



Netknipsels #53 week 47/2003 **de Biotheek**

Biotheek Netknipsels #53 week 47 | 20 november 2003

Deze keer pluk ik de intro uit de PCBT nieuwsbrief. Lieven Delanote schrijft daarin over boer / schoonheidsspecialist Karel (in contradictie met boer Charel):

"Er straalt wat van het gezicht van Boer Karel, die een van de boegbeelden is van de nieuwe promotiecampagne voor de biologische landbouw. En het is niet de nieuwe premiereregeling die hem tot een gemaakte glimlach brengt, deze was nog niet van kracht op het moment van de foto. Nee, het is natuurlijke voldoening, dynamiek, vertrouwen, vitaliteit,... 'Bio - ik weet wat ik eet' zegt hij vol overtuiging. Welke consument en welke boer kan daar aan weerstaan? Al eens in de spiegel gekeken? We zijn zelf de belangrijkste ambassadeurs van de biologische landbouw !"

Mocht u Karel, Frieda, Evert of de nieuwe campagnebeelden nog niet kennen, kijk dan even naar <http://www.bioforum.be/ikweetwatikeet/campagnebeelden.html>

Nog meer en animerende beelden zijn te zien op: <http://www.bancruelfarms.org/meatrix/>

Hartelijke groet,
Dirk Verdickt, eindredactie.

In dit nummer:

NATIONAAL

Villa Agricola

Biogarantie: Dialoog tussen bio-voedingsmiddelenketens en samenleving

"Agro is steunpilaar van Belgische handelsbalans"

Gezond en well, beurs voor bio, body en gezond genieten

"Het onderste uit de melkkan halen"

INTERNATIONAAL

Nl - Start koppelproject voor biologische boeren in Noorden

Nl - Biologische fruittelers raken ketenmanager waarschijnlijk kwijt

Nl - 'Doelstelling biologische producten in gevaar'

Nl - Afzetcollectief voor biologische vaste planten voorbereid

Nl - Flappen noodzaak in opening naar uitloop



NATIONAAL

Villa Agricola

Ludo Sannen, Vlaams minister van Leefmilieu en Landbouw

Beste lezer,

De weg naar een economisch haalbare en ecologisch verantwoorde land- en tuinbouw vergt de actieve participatie van de hele sector. Enkel door een open en constructieve dialoog te voeren kunnen de diverse partijen de sector wapenen voor de uitdagingen van de toekomst. Dit impliceert ook een transparant beleid. Daarom ben ik blij dat ik de eerste nieuwsbrief van Villa Agricola tot u mag richten. Hij biedt een overzicht van de hot topics op het Vlaamse beleidsniveau.

Een actueel en belangrijk dossier is de herstructurering van de Vlaamse proeftuinen en -centra, die borg moeten staan voor de innovatieve slagkracht van de sector. Momenteel lopen in samenwerking met enerzijds de provincies en de sector en anderzijds met de proeftuinen en landbouwcentra zelf een aantal brainstormsessies over de toekomst van die proeftuinen. Op basis daarvan zal ik de visie van de Vlaamse overheid vertalen in een aangepast wettelijk kader voor erkenning van de proefcentra. Dit voorstel zal ik begin volgend jaar aan mijn Vlaamse collega's voorleggen.

Ook de structuur en de werking van het Centrum voor Landbouwkundig Onderzoek (CLO) en het Centrum Landbouwkundig Onderzoek (CLE) worden grondig hertekend. Momenteel staat een beheersovereenkomst in de steigers waarin de grote lijnen voor de werking van het CLO en het CLE met het oog op de volgende vijf jaar zullen staan. In de loop van 2004 zullen het CLO en het CLE trouwens omgevormd worden tot het Instituut voor Landbouw- en Visserijonderzoek (ILVO).

Met het ontwerpdecreet tot bevordering van een Duurzame Landbouw in Vlaanderen wil ik meer financiële zekerheid bieden aan een duurzaam landbouwmodel. Na advies van de Raad van State is het document goedgekeurd door de regering en het werd op 7 november in de Commissie Landbouw van het parlement besproken. Met het decreet wil ik de basis leggen voor permanente vorming, demonstratieprojecten en voorbeeldbedrijven, duurzame productiemethodes die stroken met het Europese Plattelandsbeleid en ook de maatschappelijke discussie over land- en tuinbouw krijgt stimulansen.

Een ander belangrijk document in circulatie is mijn beleidsbrief Landbouw & Visserij. Half oktober werd de tekst goedgekeurd door de Vlaamse regering en overgemaakt aan het parlement. Het uitgangspunt is dat de landbouwer een producent is van kwaliteitsproducten, maar de nadruk ligt ook op landschaps- en natuurbeheer. Andere aandachtspunten in de beleidsbrief zijn de implementatie van de Mid Term Review en de administratieve vereenvoudiging.

De voorbije maand werden ook een aantal voorstellen effectief goedgekeurd. Denk aan de melkquotareglementering. Hierdoor wordt een gedeeltelijke vrije handel van melkquotum tussen melkveehouders opnieuw mogelijk, zonder afbreuk te doen aan de ingebouwde solidariteit ten overstaan van het melkquotumfonds. Dat fonds zal overigens een belangrijke rol blijven spelen voor startende bedrijven. Ook melkveehouders van wie de echtgeno(o)t(e) meewerkt op het bedrijf kunnen voor het eerst een hoger plafond melkquotum aankopen. Bedoeling is dat de eerste overdrachten via de nieuwe bepaling kunnen plaatsvinden in het voorjaar van 2004.

Als voortrekker van de duurzame trend kreeg ook de biosector de voorbije weken een duwtje in de rug. Als onderdeel van het Vlaams Actieplan voor de Biologische Landbouw heb ik de hectaresteun hervormd en opgetrokken. Met een vijfjarige premie is het de bedoeling om de omschakeling naar de bioteelt aan te moedigen. Het eerste jaar varieert de steun per ha van 450 euro voor grasland tot 1.750 euro voor serreteelt. Daarnaast werd ook 229.046 euro vrijgemaakt voor de Biotheek, het infoloket van de biologische sector dat gericht is naar boeren, handel, verwerking en consumenten. In de maand november wordt het uitkijken naar het meerjarenplan dat op vraag van de biosector zelf zal uitgetekend worden.



Tot slot nog een geruststellend woordje voor de pluimveesector. De aanvragen voor leegstandsvergoeding als gevolg van de vogelpestcrisis komen sinds 25 september volop binnen. Op 31 oktober telde mijn administratie 387 aanvragen, goed voor ongeveer 11 miljoen kippen. Ik heb alvast een aantal principes vastgelegd om de schadedossiers zo efficiënt mogelijk te behandelen.

(Bron: www.vilt.be, 12 november 2003)

Biogarantie: Dialoog tussen bio-voedingsmiddelenketens en samenleving

Op zoek naar nieuwe vormen van participatie en dialoog

Binnen de bio kolom van de Vlam heeft de werkgroep bio een aantal studies laten uitvoeren om te kunnen bepalen wie de potentiële bioconsument is en wat die consument van het product verwacht. Zeer algemeen kan men samenvatten dat de bio-consument geïnteresseerd is in veilige en gezonde producten.

Algemeen

Met de communicatie op de verpakking en in de reclamefolders spelen de fabrikanten vooral in op de behoefte van de consument om lekker en gezonde en eventueel gemakkelijke gerechten te bereiden. Via de communicatie op de verpakking geven wij in de biosector de wettelijke standaardinformatie aan en de verplichtingen rond bio-etikettering zoals bepaald in de wetgeving 2092/91 en het Biogarantie lastenboek. We benadrukken op de bioproducten de kwaliteitsingrediënten en verwijzen naar het controle orgaan die de producten op de biokwaliteit controleert. We plaatsen ten slotte het Biogarantie logo op de verpakking omdat we beseffen dat het vertrouwen van de consument daarvan afhangt. Het product verwijst naar kwaliteit, smaak en gezondheid. En op basis van deze aspecten bepaalt uiteindelijk de consument het aanbod van biologische producten. En de producent past zich hieraan aan.

Er is echter een verschil tussen consumenten en burgers

Burgers kijken vooral naar hoe een bedrijf omgaat met maatschappelijke thema's. De producenten van bioproducten die het Biogarantie® logo gebruiken, brengen kwalitatieve en hoogwaardige producten afkomstig van de biologische landbouw op de markt met een maatschappelijke meerwaarde.

In de biologische sector gaan we niet bepaald in op maatschappelijke thema's, omdat consumenten onderzoek aantoonde dat de consument zijn aankoopgedrag daar niet door laat leiden. Mensen willen daar ook niet extra voor betalen. De consument kent merkartikelen. De consument kent niet de producenten van de merkartikelen. Burgers daarentegen zijn geïnteresseerd in de manier waarin producenten zich in de samenleving gedragen. Hoewel in de communicatie met de consument nooit wordt gesproken over maatschappelijke thema's, geeft het Biogarantie logo nochtans aan dat de producten op een duurzame wijze tot stand komen, welk toch een maatschappelijk thema is. Dit wordt echter niet actief gebruikt bij de promotie van de biolandbouw omdat het totnogtoe weinig toegevoegde waarde heeft voor de consument. Dialoog met stakeholders in de samenleving kan hiervoor wel een oplossing zijn. De bedoeling zou zijn om de burgerzin aan te wakkeren bij de consument, zodat deze, vertrekkende van zijn vragen, bezorgdheden en vermogens, wordt aangemoedigd om zich maatschappelijk meer te engageren.

(Bron: www.bioforum.be, 6 november 2003)

"Agro is steunpilaar van Belgische handelsbalans"

Of de landbouw in de Belgische economie nog iets voorstelt? Minder dan 2 procent van de actieve bevolking is nog landbouwer. Maar de ene parameter is de andere niet. In 2002 scoorde



de nationale economie een positieve handelsbalans voor alle goederen van 18 miljard euro. 35 procent van dit overschot komt op rekening van de handel met Duitsland. En wat blijkt vervolgens? Ruim een kwart van die positieve handelsbalans met Duitsland wordt gerealiseerd door de agro-voeding-export. Een rekensommetje leert dat alleen al de uitvoer van agro-producten naar Duitsland ruim 9 procent vertegenwoordigt van de totale positieve handelsbalans die onze globale economie boekt.

"Cijfers zijn saai, maar in dit geval toch de moeite om er even over na te denken". Aan het woord is Paul Coenen, die vanuit het Belgisch Huis in Keulen al veertien jaar speurt naar afzetmarkten voor Vlaamse agro-producten in Duitsland. De natte vinger is daarbij geen bruikbaar instrument. Coenen onderhoudt intensieve contacten met de Belgische exportbedrijven en volgt de promotieprogramma's van de diverse vakgroepen bij zijn werkgever VLAM nauwkeurig op. Omdat VLAM aan de kernafzetgebieden zoals Duitsland nogal wat middelen besteedt, is in de eerste plaats de privé-sector de drijvende kracht achter de exportpromotie naar Duitsland. Zij het wel dat de activiteiten jaarlijks gestroomlijnd worden met die van Export Vlaanderen. Vorige maand gaf Coenen zijn ogen en oren flink de kost op de Anuga-beurs in Keulen. "De Duitse vleesmarkt vergt al meerdere maanden extra aandacht", weet hij. Sinds de ontdekking van de eerste Duitse BSE-koe op 24 november 2000 in Schleswig-Holstein en na een reeks andere voedingsschandalen is de grootdistributie er op zoek naar instrumenten om het vertroebelde consumentenvertrouwen weer op te vijzelen. De voorlopige remedie heet Qualität und Sicherheit (QS), een label dat in eerste instantie de voedselveiligheid van vleesproducten moet garanderen. Ook van de ingevoerde Belgische producten, en dan is vooral het vers en bevroren varkensvlees van belang. Dat is immers goed voor maar liefst 31 procent van de positieve handelsbalans voor agro-producten met Duitsland. "Met Certus heeft het Vlaamse varkensvlees eigen kwaliteitsnormen achter de hand die op heel wat vlakken strenger zijn dan QS", sust Coenen. "Maar in onze zeugenhouderij moeten wel nog een aantal extra controlegaranties inzake stressresistentie ingebouwd worden".

Uit recente cijfers van Vlam blijkt dat het economisch belang van de agro-sector voor ons land verrassend groot is?

Paul Coenen: Regelmatig zie je tabellen verschijnen waarin de economische prestaties van de diverse deelsectoren van de landbouw vergeleken worden met die van de andere strategische sectoren. Maar ik bekijk altijd tabellen waar de agro-sector in zijn geheel naast de chemische nijverheid of de automobiellindustrie geplaatst wordt. En dan blijkt bijvoorbeeld dat de sector in exportwaarde hoog scoort op de tabel en dat de positieve handelsbalans van België er sterk van afhankelijk is.

Voorals Duitsland is belangrijk voor die agro-export?

De import- en exportvolumes met Nederland en vooral Frankrijk doen nog beter. Maar voor die twee landen is de handelsbalans negatief. De handel in agro-producten met Duitsland zorgde in 2002 daarentegen voor een overschot van 1,6 miljard euro. Dat is 91 procent van de totale positieve handelsbalans die de Belgische agro-sector laat noteren.

(...)

Wat zijn de vooruitzichten voor de agro-export naar Duitsland op iets langere termijn?

We kunnen er van uitgaan dat de consumenten uit de toetredende landen geen vette worst zullen blijven eten wanneer de levensstandaard er stijgt. Het productieapparaat zal er langzaam omgeschakeld worden naar meer mager vlees. In dat geval ontstaat extra concurrentie, maar de vraag is natuurlijk hoelang die omschakeling in die landen zal duren en hoe snel de vraag zal evolueren.

Steeds vaker weerklinkt de roep naar een meer lokaal verweven landbouw. Is dat geen wrang idee voor iemand die zijn brood verdient dankzij de export?

Opgelet, een lokaal georiënteerde landbouw hoeft niet te stoppen aan de eerste de beste landsgrens. Je moet kijken naar de productiegebieden en de concentraties van consumenten.

Dan stel je vast dat Vlaanderen geografisch ideaal gelegen is om voedsel te leveren aan het bijvoorbeeld het zeer dichtbevolkte Ruhr-gebied. Dat we geen varkens levend naar Italië moeten transporteren om ze vervolgens als Parma-ham weer in te kopen, dat is iets anders...



(Bron: www.vilt.be, 12 november 2003)

Gezond en well, beurs voor bio, body en gezond genieten

Zaterdag 29 en zondag 30 november, 10-18u, Bouwcentrum Antwerpen

De beurs voor bio, body en gezond genieten.

(...) Inspelend op de heersende gezondheidsrage en wellnesstrend organiseert Gil Claes Producties voor de eerste keer een regelrechte bio-, body- en gezond-genietenbeurs. Op 29 en 30 november staat het Bouwcentrum in Antwerpen helemaal in het teken van een fitter, prettiger en gezonder leven.

Na Hasselt nu ook in Antwerpen

Reeds acht jaar organiseert Gil Claes Producties de Nationale Eco Natuur- en Gezondheidsbeurs in Hasselt. Dit evenement is uitgegroeid tot dé jaarlijkse ontmoetingsplaats van de hele bio- en ecosector en brengt een ruim geïnteresseerd publiek op de been.
(...)

Gevarieerd aanbod

Gezond & Well brengt gespecialiseerde exposanten samen die een brede waaier van producten aanbieden. Ondanks de enorme variëteit zijn ze allen onder een noemer samen te brengen: ze helopen u op weg naar een betere levenskwaliteit. Alle Aspecten van een bewuster, natuurlijk en gezond leven komen daarbij aan bod. Vandaar de zes hoofdthema's: beauty, wellness, biofood, bodyfit, eco-home, save nature.

Biofood

Bio is niet meer te stuiten. Het laatste jaar verdubbelde de consumptie van bio-producten. Er is dus duidelijk een fundamentele evolutie aan de gang: de kwaliteit van het leven primeert. Gezondheid gaat voor. En inleveren op comfort hoeft niet echt.

De winkelier is alert voor de snel toenemende vraag naar zuivere voeding. De natuurvoedingswinkels ontwikkelen zich tot bio-speciaalzaken. Vandaag wordt in de meeste winkels een volwaardig gamma biologische producten aangeboden. Ook de supermarkten zijn volop op de bio-trein gesprongen. Door het respect voor de natuurlijke groeitermijnen is bio niet alleen gezond, maar ook ronduit rijk aan smaak. Zelfs chef-koks van gerenommeerde restaurants beseffen dit maar al te goed.

In de afdeling Bio-Food van Gezond & Well maak je kennis met een breed gamma bio-producten. Niet alleen groenten, fruit en zuivel, maar ook bereide producten zoals brood en gebak, quiches, pizza's, wijnen, thee, sauzen en soepen, bonbons en nougat... worden er te proef en te koop aangeboden.

Bovendien leer je op Gezond & Well lekker vegetarisch en macrobiotisch koken. Zo brengt Mieke Vervecken van de Natuurlijke Kookschool en huiskok van Rosas, haar wok mee voor kookdemo's en proefsessies.

Je kan snuffelen in kookboeken, inspiratie opdoen en ingrediënten inslaan voor de heerlijkste bio-gerechten.

(Bron: www.gezondenwell.be, november 2003)

"Het onderste uit de melkkan halen"



Jos Gijsels van kaasmakerij Het Hinkelspel in Gent

'Kaas maken uit rauwe melk', dat was de missie van de coöperatieve kaasmakerij Het Hinkelspel bij de oprichting in 1982. Nu is de melk die ze gebruiken niet alleen 'rauw' maar ook biologisch. Het resultaat van een eerlijke dialoog tussen producent en consument.

Waarom zweren jullie bij rauwe melk?

Jos Gijsels: "Omdat die geen enkele bewerking ondergaat die de smaak of de kwaliteit zou kunnen aantasten. Standaardiseren, homogeniseren, centrifugeren of pasteuriseren doen we niet. Daardoor is de smaak veel rijker dan bij 'gewone' kaas."

Wat is de meerwaarde van biomelk?

"Van bij het begin was duidelijk dat we voor onze kazen melk van AA-kwaliteit nodig hadden. Onze klanten merkten op dat we een fantastisch product maakten: met rauwe melk en zonder toevoegingen. Maar ze vroegen zich af waarom het geen biokaas was, want ze betaalden wel de prijs. Wij wilden van die dubbelzinnigheid af en gingen op zoek naar een boer met biologische AA-melk. In 1996 kwamen we in contact met een West-Vlaams melkveebedrijf dat op het punt stond om over te schakelen op bio. Wij engageerden ons om minstens 100.000 liter melk per jaar af te nemen. Na enkele jaren werd het de volledige melkproductie. En nu nemen we ook alle melk af van een tweede bioboer uit de Westhoek. We bouwden een echte vertrouwensrelatie met hen op. Dat is belangrijk, we zijn niet zomaar een melkerij die de melk ophaalt en verwerkt. Wij hebben melkveehouders nodig die bereid zijn om het onderste uit de kan te halen, anders komt de kwaliteit van onze kaas in het gedrang."

Hoe is de verkoop georganiseerd? Klopt de verhouding een derde ter plaatse, een derde levering aan andere winkels en een derde distributie?

"Het is een bewuste strategie. We willen niet afhankelijk worden van de grootdistributie, maar de verkoop in eigen handen houden. We hadden vrij snel een gezonde mix van verkoop aan natuurvoedingswinkels, delicatessenzaken en hormonen-vrije slagers. Dat circuit vullen we aan met verkoop aan de distributie en in eigen winkel."

Wat zijn de ups en downs van de voorbije jaren?

"Een up was er kort na de dioxinecrisis. De overschakeling naar bio vertaalde zich direct in een omzetsijging. In die periode sletten we grote hoeveelheden aan Delhaize. Vooral onze zeewierkaas deed het goed. Sinds 2001 is er een lichte terugval, maar die is voor ons niet bedreigend."

Een moeilijk moment kenden we bij de verhuis naar het huidig bedrijfsgebouw. We moesten voor het eerst serieus lenen. Gelukkig vonden we interessante alternatieve financiers met wie we een goede relatie hebben: Netwerk Vlaanderen, Triodos Bank en Hefboom. Die contacten werken kritisch en inspirerend."

Hoe zie je de toekomst van Het Hinkelspel?

"Eigenlijk is ons gebouw opnieuw te klein. Door plaatsgebrek kunnen we geen nieuwe producten maken of de productie opvoeren. We staan voor een dilemma: ofwel opnieuw verhuizen, meer melk afnemen, meer kaas maken en meer mensen erbij betrekken, ofwel voortwerken op de schaal waarop we nu bezig zijn."

Jullie zijn een coöperatieve. Is het wel mogelijk om zo'n beslissing met acht mensen samen te nemen?

"Het is zeker mogelijk, al vraagt het veel tijd en energie. We doen er langer over dan een hiërarchisch gestructureerd bedrijf om knopen door te hakken, omdat we het niet overlaten aan één iemand die de baas speelt. We doen het zelf en samen. Iedereen moet op hetzelfde spoor zitten. Dat vertraagt. Maar eens de beslissing genomen is, is ze gewikt en gewogen en gedragen door een grote groep."



Wat is jouw lievelingsproduct in jullie winkel?

“Ik ben heel trots op onze blauwe kaas. Maar er zijn kruidenkazen die ik lekkerder vind, die met peper en look bijvoorbeeld. Of ik me dagelijks laat verleiden door die ene soort? Neen, ik grijp naar de kaas die er het best uitziet. Na al die jaren tussen de kazen zie ik gewoon welke er klaar voor is en welke niet.”

Dit artikel werd geschreven door Velt voor de Biotheek.

(Bron: www.bioforum.be/verkooppunten.html, 15 november 2003)

INTERNATIONAAL

Nl - Start koppelproject voor biologische boeren in Noorden

Integratie van biologische akkerbouw en biologische veeteelt, om zo de kringloop van mineralen te verbeteren. Daar draait het om in een nieuw, net gestart project van de Noord-Nederlandse Biologische Landbouw Vereniging (NBLV) en de Feriening Biologyske Boeren Fryslân (FBBF).

Dit zogenaamde koppelproject moet de knelpunten die er in de praktijk liggen om noordelijke akkerbouw- en veeteeltbedrijven onderling mest, voer en stro uit te laten wisselen, oplossen. De initiatiefnemers willen daartoe boeren met elkaar in contact brengen, aanbod en vraag van mest in kaart brengen en kijken naar de mogelijkheden van koppeling.

In het project zullen de deelnemende bedrijven ook inhoudelijk worden verkend om zo te komen tot een aanscherping van het bemestingsregiem, het afstemmen van ruwvoerproductie en voerbehoefte, het verbeteren van de bodemstructuur en het terugbrengen van de bemesting door stikstofbindende groenmesters in te passen in de vruchtwisseling. Het gaat om een project van drieënhalve jaar, waaraan maximaal vijftig bedrijven kunnen meedoen. Adviesbureau plattelandsvernieuwing RINGadvies uit Vlagtwedde begeleidt het project.

Verdeeld over Noord-Nederland hebben tot nu toe veertig bioboeren zich aangemeld voor deelname. Zij worden op geografische basis in groepen verdeeld, waarbij wordt gestreefd naar een evenredige vertegenwoordiging van akkerbouw- en veeteeltbedrijven hierin. Het koppelproject moet uiteindelijk leiden tot een noordelijk platform, waar vraag en aanbod van mest, voer en stro bij elkaar komen.

RINGadvies hoopt zeker zes duurzame koppelingen tot stand te kunnen brengen. Doordat er vorm wordt gegeven aan de kringloopgedachte, ontstaat volgens Harm de Vries van RINGadvies ook een beter imago van de biologische landbouw met uitstraling naar de gangbare landbouw. Om boeren te interesseren voor het koppelproject, worden enkele voorlichtings-bijeenkomsten georganiseerd. Zo geeft RINGadvies hierover op 26 november tekst en uitleg tijdens een NBLV-avond in Astoria te Haren. In januari 2004 volgt een avond voor de FBBF-leden.

(Bron: Landbouwblad, 18 november 2003)

Nl - Biologische fruittelers raken ketenmanager waarschijnlijk kwijt

Sinds september 2002 heeft de biologische fruittelersvereniging Prisma ketenmanager Wouter van Teeffelen in dienst. De vereniging wil de ketenmanager graag behouden, maar kan de 40.000 euro die daarvoor nodig is niet opbrengen. De vereniging benaderd nu allerlei instanties voor een financiële bijdrage.



De vereniging telt dertig leden en heeft negentig procent van het biologische fruitareaal in handen. Van Teeffelen werd aangetrokken voor een betere coördinatie van de afzet van het fruit. De fruittelers zijn erg tevreden over hem en hopen nu op financiële steun van andere instanties.

De Taskforce Marktontwikkeling Biologische Landbouw heeft al te kennen gegeven niet te willen bijdragen in de kosten voor de ketenmanager.

(Bron: Agrarisch Dagblad, 18 november 2003, knipsel uit: AgriHolland.nl)

Nl - 'Doelstelling biologische producten in gevaar'

UTRECHT (ANP) - Door de prijzenslag bij de supermarkten is het moeilijk om eind volgend jaar de doelstelling voor biologische producten te halen. Dat zei directeur R. van Ruitenbeek van het Platform Biologica maandag.

De branche heeft afgesproken dat eind 2004 van de verkochte producten in supermarkten en speciaalzaken 5 procent biologisch moet zijn. Nu is dat tegen de 2 procent, aldus Van Ruitenbeek. Dat betekent dat de branche binnen een jaar het aandeel ruim moet zien verdubbelen.

Volgens Van Ruitenbeek is het moeilijk nieuwe mensen te binden zolang de consumenten en winkeliers vooral letten op de prijzen. „Mensen die al wel biologisch kopen, zijn minder prijsgevoelig.”

Albert Heijn verlaagde maandag als eerste de prijzen van melk en enkele aanverwante producten. Juist AH profileert zich als een aanbieder van duurzame, biologische producten. „AH is belangrijk voor de verkoop”, erkent Van Ruitenbeek. „Wij zijn bang dat die positie in het geding komt.”

(Bron: www.planet.nl, 17 november 2003)

Nl - Afzetcollectief voor biologische vaste planten voorbereid

Biologische vaste planten moeten herkenbaar worden in de markt. Een dertigtal kwekers van biologische vaste planten bekijkt samen met DLV Plant de mogelijkheden om een afzetcollectief op te richten om deze markt te veroveren. Het collectief moet in staat zijn afnemers zoals tuincentra over te halen om biologische vaste planten als nieuw segment te introduceren bij de consument.

Bij een bijeenkomst van de kwekers in Akersloot kwam vooral aan de orde hoe de kwekers kunnen bevorderen dat afnemers en consumenten biologische vaste planten gaan kopen. De kwekers willen graag een zekere afzet, voor zij overschakelen naar biologisch. Adviseur Van Leeuwen van DLV Plant vindt een afzetcollectief noodzakelijk om meerjarige afspraken met afnemers te kunnen maken.

Andere ideeën die werden genoemd waren promotie via Plant Publicity Holland, een keurmerk starten, steun zoeken bij milieuorganisaties, en een assortiment vaste planten selecteren dat tegen lage prijzen te telen is. Een meerprijs van 10-30% is te verkopen, van 30-50% is het een nichemarkt, stelde spreker Maarten Vrensen van Florganic op grond van zijn ervaringen op de



biologische bloemenmarkt.

(Bron: Oogst Tuinbouw, 14 november 2003, knipsel uit: [AgriHolland](http://www.agriholland.nl))

Nl - Flappen noodzaak in opening naar uitloop

Op Praktijkcentrum Raalte controleren we op dit moment alle flappen in de openingen van de hokken naar de buitenuitloop. Vooral in de koude periode met oostenwinden afgelopen oktober bleek het in de hokken aan de oostzijde van de stal nog wel eens te koud te zijn. In kraamhokken met pasgeboren biggen is dit natuurlijk funest. Bij biggen en vleesvarkens kunnen naast longproblemen ook oor- en staartbijten optreden. Onderstaande adviezen komen uit Deens onderzoek naar luchtsnelheden in het hok bij verschillende materialen en wijzen van bevestigen.

In kraamhokken en biggenhokken voldoet een dubbele rij doorzichtige flappen tot op de vloer het best. Bij een enkele rij ontstaat er te vaak "lekkage". De flappen zijn leverbaar in 20 cm breed en 2 mm dik, 30 cm breed en 3 mm dik en 40 cm breed en 4 mm dik, prijzen tussen € 30 en € 50 per m² (excl BTW).

Voor de doorloop naar buiten bij vleesvarkens en zeugen zijn gebruikte zwarte transportbanden het best. Deze zijn oersterk en niet al te duur. Omdat ze vrij stug zijn moet het bevestigen nauwkeurig gebeuren. Het beste is om twee flappen elk aan een zijkant te bevestigen met 5 cm overlap in het midden.

(Bron: www.biofoon.nl, 18 november 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: Petra Tas en Dirk Verdickt. Abonnementenadministratie: Dirk Verdickt. Momenteel wordt de knipselkrant verzonden naar ruim 900 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