



Netknipsels #038 week 26/2003 **de Biotheek**

Biotheek Netknipsels #38 week 26 | 26 juni 2003

Of het een warme zomer zal worden weten we niet. Maar het belooft wel een hete discussie te worden wat betreft de ggo's. Wij liggen op de loer voor nieuwsjes. Al zal het soms effectief liggen zijn, daar het bio-komkommertijd is en we onszelf en u een wat meer kommerloze tijd gunnen. Gedurende de zomermaanden juli en augustus zenden we u de Netknipsels om de twee weken, tenzij er hot news is natuurlijk.

Hartelijke groet,
Dirk Verdickt, eindredactie.

In dit nummer:

NATIONAAL

**Onkruidbeheersing op biologisch akkerbouw-
Biovisie nr 17
www.bioketen.be
Boeren en de zorg voor de omgeving (sterk ingekort)
Biohoning en antibiotica (ingekort)
BioShop Turnhout (door Nederlandse bril)
Delhaize neemt voortouw (eveneens door Nederlandse bril)**

INTERNATIONAAL

**Wereld - Ecobaby: Biologische katoenen babylijn
Wereld - Biologische wijncultuur stijgt sterk over de hele wereld
DU - De biologische afzetmarkt binnen 20 jaar
GB -Biologische handel met Oeganda
Zweden - Supermarktketen verlaagt biomelkprijs
VS - Bush: angst voor gmo is onwetenschappelijk
VS - Opstarting van "Congressional Organic Agriculture Caucus"
VS - 'Superweeds' signal setback for GM crops**



NATIONAAL

Onkruidbeheersing op biologisch akkerbouw-groentebedrijf

Dinsdag 1 juli, 14 uur, Kruisstraat 2b, Ternat

Onkruidbeheersing is op dit ogenblik het belangrijkste aandachtspunt op een biologisch akkerbouw-groentebedrijf. Op dinsdag 1 juli leidt biologisch teler Luc Pauwels ons rond op zijn bedrijf en vertelt hij hoe hij op zijn bedrijf de onkruidbestrijding aanpakt in onder andere graan, maïs, pompoen en wortel. In de wortelen zijn een aantal demonstratieve proeven aangelegd betreffende de aanleg van een vals zaaibed. Ook de machines voor mechanische onkruidbestrijding zijn te bezichtigen. Iedereen is van harte welkom.

Demonstratieproject met de financiële steun van de provincie Vlaams Brabant

Wegbeschrijving : vanaf E40, afrit Ternat, grote baan richting Edingen, aan de lichten voorbij de bebouwde kom links, volg pijlen 'PCBT'

Meer info : Lieven Delanote, PCBT, 051 / 261400

(Bron: PCBT, 20 juni 2003)

Biovisie nr 17

Zopas is het 17e nummer van BIOvisie verschenen, het kwartaalblad over de biologische sector in Vlaanderen van BLIVO vzw. BIOvisie is een objectief kritisch blad met toonaangevende opiniestukken, diepte interviews, onderzoeksverslagen, technische artikels en marktberichten. Mooie opsomming, maar welke artikels kunt u onder meer concreet verwachten?

FOCUS op Natuur en landschap:

Boeren en zorg voor de omgeving

door prof. Dirk Reheul, Universiteit Gent

"... Terwijl wij ons hier afvragen hoe we landbouwactiviteiten kunnen combineren met de zorg voor de omgeving, vraagt men zich elders af, wat de (negatieve) gevolgen zijn van het 'niet meer beboeren' van grote stukken land."

Natuurbeheer brengt op

door Marcel de Jong, bedrijfsadviseur BLIVO

"... Als een boer een vergoeding wil, stuurt hij vier maanden voor één van de ingangsdata's 1 januari, 1 april, 1 juli of 1 oktober- een aanvraagformulier naar de Vlaamse Landmaatschappij, VLM, of Animal...."

Akkers natuurlijk met randen

door Benny De Cauwer, Dirk Reheul, Univ. Gent

"... Specifieke beheersmaatregelen op een relatief bescheiden deel van het perceel zorgen voor een positieve uitstraling van de landbouw en bieden de landbouwer een belangrijk managementinstrument voor onkruidbeheersing, biologische bestrijding en erosie."

Aan de slag met natuur op de boerderij

door Ellen Winkel, freelance NL.

"... Als ik luizen zie komen, dan weet ik: het komt vanzelf goed. Het duurt misschien even, maar dan zijn ze weg. Dat is de kracht van de natuur, die kan zichzelf reguleren....."

...

en verder:

Biologische landbouw in cijfers: biologische veestapel in 2002

Zin en onzin van 10 op 10 voor bio: opinie

GGO's: Fischler zet deur op een kier: Europa en GGO's



Biotrends: aparte kijk op het netknipselnieuws van de voorbije maanden

Links voor en links achter: nieuwe rubriek niet te missen biolinks

De boer op: agenda bio-activiteiten

Boeken en brochures

...

(bron : BLIVO, juni 2003)

www.bioketen.be

Sinds kort is de website van de ketenmanagers actief: www.bioketen.be (onderdeel van de website van ALT). Men kan er de activiteiten van de Vlaamse ketenmanagers opvolgen. Onder de titel Sociale Catering werd een stand van zaken gepubliceerd over de situatie in de cateringmarkt voor biologische producten. Samengevat komt het er op neer dat er wel opportuniteiten zijn maar dat een aantal factoren, prijs, wetgeving en beschikbaarheid van producten, bedrijven en administraties doet aarzelen om de stap te zetten.

Ikea

Er werd opnieuw volop gereageerd op de oproep van midden maart voor geïnteresseerde leveranciers voor IKEA. Tevens werd aangekondigd dat de selectie einde april zou worden afgerond en de aankopers van IKEA de voor hun interessantste leveranciers zou contacteren. Pas in de derde week van mei werd meegedeeld dat er pas beslissingen na de zomer zouden vallen. Er werd geen verdere info verstrekt waarom de omschakeling naar bio voorlopig in de koelkast wordt gezet. Dit dossier zal uiteraard verder worden opgevolgd.

Meer info: Stefan Peeters, 0474/969.940, stefan.peeters@bioketen.be

(Bron: Probila Newsflash 12, juni 2003)

Boeren en de zorg voor de omgeving (sterk ingekort)

Een paar jaar terug, stonden in veel velden en weilanden borden met de boodschap 'dit landschap wordt u gratis aangeboden door....'. Men wilde daarmee de boodschap brengen dat het huidige landschap erg verbonden is met het bedrijven van landbouw en dat het dankzij de landbouw is dat we allemaal van het landschap kunnen genieten. Bijna had ik geschreven dat het landschap 'een landbouwproduct' is en misschien is het hoog tijd dat we dit zo bekijken..

In het debat rond de zorg vanuit de landbouw voor de omgeving, past een dosis gezond verstand en het besef dat er geen algemeen geldende regels zijn. Een eerste reden is natuurlijk dat de abiotische omgeving niet overal gelijk is. Het succes van fauna en flora, (spontane en/of geteelde) hangt hiermee natuurlijk nauw samen. Een tweede reden vinden we in het agrarisch gebruik van de open ruimte. Een weidelandschap 'verdraagt' een andere aankleding en andere habitats dan een gebied met intensieve groententeelt voor de industriële verwerking of een gebied met een grote concentratie aan glastuinbouw. Wie aan hoevetoerisme doet kijkt anders naar de onmiddellijke omgeving dan een efficiënt akkerbouwondernemer. Een biologisch bedrijf mag dan wel, meer dan wie ook, afhankelijk zijn van nuttige organismen uit de omgeving, toch is hier een genuanceerde benadering nodig. Het is bv. goed gekend dat een aantal schadelijke insecten beter gedijen in een windarme omgeving. Als men gewassen verbouwt die gevoelig zijn voor zulke insecten, moet men niet overal levende windschermen planten. Men mag wel heel hard pleiten voor het installeren van corridors in het landschap om de migratie van levende wezens te vermakkelijken, maar men moet wel de intellectuele



eerlijkheid hebben om toe te geven dat zulke corridors ook het verplaatsen van minder- of ongewenste organismen vereenvoudigt.

Het is hier ook vermeldenswaard dat men in nogal wat (grote) Europese landen de zorg voor de agrarische omgeving vanuit een totaal ander perspectief ziet. Terwijl wij ons hier afvragen hoe we landbouwactiviteiten kunnen combineren met de zorg voor de omgeving, vraagt men zich elders af, wat de (negatieve) gevolgen zijn voor de omgeving van het 'niet meer beboeren' van grote stukken land.

De zorg vanuit de landbouw voor de omgeving is niet van voorbijgaande aard, maar is een wezenlijk deel van een duurzaam agro-ecosysteem. Creatieve initiatieven die een ecologische functie combineren met een economische, hebben meest kans op succes en zijn een goede strategie om de maatschappelijke functie van land- en tuinbouw te versterken. De ervaring leert dat maatwerk (bv. op bedrijfsniveau) geconcipieerd in samenspraak met, en onder begeleiding van een coördinerende structuur die een goed regionaal overzicht heeft, een goede strategie is. De ervaring leert ook dat een uitgebreide kennis noodzakelijk is, dat de vorming van jongeren essentieel is, dat de vorming van diegenen die voor deze vorming zorgen nog essentiëler is, dat transparante en eerlijke en voortdurende communicatie een belangrijke succesfactor is en dat geleidelijkheid een betere strategie is dan gebruskeerde veranderingen met onduidelijk perspectief.

Prof. D. Reheul

Lees het volledige artikel op www.bioforum.be/landbouwer_actua.asp

(Bron: Biovisie nr. 17, juni 2003)

Biohoning en antibiotica (ingekort)

Besmetting in de kiem smoren

Test-Aankoop laat weer van zich horen. Een jaar geleden bracht een onderzoek van de consumentenorganisatie de povere kwaliteit van honing op de Belgische markt aan het licht. Een aanzienlijk percentage van de stalen bevatte toen residu's van antibiotica. Uit nieuwe analyses is nu gebleken dat de toestand globaal niet is geëvolueerd. Honing blijft het voedingswaar waarin men de meeste antibiotica aantreft. Vijfenzestig procent van de honing die in België werd ontleed, blijkt positief (tegenover 68 % een jaar geleden). In vijf stalen zijn residu's aanwezig van ten minste twee opgespoorde producten. Negen van de geteste honingstalen bevatten resten van chlooramfenicol, een antibioticum dat vanwege zijn toxiciteit in Europa verboden is. De biosector deelt opnieuw in de klappen aangezien twee gecertificeerde honingmerken sporen vertonen van deze molecule die wordt opgespoord door de voedselveiligheidsagentschappen, terwijl één honingsoort streptomycines bevat.

Nultolerantie

Test-Aankoop eist dat residu's van antibiotica volledig verdwijnen uit voedingswaren, en deze nieuwe reeks ontledingen toont aan hoe weinig de situatie in positieve zin evolueert. Behalve voor biohoning. De analyses van Test-Aankoop zetten de geringste betrokkenheid van gecertificeerde producten in de verf. De gecertificeerde honing waarin streptomycines zaten, was in juli 2001 ingevoerd. Dus vóór het probleem met antibiotica in honing aan het licht kwam en de controle-instanties hun controles verscherpten. De twee stalen die chlooramfenicol bevatten, vertonen daarvan slechts uiterst minieme sporen, minder dan de hoeveelheid op basis waarvan een intrekking van het certificaat mogelijk zou zijn. De controle-instanties zijn niet bij de pakken blijven zitten: er is contact opgenomen met de producenten en er werden kruiscontroles verricht.

De maatregelen die Ecocert een jaar geleden in het leven heeft geroepen, werpen vruchten af. Er werden gerichte analyses uitgevoerd, waarbij vanaf juli 2002 naar chlooramfenicol werd



gezocht. Eén partij honing werd als gevolg van die analyses gedeclasseerd omdat er streptomycines in werden gevonden. De gerichte analyses, hebben geen positieve resultaten aan het licht gebracht. Overigens werd door middel van samenwerking en uitwisseling van informatie tussen de verschillende controle-instanties bijzondere aandacht besteed aan invoervergunningen. Van de Belgische invoerders en van de controle-instanties van de uitvoerders werden systematische analyses van ingevoerde loten geëist. Positief bevonden partijen werden als gevolg daarvan gedeclasseerd en de controle-instantie van de uitvoerder kon de vereiste onderzoeken verrichten. Een systematisch analyseprogramma werd uitgewerkt voor de invoerders, waarbij voor elke partij ingevoerde honing een negatief resultaat werd geëist. Heel bijzondere aandacht ging naar de installaties van verpakkers, zodat vermenging met of contaminatie door niet-biologische honing onmogelijk is. Ten slotte werden door de controle-instanties in 2002 bijkomende controles verricht bij die verpakkers.

De bron aanpakken

De uitgewerkte maatregelen bewijzen hun doeltreffendheid. Maar partijen honing declasseren in België, zoals de jongste maanden is gebeurd, kan in de honingbranche alleen voor fundamentele verbetering zorgen als het signaal de bron van de besmettingen weet te bereiken. In dat verband valt te betreuren dat de bio-ingrepen van de bijentelers, onder wie heel wat kleine producenten, niet worden gerespecteerd door andere schakels binnen de economische keten. Als ook binnen de gangbare honingsector de controles en de kwaliteitsvereisten inzake antibiotica verscherpt worden, dan kan de gehele sector daar alleen maar wel bij varen.

Lees het volledige artikel op http://www.bioforum.be/actua_verwerker.asp

(Bron: Ecocert, juni 2003)

BioShop Turnhout (door Nederlandse bril)

Een natuurvoedingswinkel die matrassen en dekbedden verkoopt zul je in Nederland niet snel aantreffen. In België is het niet gebruikelijk, maar ook weer niet heel vreemd. Dezelfde winkel blijkt bovendien een restaurant te herbergen. Het laat zien dat de eigenaren – ‘zaakvoerders’ heet dat bij onze zuiderburen ondernemers in hart en nieren zijn.

Culinaire specialiteiten

Geweldige naam BioShop. Je weet meteen waar je bent. Hoewel, wanneer je de Turnhoutse BioShop binnenloopt, stap je ook bijna de Greensleep-afdeling met matrassen en dekbedden in. Vervolgens valt de enorme diepte van de winkel op. Met een pui van 15 meter is die zeker niet smal te noemen. Toch maakt de natuurvoedingsafdeling de indruk een pijpenla te zijn omdat het verkoopoppervlak (220 m²) van voren naar achteren door een middenschap in tweeën wordt verdeeld. De tweedeling is een gevolg van de bouwkundige structuur van het pand. Het levert verrassende doorkijkjes op, maar in Nederland zou een dergelijke indeling niet kunnen in verband met de diefstalgevoeligheid.

Van ‘bruine-zakken-winkel’ naar BioShop

Turnhouts enige echte natuurvoedingswinkel bestaat dit jaar 26 jaar. Dat wil zeggen dat het ondernemersechtpaar achter de winkel daar al 26 jaar met overgave mee bezig is. Als BioShop bestaat de Turnhoutse natuurvoedingswinkel nog maar enkele jaren. Wim Vochten en echtgenote Rita Corthout hebben de ontwikkeling van ‘bruine-zakken-winkel’ tot professionele BioShop helemaal meegemaakt. Wim Vochten, biochemicus van origine: ‘Het begon allemaal vanuit persoonlijke interesse. Vanuit een VZW (Belgische stichting – red) groeide het naar een klein winkeltje. De eerste tien jaar zaten we in een klein pandje. Daarna verhuisden we naar de huidige locatie. In eerste instantie beschikten we slechts over een deel van het huidige



vloeroppervlak. Later hebben we de zaak naar achteren toe uitgebreid tot 220 m2. Dat is tegenwoordig het verkoopoppervlak voor voeding. Drie jaar terug hebben we een naastgelegen pand bij de zaak getrokken. In het voorste deel daarvan is een verkoopruimte voor de Greensleep-productenlijn ondergebracht. In het achterste deel is recentelijk een restaurantruimte met 30 zitplaatsen ingericht.'

Huisgemaakte salades

Die horeca-uitbreiding komt niet helemaal uit de lucht vallen. Vanaf het prille begin heeft het echtpaar belangstelling gehad voor kleinschalige productie. Van alles werd geprobeerd – van het pletten van granen tot vlokken, het samenstellen van muesli's tot het bakken van brood en maken van beleg. 'Tegenwoordig maken we nog een assortiment van salades en broodbeleg, zoals tofu- en groentesalades, vlees- en vissalades, humus en linzenpaté. Omdat we daarvoor een professionele keuken nodig hebben, was de stap naar een restaurant niet zo groot.'

Dat restaurant is overigens alleen overdag open, met de nadruk op de lunch. Dagelijks wordt er een andere dagschotel aangeboden. Verder staan er soepen, verschillende nagerechten en dranken, inclusief wijnen en Belgische en Nederlandse bieren op de kaart. Na de lunch functioneert het restaurant als een theehuis en proeflokaal voor de vele taarten en snacks uit de meterslange versvitrine die opvallend in de winkel aanwezig is. Naast de eigen productie is die rijkelijk gevuld met taart en snacks, grotendeels afkomstig van artisanale bedrijfjes. Desgewenst wordt er in het restaurant heerlijke koffie geserveerd. Vers uit een professionele espressomachine. Inclusief kantoor en leveranciersmagazijn heeft de Turnhoutse Bioshop de beschikking over ruim 500 m2 vloeroppervlak. Op dit moment bestaan er geen concrete plannen voor verdere uitbreiding.

Locatie en concurrentie

De BioShop ligt op een B-locatie. Voor auto's is de winkel goed bereikbaar. Dat is belangrijk, want het is een voorwaarde voor de hoge gemiddelde klantbesteding van ruim € 20,00. Vochten: 'We hebben veel trouwe klanten, grote klanten. Gezinsklanten die niet slechts met twee potjes de deur uit gaan.' Echtgenote en mede-zaakvoerder Rita Corthout vult aan: 'Op deze plek hebben we het beste van twee werelden. We zijn goed bereikbaar voor grote klanten van buiten het centrum, maar ook voor het winkelende stadspubliek zijn we niet te ver. De Markt ligt op enkele minuten loopafstand.' Concurrentie is er nauwelijks. De twee reformwinkels die Turnhout rijk is, verkopen voornamelijk voedingssupplementen en kruiden. 'Eind vorig jaar is een biologische boerderij buiten de stad, naast groenten en zuivelproducten begonnen met een droogwarenlijn. We kunnen niet tippen aan hun verspreiden. Dat voelen we wel. Maar we zien dat ook als een uitdaging.' Van concurrentie van de supermarkten zegt Vochten geen last te hebben.

Inspiratie en bio-ethiek

Inspiratie voor zijn onderneming vindt Vochten in de antroposofische filosofie. 'Het liefst zouden we alle producten in Demeter-kwaliteit willen aanbieden. Helaas gaat dat niet, we doen het dus maar voor zover het kan. Ik heb er de laatste jaren wel hard aan gewerkt om het voedingsassortiment grotendeels biologisch te krijgen. Daar slagen we ook wel in. We zitten nu op zo'n 97 %. Meer kan niet op dit moment. Er zijn slechts enkele boeren met verkoop aan de boerderij, die voor hun beperkte assortiment 100% Biogarantie hebben gekregen.' Gevraagd naar het belang van een 100 % biologisch assortiment antwoordt Vochten: 'Ik ben ervan overtuigd dat biologische landbouw de toekomst heeft, naar de wereldproblematiek gezien en ook op ethisch vlak. Daarom steun ik De Nieuwe Band. Niet alleen doordat zij als producent van het BioShop-huismerk een belangrijke leverancier zijn. Ik ben ook lid van hun coöperatie. De Nieuwe Band zoekt als één van de weinigen naar mogelijkheden om aan het ethische aspect van onze handel een tastbare invulling aan te geven.'

Hoe kijken jullie teug op 26 jaar bio-ondernemerschap? Rita Corthout: 'De eerste tien jaren waren de moeilijkste. We begonnen met niets. Dat kon ook in die tijd. Met houten planken, wat lege kratten en een stapel bakstenen kon je een winkel inrichten.' Vochten: 'En dat deden we



ook. Dat is nu ondenkbaar. Voordeel was wel dat wij de tijd hadden om erin te groeien. We zijn zonder opleiding klein begonnen. In de loop van de jaren hebben we het ondernemersvak en de productkennis ons eigen gemaakt. Ik heb allerlei cursussen gevolgd. In heb de Neuformcursus in Duitsland gevolgd, ondernemers en middenstandscursussen en cursussen op het gebied van supplementen. Kennis van cosmetica heb ik vooral opgedaan in de jaren dat ik bij Weleda werkte. Dat deed ik om de aankoop en verbouw van dit pand te kunnen financieren. In die jaren had mijn vrouw de leiding over de zaak.'

Toekomst

Bestaat er in België momenteel wel een opleiding voor natuurvoedingswinkeliers?

Vochten: 'Niet een echte winkeliersopleiding. Er bestaat een opleiding voor herboristen. In het programma van die opleiding is een aantal vakken opgenomen die iemand opleiden voor het voeren van een winkel. Maar er moet wel iets gebeuren op dat gebied, want veel oudere winkeliers, vaak ondernemers van het eerste uur, zien dat hun kapitaal in de zaak zit die ze in de loop van de jaren hebben opgebouwd. Dat willen ze op een bepaald moment natuurlijk te gelde kunnen maken. Dat is vaak ook de enige oudedagsvoorziening die ze hebben. Het is één van de zaken waar onze organisatie hard aan zal moeten werken.'

Leuk bedrag

Hoe zit het nou met die slaapafdeling in een natuurvoedingswinkel? Vochten: 'Onze klanten hebben een meer dan gemiddelde belangstelling voor natuurlijke zaken. Dat houdt niet op bij eten. Wij vinden het belangrijk om daar op in te spelen.' Corthout vult aan: 'Het zijn geen producten die je dagelijks verkoopt. De klant heeft meer aandacht en tijd nodig om tot een aankoop te geraken. Maar dan gaat het ook om een leuk bedrag.'

(Bron: BIOfood magazine nr. 3, mei - juni 2003)

Delhaize neemt voortouw (eveneens door Nederlandse bril)

'De bioproducten die GB-Carrefour onder eigen merk voert beperken zich voornamelijk tot droogwaren. Delhaize heeft een poging gedaan om onder de naam Biosquare een keten van kleine natuurwinkels op te richten. Het is bij één winkel gebleven. In de reguliere Delhaize's staan bioproducten onder huismerk. Colruyt tenslotte heeft twee Bioplanet supermarkten ingericht. De uitbreidingsplannen zijn in de ijskast gezet.' Zo vat Wim Vochten van de Turnhoutse BioShop (zie reportage hierboven) het bio-gebeuren in de Belgische supermarkten samen. Niet iets om je druk over te maken. Ambitieuze opgezette bio-programma's lijken op een laag pitje door te sudderen. Daar denken de supers zelf echter heel anders over – de introductie van bio-producten loopt volgens plan. Delhaize neemt daarbij het voortouw.

Al in de zestiger jaren droomde Carol Haest van de introductie van bio-producten in supermarkten. Maar die waren niet in zijn ideeën geïnteresseerd. Nadat hij zelf natuurvoedingswinkelier was geweest en vervolgens verkoopdirecteur bij Lima, wilde kwaliteitsketen Delhaize wel naar hem luisteren. Sinds 17 jaar werkt Haest als consultant, met Delhaize als grootste Belgische klant. Haest: 'In 1985 werden bij wijze van proef de eerste biologische producten geïntroduceerd in één van de oudste vestigingen. Vanaf de eerste proef werd al gewerkt onder het eigen merk 'Delhaize bio'. Die proef begon in de toonaangevende Delhaize winkel aan het Flageyplein in Brussel en werd vervolgens uitgebreid naar acht winkels. Vervolgens heb ik in '88 een haalbaarheidsstudie uitgevoerd, die resulteerde in een uitgebreid plan. Op basis daarvan werd in 1989 gestart met de introductie van groenten en fruit, al snel gevolgd door zuivel en vlees. Geleidelijk kwamen daar ook de dkw-producten bij.'



Succes door eenvoud

In een supermarkt is de hamvraag hoe je de klant opmerkzaam maakt op een paar honderd bio-producten temidden van duizenden andere artikelen. Haest: 'Daar zijn we zeer goed in geslaagd. Een belangrijk element daarbij was dat we vanaf het allereerste begin het Bio-Garantie logo in samenhang brachten met het huismerk Delhaize-bio.' Na verloop van tijd verdween door niet centraal gecoördineerde aanpassingen echter de eenheid uit het biologische huismerk. Drie ontwerp bureaus werd gevraagd met voorstellen te komen. Daarbij werd gesteld dat de voorstellen in de praktijk getoetst zouden worden. 'Twee bureaus kwamen met prachtige ontwerpen. Het derde ontwerp bleek binnen de muren van het kantoor niet veel te zeggen. Door de producten echter in de schappen te zetten werd onmiddellijk duidelijk wie de winnaar was. Het derde veel eenvoudiger ontwerp bleek de biologische boodschap snel, helder en duidelijk over te kunnen brengen.' Haest wijt het onmiskenbare succes van het merk Delhaize-bio aan dit eenduidige bio-etiket, waarvan de voorkant zeer herkenbaar en overzichtelijk is en de informatieve teksten op de achterkant staan. 'Je kunt niet door een Delhaize supermarkt lopen, zonder biologische producten tegen te komen,' merkt Haest op. 'Dat is een levensgroot verschil met de meeste supermarkten, ook in Nederland, waar alleen de vooraf geïnformeerde klant bioproducten gemakkelijk weet te vinden. Het bio-etiket onderscheidt er zich nauwelijks van de vele andere etiketten.'

Omzet blijft groeien

Inmiddels voert Delhaize zeshonderd biologische producten. De omzet in bio bedraagt tweeëneenhalf procent van de totaalomzet en drie procent van de totale omzet in voeding. 'Er zijn slechts enkele andere supermarktketens in Europa die dat kunnen zeggen.' Volgens Haest zijn er verschuivingen in het klantgedrag richting bio waarneembaar. 'De sterke groei in de omzet van biologisch vlees, die veroorzaakt werd door de voedselschandalen van de afgelopen jaren werd niet gevolgd door een grote terugval. Het jaar 2002 liet nog twaalf procent groei zien.' Die groei werd overigens gedeeltelijk veroorzaakt door de introductie van nieuwe producten en in sommige categorieën is er een stagnatie waar te nemen. Droog is druk bezig de achterstand op vers op te halen: de Delhaize supermarkten bieden meer soorten rijst en rijstmengsels aan dan de gemiddelde natuurvoedingswinkel. Haest: 'Het is geen enkel probleem om uiteenlopende voedingspatronen volledig van biologische producten samen te stellen.'

Keuze voor bestaande vestigingen

Maar hoe zit het nu met die ene Biosquare winkel? Haest: 'De Biosquare winkel heeft van de eerste tot en met de laatste dag gelopen als een trein en zette op 100 m² evenveel om als vele winkels van 500 m². Dus commercieel en qua uitstraling was het een compleet succes. Het probleem is dat binnen een supermarktorganisatie als Delhaize één winkel evenveel administratieve en logistieke problemen geeft als een drogisterijketen van vijftig vestigingen. Dat werkte verstoring en daardoor kregen andere ontwikkelingen minder aandacht. Delhaize heeft uiteindelijk gekozen voor de sterke ontwikkeling van de bio-producten in de bestaande vestigingen.' Voor de toekomst voorziet Haest dat de biologische producten verder geïntegreerd zullen worden in het totaalassortiment, doordat de bio-lijn een onderdeel zal vormen van een bredere ontwikkeling naar duurzame kwaliteit.

GB-Carrefour

Om in een rap tempo met een volledig gamma aan bio-producten naar buiten te kunnen komen startte de grootste Belgische supermarktketen GB-Carrefour in 1996 met het merk La Vie. Dat werd al snel opgevolgd door het huismerk GB Bio. Na de overname door Carrefour volgt in 2002 een volledige restyling en wordt het universeel bruikbare merk 'Bio' geïntroduceerd. 'We beogen daarmee tegemoet te komen aan de wens van de klant om ook bij ons bio-producten aan te treffen. Anderzijds willen we met de restyling de bijzondere kwaliteit van de biologische producten meer naar voren halen,' aldus pr-manager Geneviève Bruynseels. Momenteel voert GB-Carrefour ruim tweehonderd biologische producten. Dat is minder dan de voor eind 2002 aangekondigde driehonderd, maar volgens Bruynseels wordt er hard gewerkt om



het aantal producten uit te breiden en de achterstand in te lopen.

Boule-bio

De communicatie van de biologische producten verloopt via een folder waarin ook de reguliere producten worden aangeprezen en daarnaast via opvallende productstoppers. Volgens Bruynseels doet de biolijn het goed. 'Vergeleken met vorig jaar is de omzet met vijftien procent gestegen. Gedeeltelijk komt dat door de introductie van nieuwe producten, maar afgezien daarvan zien we een flinke groei in biologische groenten en fruit.'

De topper in het assortiment wordt gevormd door het brood 'boule-bio-Carrefour'.

Hypermarkt

Plannen voor de ontwikkeling van natuurvoedingswinkels leven er niet bij GB-Carrefour. 'We gaan uit van het principe van de hypermarkt. Alles onder één dak.' Biologische producten zijn niet meer weg te denken uit het assortiment van GB-Carrefour. Voor de toekomst voorziet Bruynseels dan ook een verdere ontwikkeling van de lijn. Tegelijkertijd denkt zij dat die qua volume niet snel boven de drie procent uit zal komen. Op dit moment vertegenwoordigen de biologische producten qua omzet ruim één procent van de totale omzet. De overigens dynamisch aan de weg timmerende Colruyt supermarktketen kijkt met zijn twee Bioplanet supermarkten voorlopig even de kat uit de bio-boom. In eerdere nummers van Biofood Magazine werd over deze ontwikkeling reeds uitgebreid verslag gedaan. Onlangs heeft Colruyt bekend gemaakt dat de Genste vestiging inmiddels break even draait. De winkel in Kortrijk heeft dat niveau nog niet bereikt. Concluderend kunnen we zeggen dat in België Delhaize duidelijk een voortrekkersrol vervult aan het biofront in desupermarkt. Met een biologisch omzetaandeel van drie procent zijn ze niet alleen een belangrijke concurrent voor de natuurvoedingswinkels, maar vooral een marktopener. Daar kan iedereen zijn voordeel mee doen.

(Bron: BIOfood magazine nr. 3, mei - juni 2003)

INTERNATIONAAL

Wereld - Ecobaby: Biologische katoenen babylijn

Niets is zo zacht en zo delicaat als een babyhuidje. Aangezien een babyhuidje alles gemakkelijk absorbeert, en dus ook de chemicaliën waarmee kleding bewerkt wordt, heeft een baby veel nut bij biologische kleertjes. Het merk Ecobaby Organics presenteerde onlangs een nieuwe lijn van pure katoen specifiek gericht naar de kleinsten onder ons. Alle kledij van Ecobaby wordt in Indië vervaardigd door families. De babylijn omvat o.a. biologische katoenen kruippakjes, kamerjasjes, sokken, jurken, ondergoed, pyjama's en nachtkleedjes, manteltjes en ook bedlinnen en luiers.

Meer info op <http://www.ecobaby.com/>

(Bron: TS Organics, knipsel uit: Probila Newsflash 12, juni 2003)

Wereld - Biologische wijncultuur stijgt sterk over de hele wereld

In Europe Italy and France are the prominent production countries in organic viticulture. In Italy the cultivated area has already reached 17,000 hectares, and in France it amounts to 13,400



hectares (2001). Austria is also registering a slow but constant expansion of organic viticulture area, reports the magazine "bio Ernte". 50 organic winegrowers managed an area of 150 hectares of vines at the end of the 80's. In 2002 there were 304 winegrowers, of whom about 145 are in Lower Austria 99 in Burgenland and 54 in the Steiermark. The majority of the wine is marketed as bottled wine directly to the final consumer or to retailers (catering trade, organic shops). Individual winegrowers also supply directly to supermarkets. In the USA the organic vine area, according to the last published statistics from the USDA, in 2001 reached 5,813 hectares with 5,244 hectares in California. Also large, world-wide companies like "Fetzer Vineyards" have converted to organic production. Fetzer is, with 600 hectares the largest world organic viticulture enterprise and markets its organic wines under the brand "Bonterra". In Mendocino County in California 45 organic winegrowers turnover 20 million US \$ annually. Also in South America, South Africa, Asia and Australia organic viticulture has established a foothold. In South Africa 10 recognized organic winegrowers manage a surface of approx. 1,000 hectares.

(Bron: TS Organics, knipsel uit: Probila Newsflash 12, juni 2003)

DU - De biologische afzetmarkt binnen 20 jaar

Wat moedigt consumenten aan om organische producten te kopen en wat houdt ze tegen? Een onderzoeksteam van de Hochschule für Angewandte Wissenschaften uit Hamburg onderzocht deze vraag door middel van groepsdebatten met mensen die regelmatig organisch voedsel kopen en mensen die dat niet doen.

De volgende stellingen konden geformuleerd worden:

- * Een positieve houding tegenover organische consumptie heeft geen invloed op het koopgedrag
 - * Organische producten worden niet aangekocht omwille van hun voordelen, maar uit persoonlijke ervaringen, bvb. de geboorte van een kind of een ziekte en/of persoonlijke overtuigingen.
 - * Organische producten passen niet in een snelle en gemakkelijke manier van leven. Steeds minder consumenten zijn bereid om tijd en energie te besteden aan koken. De consumptie van organisch voedsel heeft een enigszins negatief beeld, dus organische voedingswaren moeten meer aangepast worden: hetzelfde aanbod, dezelfde beschikbaarheid, dezelfde prijzen, hetzelfde gemak.
 - * Enkel een wijziging in de manier van denken in grote delen van de bevolking zal een grote stijging van de verkoop van organisch voedsel teweegbrengen, en dit wordt niet verwacht in de nabije toekomst.
 - * Meer organisch voedsel door een organische dictatuur? Een uitbreiding van de vraag op een "vrije" basis wordt niet verwacht: enkel regulariserende bepalingen -die een negatief beeld scheppen- zouden kunnen leiden tot een milieubewuster gedrag, bvb. door subsidies of door een verbod op voedseltransport over grotere afstanden.
- De meerderheid van de deelnemers zien een moeilijke toekomst voor de organische sector, maar wel met een bestendige opwaartse trend, omdat de organische sector niet sneller kan groeien dan dat de consumenten kunnen veranderen.

(Bron: TS Organics, knipsel uit: Probila Newsflash 12, juni 2003)

GB -Biologische handel met Oeganda

Vertegenwoordigers van drie Britse firma's waren onlangs in Oeganda, op zoek naar



leveranciers van biologische producten. Het gaat om Earth Oil Limited, Four Seasons Limited en Twin Trade Limited. Ze wilden koffie, coca, zwarte en groene thee, aardnoten, sesamnoten, cashew- en macadamianoten. Deze internationale firma's werden uitgenodigd in het kader van het ILO 'Meet the Buyer'-project. Een voor een komen de firma's dan spreken met de lokale verkopers, over hun interesse in de aankoop van Oegandese landbouwproducten bespreken, waaronder biologische cosmetische olieën, essentiële oliën, gedroogde kruiden en specerijen en gedroogde vruchten. Indien de gesprekken vruchten afwerpen, zullen de onderhandelingen in de toekomst nog verder uitgebreid worden tussen aankopers en lokale verkopers.

(Bron: TS Organics, knipsel uit: Probila Newsflash 12, juni 2003)

Zweden - Supermarktketen verlaagt biomelkprijs

De Zweedse zuivel keten Coop Konsum heeft deze lente de verkoopprijs van biomelk in hun supermarkten verlaagd met 25 öre (2,75 eurocent) per liter. In de Zweedse hoofdstad Stockholm hebben ze in de Konsumwinkels een test uitgevoerd waarbij aan het licht kwam dat men heel wat meer kon verkopen door een verlaging van bepaalde prijzen. Zo zou de verkoop van biomelk tijdens deze periode gestegen zijn met ongeveer 80.000 liter per maand. Op medium termijn zou de Coop keten zelfs al zijn conventionele melk verwijderen uit de winkels en alleen nog biomelk aanbieden.

(Bron: TS Organics, knipsel uit: Probila Newsflash 12, juni 2003)

VS - Bush: angst voor gmo is onwetenschappelijk

President George W. Bush van de Verenigde Staten wil dat Europa zijn weerstand tegen genetisch gemanipuleerde gewassen (gmo's) beëindigt. Het moratorium op de toelating van nieuwe gmo's, dat sinds 1999 van kracht is, moet worden opgeheven. Dat heeft Bush gisteren in Washington gezegd tijdens de jaarlijkse conferentie van de Amerikaanse Biotechnology Industry Organisation (BIO). In Californië, bij een internationale conferentie over hetzelfde onderwerp, protesteerden duizenden mensen tegen de opmars van gmo's.

Bush zei gisteren dat de angst van de Europeanen voor gmo's is gebaseerd op „ongefundeerde en onwetenschappelijke angsten". Amerika is 's werelds grootste producent van gmo's, gevolgd door Argentinië en Canada. De belangrijkste gmo's die worden verbouwd zijn soja, maïs, katoen en koolzaad. Ook ontwikkelingslanden als China en India gaan steeds meer gmo's verbouwen.

Gmo's zijn gewassen waar een gen aan is toegevoegd. Zo is er een maïs die via een ingebracht gen nu bestand is tegen de maïsboorder, een insect dat grote schade aan het gewas kan toebrengen. Bij deze gmo-maïs hoeft daardoor geen insecticide meer te worden gespoten.

De Verenigde Staten hebben onlangs een klacht ingediend bij de Wereldhandelsorganisatie tegen het Europees moratorium. Volgens de VS zijn er geen wetenschappelijke bewijzen dat gmo's de volksgezondheid in gevaar brengen, een reden waarom een handelsproduct mag worden geweigerd. De Amerikaanse overheid zegt als gevolg van het moratorium een verlies te lijden van 300 miljoen euro, alleen al wat betreft de export van maïs.

In september vindt in Mexico een belangrijke WTO-onderhandelingsronde plaats. Amerika zou het Europees moratorium, en de daardoor geleden schade, kunnen gebruiken in de onderhandelingen over aanpassingen van landbouwsubsidies.



Volgens Bush brengt het moratorium niet alleen schade toe aan de Amerikaanse boeren die gmo's verbouwen. Het zou volgens Bush ook de hongersnood in Afrika verergeren. De meeste Afrikaanse landen staan huiverig tegenover gmo, omdat de introductie van gmo's mogelijk de productie in Afrika zou kunnen stimuleren, maar ook de voedselexport van Afrika naar Europa in gevaar zou brengen.

Vorig jaar weigerde een aantal Afrikaanse landen (Zambia en Zimbabwe) voedselhulp uit Amerika. Het voedsel bevatte zaden van gmo's. Afrikaanse overheden vrezen onder meer dat de gmo-voedselhulp gebruikt zou worden als zaden.

Afrikaanse landen betreuren het dat de discussie over het nut van biotechnologie zich concentreert op gmo's. Er zijn ook andere technologieën waarmee de gewasopbrengst is te verhogen. In Afrika gaat 40 procent van de potentiële gewasopbrengst verloren aan insectenplagen, onkruiden en plantenziekten.

Duizenden Amerikanen protesteerden gisteren in Californië tegen gmo's. Amerikaanse politieagenten blokkeerden de toegang tot het Capitool in Sacramento. (Foto Reuters)

(Bron: NRC Handelsblad, 24 juni 2003)

VS - Opstarting van "Congressional Organic Agriculture Caucus"

De Organic Farming Research Foundations richtte zopas het "Congressional Organic Agriculture Caucus" op. De Organic Caucus zal een kritieke rol spelen in het debat tussen biologische landbouw en Congres, vooral wat betreft de financiering en subsidiëring van de biologische landbouw door de overheid. Het zal er bovendien voor zorgen dat de leden van de Caucus op de hoogte worden gehouden van de laatste biologische nieuwtjes en tot slot zal de Caucus een rol spelen in de efficiënte samenwerking tussen de verschillende leden onderling. Meer info op www.ofrf.org/policy/index.html <<http://www.ofrf.org/policy/index.html>> Ter info: The Organic Farming Research Foundation werd gesticht in 1990 ter verbetering en verspreiding van biologische landbouwmethodes. Hun missie is het sponsoren van wetenschappelijk onderzoek rond landbouw, het communiceren van de resultaten naar de biologische boeren en telers die graag deze theorie in praktijk willen omzetten, en om het publiek en besluitmakers te onderrichten in nieuwe biologische landbouwonderwerpen. U kan een kijkje gaan nemen op de website van het OFRF: www.ofrf.org <<http://www.ofrf.org>>

(Bron: TS Organics, knipsel uit: Probila Newsflash 12, juni 2003)

VS - 'Superweeds' signal setback for GM crops

The dispute over genetically modified crops will intensify today with news of the evolution of "superweeds", which are resistant to the powerful weedkillers that GM crops were engineered to tolerate.

The development, which comes as the sacked former environment minister Michael Meacher puts himself at the head of the anti-GM campaign, will be seized on by opponents of the technology as undermining its rationale.

It means that bigger quantities of weedkillers - not less, as the biotechnology companies have



claimed - will be needed in GM-crop fields, adding to the already intensive agriculture that has wiped out much of Britain's farmland wildlife in the past four decades. Monsanto, the GM market leader, confirmed to *The Independent* at the weekend that its solution for dealing with resistant weeds was to apply different weedkillers in new ways.

In yesterday's *Independent on Sunday*, Mr Meacher accused Tony Blair, a GM supporter, of seeking to bury health warnings about GM produce by "rushing to desired conclusions which cannot be scientifically supported".

The revelations about superweeds have been communicated to the Government by an American academic specialising in weed control, who has posted a paper on the website of the official GM science review, led by Professor David King, the Government's chief scientific adviser. This will report soon in advance of a long-delayed decision, due this autumn, on whether GM crops should be commercialised in Britain.

The paper, by Professor Bob Hartzler of the Department of Agronomy at Iowa State University, reveals that in the past seven years, up to five weed species have been found with resistance to the herbicide glyphosate, best known by the Monsanto trade name Roundup. The resistance has come about not through gene transfer from GM herbicide-tolerant crops, as some have feared, but through natural evolution.

Glyphosate is a "broad spectrum" herbicide, meaning that, originally, it killed everything, including crops. GM crops were developed to be tolerant of the herbicide, so it could be applied throughout the growing season.

Two GM crops proposed for commercial growth in Britain, fodder beet and sugar beet, are glyphosate-tolerant. But weeds have been found in Australia, Chile, Malaysia and California and other areas of the US, that glyphosate cannot kill.

Greg Elmore, Monsanto's US technical manager for soybeans, said Monsanto was taking seriously the question of glyphosate resistance, tackling it with "weed control management practices".

With soybeans, he said, resistant weeds were controlled with a pre-planting "burn-down" (which kills everything), using 2,4-D, another weedkiller.

At least three of the resistant weeds had evolved where glyphosate was being used with non-GM crops, he said, adding that it was far from the only weedkiller for which weeds had evolved resistance - as many as 70 weeds were resistant to some weedkillers.

Pete Riley, Friends of the Earth's GM campaigner, said: "Companies like Monsanto have spun GM crops and their weedkillers as having less impact on the environment, but the fact of resistant weeds undoubtedly means more weedkillers, and means the impact on the environment will be greater.

"These discoveries remove a central plank from the whole argument for GM crops."

Yesterday, Mr Meacher listed a series of reports and findings suggesting that the full impact of GM technology was still dangerously unpredictable. Many of the health tests carried out were "scientifically vacuous", he said.

By Michael McCarthy, Environment Editor

(Bron: Independent, 23 juni 2003)



Colofon

De Biotheek Netknipsels worden uitgegeven door Bioforum Vlaanderen in het kader van het Biotheekproject. De Biotheek is hét informatie- en documentatiecentrum voor de biologische landbouw en voeding, te bereiken via www.biotheek.be of 078/151 152.

Deze knipselkrant verschijnt wekelijks met actuele informatie over de nationale en internationale biosector. De berichten worden zonder tekstwijziging (hooguit ingekort) geknipt en geplakt, met vermelding van hun bron. Samenstelling: Koen Huybreghts, Petra Tas, Dirk Verdickt en Erik Kroesenbrink. Abonnementenadministratie: Dirk Verdickt. Momenteel wordt de knipselkrant verzonden naar ruim 800 relaties voornamelijk binnen de sector en de overheid.

Aan- of afmelden kan via de website: surf naar www.bioforum.be en klik op 'Nieuwsbrief' in de horizontale menubalk. Oude nummers kunnen steeds opgevraagd worden bij biotheek@bioforum.be