uit. We praten nu veel met Arabieren en overheden in India en China, maar als landen zoals België, Nederland en Denemarken zichzelf niet heruitvinden, zullen ook zij het niet doen.'

Bron: De Tijd, 26/11/2009



VERKOOPPUNT

Biologisch eethuis en kledingwinkel in Antwerpen

Aan de Steenhouwersvest heeft deze week het biologische eethuis Fair Food de deuren geopend. Op de menukaart vooral slaatjes, pasta, broodjes en verse smoothies. Milieubewuste consumenten vinden in het aanpalende pand meteen ook hun gading op vlak van kleding. Bij Fair Fashion, dat deze zomer openging, vind je kinder-, dames- en herenkleding van biologische of fairtrade-merken. "We houden al een biowinkel open aan de Strijdhoflaan in Berchem. We wilden de twee zaken, eten en kleding, in één concept gieten. Toen we op dit pand stootten, was de keuze snel gemaakt", zegt eigenaar Dax Huberdault (36), die beide samen met partner Vicky Janssens (38) runt. Vanuit het eethuis kan je makkelijk binnenstappen bij de kledingwinkel. "Een gang achteraan brengt je van de ene zaak naar de andere. Daar vindt je een ruim assortiment biovoeding zoals thee, wijn, noten en koekjes maar ook beddengoed, keukentextiel en ecologische wasmiddelen." Ook het interieur werd bewust uitgekozen. "De tafels zijn zelfgemaakt en de stoelen zijn tweedehandse theatermodellen." Ontbijten kan er al vanaf 6 euro. Open van woensdag tot en met zondag van 9 tot 18 uur.

Bron: Het Laatste Nieuws, 30/11/2009



Oivo wil voedselverspilling voorkomen

OIVO, Het Onderzoeks- en Informatiecentrum van de verbruikersorganisaties, heeft een folder uitgebracht met tips voor de consument. Uit onderzoek blijkt dat de gemiddelde inwoner 15,2 kg

voedsel per jaar de vuilbak in zwiert, goed voor 175 euro. Een groot deel hiervan kan vermeden worden indien de consument bewuster omgaat met het aankopen van voeding. Ook winkeliers en distributeurs kunnen bijdragen tot minder verspilling.

[Klik hier voor meer info](#)

Bron: BioForum Vlaanderen, afd. verkooppunten



Nieuwe formule voor online-webwinkel

Winkeliers, producenten en verwerkers die hun producten graag willen verkopen via internet kunnen dit via een nieuwe website. Op www.foodclick.be kan je zelf een eigen webwinkel aanmaken en je eigen producten in de kijker zetten. Het aanbod is gratis, ze vragen enkel een bijdrage op basis van de feitelijke verkoop. Om van deze dienst gebruik te mogen maken moet je product wel aan een aantal criteria voldoen. De focus ligt op kwaliteit, ambachtelijke producten, biologische producten, variatie en authentieke smaken. Producten die overal te verkrijgen zijn komen dus niet in aanmerking.

Meer info op www.foodclick.be

Bron: BioForum Vlaanderen, afd. verkooppunten



Speelgoedzaak heeft niet veel groens voor in de zak

Wat moet er in de zak? Worden het de gewenste barbies en transformers of moet Sinterklaas misschien ook eens wat duurzamer worden en zijn CO2-uitstoot verkleinen?

Eén blik in de reguliere speelgoedzaak en het is duidelijk dat daar nog niet heel veel 'groens' te kiezen valt. "Alles is haast van plastic en computergestuurd", hoort Ton Bals van zijn klanten. Bij hem komen ze bewust voor een pop, bal of trein.

Bals runt al 15 jaar Bureaubewust, een (web)winkel in Utrecht. De oorspronkelijke kantoorvakhandel is inmiddels uitgebreid met allerlei groene producten, inclusief speelgoed. Er is best veel goed speelgoed op de markt, vindt hij. "Al heb ik het voordeel dat ik geen compleet assortiment hoeft te hebben." Erg veel meer hoeft duurzaam niet te kosten: "Je moet naar de levensduur kijken. Kies iets wat lang meegaat of te repareren valt."

Bals wil een duurzaam leven makkelijker maken, en is consequent. In de winkel hangt energiezuinige verlichting, de deur is dicht als de verwarming aanstaat, er is groene stroom, duurzame koffie en kringlooppapier. Verzenden gebeurt alleen in gebruikte dozen. Tasjes zijn van papier of bio-kunststof en worden niet automatisch meegegeven. Speelgoed is van hout uit de buurt of van biologisch katoen. Maar Bals let ook op aantrekkelijkheid.

Manon Gagic, bedenker van greenjump.nl, een website met duurzame kinderspullen, ging de eerste jaren nogal ver in haar duurzaamheidsstreven. Onlangs schreef ze een column op Ouders Online over groene cadeaus. Bij de geboorte kreeg haar dochter een spaarrekening bij de ASN Bank. Op haar eerste verjaardag een adoptiekip en een appelboom, om biologische boeren te steunen. Voor haar tweede verjaardag wees haar moeder visite op cadeautjes van Oxfamnovib: voor 5 euro geef je al twee schoolboeken aan een ander kind. Toen ze drie werd wilde haar dochter zelf ook iets echt krijgen en toen werd het houten speelgoed.

Gagic: "Zo'n opsomming komt fanatiek over, ik snap ook dat je er bij een kind van vier niet mee wegkomt. Mijn dochter is heus geen wereldvreemd meisje dat niets krijgt. Maar waarom zou je een kind van één overstromen met troep, terwijl ze ook in de wolken is met een taart en ballonnen." Zelf verkoopt ze trouwens ballonnen die én het FSC-keurmerk hebben én fair trade zijn.

Gagic: "Ik probeer niet door te slaan. We zijn terug van vliegvakantie naar Lanzarote, dat kun je niet bepaald groen noemen. Maar ik wil wel weten wat er in de producten zit die ik koop, of ze gezond zijn." Ze leest en checkt veel. "Mensen zijn niet echt bezig met wat ze kopen, merk ik in mijn omgeving. Het mag in Nederland, dus zal het wel goed zijn. Maar je wordt hier niet automatisch goed voorgelicht. De Voedsel en Warenautoriteit meldde deze maand nog dat in bijna 30 procent van al het zacht kunststof speelgoed verboden weekmakers zitten. Mensen mogen best wat kritischer zijn. Al zorg je maar dat een op de tien cadeautjes een beetje duurzaam is, dat scheelt al."

Deze en nog 100 andere webshops en winkels met biologisch en verantwoord speelgoed zijn te vinden via www.allesduurzaam.nl.

Bron: Trouw, 28/11/2009



NL - Verschil is er alleen voor kenners

Voordat Puur werd gelanceerd, was er al De Natuurwinkel, Van Nature en Goodyfood. Allemaal verkopen ze 100% biologische producten. 'Het verschil is dat wij een andere uitstraling hebben', zegt Rina van der Stok, oprichter van de eerste Puur-winkel in Leiden. 'Wij wilden een mooie winkel bouwen, waar je prettig kunt winkelen.'

Marqt in Amsterdam, ook een mooie winkel, lijkt voor een leek eenzelfde soort concept te hebben, maar is toch anders. Het gaat bij Marqt om de klant en niet om de ideologie, zo stellen zij zelf. Niet alle producten zijn 100% biologisch. Marqt verkoopt ook niet-biologische producten als ze biologisch niet voorradig zijn, zolang ze maar aan de filosofie van 'echt eten'.

Opvallend is dat Puur, dat wel 100% biologische producten heeft, zichzelf ook een 'echt eten-winkel' noemt. De zaak garandeert dat producten barsten van de smaak en dat passie en respect er vanaf spatten. Hetzelfde zou voor Marqt kunnen gelden, die met boeren uit de regio werkt.

Naast al deze duurzame initiatieven zijn er de gevestigde supers die biologische producten hebben. Zo heeft Albert Heijn het huismerk Puur & Eerlijk in de schappen staan. 'Dat vind ik zo gek', zegt De Groot van Puur. 'Naast die producten staat Euroshopper tegen spotprijzen. Alsof de boeren van Euroshopper geen eerlijke prijs horen te krijgen.'

Bron: Het Financieele Dagblad, 26/11/2009

VSA - Les produits bio à l'assaut des USA

Les ventes de produits bio et éthiques augmentent aux Etats-Unis, plus rapidement que les ventes de produits conventionnels. La demande est en hausse malgré la récession, selon une étude publiée en octobre par Packaged Facts.

Environ un quart des consommateurs adultes américains achètent des aliments et des boissons labellisés bio, et un tiers continue à payer plus pour du bio. Les consommateurs achètent des biens qu'ils perçoivent comme respectueux de l'environnement, naturels, bio, produits localement. Les supermarchés américains comme WalMart et Safeway élargissent leur offre de produits bio, alors qu'en Grande-Bretagne les surfaces de vente réduisent leur offre. Les produits qui marchent le mieux sont le pain, les aliments à base de graines, et les boissons «éthiques», indiquent des études de marché. Selon l'association américaine du commerce bio, les supermarchés américains pourraient faire croître leurs ventes de produits respectueux de l'environnement ou éthiques de 8,7% d'ici fin 2009, à près de 38 milliards \$. En 2008, les ventes de produits bio avaient augmenté de 17% à 24,6 milliards. «L'accroissement de la sensibilité aux prix, en pleine récession, a inévitablement un impact sur le marché des produits éthiques», estime Don Montuori, éditeur de Packaged Facts. «Néanmoins, notre étude indique que davantage de clients comprennent les implications environnementales, sociales et économiques de leurs choix. Le résultat: un nombre important de consommateurs achètent des produits éthiques plus chers, même en période de difficultés économiques.

Bron: Metro, 27/11/2009

Colofon

De BioForum Bioknipsels worden uitgegeven door Bioforum Vlaanderen, de koepelorganisatie voor de biologische landbouw en voeding. Deze knipselkrant verschijnt wekelijks met actuele informatie over de nationale en internationale biosector. De berichten worden zonder tekstwijziging (hooguit ingekort) geknipt en geplakt, met vermelding van hun bron. De artikels vermelden geenszins het standpunt van BioForum Vlaanderen, tenzij dit er duidelijk bij staat. Samenstelling: Geertje Meire & Peggy Verheyden. Nieuwtjes en evenementen kunnen steeds voor opname doorgestuurd worden aan geertje.meire@bioforum.be of peggy.verheyden@bioforum.be. Momenteel wordt de knipselkrant verzonden naar ruim 2200 relaties

binnen de sector, de overheid en sympathisanten van de bioweek.

In- / uitschrijven

kan via een eenvoudig mailtje aan info@bioforum.be.

Archief

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