

BioForum Bioknipsels 53 - 29 april 2010

De Nederlandse petitie voor btw-vrije biologische producten kent een groot succes. Nu wordt de stap gezet naar Europa omdat btw verlaging alleen daar besloten kan worden EN omdat het biologische certificerings- en regelsysteem uiteindelijk een Europees geldend systeem is. Via de website www.organicpetition.eu kunnen alle burgers van de individuele lidstaten de petitie tekenen. Bij het bereiken van 1 miljoen geldige handtekeningen zal deze petitie aan het Europees Parlement aangeboden worden. De Nederlandse bijdrage is nu al 170.000 handtekeningen. BioForum Vlaanderen gaat graag in op de uitnodiging van Biologica om de petitie op Europees niveau te tillen. Onderteken nu en help bio op weg naar btw-vrij: dit is waar ze recht op heeft. Als tijdelijk de BTW op biologisch eten wordt afgeschaft, zal de vraag naar bio toenemen!

Veel leesplezier!
BioForum Vlaanderen

Het doel van de Bioknipsels is weer te geven in welke mate en met betrekking tot welke thema's bio in de algemene en gespecialiseerde pers aan bod komt. De Bioknipsels vertolken dus niet het standpunt van BioForum Vlaanderen, tenzij zij worden aangeduid met dit logo: 

ALGEMEEN

- [Bio-logische keuze Lekker voor het milieu](#)
- [Week van de Aarde](#)
- [Le bio Bruxelles](#)
- [Actievoerders van Greenpeace zaaien biobloemen op GGO proefveld](#)
- [Ecosmos op het opendoek festival](#)
- [Historische groenten: Nu Middeleeuwse stoofpot inzaaien](#)
- [J'ai testé pour vous... Le panier Julienne](#)

PRODUCENT

- [Eerlijke prijs voor een gezonde kip](#)
- [L'agriculture bio en Wallonie a augmentée 59 % en 4 ans](#)
- [Meststoffen uit natuurterrein moeilijk voor biologische sector](#)
- [NL - Biologisch blijft groeien in Nederland](#)
- [NL- Zaadbedrijven selecteren meer op bio](#)
- [NL - Biosaldo berekend](#)
- [NL - Beeldenbank brengt herbicidenschade in beeld](#)
- [EU - Increased role of organic farming](#)
- [Ecuador - "Ook arme mensen kunnen bio eten"](#)

VERWERKER

- [Your choice, nu ook bio](#)
- [Een bolletje koe en een bolletje geit](#)
- [Danku wordt nu frietpaleis](#)
- [Des cosmétiques sans produits chimiques](#)
- [La cosmétique vit !](#)
- [GB - Natural & Organic Awards 2010 winners announced](#)

VERKOOPPUNT

- [Leuvense hennepshop laat collectie zien in modeshow](#)
- [Origin'O opent nieuwe winkel](#)
- [Lichte terugval van de hoeveeverkoop in 2009](#)
- [GB - Organic Market report 2010](#)
- [D - Organic retail chains growing](#)



ALGEMEEN

Bio-logische keuze Lekker voor het milieu

De biosector zit wereldwijd in de lift. Ondanks de crisis lijken steeds meer mensen voor biologisch voedsel te kiezen, waardoor er ondertussen zo'n 35 miljoen hectare landbouwgrond ter wereld - zowat de grootte van Duitsland - gebruikt wordt om biologisch voedsel op te telen. In supermarkten en winkels is dat duidelijk te merken: wie een verantwoorde maaltijd wil koken, kan daarvoor zonder probleem de ingrediënten dicht bij huis vinden. Wie op restaurant een bio-menu wil bestellen, zal langer moeten zoeken. Metro zocht en vond enkele restaurants waar je gegarandeerd een biologische maaltijd op je bord krijgt.

ANTWERPEN

- Cullinan Een van de enige restaurants in België met een volwaardig biogarantielabel, wat wil zeggen dat minstens 95% van alle gebruikte ingrediënten biologisch geteeld zijn. Vlees, vis of vegetarisch: er wordt zo weinig mogelijk met diepvries of microgolf gewerkt, om de natuurlijke smaak van het eten te bewaren.
- Brasserie Populaire
Op de gezellige St Paulusplaats kan je in dit kleine eethuisje een lekker ontbijt of een heerlijke biologische lunch achter de kiezen steken. Groot voordeel zijn de prijzen, voor minder dan 10 euro heb je al lekker gegeten. Bovendien kan je er ook biologisch brood kopen.
- Lombardia
Lombardia is zonder overdrijven stilaan wereldberoemd aan het worden met zijn unieke en gezonde gerechten. Onder andere Sting en Moby zweren bij het restaurant als ze in België zijn. Innovatieve gerechten voor vleeseters en vegetariërs.

GENT

- Lekker Gec
Ontving het biogarantielabel al in maart 2001. Lekker Gec serveert veganistische gerechten, die daarnaast nog eens op een ecologische manier worden klaargemaakt. Democratische prijzen maken van dit eethuis een topper, in het centrum van de Arteveldestad.
- Sous Fleurs
Dit cateringbedrijf bestaat nog niet heel lang, maar kon op korte tijd al heel wat smulpapen bekoren. Sous Fleurs gebruikt zoveel mogelijk lokale, biologische en fairtrade producten en maakt ontbijt, lunch of diner voor eender welke gelegenheid aan huis.
- Bio-Planet
Liefhebbers zullen vast en zeker Bio-Planet kennen, waar je naar hartelust biologische producten in je winkelkarretje kan laden. In Gent kan je echter ook ter plaatse een biologisch hapje eten.

LEUVEN

- Lukemieke
Dit vegetarische restaurant in het centrum van Leuven werkt samen met een biologische

boer, wat ervoor zorgt dat de producten recht van het veld in de kookpotten belanden. Daarnaast heeft het restaurant ook een eigen - en natuurlijk biologische - traiteurdienst.

- Greenway
Deze keten heeft restaurants in Gent en Leuven, en gebruikt zoveel mogelijk biologische producten in zijn maaltijden. Ook aan fair trade wordt de nodige aandacht gegeven. Verder heeft het merk ook een eigen lijn in verschillende Delhaize-winkels.
- Safraan
Dit biologisch-vegetarisch eethuis bevindt zich in Oud-Heverlee, vlakbij Leuven. De uitgebreide menukaart wijzigt ongeveer om de vier weken, en elke maand worden er ook kooklessen gegeven waar je de biologische kneepjes van het vak kan aanleren.

BRUSSEL

- Den Teepot
Liefhebbers van vegetarische gerechten zullen in Den Teepot zeker hun gading kunnen vinden. Voor een kleine prijs krijg je een uitgebalanceerde maaltijd op je bord. Daarna kan je in de aangrenzende bio-winkel ook nog wat lekkers kopen voor thuis.
- Tan
Dit biologisch restaurant in Elsene serveert een eigentijdse fusion-keuken in een gezellig kader. Ook hier worden kooklessen gehouden en is er een delicatessenwinkel.
- Soul
Soul, in het centrum van de hoofdstad, wordt uitgebaat door twee Finse zussen en werkt voornamelijk met organische producten die nooit in boter of room gebakken worden. Ook witte suiker en bewaarmiddelen zijn taboe in dit lekkere restaurant.

LUIK

- La Ferme de la Strijk:
Het restaurant gebruikt verse biologische producten, recht van bij de boer. Het is daarnaast een van de enige bio-restaurants in Wallonië waar je ook van vleesgerechten kan genieten. De verhouding prijs-kwaliteit is erg de moeite.
- 7&3 c'est chez moi
Gesitueerd in de Outremeuse-wijk, waar chef-kok Geneviève Mahin er prat op gaat om enkel met seizoensgebonden bio-producten te werken. Ze deelt haar kennis in speciale workshops overdag, en kruipt 's avonds zelf achter het fornuis.

CHARLEROI

- Le fin du sain
In een gezellige omgeving kan je biologisch leren koken in speciale ateliers. Voor liefhebbers van de wereldkeuken en bio-moleculaire gastronomie.
- L'amie bio
In deze gezellige zaak kan je allerlei biologische maaltijden kiezen uit een erg uitgebreide kaart. Een vernieuwende keuken zorgt ervoor dat de platgetreden bio-paden vermeden worden, en in een plaatselijke winkel kan je zelf ook ingrediënten kopen.

NAMEN

- Le père gourmandin
Dit gezellige restaurant in het centrum van Namen presenteert heerlijk en eerlijk eten in een gezellig kader, en voor een zeer democratische prijs. De nadruk ligt op lokale en biologische producten.
- A table
Sinds 2007 kan je terecht in A Table, een restaurant dat enkel met verse en biologische producten werkt. Het lijkt logisch, maar de nadruk ligt hier specifiek op de smaak van het eten, en de verschillende combinaties die nieuwe 'smaakhuwelijken' teweeg brengen.

Bron: Metro / Metro NL, 22/04/2010



: De huidige wetgeving voor biologische producten eist uitgebreide controle en certificering voor alle voedingsproducten die als biologisch worden verkocht. Maar deze wetgeving geldt (nog) niet voor restaurants, café's, cateraars,... Daarom ontwikkelde Biogarantie een lastenboek specifiek voor horeca en catering. Wie dit lastenboek volgt en zich erop laat controleren en certificeren, krijgt het Biogarantielogo als communicatiemiddel én garantiekeurmerk naar de consument toe.



Week van de Aarde

19/04/2010 - Zondag trok BBL samen met tal van andere maatschappelijke organisaties de Week van de Aarde op gang. 'Iedereen in beweging voor een rijke natuur' is de slogan want iedereen kan zijn steentje bijdragen voor een rijke natuur. BioForum onderschrijft deze oproep volledig. Biologische landbouw vertrekt van een gezonde bodem waarin bodemleven cruciaal is. Zo draagt biologische landbouw bij tot het behoud en versterken van biodiversiteit in het bijzonder de agrobiodiversiteit.

Zo is bijvoorbeeld sedert begin vorige eeuw, zowat 75% van de agrobiodiversiteit verloren gegaan ondermeer omdat de landbouw is afgestapt van de variabele lokale variëteiten en rassen ten voordele van genetisch uniforme variëteiten met hoge opbrengst (FAO, 1999). De eerste week van juni staat de bioweek daarom volledig in het kader van het internationaal jaar van de biodiversiteit.

[Lees hier meer](#) (pdf - 92KB)



, 19/04/2010



Le bio Bruxelles

Bruxelles regorge de bonnes adresses pour vivre et consommer de façon responsable. Cet ouvrage vous invite à partir à la découverte de ces endroits éthiques et étonnants qui touchent de multiples secteurs (alimentaire, mobilier, beauté...). Par Louis Philippe Breydel (photos) et Donatienne de Séjournet (textes), Editions Luc Pire, 192 p., 30 euro; te koop o.a. bij Fnac

Bron: Nest Français, 16/04/2010



Actievoerders van Greenpeace zaaien biobloemen op GGO-proefveld

Actievoerders van Greenpeace zaaiden dinsdagochtend biologisch bloemen op een proefveld van de Vlaamse overheid in Wetteren. Op die manier bemoeilijken ze het inzaaien van genetisch gewijzigde maïs, voorzien voor later op de dag. Omwille van de milieurisico's hebben zes EU-lidstaten de teelt van de ggo-maïs in kwestie verboden. We vragen dat Vlaanderen deze zinloze publiciteitsstunt stopzet en investeert in duurzame landbouw.

De Vlaamse overheid wil in Wetteren ggo-maïs inzaaien om de toepasbaarheid van de co-existentieregels in de praktijk uit te testen. Co-existentie slaat op het naast elkaar bestaan van ggo-, conventionele en biologische gewassen. Volgens Greenpeace is co-existentie een fabeltje. De

ervaringen in Spanje, het enige Europese land waar ggo-maïs op grote schaal geteeld wordt, tonen dat besmetting van conventionele en biologische maïs onvermijdelijk is. De enige manier om besmetting volledig te voorkomen, is ggo's uit de landbouw en uit de voedselketen te weren.

Een tiental actievoerders is het proefveld van de overheid opgegaan. Ze zaaiden er biologische bloemen en ontvouwden verschillende spandoeken met de slogan "Zaai veilig of zaai niet". Op die manier bemoeilijken ze het inzaaien van de ggo-maïs.

Bij de veiligheid van de gebruikte ggo-maïs rijzen ernstige vraagtekens. Het gaat om MON810, ontwikkeld door de Amerikaanse chemiereus Monsanto. MON810 bevat een gen voor de aanmaak van een pesticide tegen de Europese stengelboorder, een belangrijke maïsplaag. Dit insect komt evenwel niet voor in België. In 1998 werd de teelt van MON810 voor de duur van tien jaar toegelaten in de EU. Sindsdien zijn er verschillende studies verschenen die wijzen op negatieve milieu-effecten van MON810. Zo blijkt er bijvoorbeeld een reële kans te zijn dat ook andere insecten worden getroffen door het pesticide.

De toelating voor MON810 is verlopen sinds eind 2008. Over de hernieuwing ervan bestaat in de EU geen eensgezindheid. Duitsland, Frankrijk, Luxemburg, Oostenrijk, Hongarije en Griekenland hebben omwille van milieurisico's de teelt van MON810 verboden. Bij ons is het verrassend genoeg de overheid die de variëteit inzaait. In Vlaanderen wegen de belangen van Monsanto blijkbaar zwaarder door dan de risico's voor het milieu en de gezondheid.

In plaats van schaarse middelen te verspillen aan zinloze publiciteitsstunts, zou Vlaanderen beter een kijkje nemen naar de aanbevelingen van de door de VN gesponsorde IAASTD, de meest omvangrijke evaluatie van de wereldwijde landbouw ooit. Ze pleit voor kleinschalige duurzame landbouwpraktijken om de groeiende wereldbevolking te voeden zonder de natuurlijke hulpbronnen waarvan we allen afhankelijk zijn, uit te putten.

Bron: Greenpeace, 27/04/2010



Ecosmos op het opendoek festival

23/04/10. Open Doek zet dit jaar in het kader van schone film de ecosmos op de menukaart. De ecosmos is het ecologische alternatief voor een belegd broodje. Velt ondersteunde de kookploeg bij de introductie van de ecosmos.

Bij een mooi filmaanbod hoort een schone menukaart. Na de beslissing in 2009 om een duurzaam filmfestival te worden, zet Open Doek de eerste stappen naar meer duurzaamheid, ook in haar voedingsaanbod. Velt-lesgever Jo stelde in de Paasvakantie de ecosmos voor op een infoavond voor de Open Doek-kookploeg. Een team van vrijwilligers zorgt elk jaar voor broodjes, soep en ander voedzame, lekkere snacks. Na een voorstelling van de impact van voeding op het milieu, ging Jo met de kookploeg aan de slag en maakte vier verschillende ecosmossen. Het enthousiasme was zo groot, dat de ploeg meteen aangepaste versies van de ecosmos ontwierp.

Open Doek-kok Rita: "De ecosmos is een uitdaging voor de ploeg; voor het eerst zullen we biologische broodjes aanbieden en dat in verschillende versies." Wat dacht je van een seitanbroodje met selder en appel, of een broodje bloemkool? Viseters vinden enkel 'goede vis' op hun broodje en vleeseters ontdekken nieuwigheden op hun smos ham of kip. De voorkeur gaat uit naar biologische ingrediënten en naar lokale producten.

De impact van eetgedrag op leefmilieu en klimaat is niet te onderschatten. Nederlands onderzoek

wijst uit dat een doorsnee huishouden maar liefst 30% van haar CO2-uitstoot realiseert in de keuken, waarbij niet zozeer het koken, maar wel de aard en herkomst van de ingrediënten de doorslag geeft. Minder vlees eten, minder ingevlogen fruit en groenten, en minder groenten uit verwarmde serres kopen, leveren de grootste CO2-besparing op.

De ecosmos is dit weekend ook verkrijgbaar op de WetenschapsEXPO in Brussel. Dit is een jaarlijks nationaal evenement waarbij jongeren uit het lager, het secundair en het hoger onderwijs hun eigen wetenschappelijk experiment komen voorstellen aan het grote publiek en een professionele jury.

De Vereniging voor Ecologisch Leven en Tuinieren (Velt) ontwikkelde een gezond en milieuvriendelijk alternatief: de ecosmos. Dat is een biologisch broodje, met vegetarisch-biologisch broodbeleg/kaas, seizoensgroenten en eventueel een mayonaise of dressing. Recepten vind je op www.ecosmos.be.

Bron: Velt, 23/04/2010



J'ai testé pour vous... Le panier Julienne

Je ne suis pas une adepte acharnée du bio, mais je sais que l'abus de pesticides nuit à ma santé autant qu'à ma planète. Si je suis «locavore» J'aimerais bien, mais dans une grande ville, ne consommer que des aliments produits dans un rayon de maximum 200 km, c'est quasiment un jeu de piste. Quant au bon sens qui veut que l'on ne mange que des fruits et légumes de saison, je suis pour. Par exemple, les fraises cultivées sous serre en hiver, je boycotte. Tout comme les tomates, les courgettes et les aubergines: j'attends les beaux jours pour mitonner mes ratatouilles. Et en hiver, bonjour pommes, poires, carottes, pommes de terre et poireaux... Malheureusement, mes connaissances en matière de primeurs s'arrêtent un peu là et j'avoue que je tourne parfois en rond. Alors le jour où j'ai vu fleurir des annonces au sujet de Julienne, j'ai foncé. «Chaque semaine, les fruits et légumes bio que j'aime», pour une citadine, c'est assez tentant.

Je tape www.julienne.be et je trouve les coordonnées d'un commerçant participant près de chez moi. Julienne compte 18 dépôts en région bruxelloise, sept en Brabant wallon, six dans le Hainaut et trois en province de Liège. C'est beaucoup moins qu'en Flandre, où on en compte plus de 80, mais ce n'est déjà pas si mal!

J'ai découvert le panais

Chaque semaine, mes fruits et légumes, c'est un paquet surprise. Je ne peux savoir qu'une semaine à l'avance ce qu'il contiendra. Mais j'ai la garantie qu'il sera composé «selon l'offre de la saison», 100% bio et très frais puisqu'on ne lui aura pas fait parcourir des centaines ni des milliers de kilomètres!

Là où j'ai le choix, c'est entre les différents types de paquets, petits ou grands: rien que des légumes, rien que des fruits ou un paquet mixte, les prix variant de 8€ à 13,50€.

J'opte pour le paquet mixte. Au niveau de la quantité, j'y trouve mon compte. Quant au contenu, je suis parfois décontenancée par des légumes dont j'avais plus ou moins oublié l'existence, d'autres que je ne connaissais pas du tout! J'ai ainsi découvert le panais. Ce légume ancien ressemble à une grosse carotte blanche dont le goût assez prononcé rehausse parfaitement toutes sortes de potages et de plats gratinés. Dans le paquet suivant, je suis bien perplexe de trouver des betteraves rouges... Je jette un coup d'oeil sur la fiche qui accompagne ma commande et propose une recette de soupe de betteraves rouges. Le résultat est plus que probant: j'obtiens un potage velouté, relevé comme j'aime, et surtout d'une couleur rouge carmin qui épate mes invités et donne envie aux enfants de

boire de la soupe.

Du «fairtrade made in Belgium»

En essayant d'en savoir plus, j'apprends que derrière la vitrine virtuelle Julienne oeuvre une ferme bio basée à Roulers qui assure une bonne partie de la production. Cette entreprise agricole se double d'un «atelier social»: elle offre un emploi à des gens qui, pour différentes raisons, éprouvent des difficultés à en trouver un dans le circuit du travail régulier. «De plus, ajoute Dirk Lammertyn, patron de la ferme Lochting-Dedrie, l'entreprise est devenue le pivot d'un réseau de fermiers bio. Tant les producteurs locaux que ceux qui habitent plus loin peuvent compter sur un débouché certain et peuvent avoir une vision positive sur l'avenir.» A l'heure où plus de la moitié de la population mondiale vit en zone urbaine, je savoure, dans tous les sens du terme, une initiative comme celle-ci.

Bron: Metro, 22/04/2010



Historische groenten: Nu Middeleeuwse stoofpot inzaaien

Ha! Zaaitijd! Eindelijk. Dit jaar gaan we naast de gewone kropsla en krulandijve iets bijzonders doen. We hebben zaden besteld bij De Historische Groentenhof van Jac Nijskens. Wij gaan voor het pakket "Middeleeuwen in de stoofpot". Daarin zit onder andere "Bloemendaalse Gele". Nijskens: "Dat is een zogenaamde slobberkool, die de topkoks van Nederland allemaal bij mij bestellen. Het Okura, De Kas, Parkheuvel, de Librije, noem maar op. Herman den Blijker is er gek op. Ze hebben er bij hun gasten allemaal succes mee." P+ geeft de link naar alle 18 zaadpakketten die Nijskens samenstelde, met hongerig makende namen als "Ad Gustum, de Romeinse maaltijd" en "Schaarse salades", met Bataviasla, Aardbeispinazie, Italiaanse roodlof, Winterpostelein, Barbarakruid en Bloedrood Bietjesblad. Elk zaadpakket kost tien euro.

Wat zit er in ons Middeleeuwse stoofpotpotje, oftewel: Groenten uit donkere tijden. Het lijkt wel poëzie: Lathyruspeultjes, Blonde Melde, Wilde Bietjes, Pastinaken, Slobber- of Smeltkool (Bloemendaalse Gele) en Winterkervel. Duur is het niet, wanneer je deze zaden vergelijkt met de prijzen die je in tuinentra voor doorsnee groenten betaald, die iedereen al heeft. Nijskens, nog eens over de slobberkool: "Dat is winterkost. Moet pas in het najaar geoogst worden. Het is een stoofkool, dus alleen met wat bouillon en spek in de pan laten smelten, zoals ze het vroeger deden. Het smelt in de pan en het smelt in je mond, zo lekker."

Nijskens weet alles over de eetgewoonten van eeuwen geleden. Hij zegt: "Om deze tijd was er honger. De wintervoorraden waren op. De nieuwe oogst was er nog niet. Dan aten de mensen bladgroenten die de winter overleefd hadden. Die kun je nu nergens meer kopen, maar ze hebben de tijden wel getrotseerd. Je vindt ze in de wegberm. Naaldenkervel, winterkers, waterzuring, aardaker, zevenjaars spinazie. We hebben er hele mooie versies van, die wel wat gecultiveerder zijn dan die harde bermsoorten."

Verzamelaar Nijskens heeft de service samen met de zaadhandel Vreekens in Dordrecht opgezet. Deze handelaar heeft het op het ogenblik zelfs zo druk dat hij zijn klanten adviseert om de (deels) te laat geleverde zaden te bewaren voor het nieuwe seizoen. Een ware verzamelaar is al blij met het bezit van zeldzame soorten. Nijskens heeft nog wel voorraad. "Ik werk al jaren met Vreeken samen en we hebben hierover een afspraak. Wanneer ik mijn pakketjes bestel, heb ik ze binnen een week in huis. Ongeachte de drukte die hij heeft met zijn gewone bestellingen." Voor wie geen tuin heeft, maar op een balkon wel wat ruimte heeft voor potten: kies pakket De Historische Groentenhof. Dan kan er het hele jaar door geoogst worden. Rode Spruitjes, Winterpostelein, Witte raapjes, Gemengde

Pluksla, Peulen Corne de Belier en Wilde Peertomaatjes.

Bron: PPP, 18/04/2010



PRODUCENT

Eerlijke prijs voor een gezonde kip

26/04/2010 - Terwijl de kranten vol staan met alarmberichten over de nieuwe superbacterie bij kippenkwekerijen, houdt Dirk Peeters, Vlaams volksvertegenwoordiger, een pleidooi voor een eerlijke prijs voor een gezonde kip. BioForum denkt er net zo over. Gezonde voeding heeft zijn prijs.

Gezonde voeding, wat betekent dat? De biologische sector laat daarover in haar uitgangspunten weinig twijfel over bestaan: voedselproductie hoort te starten met een gezonde bodem, een gezond leefmilieu en gezonde dieren.

De biologische veehouderij mag bij wet geen antibiotica preventief gebruiken. Maar dat hoeft ook niet. Een veehouder kiest met zorg rassen uit die robuust zijn, die trager groeien, hij zorgt voor biologisch kwaliteitsvoer, voor een vrije uitloop, voor een goede huisvesting met daglicht in voldoende ruime stallen, voor de mogelijkheid tot soorteigen gedrag. Zo verhoogt hij de natuurlijke weerstand van dieren. Weerstand en welzijn gaan hand in hand.

Door een betere algemene weerstand worden minder dieren ziek, of worden de dieren minder ernstig ziek in het geval van infecties. En genezen ze sneller.

Om het over kippen te hebben: het rapport "Verantwoorde en communiceerbare argumenten bij biologische producten: dierenwelzijn" (Animal Sciences Group van de Universiteit van Wageningen, stelt het volgende:

(...) Ook in de biologische pluimveehouderij is de infectiedruk met parasieten hoger door het aanbieden van strooisel en buitenuitloop (-). Contact met daglicht in de buitenuitloop is echter positief voor de stofwisseling van

pluimvee (+++). Door gebruik van langzaam groeiende vleeskuikens zijn er over het geheel genomen minder gezondheidsproblemen in de biologische vleeskuikenhouderij (+++). Ook vertonen deze minder uitwendige

beschadigingen (+++). De kans op uitwendige beschadigingen is groter bij tekorten aan eiwitten en aminozuren, wat een probleem kan gaan vormen als de grondstoffen voor voer 100% biologisch moeten zijn (0/-).

De langzaam groeiende vleeskuikens hebben een langere levensduur (+++) dan de reguliere rassen, wat door betere houderijomstandigheden als positief kan worden aangemerkt.

Ook in de biologische pluimveehouderij worden minder ingrepen toegepast dan gangbaar, de snavels blijven intact bij biologische hennen.

De plussen en minnen staan er niet zomaar: (-) duidt op een mindere prestatie, representatief voor een klein deel van de Nederlandse biologische sector of alleen theoretische onderbouwing. (+++) staat voor een betere prestatie, representatief voor grootste deel van de biologische sector: harde claim. Bovenstaande beweringen zijn dus niet zomaar verzonnen.

Ook het gedrag van biologisch gehouden kippen scoort volgens dit rapport opmerkelijk beter: meer natuurlijk en gevarieerd gedrag, minder angst, minder gedragsafwijkingen. Welzijn en gezondheid gaan hand in hand.

De studie "Vergelijking van de gezondheid en het welzijn van biologische versus intensieve braadkippen" uitgevoerd door Frank Tuytens e.a. bij ILVO, het (Vlaams) Instituut voor Landbouw- en VisserijOnderzoek kwam tot gelijkaardige bevindingen.

Bio investeert in het welzijn van landbouwdieren. En dat vertaalt zich, terecht, in een hogere prijs. En in een betere smaak en meer beroepstrots.

Meer info:

- Studie:

- Het rapport "[Verantwoorde en communiceerbare argumenten bij biologische producten: dierenwelzijn](#)"

- info.po.asg@wur.nl

- Contactpersonen:

- Steven Jespers (Belki) - 053/77 13 36 - belki.nv@skynet.be

- Elise en Victor Henry (Gallinero) - 012/74 14 82 - info@gallinero.be



, 23/04/2010



L'agriculture bio en Wallonie a augmenté de 59% en 4 ans

La superficie agricole biologique wallonne sous contrôle est passée de 20.345 ha en 2004 à 32.330 ha en 2008, soit une augmentation de 59 %.

La surface agricole bio représentait donc, en 2008, 4,3 % de la surface agricole utile wallonne.

Depuis 2004, le nombre d'agriculteurs pratiquant le bio en Wallonie a augmenté de près de 60 % (de 481 en 2004 à 759 en 2009).

Pour faciliter le passage du mode de production traditionnel au mode biologique, le ministre wallon de l'Agriculture accorde des surprimes de reconversion de 50 à 150 euros par hectare durant les deux premières années de transition. À ces primes s'ajoutent des aides directes récurrentes de 75 à 750 euros par hectare.

Les subventions accordées aux producteurs bio et aux agriculteurs en transition ont augmenté de 64 % depuis 2004, selon le cabinet Lutgen. « Le montant total des aides était de 7,85 millions d'euros en 2009, alors qu'il se chiffrait à 4,78 millions d'euros en 2004. » En Flandre, le nombre d'hectares de culture bio, qui avait diminué entre 2002 et 2005, est reparti à la hausse, avec une augmentation de 5 % entre 2008 et 2009 et de 17 % entre 2005 et 2009, selon les chiffres du SPF Économie. Cependant, les 3.700 ha de culture bio recensés en Flandre en 2009 ne représentent que 1 % de la surface agricole totale au nord du pays.

Bron: Le Soir, 19/04/2010



Meststoffen uit natuurterrein moeilijk voor biologische sector

De biologische sector heeft altijd aanvoer van nutriënten van buiten nodig. Als je biologische producten afvoert is de kringloop immers niet meer gesloten. Materiaal van natuurterreinen werd wel gebruikt als aanvulling door de biologische sector. De (on)mogelijkheden hiervan in de toekomst werden tijdens een workshop besproken.

De wetgeving wordt (stapsgewijs) aangescherpt om in 2020 alleen nog A-meststoffen toe te staan. Van de compostsoorten wordt alleen biologische compost daarbij als A-meststof aangemerkt. Wat zijn dan nog de mogelijkheden voor meststoffen uit natuurterreinen voor de biologische sector? Vertegenwoordigers van de biologische sector, composteerders, natuurterreinbeheerders, onderzoekers en voorlichters wisselden van gedachten over dit onderwerp op 26 november 2009. Ook vertegenwoordigers van het Parapluplan 100% biologische mest, de themawerkgroep Bodemvruchtbaarheid van Biologica, ministerie van LNV en Skal namen deel aan deze workshop.

Biologische telers vinden het besluit om alleen biologische compost als A-meststof te verklaren een zware ingreep. Biologische glastuinbouwers stellen dat zij beslist niet zonder compost kunnen. Vollegrondstellers denken dat er nog wel alternatieven zijn voor de aanvoer van stikstof, maar niet voor dekking van het structurele tekort van fosfaat en kali. Volgens biologische telers hoeft hun compost niet persé van biologische oorsprong te zijn, als het maar vrij is van schadelijke inhoudstoffen. Zij willen meer mogelijkheden om zelf product uit natuurterreinen te kunnen composteren. Ook pleiten zij voor verruiming van het begrip "afval" uit natuurterreinen en voor verruiming van de 1-km grens voor het gebruik van dat 'afval'.

De groencomposteerders en natuurterreinbeheerders hebben een afwachtende houding. Als de biologische sector iets wil veranderen, zoals composteren bij een lagere temperatuur om niet te veel organische stof te verbranden, moet de sector dat zelf betalen. Zij zien de aanscherping van regels als doodsteek voor levering van compost aan de biologische sector.

De natuurterreinbeheerders zijn op dit moment bezig zijn om andere afzetkanalen voor hun organische producten te ontwikkelen (o.a. energiewinning). Het bestemmen van natuurterreinen als grondstofleverancier ten behoeve van de biologische sector is op dit moment bij hen nauwelijks in beeld.

Klik hier voor een gedetailleerd verslag van de workshop "[Meststoffen uit natuurterrein: biologische sector laat kansen liggen](#)" in rapport nr. 3250109809 van PPO-AGV, maart 2010.

Bron: Biokennis, 16/04/2010



Biologisch blijft groeien in Nederland

Bio-Monitor 2009 laat een groei van de biologische sector zien. De oppervlakte biologische landbouwgrond steeg met 2,9%. Bovendien gaven consumenten 10,8% meer uit aan biologische voeding.

Dat de oppervlakte biologische landbouwgrond is gegroeid is opvallend, gezien het feit dat de totale hoeveelheid landbouwgrond in Nederland jaarlijks afneemt.

Foodmarkt

De totale foodmarkt groeide met 1,9%. De consumenten besteedden echter 10,8% meer aan biologische voedingsmiddelen. Consumenten gaven het afgelopen jaar 646,6 miljoen euro uit aan biologische producten. De afgelopen tien jaar steeg de groei van consumentenbestedingen aan biologisch voedsel onafgebroken.

Supermarkt

Consumenten kochten bio vooral in de supermarkt. Bijna 45% van de producten werd daar gehaald. De speciaalzaak staat op nummer twee met 39,2%. Tweederde van de verkochte biologische

producten waren versproducten. De consumenten besteden ruim 11% meer in de supermarkten dan vorig jaar. Dit betekent dat de biologische consumptie vier keer harder groeide dan de totale supermarktomzet in 2009, meldt Centraal Bureau Levensmiddelenhandel(CBL).

Internationaal

De wereldwijde bestedingen aan biologisch voedsel zijn in 2008 gestegen met 10% naar 34,6 miljard euro. In Nederland stegen ze met 12,4%. Sinds 2002 is de wereldwijde omzet bijna verdubbeld. Oostenrijk, Zwitserland en de Scandinavische landen zijn in Europa voorlopers op dit gebied. In Engeland lieten de cijfers zien dat de bestedingen aan biologische producten in 2009 sterk terugliepen door de economische crisis. Het eerste kwartaal van 2010 laat een voorzichtig herstel zien.

Bron: VMT, 23/04/2010



NL- Zaadbedrijven selectioneren meer op bio

Steeds meer kweek- en handelsbedrijven tonen interesse voor de biologische landbouw. Het aantal biologische rassen neemt toe. In veel landen is biologisch uitgangsmateriaal niet verplicht. In Nederland moeten ondernemers voor biologisch uitgangsmateriaal kiezen. Handelshuizen spelen hierop in. Dat blijkt onder meer uit het aanbod op de jaarlijkse rassendemo's op proefboerderij Kollumerwaard van de SPNA, op de Biovelddag van PPO-Lelystad en op biologische beurzen zoals BioVak en BioFach.

De markt voor biologisch uitgangsmateriaal wordt in belangrijke mate bepaald door de regelgeving in de belangrijkste exportlanden. In veel landen kunnen biologische telers voor gangbaar uitgangsmateriaal kiezen.

Kweek- en handelshuizen dringen er bij LNV-minister Gerda Verburg op aan om te pleiten voor een eenduidige regelgeving. Biologisch uitgangsmateriaal zou in heel Europa verplicht moeten worden.

Bron: Agripress, 24/04/2010



NL - Biosaldo berekend

Is omschakelen naar biologische teelt bedrijfseconomisch ook interessant voor gespecialiseerde telers? Een voorbeeldberekening voor omschakeling naar biologische teelt van een typisch Noord-Hollands koolbedrijf van 28 hectare op kleigrond laat zien dat het bouwplansaldo al vanaf het tweede omschakeljaar positief is. Alleen in het eerste omschakeljaar komt het saldo iets lager uit dan in de gangbare situatie. Zo blijkt met een slim en kort omschakeltraject omschakelen ook voor gespecialiseerde telers goed mogelijk. De nieuwe voorbeeldberekening is te vinden op www.biologischondernemen.nl.

Onderzoekster Michaela van Leeuwen van Praktijkonderzoek Plant & Omgeving van Wageningen UR stelde de berekening op, in nauw overleg met biologische en omschakelende telers en de Taskforce Marktontwikkeling Biologische Landbouw. "Met deze voorbeeldberekening willen we ondernemers inzicht geven in de financiële veranderingen tijdens en vlak na het omschakelen naar een biologische bedrijfsvoering. Een team met ook biologische boeren en een omschakelende teler heeft met mij samen de uitgangspunten bepaalt, zoals de grondsoort, omvang, gewaskeuze en bouwplan. Hoewel het een modelberekening is, geeft dat toch een heel realistisch beeld."

Omschakelen levert goed saldo

Omschakelen naar biologische teelt betekent een flinke verandering in teelttechniek. Zo mag een

biologische teler geen kunstmest en bestrijdingsmiddelen meer gebruiken en moet hij met dierlijke mest en ruimere vruchtwisseling de bodemvruchtbaarheid op peil houden. In de voorbeeldberekening verandert de teler daarom van een 1 op 3 teelt met pootaardappels, rode kool en spitskool naar een 1 op 6 teelt op de eigen kavel met B-peen, zaaiuien, ijssla, pootaardappels en aansluitend grasklaver en broccoli en rode en witte kool op gehuurd land. Het verschil in bouwplansaldo tussen de gangbare uitgangssituatie en de biologische situatie na omschakeling is bijna € 32.000,-- positief (€ 169.000,-- voor biologisch minus € 136.000,-- voor gangbaar). De totale omschakelkosten voor dit voorbeeldbedrijf bedragen € 3.700,--. Natuurlijk krijgt een omschakelende teler te maken met andere afnemers en een kleinere afzetmarkt. Goed marktgericht werken is dus essentieel om vergelijkbare resultaten te realiseren.

Subsidie voor omschakelaars

Noord-Hollandse boeren die in 2010 willen omschakelen naar biologisch landbouw kunnen hiervoor subsidie aanvragen bij de provincie Noord-Holland. Gedeputeerde Staten hebben besloten 250.000 euro subsidie beschikbaar te stellen voor het ondersteunen van omschakelende boeren. Aanvragen moeten vóór 4 mei 2010 worden ingediend. Meer informatie over de voorwaarden en aanvraag is te vinden op het subsidieloket van de provincie via www.noord-holland.nl

Biologisch ondernemen

Er zijn goede kansen voor gangbare boeren en tuinders die de overstap willen maken naar de biologische landbouwmethode. Nieuwe omschakelaars worden van begin tot eind begeleid tijdens het omschakelingstraject via het project 'Biologische ondernemen in Noord-Holland'.

Bron: BioFood, 27/04/2010



NL - Beeldenbank brengt herbicidenschade in beeld

De Beeldenbank ziekten, plagen en onkruiden van onderwijs en onderzoek is uitgebreid met een nieuwe categorie: schadebeelden van herbiciden. De website toont beelden uit de akkerbouw, groente- en fruitteelt.

De schadebeelden kunnen variëren van dwerggroei tot misvorming, verkleuring en woekering. Dit zijn symptomen die soms sterk lijken op ziektebeelden veroorzaakt door ziekteverwekkers of een gebrek aan bepaalde voedingsstoffen. Een verkeerde interpretatie van de symptomen kan leiden tot het treffen van verkeerde maatregelen die het werkelijke probleem niet oplossen.

De beeldenbank is gratis toegankelijk voor iedereen op <http://databank.groenkennisnet.nl>. Onder het kopje Herbicidenschade staan de beschrijvingen van 62 schadebeelden veroorzaakt door herbiciden. Het is mogelijk om te zoeken op schadebeeld, de herbicidennaam (merk en werkzame stof) en op de werkingsmechanismen.

Bron: WUR, 20/04/2010



EU - Increased role of organic farming

With the EU's future farm policy expected to have an increased focus on protecting biodiversity, promoting sustainable farming and achieving CO2 reduction goals, organic farming may be worth a closer look, EU officials said. "There is a growing interest in organic farming, particularly in the context of talks on ecosystem services," said Ladislav Miko, director at the European Commission's environment directorate, addressing a seminar on the role of organic farming in combating climate change on April 20, 2010. His comments come as the EU is preparing a major overhaul of the

Common Agricultural Policy (CAP) for the post-2013 era, in a bid to tap into the increasingly recognised potential of agriculture to mitigate climate change and deliver various other environmental benefits, such as improved soil and water quality, EurActive Network reports.

Anna Barnett from the Commission's environment directorate stressed that the focus should be on reducing pollution from the 96 % of farm land currently used for conventional farming. She noted that 50 % of France's drinking water, for example, needed to be cleaned of pesticides before it was fit to drink. "We also need more money for rural development measures, for organic farming as well as fairer distribution of payments," Ms Barnett said. According to Urs Niggli, director of the FiBL, organic farming actually built up soil fertility and matter, and organic agriculture's environmental services were "huge". In addition to better soil fertility, organic fields also had a 30 % wider variety of species, a 50 % greater abundance of beneficial animals and an abundance of bees compared to conventionally farmed fields, Mr Niggli continued. They also had increased capacity to hold water and higher water content in the soil, he added.

[EurActive Network](#)

Bron: Organic-Market.info, 27.04.2010



Ecuador - "Ook arme mensen kunnen bio eten"

"Er is geen reden waarom arme mensen slecht moeten eten." Dat zegt de Ecuadoraanse boer Juan Anguisaca, een lid van de landbouwcoöperatie Coopera ('Werk samen'). De coöperatie heeft met haar betaalbare bioproducten een marktaandeel van 10 procent veroverd in de stad Cuenca. Ook in Guayaquil, de grootste stad van het land, baat de organisatie eigen winkels uit.

"Bioproducten moeten niet duur zijn", zegt Rodrigo Aucay, de directeur van Coopera. "Ze leveren winst op en blijven toch binnen het bereik van de armen".

Coopera is gevestigd in San Joaquin, een kleine plattelandsgemeente dicht bij de Andesstad Cuenca, 440 kilometer ten zuiden van Quito. De coöperatie werd begin 2004 opgezet door acht leden die elk vier euro inlegden. Nu telt de organisatie zestigduizend leden en heeft ze een kapitaal van 21 miljoen euro.

Al het vlees, fruit en groenten die Coopera produceert, zijn 100 procent biologisch. Die beslissing werd bij de stichting van de coöperatie genomen, omdat de leden het beu waren almaar meer geld uit te geven aan kunstmest en pesticiden.

"Coopera is een indrukwekkend succes", vindt Xavier Patino, de ondervoorzitter van de Kamer van Koophandel van Cuenca. "De coöperatie heeft ook een heilzame uitwerking op het prijsniveau." Volgens Patino is het aan Coopera en andere, gelijkaardige coöperaties te danken dat de inflatie in Cuenca nagenoeg is stilgevallen.

Coopera heeft intussen drie distributiecentra waar de producten van zijn leden worden gesorteerd, gewassen of bewerkt en verpakt. Van daaruit gaan ze naar de eigen winkels van de coöperatie in Cuenca en in de volkswijken van Guayaquil. "Waarom zouden wij onze winstmarge delen met supermarkten?", vraagt Aucay retorisch.

Landbouwkundigen van de coöperatie experimenteren volop met nieuwe gewassen en nieuwe technieken. Ze introduceerden onder meer een insecticide op basis van chilipepers en vliegenvallen voor plagen waartegen geen biologische middelen te vinden zijn.

De leden van de coöperatie en andere kleine boeren leren de nieuwe technieken op een boerderij die de organisatie gratis kan pachten van de universiteit van Azuay. Ironisch genoeg moest de prestigieuze privéuniversiteit haar landbouwkundig programma stopzetten omdat ze niet genoeg studenten vond, terwijl Coopera overstelpt wordt met aanvragen van boeren die willen bijleren over biologische landbouw.

Bron: Inter Press Service, 26/04/2010



VERWERKER

Your choice, nu ook bio

23/04/2010 - BioForum Vlaanderen werkt samen met Max Havelaar aan de leveranciersbeurs 'Your choice' op donderdag 27 mei in Brussel. De beurs brengt bedrijven, overheden, instellingen en organisaties in contact met leveranciers van biologische, lokale en fairtrade voeding. Op die manier kunnen potentiële klanten kennis maken met het brede gamma aan bioproducten.

De beurs is een initiatief van Max Havelaar en beperkte zich vroeger tot fairtradevoeding. Nu er steeds meer een link wordt gelegd tussen duurzame en biovoeding, werd het thema dit jaar uitgebreid naar bio en lokaal. Daarvoor werkt Max Havelaar samen met 7 verenigingen, waaronder BioForum Vlaanderen en BioForum Walloni □ We hebben geprobeerd zoveel mogelijk bioleveranciers warm te maken voor deze beurs want het is een uitgelezen kans om kennis te maken met potentiële klanten. Het resultaat is een beurs met meer dan 30 standhouders met een evenwichtige verdeling tussen fair trade, bio en lokaal.

Daarnaast wordt een programma van workshops en debatten aangeboden waaraan ook BioForum Vlaanderen deelneemt. Zo werkt Martine Van Schoorisse mee aan de workshop rond 'Fairtrade, bio en lokale producten in de grootkeuken' en neemt Leen Laenens deel aan het debat 'Je weg vinden in de duurzame labels'.

Your choice

donderdag 27 mei, 10 - 18u

Halles des Tanneurs, Huidevettersstraat 60a, 1000 Brussel

www.salonyourchoice.be

Info: catherine@maxhavelaar.be



, 23/04/2010



Een bolletje koe en een bolletje geit

Geen weekend aan zee is compleet zonder een bolletje of een coupe roomijs. Terwijl softijsmachines overuren draaien op de dijk, kun je bij IJs René sinds 1947 terecht voor het beste roomijs uit De Haan en omstreken. De ziel van IJs René is het recept. "Ik bereid het roomijs nog altijd met het originele recept van Ren □ Het is wat ons ijs uniek maakt", zegt Peter Pattyn, de opvolger van Ren □ Daarnaast gebruikt hij het recept van zijn vader voor het biologisch roomijs op basis van geitenmelk. Dat ijs wordt gemaakt sinds 1997 met geitenmelk van 't Reigershof, een biogeitenboerderij in Klemskerke. "De meeste mensen blijven wat achterdochtig wat de smaak

betreft. Onterecht, want je proeft amper verschil, tenzij door het gebruik van rietsuiker."

Er wordt gezegd dat René zijn ijskraampje in De Haan net na WO II heeft geopend. René was een pionier: hij moet één van de eerste mensen zijn geweest die zelf op grotere schaal roomijs gingen produceren. Oorspronkelijk huisde René in een kiosk, nu vind je IJs René aan de Leopoldlaan, vlak naast Australian Ice Cream. De rij bij IJs René is wel langer. Het bio-ijs van René kun je kopen bij Bioplanet en andere natuurwinkels onder het label 'IJs René' of 'Tijst-it'. De favoriete smaak van de klanten blijft vanille, in combinatie met chocolade of stracciatella. "We proberen wel eens iets nieuws", zegt Pattyn, "zoals ijs met Ferrero Rochersmaak of chocolade met munt, maar de klassiekers blijven de klassiekers. En het recept blijft het recept."

IJs René, Leopoldlaan 22, 8420 De Haan

Bron: De Morgen, 17/04/2010



Danku wordt nu frietpaleis

Het ecologische fastfoodrestaurant Danku van de Nederlandse Karen Brink, dochter van Nina, is veranderd in een 'Frietpaleis'.

De gezonde, biologische hapjes in ecologisch verantwoorde verpakkingen werden door het grote publiek in hartje Antwerpen niet gewaardeerd. Inmiddels is het restaurant verbouwd tot een doodgewone snackbar.

"Het Nederlandse concept sloeg niet aan in Antwerpen. Nu bakken we friet, en dat is iets waar iedereen van houdt", aldus uitbater Filip van Hoeck in de Belgische krant Het Laatste Nieuws. De andere Danku-vestiging in New York sloot vorig jaar om dezelfde reden haar deuren, maar Karen Brink hoopt elders in die stad een doorstart te maken.

Het restaurant in Antwerpen is volgens haar onlangs verkocht. Details geeft ze niet: "Zodra er nieuws te melden is over New York, bent u de eerste die ik op de hoogte zal stellen." Het bedrijf Danku Netherlands wordt bestuurd door Ab Brink, de ex-echtgenoot van Nina.

Bron: De Telegraaf, 21/04/2010



Des cosmétiques sans produits chimiques

Bruxelles Les produits de maquillage «verts» ont pris d'assaut nos salles de bain. Les marques de produits de beauté sont toujours plus nombreuses à se lancer dans le «bio» et proposent des cosmétiques bons pour l'utilisateur et la planète.

La femme moyenne se maquille le visage tous les jours. Pourtant, le rouge à lèvres et le mascara du supermarché ne sont pas toujours aussi innocents qu'ils en ont l'air. Pas mal de cosmétiques regorgent de composés chimiques, sans parler du fait que votre fond de teint est testé sur des animaux. Le maquillage biologique offre dès lors une alternative valable.

Une verte définition

Les cosmétiques «verts» sont élaborés uniquement avec des ingrédients naturels, aucun composé synthétique ou chimique n'intervient dans leur composition. Les marques de cosmétiques biologiques utilisent le moins possible de conservateurs et de matériaux d'emballage. Elles veillent également à ce que les produits soient fabriqués selon les règles du commerce équitable. Ce qui

signifie que les paysans qui cultivent les matières premières reçoivent un salaire décent pour leur travail. Et, bien entendu, les éco-cosmétiques ne sont pas testés sur les animaux.

Tous ces beaux principes ont un prix: les ingrédients naturels sont jusqu'à 20% plus chers que leurs homologues synthétiques. Ce qui n'empêche apparemment pas les femmes d'opter pour les cosmétiques «verts». La vente de produits de soins naturels a en effet augmenté en 2008 de 15%, d'après une étude américaine. Des chiffres tout à fait exceptionnels en ces temps de crise économique.

H&M contre Stella

Aujourd'hui, 3 à 4% de tous les produits de maquillage vendus sont d'origine biologique. Même si la part du gâteau est relativement réduite, elle représente néanmoins un chiffre d'affaires de 1,5 milliard d'euros par an -rien qu'en Europe. Pas étonnant dès lors que de plus en plus de grandes marques, comme L'Oréal et Clarins, se lancent dans le biologique et expérimentent ferme avec des ingrédients naturels. Le géant de la mode H&M a, lui aussi, découvert la tendance verte. La chaîne propose depuis le mois dernier une ligne de produits de soins de la peau biologiques. Ces produits sont estampillés du label Ecocert, la principale certification européenne pour les cosmétiques biologiques. «C'était une étape logique», explique Ann-Sofie Johansson, de H&M. «Nous travaillons depuis quelques saisons déjà avec du coton organique et nos clients étaient aussi demandeurs de produits naturels.»

Dans les plus hautes sphères de la mode, Stella McCartney -végétarienne convaincue et activiste en faveur des droits des animaux- pêche depuis quelques années déjà dans le vivier bio. Ses lignes de parfums et de soins de la peau contiennent un pourcentage élevé d'ingrédients biologiques. McCartney a même utilisé ses crèmes sur son bébé. «Un bébé est tellement incroyablement pur qu'on ne peut tout de même pas envisager de l'enduire d'autre chose que d'une crème complètement naturelle», a déclaré la styliste.

Dingues de bio

Pourquoi les femmes sont-elles soudain devenues aussi accros aux produits de maquillage bio? Peut-être faut-il en chercher la raison dans l'apparition de nouvelles marques de cosmétiques biologiques: Nvey Eco, Lush, Lavera... (voir ci-dessous). Les couleurs mode des palettes de maquillage et les emballages flashy prouvent que le bio ne doit pas être terne. Mais le succès soudain du bio ne se résume pas à cela. «Les femmes ont pris conscience du fait que le maquillage traditionnel contient pas mal de substances chimiques. Leur confiance dans les produits classiques a diminué», dit-on chez plusieurs experts en maquillage. Stella McCartney ajoute: «Rien que lors de votre rituel quotidien du matin, vous mettez près de 200 produits chimiques en contact avec votre peau. Quand on sait que certaines de ces substances se retrouvent aussi dans l'antigel de votre automobile, il y a de quoi se poser des questions sur l'effet sur votre peau.»

Les inconvénients

Malgré la progression de la tendance bio, la plupart des grandes marques continuent de ne jurer que par les ingrédients synthétiques. «Notre objectif principal est de créer des produits très efficaces, et rien de tel que les produits synthétiques pour ce faire», explique Edouard Mauvais-Jarvis, de Dior, à Weekend Knack. «Dans le cas des parfums aussi, il est très difficile de proposer des fragrances identiques rien qu'avec des ingrédients naturels.» De plus, les ingrédients biologiques ne sont pas toujours disponibles. «Nous proposons une gamme biologique, mais tous nos produits ne sont pas biologiques», indique-t-on chez Yves Rocher. «Car le bio comporte tout de même des inconvénients: le label Ecocert pose des exigences très strictes, si bien que nous ne pouvons utiliser

que 500 ingrédients actifs. Ce qui gonfle aussi les prix.»

Que tout cela ne vous empêche pas d'utiliser des cosmétiques «verts». Les plantes sont bien plus qu'un phénomène de mode en cosmétique. Ce sont les ingrédients du futur.

Bron: Metro FR, 22/04/2010



La cosmétique vit !

La Feuille est un nouveau concept de boutique dédiée exclusivement aux cosmétiques bio et naturels. Son premier point de vente s'est ouvert près de la place Brugmann à Bruxelles. L'ambition de ses deux créateurs est de faire tache d'huile dans la capitale...

Les produits de beauté étiquetés bio et 100 % naturels ont le vent en poupe. H&M, L'Oréal, Yves Rocher... toutes les grandes marques ont désormais leur gamme «verte». Leurs ventes connaissent une croissance annuelle à deux chiffres et représentent déjà 5 % du marché des cosmétiques. «On a dépassé le phénomène de mode ; il y a une véritable prise de conscience chez les consommateurs», observent Cédric Fonteyne de Vielcroix (37 ans) et Laurent Chemda (36 ans). Surfant sur cette vague verte, les deux comparses ont ouvert, au début de l'année, La Feuille, une boutique spécialisée «en cosmétique vivante», à deux pots de la place Brugmann à Ixelles. «Il existe pas mal de chaînes et de magasins bio qui vendent des produits de beauté naturels mais ce sont souvent les mêmes références que l'on trouve partout, assurent-ils. Aussi avons-nous opté pour une boutique dédiée à 100 % aux cosmétiques bio et naturels avec une sélection de marques exclusives pour la Belgique.» Dans un décor zen où le vert prédomine, La Feuille propose des crèmes et lotions pour femmes, hommes et bébés, dans des emballages raffinés et tendance. «Avec notre concept, l'idée était aussi de dépoussiérer l'image bobo du bio», soulignent les deux hommes au profil très complémentaire.

Ingénieur commercial sorti de l'Ichec, Cédric Fonteyne de Vielcroix a travaillé, pendant 11 ans et demi, chez ING. Depuis trois ans, il gère les participations de Léon Seynave, cofondateur de Mitiska, l'ancien actionnaire de Brantano et AS Adventure. «Léon Seynave m'a appris l'ABC de la distribution et, entre autres, l'importance de la localisation», relève-t-il. D'où le choix du n°199 de la rue Berkendael, quartier huppé du sud de la capitale, pour ouvrir La (première) Feuille. «Ici, c'est un peu comme un village, les gens ont le temps de prendre leur temps et le public est bien au fait des tendances du moment.»

De nationalité française, Laurent Chemda a démarré sa carrière dans la mode à Paris. Il est tombé dans le bio quand il était petit. «Mes grands-parents ont fondé la chaîne de magasins La Vie Claire. Un parent dermatologue m'a, par ailleurs, sensibilisé aux problèmes de peau», raconte celui qui a fait un bref passage comme vendeur chez Paris XL pour apprendre le métier.

A côté de la vente de produits, La Feuille prodiguera bientôt des soins et massages sur place. Le duo a d'autres projets à Bruxelles. «Nous voulons faire tache d'huile comme l'enseigne Exki l'a fait avant d'ouvrir des points de vente en dehors de la capitale.»

Bron: Tendances, 22/04/2010



GB - Natural & Organic Awards 2010 winners announced

London's Olympia was buzzing with activity over April 11 to 12, 2010, as over 8000 people

gathered to attend Natural & Organic Products Europe with more than 500 exhibitors. The two-day show also included the launch of the latest Soil Association's Organic Market Report. The winners of the coveted Natural & Organic Awards were announced, too. Hosted in association with the Soil Association and Natural Products magazine, the two-part Natural & Organic Awards format comprised an early evening awards presentation, followed by a celebration party at the Kensington Roof Gardens. "Despite the economic difficulties we have experienced over the past year, we have seen more innovation and new product development in the natural and organic products industry than I can remember, which makes the achievements of this year's winners even more impressive," says Carsten Holm, MD of show organiser's Diversified Business Communications.

The awards presentation included the winners of 17 categories:

Best new food product: Triano Brands Ltd - Mamma Cucina Cheesecake
Best new non-food product: Mohdoh - Mohdoh Wellbeing Products
Best new Vms Product: Natures Aid Ltd - Immune Support
Best new natural beauty product: Butterflies Healthcare Ltd - NATorigin Pencil Eye Liner
Best new sports nutrition product: MuleBar - MuleBar MegaBite Hunza Nut
Best shell scheme stand in show: Booja Booja
Best space only stand in show: Viridian
Best new packaging design: Evolve Beauty
Best independent retailer: Better Food Company, Bristol
Nahs retailer of the year: Natural Health, Welwyn Garden City
Best new organic food product: Pukka Herbs Ltd - After Dinner Organic Herbal Tea
Best organic retailer: SeaSalt Ltd
Best organic textile product: Seasalt, T-Shirt and Wendy Keith Designs, Woollen Items
Best organic facial skincare product: Botanicals Ltd, Rose & Camellia Cleansing Melt
Best organic baby product: Lulu & Boo, Baby Bottom Balm
Best organic bodycare product: Green Hands, Cuticle and Nail Oil 5
The natural products outstanding achievement award: Patrick Holden

Bron: Organic-Market.info, 17/04/2010



VERKOOPPUNT

Leuvense henneshop laat collectie zien in modeshow

Rootstock en Hempmade organiseren op 16 april hun derde 'Hempmade Fashion Show'. De modeshow in Het Depot toont enkel kleding die van hennep is gemaakt. Dit plantje kent veel toepassingsmogelijkheden, maar niet alles mag in België worden geproduceerd.

De Hempmade Fashion Show bestaat niet alleen uit een modeshow. Voor en na de show is er plaats voor optredens van de Leuvense band Undefined van het Engelse Vibronics voor een afterparty. Op de catwalk zelf worden de kledingstukken van de zomercollectie 2010 van de Leuvense winkel Hempmade getoond. Deze zijn gemaakt uit hennep, aangevuld met ander eco-textiel zoals biokatoen.

'We willen in de eerste plaats een leuke avond organiseren', zegt Peter De Herdt, uitbater van Hempmade. 'Daarnaast willen we bewijzen dat onze eco-kledij geen saai geitenwollensokkenimago heeft, maar ook heel trendy kan zijn.'

En het concept van henneproducten slaat aan. Een jaar geleden verhuisde de eerste en enige

Belgische hennepwinkel naar een groter pand aan de Diestsestraat. Het publiek beseft ook stilaan dat de winkel losstaat van drugs. Toen de winkel net opgestart was, werd er aan de toonbank wel eens gevraagd of ze ook cannabis verkochten. Dat gebeurt nu nog maar heel zelden.

'In de winkel liggen geen producten die naar het roken van cannabis verwijzen. We willen de positieve kanten van hennep belichten. Je kan met deze plant veel waardevoller dingen doen dan hem te roken. Voor het produceren van olie of kledij zijn andere variëteiten nodig dan die voor het produceren van drugs. Een pistolet met maanzaad heeft toch ook niets te maken met opium?', aldus De Herdt.

Winkeluitbater Peter De Herdt was, met een plantage in Haasrode, ook een van de eerste legale cannabiskwekers in België. 'De burens vinden mijn veld de max. Het ziet er anders uit dan een gewoon maïsveld, en in de herfst hangt er een zoete, bloesemige geur in de lucht. In het begin heb ik wel een informatiebord naast het veld geplaatst met daarbij een kopie van mijn toelating van het ministerie van Landbouw.'

Met de teelt wil De Herdt de productie van voeding op basis van hennep opstarten. 'Maar de regering slaagt er maar niet in een wet uit te vaardigen om voedsel met hennep zelf te produceren. Er is nochtans veel interesse van voedselproducenten, want hennep is heel gezond. Maar de ministers hebben er geen economische of politieke belangen bij. Kiezers zouden kunnen denken dat ze zo de cannabiswetgeving versoepelen', zucht de boer.

www.hempmade.be

Bron: het nieuwsblad, 14/04/2010

Origin'O opent nieuwe winkel

Op 5 mei opent de keten Origin'O hun 12de winkel. De winkel in Overpelt is bovendien de eerste Origin'O in de provincie Limburg. De opening is op 5 mei. Alle info over de nieuwe winkel en over Origin'O kan je vinden op www.origino.be.

Alle verkoopadressen van bio vind je in onze [BioGenietenGids](#). Vanaf juni 2010 vind je op die pagina onze nieuwe BioGenietenGids met alle info in een praktische databank zodat zoeken nog makkelijker en sneller kan.



, 22/04/2010

Lichte terugval van de hoeveeverkoop in 2009

De sterke groei in 2008 door de 'back to basics'-trend viel in 2009 volledig stil en resulteerde in een lichte terugval van de hoeveeverkoop. De aankoop van de basisingrediënten zoals verse aardappelen en vers vlees kende vorig jaar een algemene terugval. Ook op de hoeve gingen deze basisingrediënten achteruit. Hoevezuivel deed het in 2009 beter dan gemiddeld. Verse groenten daarentegen stegen op de hoeve minder dan gemiddeld.

Vooraf de gezinnen met een beperkt inkomen en de minder welgestelde gepensioneerden vonden vorig jaar minder vaak de weg naar de hoeve. De hoeveomzet daalde, na een uitstekend 2008, met 2% naar 114,2 miljoen euro. De daling kwam vooral op conto van de verse aardappelen. De

terugval van de hoeveerverkoop was iets sterker in Vlaanderen dan in de rest van het land. Vlaanderen blijft wel zeer belangrijk voor de hoeveerverkoop. 72% van de omzet wordt in deze regio gerealiseerd.

Dat blijkt uit onderzoek dat GfK Panel Services Benelux uitvoerde in opdracht van VLAM.

Lichte daling hoeveomzet na een schitterend 2008

Ruim 19% van de Belgische gezinnen kochten in 2009 minstens één keer voedingsproducten op de hoeve. In Vlaanderen kopen gevoelig meer mensen op de hoeve, namelijk 23 op honderd. De gemiddelde Belgische hoevekoper besteedde vorig jaar 130 euro in dit kanaal verdeeld over 7,9 aankopen. Het gemiddelde bedrag per aankoop bedroeg bijgevolg 16,40 euro. De totale omzet van de hoeveerverkoop in België daalde, na een jaar van sterke groei, lichtjes met 2,3% tot 114,3 miljoen euro. Met een omzet van 82,5 miljoen euro of 72% van het totaal is Vlaanderen relatief belangrijker voor de hoeveerverkoop dan de rest van het land. Niet alleen kopen er meer Vlaamse gezinnen op de hoeve, ze spenderen er ook meer dan de Waalse of Brusselse gezinnen, namelijk ruim 141 euro op jaarbasis. Het gemiddelde bedrag per aankoop bedraagt in Vlaanderen 17,20 euro. De omzetzakking (-7%) was in deze regio wel groter dan gemiddeld doordat iets minder Vlamingen vorig jaar naar de hoeve trokken.

Wat wordt gekocht op de hoeve?

Aardappelen blijven een belangrijke productcategorie om klanten naar de hoeve te lokken. Deze categorie kent het hoogst aantal kopers maar viel qua volume en marktaandeel vorig jaar terug. Het aandeel van deze categorie viel terug van 17% naar 14,3% en was verantwoordelijk voor de achteruitgang van de hoeveerverkoop. 10 Belgische gezinnen op 100 kochten vorig jaar verse aardappelen op de hoeve. Verder in het rijtje volgen fruit met iets minder dan 8, groenten 6,7; eieren 5,6; zuivel 4,1; gevogelte en wild 2,2 en vlees met 1,8 op 100. In Vlaanderen ligt het aantal hoevekopers voor aardappelen en andere plantaardige producten 8 à 9 eenheden hoger dan in Wallonië. Voor vlees en zuivel telt Wallonië relatief meer hoevekopers dan Vlaanderen (2,5 en 5,3 tegenover 1,7 en 3,9 op 100).

Niettemin staat de categorie 'aardappelen' het hoogste aantal kopers heeft, is het niet de belangrijkste categorie binnen de totale omzet. Deze eer is weggelegd voor vers vlees. Van de totale hoeveomzet van 114,3 miljoen euro in België neemt vlees 20,3% voor zijn rekening. Op de tweede plaats komt fruit met 19,2% en op de derde plaats staan groenten met 16,3%. Aardappelen vinden we op plaats vier. In Vlaanderen is fruit dan weer de belangrijkste categorie met een aandeel van 23,3%, gevolgd door groenten (18,5%). Vlees komt daar maar op de derde plaats met net geen 18%.

Wie koopt op de hoeve?

Het kerncliënteel van de hoeve bestaat vooral uit welgestelde gepensioneerden en welgestelde gezinnen met kinderen. Samen maken zij de helft van het cliënteel uit en zorgen zij voor 47% van de hoeveomzet. Naast het kerncliënteel zijn ook de kostwinners (tweepersoonsgezin met één kostwinner) belangrijk voor de hoeve. Deze laatste groep vertegenwoordigt 17,5% van de kopers en is goed voor 18% van de omzet. De gepensioneerden met beperkt inkomen en de huishoudens met kinderen met een beperkt inkomen zijn wat ondervertegenwoordigd op de hoeve. Zij hadden tot 2008 een groeiend belang in de hoeveomzet maar vielen vorig jaar gevoelig terug.

De rekrutering van kopers situeerde zich vorig jaar vooral bij de welgestelde gezinnen met kinderen en de oudere alleenstaanden (+40j). Ook in de totale omzet werden deze twee bevolkingsgroepen belangrijker. Jonge alleenstaanden (<40j) vinden we weinig of niet terug op de hoeve.

Bij de regelmatige hoevekopers zien we vooral de welgestelde gezinnen met kinderen belangrijker worden.

Belang van de hoeveerverkoop in de distributie

Qua marktaandeel binnen de totale distributie haalt de hoeve voor aardappelen het hoogste

percentage met 4,4%. In Vlaanderen zelfs bijna 6%. Eieren komen hier op de tweede plaats met een aandeel van 3,6%. Dit aandeel is wel dalend. Nadien volgen groenten met 1,4% en fruit met 1,3%. Deze laatste categorie zag zijn aandeel vorig jaar groeien. Voor vers vlees en vers gevogelte behaalde de hoeve een laag marktaandeel van iets minder dan 1%. Voor zuivel bedraagt het marktaandeel van de hoeve slechts 0,4% maar de verkoop van deze categorie kende in 2009 wel een mooie groei van alle parameters (aantal kopers, volume en besteding).

Waarom kopen op de hoeve?

De recessie in 2008 zette de consument er niet alleen toe aan om meer thuis te koken met basisingrediënten zoals aardappelen, verse groenten en vers vlees maar de consument ging tevens op zoek naar de oorsprong van deze basisingrediënten. Naast het directe contact met de boer biedt de hoeve meestal ook een prijsvoordeel. De hoeve is voor aardappelen bijvoorbeeld het goedkoopste aankoopkanaal. Ook voor verse groenten en fruit is de hoeve beduidend goedkoper dan de meeste andere kanalen. Deze trend van 'back to basics' leidde tot een groei van de hoeveverkoop in 2008 met meer dan 25%. Door de crisis vanaf 2009 kon de hoeve deze sterke groei niet volhouden en viel de omzet vooral door het wegvallen van kopers uit de minder welgestelde lagen van de bevolking wat terug. Toch bleef de hoeveverkoop op een beduidend hoger peil dan in 2007.

[De volledige tekst inclusief grafieken kunt u hier downloaden.](#)

De voordelen van Erkende Verkooppunten Hoeveproducten

Producenten met het label 'Erkend Verkoopspunt Hoeveproducten' (te herkennen aan het gele logo) zetten de voordelen van hoeveproducten extra in de kijker. De Erkende Verkoopspunten maken deel uit van een netwerk en hebben daar heel wat baat bij. Zo kunnen de Erkende Verkoopspunten onder meer gratis de hoevekar met nieuw feestpakket aanvragen voor omkadering van opendeurdagen en evenementen. Ook klantentrouwacties staan op het programma. Vanaf begin mei voorziet VLAM een actie waarbij klanten kunnen sparen voor een handig keukenmesje, voorzien van logo en website.

Ben je geïnteresseerd om je aan te sluiten bij het netwerk van de Erkende Verkoopspunten? Met alle vragen kan je terecht bij Sara De Preter (adjunct-productmanager Hoeveproducten bij VLAM).

Contactgegevens:

Koning Albert II-laan 35 bus 50

1030 Brussel

T: 02/552.81.58

F: 02/552.80.01

info@hoeveproducten.be

Bron: VLAM, 27/04/2010



GB - Organic Market report 2010

The current economic climate is said to be the toughest in the past 20 years, with trading conditions also being very difficult for many organic businesses. In 2009, sales of organic products in the UK were worth 1.84 billion £. Even though this represents a decline of almost 13 % in organic sales, organic milk, baby food and home cooking ingredients resisted the downward trend. Baby food even increased by almost 21 %, and organic beauty products increased by a third to 36 million £.

Despite this drop, sales of organic food were still more than three times higher than ten years

before, and 50 % higher than five years ago, the Soil Association Market Report revealed, and organics have started to pick up again in the early months of 2010. The Soil Association predicts that they will return to growth again this year, with market expansion between 2 % and 5 %, and there are already some clear signs that this is happening.

Tesco, for example, reports that its sales of organic vegetables are increasing again after more than a year of decline. Tesco and Waitrose, whose combined share of organic sales is more than 45 %, predict growth this year of 1 % and 3 – 5 % respectively. Rates of decline have slowed significantly in all categories of organic products in the first two months of 2010, with a return to growth for products as diverse as cider, flour, tea, herbs and spices and cooking sauces.

Among the three supermarkets with the biggest organic market shares – Sainsbury's, Tesco and Waitrose – it was Waitrose that proved the most resilient in the recession. Its organic sales fell by only 3.5 %. Multiple retailers accounted for 73.7 % of the organic market (loss in sales compared with 2008: 12.2 %), box schemes/home delivery/mail order for 8.4 % (- 9.8 %), farm shops for 1.8 % (- 13.8 %), farmers' markets for 1 % (- 20 %), catering for 0.9 % (- 10 %), and other independent retailers for 14.2 % (- 17.7 %).

Organic land in Great Britain has increased by 9 % and in January 2009 amounted to 743,516 hectares (4.3 % of all agricultural land). The amount of land in conversion to organic fell by 5.6 % to 149,103 hectares, suggesting that the rate of conversion is slowing. Dairy products remained the most popular category in 2009, accounting for 33 % of sales. Fresh fruit and vegetables accounted for 26 %, home cooking ingredients and beverages for 6 %, and red meat for 5 %. The three biggest categories of organic food in terms of retail sales value - dairy, fresh produce and fresh meat - fell by 5.5 %, 14.8 % and 22.7 % respectively in 2009. Meat and fresh produce were among the products where supermarket price differences between organics and non-organics were most pronounced. Price differences for organic milk and organic baby food were relatively modest.

Shoppers reduced their spending – the proportion of households buying some organic food fell slightly from 88.9 % to 88.3 %. Leading retailers reduced organic ranges and shelf space. On average, consumers bought organics 16 times during the year, compared with 18 times in 2008, and spent 2.9 % less on organics per shopping trip. Consumers changed their habits – for instance, they went for canned and frozen alternatives to help avoid waste. Consequently, sales of organic fresh fish, for example, fell by 46 % in 2009, while sales of organic frozen fish more than tripled.

Customers gave three main reasons for buying organics: they preferred natural/unprocessed food (40 %), they emphasised that the restricted use of pesticides was important (34 %), and they enjoyed the better taste of organics (30 %). For 2010, the Soil Association Market Report predicts that organics will again attract shoppers - from across the entire social spectrum.

A significant coalition that established itself is Organic UK, with major pledgers like Yeo Valley, Rachel's, Organix and Omsco. The UK organic industry plans to run a three-year integrated marketing campaign to help increase sales of organic products and promote the "organic brand". The campaign, which will include significant press advertising, aims to drive a 15 % increase in sales per year over the three years. Organic UK has already surpassed their initial target of 300,000 £ funding per year, which shows the enormous commitment from the industry to run a generic campaign. The funding application, which will double the campaign budget to more than 600,000 £, is now with the EU, and we will be advised on the outcome of the application in July 2010. In the meantime, the Organic Trade Board is running a PR based campaign to promote the organic industry, as a kickstart to the main campaign later this year.



D - Organic retail chains growing

In terms of new openings in 2009, the chains with 30 new stores (52 %) were slightly ahead of owner-managed stores (28 new stores or 48 %). The difference in terms of store size was much clearer: Alnatura, Bio Company, Denn's Bio and the other chains accounted for about 61 % of the new retail space, that came to a total of roughly 15,575 m². The equivalent figure in 2008 was 59 %. The number of chains in Germany is still 18.

With five stores each, Biofrischmarkt GmbH and LPG have joined the ranks of the chains. Given its current situation, we have not included Vitalia in the statistics for the time being. Also, after the demise of e.o., its successor company Kompledo does not have the minimum five stores to qualify as a chain (see below). The number of stores belonging to the chains is 240. The total retail space of all the chains is shown by research carried out by Organic-Market.Info to be 131,831 m². This means the average retail area per store is 549 m².

18 companies with at least five outlets each are currently operating the 240 chain stores in Germany. In just a few cases, however, not all their stores exceed the 200 m² of retail space that Organic-Market.Info uses to define large-scale specialist stores and organic supermarkets.

Thus just under a half (approximately 46 %) of all specialist organic stores and organic supermarkets belong to a chain. Eleven of these chains expanded in 2009 and opened at least one new store. The market leaders, Alnatura and Denn's Bio, created eight and ten new outlets respectively. The average retail area in the new stores, on which Organic-Market.Info's bases its evaluation of 2009, is 519 m². This figure is 71 m² (16 %) higher than the 448 m² average retail space available to individual operators. Our calculations show that the average area of all new openings is 476 m². In north Germany, Aleco is continuing its moderate expansion with one new opening. This regional chain now operates seven stores with a total of 3,060 m².

In terms of the number of stores, Alnatura was the leader in 2009 and, since December, now has 53 organic supermarkets. The company, that has its headquarters in Hessen, opened eight new SuperNaturMarkt stores across the whole of Germany in 2009: in Alsbach-Hähnlein, Berlin (2), Bremen, Filderstadt, Frankfurt, Munich and Regensburg. The average retail area of these new stores is 614 m². In the last financial year ending in September 2009, Alnatura's SuperNaturMarkt stores registered a turnover of ca. 180 million euros.

From the point of view of the number of stores, Basic slipped from second to third place below Denn's Bio. After a comprehensive consolidation programme at the beginning of the year, the company opened one new store in Munich in 2009. The chain currently operates 24 stores in Germany and two in Austria. With an average of 739 m², Basic's retail space still exceeds that of Alnatura (589 m²). With 24 outlets, Basic has a total area of 17,735 m², whereas the total retail area of Alnatura's 53 stores is 31,216 m².

Bio-Company launched its two new stores in Hamburg in the districts St.Georg and Rahlstedt. However, the store in Rahlstedt is due to be closed very soon. The chain currently has 16 outlets with 8,100 m² and is planning three new stores in 2010 – two in Berlin and one in Brandenburg.

With the launch of its fifth store, the company Biofrischmarkt GmbH (with its headquarters in the Saarland and owned by the Leimroth family) has joined the chains. The stores have an average of 350 m² of retail space. A new store was opened in Riegelsberg in November, and in December an

existing outlet in Pirmasens was altered and extended.

Denn's Bio created ten new organic supermarkets in 2009, although one store in Pforzheim was closed. The company opened new stores in Bamberg, Braunschweig, Frankfurt, Göppingen, Herzogenaurach, Mühlacker (cooperating with Füllhorn), Worms and Würzburg. Denn's Bio took over the two stores (with a total of 1,100 m²) that used to belong to BioWelt Veil in Nürtingen and Reutlingen. At the end of 2009, the company had 37 stores with a total retail area of 20,610 m².

The chain ebl, that has its headquarters in Nuremberg, has launched a new store in Nuremberg itself and has moved its store in Zirndorf to bigger premises.

ebl's 16 organic stores have an estimated total retail area of 6,800 m².

The north German chain Erdkorn did not open any new stores in 2009 and closed one store in Hamburg and one in Lübeck. At the end of 2009, the company's internet site referred to nine organic stores: in Berlin, Hamburg (four), Hanover, Kiel, Cologne and Mülheim. The store in Mülheim was closed at the beginning of 2010.

The company LPG Naturkost in Berlin opened its fifth store in October 2009 and can now be regarded as a chain. A special feature of this company is two particularly large specialist stores measuring 1,400 m² and 1,600 m².

SuperBioMarkt AG, under the management of Michael Radau, opened two new stores in Bergisch-Gladbach in March and in Münster in December 2009. The store in Greven was closed on 15 November 2009. This joint stock company currently operates 15 stores.

The Berlin organic chain Viv-BioFrischeMarkt is continuing to grow at its usual speed and opened its ninth store in May in the Schönhauser Allee in Berlin. The ownership of the company has, however, undergone some change. Ulrich Unbekannt has withdrawn from his position as co-managing director with Buschek Unbekannt. The company's main wholesaler Dennree has taken over a good 70 % of the firm.

There was no change in the number of VollCorner outlets in 2009. One new opening in Munich and the withdrawal from one store that is now being operated independently leave the number of stores at seven.

Bron: Organic-Market.info, 30/03/2010



Colofon

De BioForum Bioknipsels worden uitgegeven door Bioforum Vlaanderen, de koepelorganisatie voor de biologische landbouw en voeding. Deze knipselkrant verschijnt om de twee weken 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: Peggy Verheyden & Geertje Meire. Nieuwtjes en evenementen kunnen steeds voor opname doorgestuurd worden aan geertje.meire@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'.