



Biotheek Netknipsels #113 – 3 juni 2005

Biologische landbouw groeit! Meer dan 5000 ha biogroenten in Vietnam, bio in winkels in Moskou, steeds meer geïnteresseerde supermarkten in Tsjechië. En ook uit Duitsland bereiken ons positieve geluiden. Bij ons? Er is alleen oog voor dalende cijfers na de biopiek van 2001. Ondanks de dalingen zijn er ook heel wat positieve geluiden, succesvolle kleine én grote winkels en producenten die erin blijven geloven. En één partij. In politiek Vlaanderen lijkt dat reden genoeg om de bioboot af te houden. Jammer, want in landen waar bio succes kent, krijgt bio de maatschappelijke erkenning die het verdient in het ganse politieke landschap. Benieuwd wat u er volgende week van vindt.

Hartelijke groeten,

Dominique Joos
Redacteur de Biotheek

In dit nummer:

NATIONAAL

Bio brengt verloren groenterassen terug
Groen! wil meer kansen voor Vlaamse biolandbouw
Bio boert verder achteruit
Lezersbrief 'Bio boert achteruit' als reactie van BioForum Vlaanderen
Belg koopt een op drie bioproducten bij Delhaize
Bio wordt goedkoper maar trappelt ter plaatse
Provincie promoot bioproducten
Belbior serveert Minister Leterme bio-ontbijt
Biologische melkveehouders ervaren prijsnadeel
Lekker voedsel uit ecologische tuin
Bio-bekeerling op goede pad

INTERNATIONAAL

**NL - Promotorschap biologische landbouw in Noorden tot 2007
gecontinueerd**
NL - Campina bouwt leidende positie in biologische zuivel verder uit
NL - Grootschalig onderzoek gezondheidsaspecten biologische producten
NL - Adverteren van gezonde biologische voeding zinloos
NL - Biologisch is gentech-vrij!
NL - Proef met kippenmestkorrels als rijenbemesting in biologische maïsteelt
NL - Kostprijs biologisch melkveehouders 2 euro per 100 kg hoger
FR – Frankrijk houdt week van duurzame ontwikkeling
D – Steeds meer bio in drogisterij
D - Duitse biologische boer teelt al zijn gewassen op ruggen
GB - Stonyfield Farm has UK organic consumers in sight
GB- Darlington hospital is first to receive organic milk
GB - Prince Charles backs Jamie Oliver



GB - Organic food no longer seen as a luxury

Italië – Recordjaar bij biofabrikant

Tsjechië – Grootwarenhuizen bieden bio aan

Moskou – Fruit- en groentewinkels met bioassortiment

Vietnam: biogroenten steeds meer in trek



NATIONAAL

Bio brengt verloren groenterassen terug

„Mensen genieten opnieuw van het maken van soep"

De week van de bio, die loopt van 4 tot 12 juni, wil extra de aandacht vestigen op eerlijke en biologische producten. Moniek Broeckx uit Kortrijk-Dutsele, die sinds jaar en dag met haar biologische groentekraam op de markt van Heverlee en Kessel-Lo staat, gaat hier graag op in. Zij zoekt naar verloren gewaande rassen.

„Binnenkort moeten er keuzes gemaakt worden", stelt ze. „Ofwel gaan bedrijven nog meer voor grote industrie, ofwel kiezen ze voor biologisch en kleinschalig. Ik denk dat alles daar tussen gedoemd is te verdwijnen. Op den duur zal ook de tussenhandel binnen de biologische sector meer en meer verdwijnen. Dat zal de prijs wat drukken."

Die meerprijs is nu net het grootste pijnpunt voor veel consumenten. Verantwoord voedsel, OK, maar waarom zo duur? „In de jaren '50 en '60 gaven mensen een veel groter deel van hun budget uit aan voeding dan nu. Mensen leven gejaagder en moeten nu weer leren genieten van eenvoudige dingen, zoals soep maken. Door hen uit te nodigen op opendeurdagen van landbouwbedrijven beseffen ze beter hoe arbeidsintensief biologische productie is. Dan krijgen ze misschien meer vertrouwen in de kostprijs. Ik vind trouwens dat ook gewone boeren veel te weinig krijgen voor hun producten."

De regels schrijven onder meer voor dat niet de plant, maar de bodem gevoed moet worden.

„Als je water rechtstreeks in de plant spuit, groeit hij veel sneller. Maar biologische groenten zijn veel smaakvoller doordat ze sterk genoeg zijn om zelf water uit de bodem te halen. We werken ook met een vruchtwisselingssysteem: om de acht jaar zetten we maar groenten uit dezelfde familie op een veld. Dat vermijdt ziektes, want pesticiden en andere chemische producten zijn uit den boze."

Het grote voordeel van biologische producten, is de variëteit en afwisseling. Moniek Broeckx:

„We gaan voortdurend op zoek naar uit het oog verloren rassen. In klassieke landbouw gaan ze op zoek naar de meest productieve soorten; wij gaan op zoek naar de 'roots'. Warmoes is bijvoorbeeld onbekend bij het grote publiek, terwijl het vroeger een verzamelnaam was voor groenten. De Abdij van het Park in Heverlee heette in het verleden zelfs 'het Warmoeshof'. Andere soorten groenten zijn pastinaak, daikon (een lange witte radijs) en rammenas (een zwarte radijs). Het is echt leuk om dat eens uit te proberen in de keuken."

„Ik geef klanten op de markt vaak wat uitleg over verschillende producten en dat komen ze de week nadien vertellen hoe ze het hebben klaargemaakt. Dat geeft toch een enorme meerwaarde tegenover een onpersoonlijke supermarkt", besluit ze.

bron: Het Nieuwsblad, 3/06/2005

Groen! wil meer kansen voor Vlaamse biolandbouw

Biolandbouw in Vlaanderen moet een nieuwe impuls krijgen. Want ondanks de vele voordelen ervan, stagneert de groei. Dat stelt Europees parlements lid Bart Staes (Groen!), die daarvoor donderdag op een persconferentie meteen vier actiepunten naar voren schoof.

Aanleiding voor de oproep is de nakende start van de week van de biologische landbouw. Staes stelde een rapport samen met verschillende recente wetenschappelijke studies over de invloed van biolandbouw op de biodiversiteit en op de hoeveelheid nitraten en pesticiden in grond- en oppervlaktewater.

Het Europees parlements lid verwees onmiddellijk naar Toscane. Die streek in Italië trekt resoluut de kaart van de gezonde landbouw en verklaarde zichzelf ggo-vrij. "Een recent wetenschappelijk rapport maakt duidelijk dat dit de goede keuze was", luidt het. Het zou immers aantonen dat biolandbouw de aangewezen manier is om landbouwers op een economisch interessante manier milieusparend te laten boeren.



"Ondertussen krijgt het milieu in Vlaanderen rake klappen", luidt het voorts. Groen! verwijst daarbij naar het jongste Natuurrapport Vlaanderen dat de problemen rond biodiversiteit aan de kaak stelde. Vlaanderen heeft de afgelopen jaren veel gedaan om aan de toestand te verhelpen, maar toch blijft de nitraatvervuiling nog steeds boven de Europese norm en worden in het oppervlaktewater en in de waterbodem nog grote hoeveelheden bestrijdingsmiddelen gevonden.

De diverse globale studies die Staes verzamelde geven volgens hem "voldoende munitie om voluit in te zetten op biolandbouw". Ze zouden onder meer uitwijzen dat biobedrijven steevast de Europese nitraatnorm halen. Daarnaast voorkomt biolandbouw de meeste problemen met pesticiden, omdat het gebruik van chemische bestrijdingsnormen er verboden is. Ook naar biodiversiteit scoort biolandbouw beter dan conventionele landbouw, besluit Staes.

Om de gestagneerde groei van biolandbouw in Vlaanderen tegen te gaan, pleit Staes onder meer voor een verlaging van de btw op bioproducten. Dat moet het verschil in prijs tussen bioproducten en traditioneel geteelde producten terugdringen. Daarnaast vraagt hij dat de overheid de helft van de kosten voor de certificering van bioboeren op zich neemt. Nu draaien de boeren zelf op voor de kosten van de controle-instellingen.

Er moet ook meer geld komen voor onderzoek naar biologische landbouwpraktijken. Groen! wil voorts Vlaanderen ggo-vrij houden en wil dat Vlaanderen in navolging van meer dan 100 Europese regio's zichzelf uitroept tot ggo-vrije ruimte. De partij vreest immers dat door de invoer van ggo-landbouw, de gewassen van bioboeren besmet zullen raken, waardoor ze hun label verliezen.

bron: www.vilt.be, 2/06/2005

Artikel in Het Nieuwsblad en Het Volk met reactie van BioForum Vlaanderen

Bio boert verder achteruit

Consument koopt almaar minder biologische voeding

Hoe verder de voedselcrisissen van eind jaren 90 achter ons liggen, hoe minder biologisch geteelde verse producten wij eten. Vorig jaar daalde de verkoop van bioproducten nogmaals, zij het minder fors dan in 2003. Het is de kleinhandel die het gelag betaalt want de warenhuizen doen geen slechte zaken in de biosector.

Sinds 2003 is de verkoop van verse bioproducten gekelderde. Toen kochten de Belgen een kwart minder biologisch geteelde voedingswaren. In 2004 besteden wij nog voor 197 miljoen euro aan bioproducten, een daling met 7,8 procent tegenover 2003. Het aandeel van bioproducten in het gezinsbudget daalde van 2,2 procent in 2002 tot 1,5 procent vorig jaar. De warenhuisketen Makro heeft zijn aanbod van bioproducten zelfs zwaar afgeslankt. „Er was onvoldoende verkoop. De klant vroeg almaar minder bioproducten. Misschien lag dat aan onze formule van lage prijzen", zegt Philippe Nowé van Makro.

„De forse stijging in de piekperiode 2001 en 2002 was onnatuurlijk. De consument was zijn vertrouwen in de traditionele producten verloren en greep gretig naar de bioproducten. Vandaag is de gebruiker blijkbaar minder bereid om meer te betalen voor de bioproducten, hoewel er zeker vraag is naar bioproducten" zegt Marianne Vergeyle van koepelorganisatie Bioforum Vlaanderen.

Volgens een onderzoek van GfK Benelux in opdracht van de overheidsdienst VLAM werden 56



procent van bioproducten in warenhuizen gekocht, 6 procent meer dan in 2003. De speciaalzaken zagen hun aandeel dalen van 30 naar 23 procent. „Dat is een spijtige evolutie voor de kleine winkels. Bioproducten slaan blijkbaar beter aan als ze tot het algemene aanbod van een warenhuis behoren", zegt Vergeyle.

„Bioproducten zijn nog altijd niet voldoende flashy. Veel consumenten vinden bio nog een zaak van alternatievelingen. Wij willen weg van het imago van geitenwollen sokken. Bio is immers een economisch interessant product."

„Niet iedereen wil gemiddeld 15 procent meer betalen voor bioproducten. Daarnaast deden de traditionele eetwaren ook inspanningen op het vlak van de traceerbaarheid van de voedselproductie. Het risico voor de klant is beperkt. de consument ziet dan ook het voordeel niet van de duurdere bioproducten. Wij plannen dan ook geen uitbreiding van het aanbod", zegt Geneviève Bruynseels van Carrefour.

De matige interesse van de consument heeft ook zijn weerslag op de productie. Het aantal biologische landbouwbedrijven is voor de derde keer op rij gedaald. Vergeleken met 2002 is de oppervlakte met bijna 20 procent gekrompen. Toch zijn er lichtpunten. Zo wordt meer bio-fruit geteeld en is er ook een stijging van gewassen als maïs, klaver en tarwe. Deze toename kon echter de daling van de biologische groenten niet compenseren. Er zijn ook minder biologische weiden.

www.bioforum.be

Delhaize

16.000 producten, waarvan 650 bio
omzet 3,9 miljard euro, waarvan 80 miljoen bio
Bio-aanbod blijft constant
Biofruit, -groenten, -zuivel en -vleeswaren meest verkocht
Biodranken kennen lichte daling

Carrefour

9000 producten, waarvan 350 bio, BIO goed voor 1 procent van het zakencijfer. Sinds 2 jaar daling bioverkoop. Biobakkerijproducten stijgen..

Colruyt/BIO-Planet

250 bioproducten waarvan 190 eigen merkproducten. Biovoeding is goed voor 2 procent van de totale omzet. Bio groeit 5 procent sneller dan de andere producten. Biowijnen zijn sterke stijgers. Colruyt heeft 3 bio-planetwinkels in Gent, Kortrijk en Dilbeek. Verkoop bij Bio-planet is met 25 procent gestegen

Consumptie Vlaanderen 2004

Consumenten verbruiken 197 miljoen euro bioproducten
Verse bioproducten zijn goed voor 130 miljoen euro
Belg spendeert gemiddeld 19 euro aan bioproducten
Gezinsuitgaven voor bioconsumptie dalen met 1,5 procent
69 procent van de gezinnen koopt minstens één vers bioproduct
Oppervlakte biologische boerderijen krimpt met 6,5 procent
0,5 procent van de akkers wordt biologisch bewerkt
0,2 procent van het rundvee zijn biodieren
Aantal biodieren neemt toe met 38 procent
Biolandbouw is goed voor 231 miljoen euro

bron: Het Nieuwsblad-Het Volk, 1/06/2005

Lezersbrief 'Bio boert achteruit' als reactie van BioForum Vlaanderen:



“Bio boert achteruit” kopt een artikel in het Volk en in het Nieuwsblad op 1 juni. Een artikel dat vooral de negatieve tendensen van biologische sector aandikt. De Vlaamse consument kocht in 2004 inderdaad minder bio dan in 2002 en 2003. Vlaanderen is op dat vlak een buitenbeentje, want wereldwijd groeit bio fors. In landen waar bio succes kent, erkennen regering én media dat biologische landbouw de motor is voor duurzaamheid. Om de Vlaamse consument te bereiken, organiseert BioForum Vlaanderen de bioweek van 4 tot 12 juni. Boeren en winkeliers zetten hun deuren open en consumenten kunnen op verschillende plaatsen in hun buurt bio proeven en leren kennen.

Na de succesjaren 2001 en 2002, toen heel wat consumenten op bio overschakelden door voedselschandalen, zette in 2003 een dalende trend in die nu duidelijk uitdeint. Vooral de verkoop in kleine natuurwinkels gaat achteruit. Dat is een tendens die buurtwinkels algemeen treft. Winkels die investeren in vernieuwing en een ruim assortiment aanbieden, kennen wel succes. In de 28 natuurvoedingswinkels van de BioShop-groep, die al 25 jaar bioproducten verkopen, steeg de omzet vorig jaar met ruim 6 procent. Colruyt noteerde in 2004 een omzetsijging van haar bioproducten met 12 procent. In de Bioplanet-winkels van dezelfde keten in Gent en Kortrijk steeg de verkoop in 2004 zelfs met 25 procent. De verkoop van bio in Delhaize bleef constant. Ketens als Makro zien hun beperkte aanbod bioproducten dalen, maar bio is geen aandachtspunt voor hen. Marketingdirecteur Philippe Nowé benadrukt dat Makro dat ook niet wil pretenderen.

Bio in buitenland boert beter

De invloed van winkels met een totaalaanbod zie je ook in het buitenland, waar de omzetcijfers voor biologische producten in 2004 fors zijn toegenomen. In 2004 groeide de bioconsumptie in Europa met 5 procent. In Duitsland steeg het omzetcijfer met bijna 11 procent. Gewone en biologische supermarkten lagen aan de basis van deze stijging, die uiteindelijk ook leidde tot een hernieuwde dynamiek bij kleinere natuurvoedingswinkels. In Groot-Brittannië steeg de verkoop het afgelopen jaar eveneens met meer dan 10 procent. In Nederland kwam de omzet van biologische producten in 2004 uit op 419 miljoen en werd er een omzetsijging van 6 procent genoteerd. Ook hier hebben supermarkten, waaronder Albert Heijn, een grote voortrekkersrol bij de verkoop van biologische producten. Het is niet toevallig dat de overheid in deze landen fors investeert om biologische landbouw en consumptie te promoten.

Nationale Bioweek op komst

BioForum Vlaanderen wil het negatieve tij in eigen land absoluut keren. Precies daarom organiseert de sector een nationale bioweek van 4 tot 12 juni. De koepelorganisatie wil dat producenten en consumenten overschakelen naar bio omdat ze overtuigd zijn van de betere kwaliteit en de waarden. Als positieve keuze dus. Producten afkomstig uit de biologische land- en tuinbouw en veeteelt zijn geteeld en gemaakt zonder chemische meststoffen of bestrijdingsmiddelen. Tijdens de verwerking worden geen synthetische additieven gebruikt en een biologisch product bevat geen genetisch gewijzigde organismen. Bovendien staat het welzijn van dieren in de biologische landbouw hoog op de agenda.

Daarom is kiezen voor bio een keuze voor gezonde mensen en dieren in een gezond leefmilieu. Kiezen voor bio is kiezen voor duurzaamheid, biodiversiteit en dierenwelzijn. Wie kiest voor bio, levert een simpele, maar stevige bijdrage aan zijn eigen gezondheid en aan een leefbaar milieu.

Met die boodschap laten biobedrijven en -organisaties van 4 tot 12 juni bio zien, kennen en proeven. Daartoe roepen ze iedereen op die zich bekommert om het milieu en graag gezond geniet. Ook in Vlaanderen biedt bio toekomst. Want bio, dat is mijn natuur.

bron: www.biotheek.be, 1/06/2005

Belg koopt een op drie bioproducten bij Delhaize



Een op drie bioproducten in ons land wordt gekocht bij Delhaize. Omdat bioproducten dit jaar twintig jaar in de rekken liggen van de winkelketen en het van 4 tot 12 juni Bioweek is, zet Delhaize deze week de biologische producten in de schijnwerpers. Dat maakte de keten woensdag bekend op een persconferentie.

In 1985 nam Delhaize de eerste bioproducten op in haar assortiment, het ging om drie soorten biobrood van Lima. Vier jaar later werd een volwaardig bioassortiment gelanceerd en in 1997 kregen de producten het bio Delhaize-label. Vandaag heeft de keten 650 bioproducten in haar rekken liggen, goed voor een omzet van 80 miljoen euro. Vooral kruidenierswaren (23,5 miljoen euro) zoals koekjes en specerijen doen het goed, maar ook fruit en groenten (22,5 miljoen euro), beenhouwerij (11,8 miljoen euro) en zuivel (11,8 miljoen euro) zijn populair.

Hoewel de biologische producten nog ongeveer twintig procent duurder zijn dan de conventionele Delhaize-producten, kosten ze in supermarkten gemiddeld zeven procent minder dan in de speciaalzaak. Uit een studie van Delhaize blijkt bovendien dat 76 procent van de klanten biologische producten vernoemt als een van de belangrijkste categorieën in het Delhaize assortiment. Reden genoeg voor de keten om tijdens de Bioweek bio in de kijker te zetten. Zo zullen de Caddy-brochure en de wekelijkse persadvertentie in het teken staan van bio en zijn er in de winkels presentaties van bioproducten.

bron: www.vilt.be, 1/06/2005

Bio wordt goedkoper maar trappelt ter plaatse

Door de professionalisering van de telers gaan de prijzen van bioproducten naar beneden. “Op het moment dat ze kunnen concurreren met hun tegenhangers uit de traditionele landbouw, houden we alleen nog de biovariant in de rekken. Dat is nu al het geval met geraspte wortels.

En ook voor knoflook zouden we binnenkort volledig kunnen overschakelen op bio”, zegt Xavier Ury van de supermarktketen Delhaize.

Toch is het biologische assortiment van Delhaize, dat uit 650 verschillende producten bestaat, nog altijd gemiddeld 20 procent duurder dan het gewone gamma dat onder het merk Delhaize verkocht wordt. De supermarkten hebben zowat de helft van de bioaankopen in ons land naar zich toe kunnen trekken. De speciaalzaken in bio houden dus relatief goed stand, tegenover de zelfstandige slagers, bakkers en groentehandelaars die hun marktaandeel de afgelopen jaren zagen afkalven tot amper een tiende van het totaal.

Door hun grootschaligheid kunnen de supermarkten de bioproducten wel 7 procent goedkoper aanbieden dan de kleinere spelers op de markt. De totale omzet van bioproducten in ons land bedroeg vorig jaar 311 miljoen euro. Na een sterke stijging door de voedingscrisissen eind jaren negentig, blijft de omzet nu al bijna drie jaar stabiel.

Ook voor 2005 wordt er geen sterke opmars verwacht voor bio.

Delhaize kan jaarlijks rekenen op een bio-omzet van 80 miljoen euro.

De versafdeling blijft groeien. De verkoop van bioproducten uit de bakkerij nam vorig jaar met 13 procent toe. De beenhouwerij kende een toename van 7 procent en ook in de afdeling fruit en groenten werd 6 procent meer bio in het karretje gegooid. Dranken en zuivel gingen respectievelijk 6 en 3 procent achteruit.

bron: De Morgen, 2/06/2005

Provincie promoot bio-producten



Voor de zesde keer al steunt de provincie Vlaams-Brabant de campagne 10 op 10 voor de biologische landbouw, een organisatie van het Vlaams Platform voor de Biologische Landbouw. De start van de Vlaams-Brabantse bioweek werd gisteren gegeven in Grimbergen. Genieten is gezond, zo luidt het thema van de bioweek. In heel Vlaanderen kan iedereen de komende dagen bio-producten leren kennen en proeven. In Vlaams-Brabant nemen de personeelsleden van de provincie op 7 juni voor de vijfde keer deel aan het bio-wandelbuffet. Tijdens de maand juni wordt tegelijk gepeild naar de interesse bij het personeel voor het opstarten van een afhaalpunt voor bio- en streekproducten. Tijdens de zomermaanden staan verschillende activiteiten in domeinen en instellingen op het programma waaraan telkens een bio- en streekproductenmarkt wordt gekoppeld. In het provinciedomein van Kessel-Lo is dat op 26 juni, in vormingscentrum Hanenbos in Huizingen op 9 juli en in het provinciedomein Het Vinne in Zoutleeuw op 21 augustus.

Genomineerd

Voor de organisatie van de campagne 10 op 10 voor biologische landbouw en de Bioweek 2005 stelt de provincie 7.500 euro ter beschikking. Voor de zesde keer al doet de provincie dat. Een professionele jury van beroepsorganisaties en Bioforum hebben het Vlaams-Brabantse provinciebestuur dan ook genomineerd voor de prestigieuze Bio-Award 2005. Bedrijven of instellingen die de bio-sector het afgelopen jaar een extra stimulans gaven, kwamen voor deze selectie in aanmerking. Wie de Bio-Award wint, daar beslist het grote publiek over. Via de site www.bioweek.be kan iedereen zijn stem uitbrengen. Op donderdag 9 juni wordt in aanwezigheid van minister van Landbouw en Vlaams minister-president Yves Leterme (CD&V) de prijs uitgereikt.

bron: Het Nieuwsblad, 3/06/2005

Biologische melkveehouders ervaren prijsnadeel

Les producteurs belges de lait bio veulent augmenter leur part de marché mais le lait bio importé est à son avantage dans les supermarchés. Seulement 40% du lait bio en supermarché vient de producteurs belges qui produisent 40 millions de litres par an. Le lait bio importé est moins cher du fait de l'absence de réglementation coûteuse. Le surcoût de presque 60% comparé au lait normal va aux distributeurs et les agriculteurs bio sont à peine mieux lotis que les non bios avec 10-15% de plus-value.

bron: Du Sol à la Table, mei 2005

Belbior serveert Minister Leterme bio-ontbijt

Gisteren ontving Belbior minister Leterme voor een heus bio-ontbijt in de prachtige omgeving van 't Donderswal, het biologisch melkveebedrijf van Johan en Lut Deman-Devreese in Lo-Reninge. Er werd uitgebreid gediscussieerd over de huidige situatie in de biologische landbouw en de minister kwam de biosector tegemoet. Op korte termijn maakt hij extra middelen vrij en na de zomer wil hij opnieuw rond de tafel zitten om de plannen op lange termijn te bekijken. Daarmee geeft de minister een belangrijke blijk van vertrouwen in bio.

Belbior nodigde minister-president en tevens minister van Landbouw Yves Leterme donderdagmorgen uit voor een biologisch ontbijt op 't Donderswal in Lo-Reninge. Meteen een gelegenheid om eens uitgebreid van gedachten te wisselen over de huidige situatie van de Vlaamse biolandbouw.

Vlaanderen trappelt ter plaatse

In heel Europa evolueert bio snel maar Vlaanderen blijft ter plaatse trappelen. Europees worden momenteel bijna 7 miljoen hectare biologisch uitgebaat, terwijl we in Vlaanderen net geen 4000 hectare halen. Leterme was er al van overtuigd dat Vlaanderen de biotrein niet mag missen en dat bio dan ook een speciale plek verdient in zijn landbouwbeleid.

Samen met Belbior maakte de minister volgende analyse: behalve de economische mogelijkheden die de ontwikkeling van de biologische landbouw biedt, is ook de voortrekkersfunctie naar de gangbare landbouw zeer belangrijk. De biologische



gewasbescherming in de groenteteelt, de mechanische onkruidbestrijding en de steeds bredere introductie van grasklaver in de rundveehouderij getuigen hiervan. De minister onderschreef dan ook de nood om de Vlaamse biosector op te schalen. Vooral het belang van ketenontwikkeling en onderzoek werd onderstreept, naast het dynamiseren van het Vlaams Actieplan voor de Biologische Landbouw.

Minister maakt huiswerk

Leterme had ook zelf huiswerk gemaakt: zo zette hij al de nodige stappen om op korte termijn extra middelen vrij te maken voor de sector. Aan Belbior vroeg hij om de inhoudelijke prioriteiten te concretiseren zodat de middelen optimaal besteed kunnen worden. Meteen werd ook afgesproken om in het najaar opnieuw samen te zitten voor een evaluatie van de kortetermijnplannen en voor het uitdenken van een strategie binnen het landbouwbeleid op langere termijn.

Belbior verheugd

Aan de vooravond van de Bioweek 2005 (die loopt van 4 tot 12 juni) is Belbior er zeer over verheugd dat minister Leterme aan de ontbijttafel blijkt heeft gegeven van zijn vertrouwen in bio. Wordt dus zeker vervolgd.

bron: Belbior, 27/05/2005

Lekker voedsel uit ecologische tuin

Gerda Vanoost en Johan Devriese stellen zondag voor de tweede keer hun biologische tuin open voor het grote publiek. Van komkommers en tomaten over postelein en kervel tot kruiden en Japanse wijnbessen. De familie plukt het hele jaar door de vruchten van hun rijke aanbod en eet lekker biologisch.

Veertien jaar geleden was de tuin van de familie Devriese nog één grote wildernis. „Toen we hier kwamen wonen, was de tuin een verwilderde weide zonder bomen“, herinnert Gerda Vanoost zich. „Jaar na jaar hebben we een stukje ontgonnen. Zo kwam er een moestuin, kleinfruit, een wijngaard met vijftig druivelaars en een boomgaard. Voldoende om het jaar rond te smullen.“

Alle groenten en fruitsoorten worden op een ecologische manier geteeld. „Ik ben aangesloten bij Velt - de Vereniging voor Ecologische Leef- en Teeltwijze - en gebruik zo weinig mogelijk bestrijdingsmiddelen. De keuze om ecologisch te tuinieren leek me logisch. Anders kan je je groenten en fruit even goed in de winkel gaan kopen“, vindt Gerda Vanoost.

De tuin omvat veertig are bewerkte grond. Om de moestuin perfect te beheren, stelt ze een teelplan op. Dagelijks werkt Gerda enkele uren in haar omvangrijke tuin.

Mediteren

„Ik ben gestopt met werken en kan nu rustig in de tuin bezig zijn. Eigenlijk kan je dat vergelijken met mediteren. De tuin is een plaats waar ik rust vind.“

Zondag stelt Gerda enkele nieuwigheden voor. „Onlangs legden we een vijver aan in een oude mestput. Al werd er folie gebruikt, toch werd gezorgd voor een vlotte overgang tussen water en vaste grond, zodat amfibieën moeiteloos in en uit het water kunnen. Een pomp brengt het water naar boven om het van zuurstof te voorzien. Ook de serre is nieuw en dient vooral voor tomaat, paprika en de voorkweek van voorjaarsgroenten.“

Wie zondag een kijkje komt nemen in de tuin van de familie Devriese kan zelfbereide vlierbloesemlimonade en fruitwijnen proeven. De Velt-afdeling zorgt voor biologische hapjes en drankjes, een plantenverkoop en infostand.

De rondleiding in de tuin (Bergstraat 12 in Oetingen) vindt plaats op regelmatige tijdstippen.



Bezoekers zijn welkom van 10 tot 18 uur.

bron: Het Nieuwsblad, 1/06/2005

Bio-bekeerling op goede pad

Gezond biologisch geteeld voedsel kopen bij een boer uit eigen streek zodat je weet waar het vandaan komt, zodat je seizoengebonden eet en een eerlijke prijs betaalt zonder de kosten van verpakking en vervoer. Dat is het doel van een Voedselteam. En ik probeerde het uit.

Seizoen- en streekgebonden eten met Voedselteam

Vijfentwintig jaar geleden was ik een echte gezonde groene. Ik kocht alle levensmiddelen in een natuurwinkel, kookte met linzen en agar agar, bakte zelf brood, maakte gierstkroketten en bracht eten op smaak met tamari. Nu zet ik op een doordeweekse avond de microgolfoven aan, warm een diepvriesmaaltijdje van de Weight Watchers op en daar doe ik het dan mee. Overdag wel aangevuld met voldoende fruit en boterhammen met gezond beleg en rauwkost.

Maar het moet beter kunnen, en eigenlijk is er iets van mijn 'roots' blijven hangen. Dus hapte ik meteen toe wanneer ik in de Wereldwinkel - ja, ook dat is blijven hangen - een flyer zag liggen over het opstarten van een Voedsel-team in Merksem. De organisatie is overigens actief in heel Vlaanderen en stelt zeker geen pakketten voor minderbedeelden samen. Leden van het team kopen in groep voor eigen gebruik groenten, fruit en zuivel bij een boer uit de streek. Elke week levert de boer in een centraal depot, en daar komen alle 'Voedselteamers' hun dosis gezonde voeding halen. De filosofie achter het systeem: je koopt gezonde voeding, je weet waar ze vandaan komt, je vermijdt onnodige transportkilometers en verpakking. Ofwel eerlijke handel dicht bij huis. En 't is nog gezond ook. De filosofie spreekt me aan, en misschien ga ik opnieuw in de keuken aan de slag.

De eerste levering is een belevenis: een twintigtal volwassenen (alleenstaanden, eenoudergezinnen, klassiek samengestelde families, maar meestal wel veertigplussers), die zich scharen rond plastic bakken waarin de groenten en het fruit liggen te blinken. "Dat ruikt zo fris. Lekker. Zeker genoeg om soep mee te koken. Wat is dat? Kervel?" Ik snuffel dapper mee, en trek naar huis met mijn eerste levering: een portie inlands fruit (appels en peren), een portie exotisch fruit (bananen, kiwi's, appelsienen, mandarijntjes, pompelmoezen en uitheemse appels), een extra zakje wortelen (om overdag op te knabbelen), tien eieren en een bak groenten: prei, selder, wat worteltjes, verse look, vier stronkjes witloof en rode uien.

En ik kook soep, die dag. Om negen uur 's avonds.

De komende weken varieert het groentepakket: er zitten bijvoorbeeld asperges bij, en één keer ook een zakje met mysterieuze inhoud: vijf vreemde knolletjes die naar aarde ruiken. Dat blijken aardperen te zijn, en die avond nog wordt via mail overlegd hoe je die in een gerecht kan verwerken. Recepten worden uitgewisseld, ideeën vergeleken.

De ervaring is best wel positief, waarschijnlijk blijf ik een 'Voedselteamer'. Al is de hoeveelheid groenten soms wat veel voor een eenpersoonsgezin zoals het mijne. Maar dan deel ik gewoon met vrienden en familie.

Wat kost dat?

Op de bestellijst kan je kiezen tussen een kleine (8 euro), een grote (12 euro) of een extra grote bak (16 euro) met groenten, een zakje inlands fruit (6 euro), een zakje exotisch fruit (6 euro), tien eieren (2,5 euro), een portie aardappelen (2,5 euro), een portie uien (2,5 euro) en een portie wortelen (2,5 euro). De prijs blijft steeds dezelfde, de invulling varieert van week tot week,



afhankelijk van het seizoen.

bron: Het Belang van Limburg, 28/05/2005



INTERNATIONAAL

NL - Promotorschap biologische landbouw in Noorden tot 2007 gecontinueerd

Het Samenwerkingsverband Noord-Nederland (SNN) heeft 6 miljoen euro subsidie toegekend aan verschillende projecten in Noord-Nederland. Dit in het kader van het Ruimtelijk-Economisch ontwikkelingsprogramma Kompas voor het Noorden. Eén van de projecten die een subsidie ontvangen hebben is Promotoren in de biologische landbouw in Noord-Nederland 2005-2007.

Het project betreft het continueren van het promotorschap voor de biologische landbouw in Drenthe, Friesland en Groningen voor de jaren 2005-2007. Doel van het project is het stimuleren van de biologische landbouw in Noord-Nederland. Belangrijke thema's zijn hierbij: stimulering van vraag en afzet, stimulering van ontwikkeling en disseminatie van kennis. Rond deze drie thema's zal een aantal projecten en congressen ontwikkeld worden. Het project krijgt daarvoor € 190.000 aan Kompassubsidie.

bron: AgriHolland, 302005

NL - Campina bouwt leidende positie in biologische zuivel verder uit

Biologische zuivel bestaat in Nederland 25 jaar. Ecomel, de business unit van Campina Nederland die in Nederland al jaren marktleider is in biologische zuivel, viert vandaag het feit dat ze 25 jaar geleden als eerste in Nederland begon met de productie van biologische zuivel.

De sterk marktgerichte aanpak van Ecomel verklaart het succes van Campina's business unit. De fabriek in Limmen waar de biologische zuivel wordt gemaakt, bestaat vandaag bovendien 100 jaar. Ecomel viert de jubilea vandaag met haar relaties.

Met haar merken De groene koe (verkrijgbaar in supermarkten) en Zuiver Zuivel (verkrijgbaar in natuurvoedingswinkels) is Ecomel vorig jaar sterker gegroeid dan de totale markt voor biologische zuivel. Ook dit jaar ontwikkelen de merken van marktleider Ecomel zich positief in een markt die opnieuw groeit.

Volgens Jan Zomerdijk, directeur van Ecomel, is deze ontwikkeling te danken aan de marktgerichte aanpak van Ecomel. "Richting consumenten timmeren we aan de weg, zoals met proeverijen voor De groene koe. Vorige week nog, tijdens de Libelle Zomerweek, hebben we bijvoorbeeld 20.000 porties uitgedeeld. Verder hebben we eerder dit jaar een nieuw communicatie-concept ingevoerd voor Zuiver Zuivel, waarbij we duidelijke verbinding maken tussen de biologische producten van Zuiver Zuivel en de biologische melkveehouders en hun bedrijven. En we hebben de afgelopen tijd heerlijke producten geïntroduceerd, waarmee we vooral ook die consumenten aanspreken die niet zozeer uit principe voor biologische zuivel kiezen, maar voor wie gezondheid, welzijn en smaak een belangrijke rol spelen. Een mooi voorbeeld daarvan is yoghurt op een laagje rabarber."

Bij het versterken van haar positie profiteert Ecomel er van dat ze onderdeel is van Campina, benadrukt Zomerdijk. Bij de distributie richting supermarkten werkt Ecomel nauw samen met Campina Nederland. Ook maakt Ecomel gebruik van Campina's kracht op het gebied van innovatie, productontwikkeling en productietechnologie.

Meer en meer consumenten winnen voor biologische zuivel

Voor de ontwikkeling van de totale markt voor biologische zuivel is Zomerdijk positief én realistisch. Waar vandaag de dag drie procent van de consumptie van melk, yoghurt en vla biologisch is, kan dat volgens Zomerdijk in 2007 vijf procent bedragen. "Voor veel mensen



voorziet biologische zuivel in een behoefte. Je merkt dat veel mensen belang hechten aan milieu, natuur, welzijn, zuiverheid en gezondheid en dat ze daar ook voor willen betalen. Als Ecomel zijn we er van overtuigd dat we met eerlijke, aansprekende producten en passende promoties meer en meer van deze consumenten kunnen winnen voor biologische zuivel. Als Ecomel zijn we daar volledig op gericht.”

bron: Biofair, 1/06/2005

NL - Grootschalig onderzoek gezondheidsaspecten biologische producten

Het ministerie van LNV, Triodos Bank en Rabobank financieren een grootschalig onderzoek naar de gezondheidsaspecten van biologische producten. Het gaat om ruim 1,4 miljoen euro waarvan LNV 560.000 euro voor haar rekening neemt.

Hoofduitvoerder wordt het Louis Bolk Instituut. Het onderzoek richt zich vooreerst op het immuunsysteem van kippen, met de vraag of met biologisch voer de natuurlijke weerstand tegen ziekten verbetert. Als dit positief blijkt te zijn zal onderzoek bij mensen volgen.

bron: Biofair, 31/06/2005

NL - Adverteren van gezonde biologische voeding zinloos

Ook producenten van gezonde voeding moeten niet adverteren. De consument van nu scheidt haarfijn de 'neppers' van de 'echies'. Reclame is bij uitstek een medium dat niet 'authentiek' meer is. Veel beter is het communicatiebudget aan te wenden voor het organiseren van continue gebeurtenissen rondom gezonde producten of diensten.

Met die boodschap prikkelt Joseph Pine op 14 juni de gasten van het congres P+@ Work: Gezondheid als Marketinginstrument. De Amerikaanse hoogleraar Pine is de wereldberoemde marketeer van de 'Experience Economy'.

Hoe kunnen duurzame ondernemingen hun gezonde of biologische producten tot een betekenisvolle belevenis maken? Op die vraag krijgen de congresgangers op 14 juni antwoorden van Pine. Zijn nieuwste boek gaat over 'Authenticity'. Pine: 'Er is een nieuwe consumentenwens ontstaan. De wens naar echtheid, geschreven in kapitalen.

In een wereld die steeds meer onwerkelijk wordt, laten consumenten hun koopbeslissing afhangen van de vraag hoe oprecht ze het aanbod beleven. Om het plat te zeggen: aanbiedingen moeten echt waar zijn.' Zeker tv-reclames worden volgens Pine echter niet niet als onrealistisch beleefd. Adverteren is daarom vrijwel- zinloos geworden, omdat bijna niemand meer de inhoud serieus neemt. De thema's van nu zijn volgens Pine: transparantie en duurzaamheid en een nieuwe relatie tot gezondheid.

Dat levert op het congres van P+ interessante vragen op. Hoe slim was het van de Nederlandse overheid om miljoenen euro's te steken in de reclamecampagne Biologisch, heel logisch? Het eerste boek van Pine was toen al uit. Had Max Havelaar beter moeten weten, om met een dure advertentiecampagne het imago van de gecertificeerde koffie te verhogen?

Vervolg vraag: wat kunnen producenten van gezondheidsproducten dan doen?

Op dat antwoord moet nog even gewacht worden. In een congrespresentatie heeft Pine al eens zijn bewondering getoond voor een boerderij, waar kinderen een hele dag voor boer mogen spelen. 's Ochtends vroeg koeien melken, eten geven, uitmesten, het land op... Om aan het einde van de dag ook nog eens met zakken vol verse landbouwproducten naar huis te gaan. En dit alles tegen een entreprijs waar een pretpark jaloers op zou zijn.



Pine, in een recente publicatie: 'For the vitality of our economy will directly flow from our individual and collective ability to master the discipline of authenticity in the years and decades to come. To create increased economic value, everything must be rendered more real. Really? Really.'

Het congres Gezondheid als Marketinginstrument, Van Kijken naar Kopen, wordt op 14 juni georganiseerd door P+ en Work on Progress, in het Planetarium in Amsterdam-Zuidoost.

Op het congres komt op velerlei verzoek ook weer de Amerikaanse marktonderzoeker Paul Ray (Cultural Creatives) met het laatste gezondheidsnieuws uit de Verenigde Staten.

P+ toont ook het succes van de Nederlandse Margreet Westerhuis, die in Londen zo'n succesvolle keten van biologische supermarkten opzette, dat de Amerikaanse biologische topketen Whole Foods haar recentelijk kocht.

Marktonderzoeker MarketResponse brengt spannend onderzoek uit Nederland, met antwoorden op de vraag welke gezondheidsconcepten aansluiten op de behoefte van anderhalf miljoen bewuste consumenten in Nederland.

Uitgebreide informatie op de website van P+: www.p-plus.nl

bron: Biofair, 31/05/2005

NL - Biologisch is gentech-vrij!

De discussie over het toestaan van proeven met genetisch gemodificeerde (gentech) gewassen in Nederland en Europa blijft de gemoederen bezighouden. En niet zonder reden, gezien de berichten over de gevaren van gentech die langzaam maar zeker in de media verschijnen. Op 16 juni zal minister Veerman in de Tweede Kamer zijn standpunt ten aanzien van het toestaan van de teelt van gentechgewassen toelichten.

De biologische sector en dus ook Odin van het gelijknamige fruit- en groente-abonnement is en blijft principieel tegenstander van het introduceren van genetisch gemanipuleerde gewassen in Europa. Deze introductie is onomkeerbaar en brengt grote risico's met zich mee voor mens, dier en milieu.

Volgens Odin zal gentechnologie geen enkele bijdrage leveren aan een duurzame oplossing van knelpunten in de landbouw. De praktijk laat zien dat gentechnologie de belofte, dat het gebruik van bestrijdingsmiddelen af zal nemen of dat het wereldvoedselprobleem wordt opgelost, op geen enkele manier kan waarmaken. Integendeel. Bovendien is zowel in de praktijk als door wetenschappelijk onderzoek voldoende aangetoond dat genetische vervuiling van conventionele en biologische gewassen onvermijdelijk is.

De introductie van transgene landbouw in Europa vormt dan ook een ernstige bedreiging voor het behoud en de groei van de biologische landbouw en andere gentech-vrije voedselketens. Daarmee staat de keuzevrijheid van consumenten en producenten op het spel. Het naast elkaar bestaan van wel en niet genetisch gemanipuleerde gewassen is dus meer dan een economisch probleem.

Meer info vind je in de brochure 'waarom de biologische landbouw tegen gentechnologie is' van Het Louis Bolk Instituut: www.louisbolk.nl

bron: Biofair, 30/05/2005



NL - Proef met kippenmestkorrels als rijenbemesting in biologische maïsteelt

Op het biologisch proefbedrijf Aver Heino is deze week een maïsproef ingezaaid waarbij in plaats van kunstmest gedroogde kippenmestkorrels zijn ingezet als rijenbemesting. Het idee voor dit experiment is afkomstig van biologisch pluimveehouder Johan Verbeek uit Renswoude die ook op zijn eigen bedrijf dit jaar experimenteert met gedroogde kippenmest als rijenbemesting. Dit praktijkexperiment wordt uitgevoerd in samenwerking met Lami.

In de biologische maïsteelt kan geen gebruik worden gemaakt van rijenbemesting met stikstofkunstmest. Om de maïs toch een startgift te kunnen geven is het idee ontstaan om gedroogde organische mest in te zetten.

De gebruikte meststof is gedroogde en tot korrels geperste kippenmest met een constante en gegarandeerde samenstelling van 4,5% stikstof, 3% fosfaat en 2% kali. Hiervan is op Aver Heino in de rij 600 kilo aangewend. Daarmee is per hectare 27 kilo stikstof, 18 kilo fosfaat en 12 kilo kali direct in de rij gegeven.

De alternatieve rijenbemesting wordt ingezet naast een bemesting met respectievelijk 15 en 30 kuub runderdrijfmest met de bouwlandinjecteur. In de proef ligt ook een variant waarin de maïs het uitsluitend moet doen met de kippenmestkorrels.

Het experiment zal moeten uitwijzen wat het effect is van de rijenbemesting op de opbrengst van de maïs. Ook zal berekend moeten worden of deze extra opbrengst opweegt tegen de kosten van het inzetten van de alternatieve meststof.

Meer info vind je op www.pv.wur.nl

bron: AgriHolland, 31/06/2005

NL - Kostprijs biologisch melkveehouders 2 euro per 100 kg hoger

De kostprijs van melk is op biologische bedrijven ongeveer 2 euro per 100 kg melk hoger dan op gangbare bedrijven. Dit verschil wordt mede veroorzaakt door de afwijkende bedrijfsopzet: biologische bedrijven zijn iets kleiner en duidelijk extensiever. Biologische melkveebedrijven ontvangen een melkprijs die gemiddeld circa 3,80 euro per 100 kg hoger ligt dan op de gangbare bedrijven.

De kostprijs van melk is op de biologische bedrijven ongeveer 2 euro per 100 kg melk hoger dan op gangbare bedrijven. In de tweede helft van de jaren negentig bedroeg dat verschil nog bijna 3 euro. De teruggang van dat verschil wordt mede veroorzaakt door de lage rentestand in de periode 2001-2003, waardoor bij de extensieve (en dus kapitaalintensieve) biologische bedrijven de berekende rente laag uitviel.

Kosten en investeringen

De hogere kostprijs wordt onder andere veroorzaakt door een lagere melkproductie per koe en een geringere melkproductie per bedrijf. Ondanks de lagere krachtvoeraankopen op de biologische bedrijven, zijn de totale voerkosten per 100 kg melk hoger. Dit heeft met name te maken met de hogere prijs van biologisch krachtvoer en de grotere ruwvoeraankopen. De kosten voor arbeid (en loonwerk) zijn relatief hoog door onder andere de kleinere bedrijfsomvang, de eigen teelt van krachtvoer en de grotere oppervlakte. Bij arbeid geldt bovendien dat het bedrag aan betaalde arbeid hoger is. Ook de kosten van de materiële activa (afschrijving, onderhoud, brandstof) zijn hoger. Hier liggen deels schaalgroottesverschillen aan ten grondslag, maar er wordt ook meer geïnvesteerd in gebouwen dan op gangbare bedrijven. Wat investeringen betreft is er nog een duidelijk verschil: bij de biologische bedrijven ligt de



nadruk meer op grond en bij de gangbare meer op melkquotum.

Opbrengsten

De melkopbrengsten liggen op de biologische bedrijven gemiddeld ongeveer 3,80 euro per 100 kg hoger dan bij de gangbare bedrijven. Niet alle melk wordt via het biologische circuit afgezet. Op de biologische bedrijven zijn de 'overige opbrengsten' een belangrijker onderdeel van de totale opbrengsten. De opbrengsten uit recreatie, verhuur en loonwerk zijn beduidend hoger. Ook ontvangen de bedrijven meer subsidies/inkomenstoeslagen.

Kostprijs

Bij de berekening van de kostprijs van melk geldt als uitgangspunt dat de rentabiliteit van de melkproductie gelijk is aan die van het totale bedrijf. De kostprijs kan daarom worden berekend door de totale kosten te vermenigvuldigen met het aandeel van de melkopbrengsten in de totale opbrengsten. De totale kosten zijn op biologische bedrijven ruim 9,5 euro per 100 kg melk hoger dan op de gangbare bedrijven. Het verschil in kostprijs is gemiddeld nog slechts ruim 2 euro per 100 kg melk.

Meer informatie vind je op www.lei.nl

De volledige studie vind je als PDF op <http://www.lei.nl/nl/content/agri-monitor/pdf/mei2005Hogere%20kostprijs%20voor%20biologische%20melkveehouders.pdf>

bron: AgriHolland, 30/05/2005

FR – Frankrijk houdt week van duurzame ontwikkeling

Elle se déroulera du 30 mai au 5 juin 2005 et aura vocation à susciter une vaste mobilisation et encouragera les citoyens, entreprises, associations, collectivités locales à présenter leurs engagements volontaires et pérennes au service du développement durable.

La Semaine du développement durable constituera également pour chacun et chacune une occasion privilégiée de prendre conscience de ses comportements et de les faire évoluer, de prendre des initiatives éco-citoyennes, d'échanger de bonnes pratiques, et de développer une attitude de solidarité et de responsabilité envers les générations futures.

Tout sur la Semaine du développement durable:

<http://www1.environnement.gouv.fr/sommaire.php3>

bron: Du Sol à la Table, mei 2005-06-02

D – Steeds meer bio in drogisterij

Depuis quelques années déjà, on trouve des produits alimentaires et cosmétiques bio dans les drogueries dm et Budnikowsky. Idea du groupe Rewe propose les produits de ses propres marques "Füllhorn" et "Gut und Gerne". Les rayons bio grandissent de plus en plus : apparemment, le public s'y intéresse. Il y a un an et demi, c'était au tour de Rossmann d'introduire sa propre marque "Enerbio". Prochainement, la clientèle trouvera encore davantage de produits "Enerbio" dans les plus de 800 filiales Rossmann. Introduite en 2003, la palette est passée de 82 à 200 articles. Surtout les pâtes à tartiner, snacks sucrés, Convenience, Müsli et des mélanges-pâtisseries ont augmenté de 10 à 20 produits par groupe. L'entreprise qualifie sa palette comme "couronnée de succès et dans l'air du temps".

bron: Du Sol à la Table, mei 2005

D - Duitse biologische boer teelt al zijn gewassen op ruggen



Bij Hartmut Böhner, biologische boer in de omgeving van Paderborn, staan sinds 9 jaar steeds meer gewassen op ruggen. Zo teelt hij op deze manier graan, suikerbieten, groenten, bonen en koolzaad. Volgens Böhner levert de teelt in ruggen een veel betere bodemstructuur op. Door het grotere bodemoppervlak is de uitwisseling met de lucht beter en doordat de bodem losser is, levert dat een betere aërobe rotting op. Ook zorgen de ruggen voor een meer gelijkmatige waterhuishouding.

bron: AgriHolland, 2/06/2005

GB - Stonyfield Farm has UK organic consumers in sight

STONYFIELD Farm, one of the leading organic dairy brands in the US, is taking a tilt at the UK market.

The announcement by Stonyfield's chief executive Gary Hirshberg at the Natural Products Europe, stunned industry representatives, including Yeo Valley's managing director Graham Keating.

During a talk on Stonyfield's website, Hirshberg said he was looking to "cooperate" with the present organic yogurt market leaders, Yeo Valley and Rachel's.

"I have enormous respect for them both," he added. "I respect the loyalty that Rachel's and Yeo Valley enjoy. It would be crazy to think I could break these bounds of loyalty. I just want to increase the organic share of the market."

Hirshberg said this could be done by looking into unexplored niches — and by raising the profile of organics through greater marketing spend.

Stonyfield will be the second US company to try its chances in the UK. Rachel's itself is owned by Horizon Organic (which in turn is owned by the big food conglomerate Deans Foods).

However, Horizon's initial efforts to pursue the same marketing that had proved so successful for it in the US, fell flat. It had intended to promote its 'Happy Cow' brand, but after some marketing failures, decided to build instead on the strength of its acquisition, Rachel's.

Stonyfield has enjoyed major success since starting off with "just seven cows" in New Hampshire in 1983. It is ranked No.3 in the US yogurt market as a whole, with net sales last year of £174m, and with a 12-year compound growth rate of 23.3%.

Its website has done much to cement customer loyalty and spread the message of organic production.

Yeo Valley's Graham Keating was nonplussed by Hirshberg's announcement. His reaction was to "wait and see".

bron: Naturalproducts online 26/05/2005

GB- Darlington hospital is first to receive organic milk

PATIENTS at Darlington Memorial Hospital are the first in the country to benefit from organic milk, following a landmark partnership between the hospital and local Acorn Dairy, based at Archdeacon Newton.

Initially, the organic milk, which is certified by the Soil Association, was supplied on a two month trial basis. The reaction from nurses and catering staff was very positive, and anecdotal evidence from patients suggests that they could notice an immediate difference in the taste, with some even claiming that their hot milky drinks at night were now helping them sleep better.

Around 5000 pints of organic milk are served each week — semi skimmed and full cream — to patients, staff and visitors. Conventional milk is no longer served.

Acorn Dairy can respond to the hospital's requirements quickly as they are only a short drive from Darlington. The hospital believes that by supporting local producers it is improving the local economy and creating local jobs. The hospital contract is a significant part of Acorn Dairy's business equalling 22 cows' worth of milk every week.

Acorn Dairy, run by Gordon Twedde, supplies 2500 doorstep customers in and around



Darlington as well as a range of other outlets including farm shops and restaurants in the North East and North Yorkshire. Tweddle bid for the contract after working hard to persuade other public bodies to take organic milk.

Recent research from the University of Aberdeen shows organic milk can contain up to 71% more omega-3 than non-organic milk and has a better ratio of omega-3 to omega-6 than conventional milk.

bron: Naturalproductsonline, 26/05/2005

GB - Prince Charles backs Jamie Oliver

IN A Speech to the Royal Society of Medicine last month, Prince Charles claimed there was a direct link between processed food and current widespread health problems, reports The Guardian.

The Prince also claimed to have been 'struck' by the results of trials, which showed improved concentration and behaviour from under-performing children who were supplemented with omega-3 fatty acids, and fish oils.

While damning over-refined, polluted foods, citing them to be responsible for "adverse health problems", the Prince publicly gave his backing to Jamie Oliver's Feed Me Better campaign, as well as the channel 4 programme Jamie's School Dinners.

- It would seem the Prince is not alone in his concern over the content of processed foods, with a report in The Independent claiming that school canteens are cutting their orders for chips, chocolate, and frozen turkey. In addition, sales of frozen chips are said to be down on last year by £521,000.

bron: Naturalproductsonline, 26/05/2005

GB - Organic food no longer seen as a luxury

A survey by Hine Vintage Cognacs into the UK's luxury spending habits contains some interesting findings for the organic food market.

Ten years ago, over a third of those questioned considered buying organic produce a luxury. Yet fast forward to 2005 and this figure falls dramatically, with a mere 10% considering organic food purchases a luxury.

The exception to this trend would seem to be the 16-24 year olds group, who stubbornly continue to view organic as a luxury. However, this doesn't mean they are spending less on organic food than other groups, it's just that they have a different perception of it. In fact, despite splurging money on the latest designer gear, 40% of this age bracket actually perceives organic food to be their greatest indulgence above personal shoppers, plasma screens and palm pilots.

The survey also notes that the indulgent nature of the young is followed closely by the over 55s — or SKIERS (Spending Kids' Inheritance) — who spend more on luxury items than any other age group. Meanwhile, the survey concludes that people in the North West are the most frivolous in the country, "confirming the region's reluctant 'footballers' wives' image".

bron: Naturalproductsonline, 26/05/2005

Italië – Recordjaar bij biofabrikant

En 2004, la société véronaise Brio a enregistré un chiffre d'affaires de 26,6 millions d'euro (+16,7%). Il s'agit " d'améliorer les satisfactions à la production ". Le bio en Italie, lui aussi est en crise avec une baisse de consommation évidente, quoique inférieure à celle des produits conventionnels.



Les exploitations agricoles bio diminuent et quelques chaînes de la grande distribution, sous la pression des prix, sont en train de reconsidérer les investissements faits dans le bio. Mais en dépit de quelques données négatives, le bio continue de progresser auprès des consommateurs à la recherche d'une alimentation plus saine et produite dans le respect de l'environnement. L'exemple de Brio Spa prouve que le bio a un avenir. L'entreprise véronaise appartient au groupe Primavera, dont le chef de file, la coopérative de Zevio, réalité historique du bio italien, a terminé 2004 avec de très bons résultats : un chiffre d'affaires de 26,6 millions d'Euro (+16,7 %) et une prévision pour 2005 supérieure à 30 millions. Les produits commercialisés les plus importants sont les fruits et légumes (85 % du chiffre d'affaires) et les autres produits alimentaires dont une bonne part de produits laitiers. Le site Brio: www.briospa.com

bron: Du Sol à la Table, mei 2005

Tsjechië – Grootwarenhuizen bieden bio aan

Avec 70 à 80 produits bio, Carrefour et Delvita, les spécialistes de l'alimentaire, sont en tête sur le marché tchèque. Carrefour y a 8 magasins et Delvita 20, d'après Bernhard Jansen de EkoConnect à Dresde. Ahold-Hypernova, Tesco et Globus proposent environ 50 produits bio. Billa a le plus de magasins mais le moins de produits bio: 70 magasins et seulement 20 produits bio. Il reste louable que les six groupes aient du bio dans leur programme. Mais dans l'ensemble, la palette bio tchèque a encore de quoi s'améliorer.

bron: Du Sol à la Table, mei 2005

Moskou – Fruit- en groentewinkels met bioassortiment

La société Health Energy a l'intention de débiter en septembre avec un nouveau projet intitulé "Fruit.Org". Il s'agit de développer une chaîne de magasins dans lesquels la clientèle pourra acheter des fruits et légumes d'origine bio. Jusqu'à présent, les produits frais sont rares à Moscou. Le principe de vente prévoit la vente de produits conventionnels et bio dans les différents quartiers de Moscou à partir de l'automne. Il est prévu d'investir environ 1 millions d'US-Dollar dans plusieurs magasins d'une surface de 35 à 45 m². Olga Kartamysheva des éditions Vitrina indique que 30 à 40 de ces magasins sont prévus. Plus d'informations: <http://www.vitrinapress.ru/en/index.htm>

bron: Du Sol à la Table, mei 2005

Vietnam: biogroenten steeds meer in trek

Au cours des trois dernières années, la surface cultivée consacrée aux légumes biologiques à Ho Chi Minh City, l'ancien Saigon, s'est agrandie 25 fois, atteignant 5,000 ha en début d'année. Selon une étude récente du service municipal de l'agriculture et du développement rural (SARD), chaque hectare de légumes bio peut rapporter aux cultivateurs un revenu annuel d'env. 10,000 Euros.

Pham Thuyet, le vice-directeur du SARD déclare: " la culture de légumes bio apporte des récoltes 5 à 6 fois plus importantes que le riz. Nous mettrons désormais à la disposition des agriculteurs des capitaux susceptibles de les encourager à passer de la culture du riz à celle des légumes bio ". 5000 des 8000 ha de terres cultivables de la ville sont attribués aux légumes bio. Le comité d'orientation commence à organiser et à contrôler la production de légumes bio dans 7 provinces. Il est prévu de réajuster la surface cultivable et de limiter la croissance de certains légumes de manière à éviter des surproductions et les pertes qui en résultent pour les cultivateurs.

bron: Du Sol à la Table, mei 2005



Colofon

De Biotheek Netknipsels worden uitgegeven door Bioforum Vlaanderen in het kader van het Biotheekproject. De Biotheek is het informatiepunt voor de biologische landbouw en voeding, te consulteren op www.biotheek.be U kan de Biotheek ook een vraag stellen via 078 151 152 of mijnvraag@biotheek.be.

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. Nieuwtjes en evenementen kunnen steeds voor opname doorgestuurd worden aan petra.tas@bioforum.be. Momenteel wordt de knipselkrant verzonden naar ruim 1600 relaties binnen de sector, de overheid en sympathisanten van de bioweek.

Aanmelden en uitschrijven kan via de website: surf naar www.bioforum.be/nieuwsbrief.asp of via een eenvoudig mailtje aan biotheek@bioforum.be.

Oude nummers kunnen opgevraagd worden bij biotheek@bioforum.be.