



Biotheek Netknipsels #147 – 02 maart 2006

Deze week worden de “inspanningen” van de mondiale overheden weer eens bekritiseerd wat betreft het verwezenlijken van de Millenniumdoelstellingen om de armoede de wereld uit te helpen. En volkomen terecht. Een van deze critici, Broederlijk Delen, maakt zich via zijn vastencampagne sterk voor eerlijke marktprijzen voor derdewereld-producenten. Speciale aandacht is er voor biologische bananenboeren uit de Filipijnen. Fair Trade en Bio zijn sleutelbegrippen in hun strijd tegen armoede. Gelukkig zien we ook meer en meer bio-producten op de markt met een keurmerk van eerlijke handel. Gaat het toch de goeie kant op ...

En over Fair Trade gesproken: Frans Van der Hoff, mede-oprichter van het keurmerk Max Havelaar, ontving een eredictoriaat van de Katholieke Universiteit Leuven.

Geertje Meire
Medewerkster Communicatie

QuickTime™ and a
TIFF (uncompressed) decompressor
are needed to see this picture.

In dit nummer:

NATIONAAL

Leterme: "Negeer ophokplicht niet"

Broederlijk Delen steunt bananenboeren in Filipijnen

Oprichter Max Havelaar: Frans Van der Hoff, ontvangt eredictoriaat.

Food for Thought, een marktonderzoek rond bio- en ecologische voeding

De essentie van de druif

Verjongingskuur voor bio-bomen: Boomgaard Panneweel krijgt opknapbeurt

"Duurzame" bank Triodos groeit in 2005

MIK maakt nieuwe biologische cocktaildrink

Uw bioagenda deze maand

INTERNATIONAAL

EU - Fair trade groeit met 20 procent per jaar in Europa

EU - Herziening EU regeling biologische landbouw: Standpunt van IFOAM

NL - Marketingstrategie voor biologische producten moet veranderen

NL - Biologica ziet herstel afzet biologisch product

NL - Biologisch kippenhouder blij met inenten

NL - Mooie sier met biologisch boeket

NL - Ketenontwikkeling voor biologische cranberry's in Nederland

AU - Wintersporters aan de 'gentechnik freie'melk

VS - Ontwikkelingen biologisch programma

VS - Monsanto voor de rechter wegens fout in genkatoen

VS - Organic diets lower children's exposure to pesticides





NATIONAAL

Leterme: "Negeer ophokplicht niet"

Vanaf vandaag (nvdr: 1/3/2006) is in ons land de ophokplicht van kracht, en omdat die voor elke bezitter van pluimvee of vogels geldt, heeft Vlaams minister-president Yves Leterme het goede voorbeeld gegeven. "Het kostte bijna drie uur om het terrein van mijn kippen volledig af te spannen, maar ik wil geen enkel risico nemen", aldus Leterme. "Ook via pluimvee van particulieren kan vogelgriep overslaan naar een pluimveebedrijf en uiteindelijk de hele sector in gevaar brengen. Daarom roep ik de burger op de ophokplicht zeker niet te verwaarlozen".

Yves Leterme had het woensdag in zijn tuin niet makkelijk. "Ik heb bijna 3 uur gezwoegd om mijn vijf kippen volledig af te schermen. Nergens gaapt nog een gat. Er kan geen vreemde, eventueel besmette vogel bij. Het gaas kostte me 30 euro, maar de belangen die op het spel staan, zijn zoveel waardevoller. Pluimvee is een belangrijke sector. In Vlaanderen alleen al lopen 18 miljoen 'vleeskippen' rond. Als deze sector getroffen wordt door vogelgriep betekent dat een financiële ramp".

In de pluimveesector lijkt zich alvast geen probleem te stellen. Of particuliere pluimveehouders vanaf vandaag aan de ophokplicht voldoen, blijft afwachten. Afgaande op de stijgende verkoop van gaas en netten, is men geneigd te denken van wel. "De verkoop van gaas en netten is de afgelopen dagen minstens verdrievoudigd", zegt Nand Dilliën van Gamma België.

Blijft de vraag wie de naleving van die ophokplicht zal controleren? "Onze inspecteurs gaan dat zeker niet gericht doen", zegt Pascal Houbaert van het Voedselagentschap. "Zij hebben nog ander werk dan vogelgriep. Maar als we aanwijzingen krijgen via agenten of dierenartsen dat een bedrijf de ophokplicht niet naleeft, trekken we daar zeker naartoe".

Voor de controle van privé-personen wordt in eerste instantie gekeken naar de politie. "Maar verwacht van mijn agenten geen kippenjacht", nuanceert burgemeester Antoine Denert van het Oost-Vlaamse Kruibeke. "Agenten hebben belangrijker werk". Zelfde reactie bij Eddie De Block, burgervader van het Vlaams-Brabantse Merchtem. "Ik heb mijn agenten niet de opdracht gegeven gericht naar overtreders uit te kijken. Sterker: ik ken nu al overtreders, zoals mijn eigen gemeentesecretaris, maar die mensen kunnen daar niks aan doen omdat zijn Engelse kippen de boom in vliegen wanneer je ze probeert te pakken".

Bron: Het Laatste Nieuws, 1/03/2006

Broederlijk Delen steunt bananenboeren in Filipijnen

Broederlijk Delen heeft dinsdag op het Muntplein in Brussel zijn vastencampagne voor 2006 gelanceerd onder het motto 'Het Zuiden wil groeien'. De niet-gouvernementele organisatie vraagt dit jaar in het bijzonder aandacht voor de initiatieven van de bananenboeren van Sibulan op de Filipijnen in de strijd tegen de armoede.

"Op de affiche van de campagne zien we een plantenscheut die uit een wereldbol groeit. Broederlijk Delen gelooft dat het zuiden niet enkel kommer en kwel is en dat het kan groeien. Broederlijk Delen steunt alleen initiatieven van mensen ter plaatse", zei persverantwoordelijke Karel Ceule. De andere visuele attracties waren Filipijnse dansers en een veld met bananenplantjes. "Dit drukt de bezieling en de kracht uit waarmee de 250 partnerorganisaties van Broederlijk Delen in het zuiden hun eigen plannen vormgeven", aldus directeur Luc Claessens.

In het kader van de campagne komen vijftig gasten uit Azië, Afrika en Latijns-Amerika naar Vlaanderen. Zij werken voor een van de 250 projectpartners van Broederlijk Delen en verblijven in vijftig verschillende gastgemeenschappen in Vlaanderen. Ze zullen er getuigen over hun werk en



hun strijd tegen armoede en onrecht, maar ook kennismaken met het leven hier. Deze uitwisseling heet "Vice Versa".

Een van de buitenlandse gasten is Dexter Pascua. Hij werkt bij Farmcoop (Foundation for Agrarian Reform Cooperatives in Mindanao), een organisatie die zich inzet voor biologische bananenteelt op de Filipijnen, een betere afzetmarkt voor de bananen en duurzame landbouw in het algemeen. "Ik weet niet of we de armoede volledig kunnen uitroeien, maar wat vandaag de dag onmogelijk lijkt, is misschien morgen al lang gerealiseerd", zei hij.

Directeur Luc Claessens haalde uit naar de wereldleiders en hun interpretatie van de Millenniumdoelstellingen om de armoede te bestrijden. "Broederlijk Delen maakt met zijn projecten werk van een mondiaal bondgenootschap voor ontwikkeling. In Millenniumdoelstelling 8 spreken de wereldleiders ook over een partnerschap, maar hun realiteit lijkt daar allesbehalve op. We eisen dat politici die werk moeten maken van de Millenniumdoelstellingen de eigen analyses van arme gemeenschappen in het Zuiden eindelijk ernstig nemen", besloot Claessens.

bron: Belga, geknipt uit www.vilt.be, 28/02/200

Oprichter Max Havelaar: Frans Van der Hoff, ontvangt eredoctoraat.

Frans Van der Hoff, mede-oprichter van het keurmerk Max Havelaar, werd gehonoreerd voor zijn levenswerk door de Université Catholique de Louvain.

Dit eredoctoraat kreeg hij voor zijn inspanningen om een "andere economie" uit te bouwen. Aan de hand van een keurmerk voor eerlijke handel opende Van der Hoff de deuren voor de producenten uit het Zuiden.

Frans Van der Hoff, geboren in 1939 in Nederland, groeide op in een boerenfamilie met 15 kinderen. Toen hij 10 jaar oud was, wist hij reeds dat hij priester zou worden. Na zijn studies in Duitsland, waar hij doctor in de theologie en in de politieke economie werd, ging hij als priesterarbeider in Chili wonen. Toen Generaal Pinochet aan de macht kwam, moest hij het land verlaten. Hij vestigde zich in 1973 in Mexico bij de Indiaanse koffieboeren.

Het is hier dat hij de machteloosheid en de economische problemen van de boeren zelf ondervond. In 1981, richt Van der Hoff de 'Unie van de Indianencoöperatieven van de Istmus regio' op. De boeren vertelden dat ze liever een goede prijs voor hun producten wilden dan hulp. Als een antwoord hierop heeft hij, samen met Nico Roozen, in 1989 Max Havelaar opgericht. Dit om eerlijke prijzen in het Zuiden te garanderen en de verantwoorde consumptie in het Noorden te stimuleren.

bron: www.maxhavelaar.com, 28/02/2006

Food for Thought, een marktonderzoek rond bio- en ecologische voeding

Food for Thought is een Project Marktonderzoek Duurzaamheid dat kadert in de projectwerking van laatstejaarsstudenten Marketing van ECHO, het departement Economisch Hoger Onderwijs van KHLeuven. Het project loopt van 16 februari tot 3 maart 2006.

In ECHO willen we met dit project twee van onze sterktes combineren: marktonderzoek en de aandacht voor duurzaamheid. Dat marktonderzoek zou maatschappelijk relevante informatie moeten opleveren rond verduurzaming in het algemeen, en rond één aspect van duurzaamheid in het bijzonder. De idee is dat het algemene deel, vanaf nu, jaarlijks bevraagd wordt en er een deelthema per jaar gekozen wordt. Voorlopig beperken we het onderzoek tot de provincies Waals- en Vlaams-Brabant. Het project wordt afgesloten met een E3xpo, een 'Engaging Experience Expo' voor alle geïnteresseerden op vrijdagvoormiddag 3 maart. Daarin worden enerzijds de resultaten



van het grote marktonderzoek toegelicht door de begeleidende lectoren en anderzijds maken studentengroepjes de bezoeker wegwijs in de onderzochte thematiek en de aspecten ervan die ze zelf, in hun groep en op eigen verantwoordelijkheid, verder hebben onderzocht. Een belangrijk deel van de opdracht voor onze marketingstudenten is dat hun stand interactief wordt opgevat: de bezoeker moet betrokken worden en iets ervaren. Onze bezoekers die misschien zelf af en toe op een beurs staan, kunnen dus allicht een paar leuke, creatieve ideeën opdoen. In het verleden hebben wij al vaker ervaren dat onze marketingstudenten iets aan de man kunnen brengen.

Onder de titel 'Food for Thought' wordt dit academiejaar onderzoek gedaan rond biovoeding en ecologische voeding, zonder daarbij het algemene kader van duurzaamheid uit het oog te verliezen. Een greep uit de vragen voor dit jaar: houdt de consument rekening met seizoensgebondenheid van groenten en fruit, kent de consument de labels, vertrouwt men labels, beïnvloeden ze koopgedrag, zijn de producten duurder, hoe duur mogen ze zijn, houdt men rekening met korte keten, is gezondheid de motivatie, of is het de milieu-impact, kan er sprake zijn van milieumoeheid, wat vindt men van niet-gecertificeerde labels, doet de consument wat hij zegt te doen, vindt de consument dat hij goed geïnformeerd is?

Door enquêtes af te nemen bij een brede dwarsdoorsnede van de bevolking van Vlaams- en Waals-Brabant, proberen wij een aanvulling te zijn op reeds bestaand onderzoek dat zich vaker op de 'groene' of reeds geïnteresseerde consument toespitst. Wij nemen in totaal zo'n 2500 enquêtes af binnen het bestek van dit project: daarvoor zwermen onze 110 studenten-marktonderzoekers gedurende een paar dagen uit over de hele provincie.

Om de kwaliteit van de resultaten te kunnen garanderen werden twee belangrijke beslissingen genomen.

Aan de éne kant hebben we gekozen voor het op voorhand opstellen van een gesloten vragenlijst voor het grote onderzoek. Onze studenten marketing zijn immers geen inhoudelijke experts op het gebied van bio- of eco-voeding, en dat kan binnen de looptijd van het project ook niet van hen verwacht worden. De verwerking van de resultaten en de presentatie ervan op de E3xpo gebeurt door onze lectoren marktonderzoek. Natuurlijk krijgen de studenten deze verwerking ook als opgave in hun leertraject.

Aan de andere kant hebben we gezorgd voor inhoudelijke expertise door partners aan te trekken uit de sector. In de voorbereiding, en de fase van het opstellen van de vragenlijst, zijn we rond de tafel gaan zitten met Bioforum (Koepelorganisatie van de sector van de biologische landbouw in België), Velt (Vereniging voor Ecologische Leef- en Teeltwijze) en Oivo-Crioc (Onderzoeks- en Informatiecentrum van de Verbruikersorganisaties).

Het opzet zoals hierboven beschreven betekent echter helemaal niet dat wij onze laatstejaarsstudenten reduceren tot pure uitvoerders van een door de lectoren en externe partners opgesteld marktonderzoek. De studentengroepen krijgen ook hun eigen deelproblematiek toegewezen waarnaar ze verder onderzoek verrichten. Dat kan bijvoorbeeld een bepaald label zijn, of een welbepaalde targetgroep, een onderzoek naar wat een bepaalde supermarkt doet, of gewoon één aspect uit het grotere onderzoek waar ze diepgaander onderzoek naar doen: seizoensgebondenheid, verpakking, prijs, motivatie, ... Studenten gaan op eigen verantwoordelijkheid, rond het deelaspect dat ze toegewezen kregen, zelfstandig aan de slag: hun eigen (open, kwalitatief) marktonderzoek, studie en deskresearch, ... De drive om dit goed te doen is dat elke groep een themastand zal hebben op de afsluitende E3xpo, waar ze de bezoekers zullen moeten te woord staan.

Het programma voor 3 maart ziet er als volgt uit:

- 9u30: ontvangst met koffie
- 10u-11u: korte voorstelling van het project en presentatie van de belangrijkste resultaten van het grote onderzoek (Nederlands en Frans); in aanwezigheid van dhr. Bruno Tobback, minister van



Leefmilieu

- 11u-13u: interactieve expo waarin u wandelend kunt kennismaken met de resultaten van de deelonderzoeken gedaan door de 30 studententeams
- vanaf 12u: broodje gezond

Alles heeft plaats in de gebouwen van ECHO, Hertogstraat 178, 3001 Heverlee.

(Routebeschrijving via - www.echo.khleuven.be, tel. 016 / 39.92.92).

De bijdrage voor deelname aan deze voormiddag (incl. dossiertje met belangrijkste bevindingen, glas en broodje gezond) bedraagt 5 euro.

Download hier het inschrijvingsformulier

Na afronding van het project wordt een cd-rom 'Food for Thought' gemaakt met meer gedetailleerde resultaten en tabellenrapport, en de resultaten van de deelonderzoeken van onze studententeams. De kostprijs daarvan bedraagt 20 euro. Als u ons voor 10 maart de adresgegevens bezorgt, dan wordt de cd, na betaling, naar u opgestuurd. We hopen de cd klaar te hebben tegen eind maart.

Bron: www.velt.be, 28/02/2006

De essentie van de druif

Antoon De Paepe is een pionier van biowijn in Vlaanderen. Zijn biologische wijnhandel bestaat al 13 jaar maar hij is nog altijd even gedreven: „Ik hou van de zuiverheid van de natuur. Die echtheid wil ik ook terugvinden op mijn bord en in mijn glas. Geen geprepareerde wijnen of wijn waarmee gesjoemeld wordt. Neen, gewoonweg de essentie van de druif.”

Het lijkt de laatste tijd een beetje stil rond biowijn. „Niets van”, zegt Antoon De Paepe (70). Hij ziet zijn cliënteel alsmaar toenemen. „Bio is eindelijk volwassen geworden, het fanatieke is weg, de geitenwollensokkenperiode is voorbij”.

Pas op zijn 55ste - voordien was hij actief in de banksector - sloeg De Paepe de bioweg in. „Zo toevallig is dat niet”, stelt hij. „Als jonge twintiger was ik reeds met wijn bezig. Mijn eerste kennismaking met biowijn is al 25 jaar oud. We kwamen terug van vakantie uit Portugal en maakten in Bordeaux een tussenstop. Die avond proefde ik in ons hotel een superwijn. Tot mijn grote verbazing prijkte op het etiket bio.”

„Ik besloot de wijnbouwer de volgende dag een blitzbezoek te brengen. We hadden nog 1.000 km voor de boeg maar laat in de namiddag stond ik daar nog te proeven! Toen wist ik het: het moest bio worden. Ik was compleet gebrainwasht! Ik ben die man, en ook andere bioboeren, uiteraard blijven volgen en toen ik met pensioen ging, kreeg ik de kans om zijn wijnen te importeren. De stap was gezet.”

Vandaag bestaat het gamma van Biotiek uit meer dan 200 wijnen, afkomstig van 61 producenten. Natuurlijk Frankrijk, maar ook andere Europese landen en merkwaardig veel wereldwijnen. „Het is een fabeltje dat bio uitsluitend uit Frankrijk komt”, zegt De Paepe. „Onvoorstelbaar hoe het aanbod blijft toenemen. De snelste groeier is Argentinië maar de prijs voor het meest dynamische biowijnland gaat ongetwijfeld naar Italië.”

Ooit was alles bio

Blijft natuurlijk de vraag waarom De Paepe zo gepassioneerd is door biowijn. „Omdat ik een natuurfreak ben”, stelt hij onomwonden. „Als je de natuur respecteert, zal het ene jaar zoveel beter zijn dan het andere. Daar moet je leren mee leven. Eigenlijk is biowijn zo oud als het wijn maken zelf. Het is hooguit 50 jaar geleden dat scheikundige toepassingen hun intrede in de wijnbouw gemaakt hebben. Vroeger was alles bio.”

Biowijn is volgens De Paepe wijn in zijn meest zuivere vorm: „Geen onkruidverdelgers, geen



pesticiden, zelfs geen kunstmeststoffen, laat de natuur gewoon haar gang gaan. Maar uiteraard gebruiken bioboeren moderne hulpmiddelen zoals pneumatische persen en roestvrij stalen gistingstanks. Ook zij zijn met hun tijd mee geëvolueerd."

Dat bioboeren ook zwavel gebruiken tijdens de wijnbereiding, vindt De Paepe geen probleem: „Dat is toch geen scheikundig product? Het is een van onze belangrijkste natuurelementen. Zwavel is even oud als onze planeet. Of waaruit denk je dat de vulkanen bestaan waarop we leven? Bioboeren zullen evenwel het gebruik van zwavel tot een absoluut minimum beperken. Sommigen gebruiken het zelfs niet. Hun wijnen vind ik nog beter, nog zuiverder."

Nauwelijks prijsverschil

Ook het argument van sommige tegenstanders dat biowijn te duur zou zijn, veegt De Paepe van tafel: „Een fabeltje. De prijzen verschillen nauwelijks. Feit is dat je biowijn nooit onder de 2 à 2,5 euro zult vinden. Biowijn is immers arbeidsintensiever. Je hebt drie keer zoveel mankracht nodig maar je spaart wel de aankoop van scheikundige producten uit! Tussen de 6 en 8 euro vind je schitterende biowijnen. Dat kan je toch niet duur noemen?"

Biowijn herken je aan het etiket. In 99 procent van de gevallen staat er een specifieke vermelding op het etiket. Steeds meer zie je het label A.B. (Agriculture Biologique). Maar ook Ecocert of Vin issu des raisins biologiques zijn veel voorkomende termen. Wereldwijnen hebben het dan weer over organic wines .

Zie: Biotiek, Ten Hoflaan 22, 2980 Zoersel, info@biotiek.be, www.biotiek.be

Bron: www.biofair.nl, 25/02/2006

Verjongingskuur voor bio-bomen: Boomgaard Panneweel krijgt opknapbeurt

De hoogstam-bomen in de bio-boomgaard aan het ontmoetingscentrum Natuurhuis Panneweel op de Krekeldijk in Meerdonk zijn pas tien jaar oud, maar nu al aan een verjongingskuur toe. Natuurpunt Waasland-Noord zorgde voor een flinke snoeibeurt.

De hoogstamboomgaard werd in 1995 aangeplant door de Wase afdeling van de Vereniging voor Ecologische Leef- en Teeltwijze (Velt) met de medewerking van Aminal", zegt bestuurslid William De Baer. „Hij kadert in het opzet van natuurcentrum Panneweel. Met advies van de Nationale Boomgaardstichting werd een pakket van een zestigtal bomen samengesteld. De voornaamste doelstellingen van de boomgaard zijn het stimuleren van de aanplant van hoogstamfruit, het bekend maken van de oude rassen en het kweken en verwerken van biologisch fruit. Tijdens alle activiteiten die in en rond het Panneweel doorgaan, kan je in de boomgaard wandelen. Aan de bomen zijn naamplaatjes aangebracht, zodat liefhebbers de soorten kunnen leren kennen."

Prikkend karwei

De Baer: „De boomgaard staat er nu tien jaar. Hoewel de bomen iedere lente vakkundig worden gesnoeid door Velt, moesten heel wat bomen en struiken dringend korter gezet worden. Ook de houtranden rond de boomgaard en aan de weg naar d'Eilanden, die bewust aangeplant en onderhouden worden in functie van onze inheemse vogels, kregen een verjongingskap. Het werd een prikkend karwei met scherpe stekels van de vele sleedoorns. Stevige werkhandschoenen kwamen dan ook goed van pas."

Bron: Het Nieuwsblad, 01/03/2006

"Duurzame" bank Triodos groeit in 2005

Triodos Bank heeft het in 2005 erg goed gedaan. Het balanstotaal groeide met 19%, de nettowinst



steeg met 46% en bedroeg 5,3 miljoen euro. Triodos Bank staat voor duurzaam bankieren. De bank heeft vestigingen in Nederland, België, het Verenigd Koninkrijk en Spanje. De financiële instelling financiert bedrijven en projecten met een sociale, culturele of ecologische meerwaarde.

Het balanstotaal bedroeg vorig jaar 1,22 miljard euro, in vergelijking met 1,026 miljard euro in 2004. De nettowinst steeg van 3,6 miljoen euro naar 5,3 miljoen euro, aldus Triodos in een mededeling. De bank is sinds 1993 aanwezig in België en telt er zowat 18.000 klanten. In 2005 nam de Belgische kredietportefeuille toe met ruim 18 miljoen tot 124 miljoen euro, een groei van 17%.

De groei kwam er vooral in de sectoren Natuur en Milieu en Cultuur en Welzijn. Het ging vooral om nieuwe leningen in de sectoren windenergie, seniorenhuisvesting, ecologische kantorenbouw, groepspraktijken, en voorfinancieringen van subsidies aan sociale en culturele organisaties, aldus Triodos. Het totaalbedrag aan toevertrouwde middelen (spaarrekeningen, termijnrekeningen en zichtrekeningen) groeide in 2005 met 42 miljoen euro, een stijging van 18%. De nettowinst van de Belgische vestiging steeg met 40% en bedroeg 1 miljoen euro.

Internationaal heeft Triodos Bank, dat zijn basis heeft in het Nederlandse Zeist, meer dan 100.000 klanten en is het verantwoordelijk voor het beheer van meer dan 3.000 projecten. Bij de bank werken 264 mensen in België, Nederland, het Verenigd Koninkrijk en Spanje. De bank opende vorig jaar een vestiging in het Duitse Frankfurt. Onder de naam Triodos Finanz verstrekt dit kantoor duurzame financieringen in de sectoren biologische landbouw en duurzame energie. De bank verwacht op termijn de creatie van een bankfiliaal in Duitsland.

Bron: Belga, geknipt uit www.vilt.be, 28/02/2006

MIK maakt nieuwe biologische cocktaildrink

De Kruishoutemse melkerij MIK brengt een biologische cocktaildrink op de markt. "Onze nieuwe biologische cocktail is een verfrissende en gezonde dorstlesser", vertelt zaakvoerder Luc De Baerdemaeker in Het Laatste Nieuws. "Alle gezonde eigenschappen van yoghurt, kaaswei en biologisch vruchtensap zijn gecombineerd in deze drinkyoghurt. Het is een volledig vers en biologisch product".

De cocktail bestaat op dit ogenblik in twee variëteiten: aardbei-citroen en appel-citroen. Hij is bovendien verpakt in een handige hersluitbare beker. Alle Kruishoutemse gezinnen kregen deze week een bon in de bus om gratis zo'n cocktaildrink te halen bij hun winkelier of zuivelhandelaar. Vanaf 15 maart wordt de drinkyoghurt verdeeld in Delhaize.

bron: www.vilt.be, 25/02/2006

Uw bioagenda deze maand

van zaterdag 25 februari 2006 - tot zaterdag 4 maart 2006

Workshop huidverzorgingsproducten

Loca Labora organiseert een tweedaagse praktijkgerichte cursus (zaterdag 25 februari en 4 maart) rond het maken van handcrème, bodymilk en dagcrème. Tijdens de cursus krijgt u heel wat informatie over de kruiden die u kan gebruiken, leert u de producten zelf maken en nadien ...krijgt u deze natuurlijk mee om er zelf van te genieten!

Plaats : Loca Labora, Bulskampveld 12, 8730 Beernem

Tijd : 13.30 - 16.30 u

Prijs : € 60 per persoon (alle ingrediënten zijn inbegrepen)

Vooraf inschrijven is noodzakelijk: contacteer Timothy Vande Ginste – 050/ 28 00 48

of info@localabora.be, uw inschrijving is definitief na storting van € 60 op rekening 001-1787173-24 met vermelding "cursus verzorging"

Website: <http://www.localabora.be>



vrijdag 3 maart 2006 (zie ook artikel op pag. 3)

Voorstelling marktonderzoek rond biovoeding en ecologische voeding

Expo "Food for Thought", met aanwezigheid van dhr. Bruno Tobback, minister van Leefmilieu (3 maart 2006)

ECHO, het departement Economisch Hoger Onderwijs van KHLeuven, nodigt alle geïnteresseerden uit op de voorstelling van de resultaten van een groot marktonderzoek rond biovoeding en ecologische voeding. Zo'n 2500 mensen, een echte dwarsdoorsnede van de bevolking in Vlaams- en Waals-Brabant, worden bevraagd door meer dan honderd laatstejaarsstudenten Marketing: hoe duurzaam is de Brabander en hoe ecologisch en biologisch is hij als het op voeding aankomt? Waardoor laat hij zich leiden bij zijn aankopen?

De bevraging werd opgezet door ECHO in samenwerking met Velt, Bioforum en Oivo.

Waar: de presentatie en Expo gaan door in ECHO, Departement Economisch Hoger Onderwijs KHLeuven, Hertogstraat 178, 3001 Heverlee. De bijdrage voor deelname aan deze voormiddag (incl. synthese van de belangrijkste bevindingen, drank en broodje gezond) bedraagt 5 euro.

Voor meer informatie, routebeschrijving en een inschrijvingsformuliertje, mail (tot 1 maart) naar: rudy.dhont@khleuven.be.

van zondag 5 maart 2006 - tot zondag 28 mei 2006

Cursus bijenteelt voor beginners

Cursus van 24 lessen, telkens op zondagvoormiddag.

Plaats: AVOWEST, Schipvaartweg 10, Poperinge

Tijd: 9.00 - 12.00u

Organisatie: Imkersvereniging De Westerbie van Poperinge, in samenwerking met het VTI – Afdeling land- en tuinbouw Poperinge.

Info en compleet programma: Dirk Desmadryl, Westouterstraat 84, 8970 Poperinge - tel. / fax: 057/33 48 65 - e-mail: dirk.desmadryl@belgacom.net

Inschrijving: ten laatste op 15 februari bij Dirk Desmadryl

Prijs: 30 EURO, daarin zijn begrepen: de lessen, de handleiding "Bijen houden in de 21ste eeuw" en koffie tijdens de pauze. Het inschrijvingsgeld dient voor 15 februari 2006 gestort te worden op rekeningnummer 467-3139401-83 van Dirk Desmadryl, Poperinge.

De handleiding (€ 15) zal ook dienstig zijn voor de cursus van het tweede jaar en dient dan niet meer aangekocht te worden.

maandag 6 maart 2006

Velt-afdeling Beringen-Leopoldsburg stelt voor :

Voordracht "Rozen in de eco-tuin", door Mieroos Nijsters.

Hoewel er veel verhalen gaan over de moeilijke gasten die rozen zijn in onze tuinen, is het echt wel mogelijk om gezonde rozen te kweken zonder bestrijdingsmiddelen.

Plaats: Cultureel Centrum Leopoldsburg, Kastanjedreef 1, 3970 Leopoldsburg

Tijd: 19u30u

Prijs: Velt-leden € 1, niet-leden €2

E-mail: info.beringen-leopoldsburg@velt.be

zaterdag 11 maart 2006

Biomarkt

Deze eenmalige biologische markt wordt georganiseerd in het kader van "Verdraai de Wereld".

Tijd: 14:00 - 17:00u

Plaats: Lourdeslaan (Basiliek), Edegem

zondag 12 maart 2006

Biomarkt

Deze eenmalige biologische markt wordt georganiseerd in het kader van "Verdraai de Wereld".

Tijd: 12:00 - 16:00u

Plaats: Wijnegem rond het gebouw van 't Gasthuis, Turnhoutsebaan 199



zondag 12 maart 2006

Dag van de Jeugd - VerdraaiDe Wereld

Op zondag 12 maart 2006 draait Rumst er op los! De jeugdraad en jeugddienst organiseren voor de eerste maal een Dag van de Jeugd vol met workshops en activiteiten. We werken die dag rond energie, noord-zuidverhoudingen, milieu, water, afval en mobiliteit. De kinderen (6-18j.) kunnen Oxfam producten proeven en hun eigen biologisch(fruit)sapje trappen op de sappentrapper.

Eén ding staat vast: deze dag wordt muzikaal, avontuurlijk, luid, speels, creatief,...!

Prijs: 2 euro.

Meer info: Kris Mees, K. Astridplein 12, 2840 Rumst, e-mail: duurzaam@rumst.be of tel: 03-8800056.

donderdag 16 maart 2006

Komboechadrak en perssap, het gebruik van groene Chinese thee, zwam en honing

Demonstratie, zelfbereiding en degustatie.

Wetenschappelijke achtergronden van deze immuunstimulerende en drainerende drank, een uniek voedingsmiddel.

Plaats: Clobila, Parklaan 18, 9932 Ronsele-Zomergem

Meer info en inschrijving: Clobila, tel. / fax: 09-372.75.19 of clobila@skynet.be

Website: <http://www.users.skynet.be/clobila>

zaterdag 18 maart 2006

Komposter

Veld Waasland en Natuurpunt nodigen u uit voor een workshop komposter. Opzetten van een komposthoop is echt niet zo moeilijk en je kan er gezonde bio-kompost voor eigen gebruik van maken.

De beste manier om dit onder de knie te krijgen is omzelf aan de slag te gaan. De theorie wordt tijdens de doe-sessie gegeven. Een gedeelte van de kompost kan mee naar huis genomen worden. (breng best een plastieken zak mee om je auto niet vuil te maken).

Plaats: aan Natuurhuis Panneweel, Krekeldijk 2 te Meerdonk.

Tijd: 9.00 - 12.00u

website: <http://natuurpunt.bino.be/default.asp?id=27&ACT=5&content=158&mnu=27>

van vrijdag 24 maart 2006 - tot zondag 26 maart 2006

Opendeurweekend @vinum-bio

Mogelijkheid om de biologische en bio-dynamische wijnen van Franse, Italiaanse en Spaanse herkomst te proeven, alsook de Biologische Belgische fruitsappen van de 3 Wilgen.

Tijd: telkens van 16 tot 22u

Website: www.advinum-bio.be

zaterdag 25 maart 2006

BIO KILLER-party

Na hun succesvolle verhuis van Antwerpen naar Brussel gaat er weer een bio-party door, georganiseerd door Los Niños. De muziek komt van Röze, Noblesse Oblige, Sammy Jo van The Scissor Sisters en Lupe en zal wederom jouw dansspasjes perfect begeleiden. Poppy, trashy en funky deuntjes dus, met regelmatig gratis veggie biovoedsel en een heuse bio-coctailbar! Als je de kaartjes goedkoper wil kan je ze in voorverkoop bestellen via hun site. Niet te missen!

Plaats: vroegere treinstation Kapellekerk, nu de welbekende 'Recyclart', Ursulinenstraat 25, Brussel.

Prijs: "For people with more style than cash" prijzen: €6 voor studenten en werklozen die er voor middernacht zijn, €8 voor alle anderen. Koop een ecologisch jump-the-queue ticket: betaal met kredietkaart op de Los Ninos site www.losninos.be en ontvang een toegangscode! Dit kan de hele nacht van het event zodat je de file ten allen tijde kan vermijden.

Website: www.bioparty.be

bron: biotheek, permanent



INTERNATIONAAL

EU - Fair trade groeit met 20 procent per jaar in Europa

Eerlijke koffie, bananen en bloemen doen het erg goed in Europa. In Zwitserland en het Verenigd Koninkrijk behalen eerlijke producten het grootste marktaandeel, ons land volgt in de subtop. In 2004 bracht de verkoop van fair trade-producten in 25 Europese landen meer dan 660 miljoen euro op. Sinds 2000 groeit de omzet met gemiddeld 20 procent per jaar.

Van alle pakjes gemalen koffie die in 2004 in België verkocht werden, droeg 1,7 procent een label van fair trade. Eerlijke bananen haalden een marktaandeel van 4 procent. Fair trade-organisaties werken met kleine boeren, die naast een gegarandeerde prijs voor hun producten ook steun en begeleiding krijgen om hun productie op een duurzame manier uit te bouwen en om een sterkere positie te verwerven op de markt.

De groei van de fair trade gaat vooral snel in landen waar de eerlijke handel nog niet echt is doorgebroken. Dat is het geval in de nieuwe lidstaten. In Spanje, Portugal en Griekenland staat het concept nog in de kinderschoenen. "In België en Duitsland, landen waar de beweging al veel langer actief is, gaat de groei trager", zegt Anja Osterhaus van het Fair Trade Advocacy Office in Brussel. "En in Nederland, de pionier van de eerlijke handel, kunnen we misschien wel van stagnatie spreken".

De fair trade-beweging in Europa probeert verder te groeien door nog meer te investeren in informatie over eerlijke handel en een grotere aanwezigheid in de markt. In heel Europa zijn er nu al 79.000 verkooppunten waar fair-trade-producten worden aangeboden. Naast 2.850 wereldwinkels gebeurt dat ook in 55.000 supermarkten. "We werken sterk aan productverbetering en er komen keurmerken voor steeds nieuwe producten. Bloemen en katoen zijn twee van de opvallende nieuwkomers", vult Osterhaus aan. Europa is goed voor 60 tot 70 procent van de eerlijke handel wereldwijd.

Bron: www.vilt.be, 27 / 02 / 2006

EU - Herziening EU regeling biologische landbouw: Standpunt van IFOAM

De EU Groep van de IFOAM is voorstander van een diepgaande herziening van de EU regeling m.b.t. biologische voeding en landbouw, maar het huidige voorstel baart hen toch zorgen. Daarom vraagt de Groep dat enkele cruciale punten verduidelijkt en/of anders verwoord worden.

IFOAM heeft zijn Position Paper on the "Proposal for a Council Regulation on organic production and labelling of organic products" goedgekeurd.

Zie: www.organic-europe.net

Bron: www.organic-europe.net, 27 / 02 / 2006

NL - Marketingstrategie voor biologische producten moet veranderen

De vraag naar biologische producten zal klein blijven, tenzij de marketingstrategie verandert. Er is terrein te winnen bij de 'light users'. Die consumenten zijn wel geïnteresseerd in biologische producten, maar het biologische productieproces vormt voor hen op zich toch onvoldoende aanleiding om tot aankoop over te gaan. Het is een bijkomend aspect bij hun keuzes in de supermarkt, die veel meer worden bepaald door kwaliteit, prijs, verkrijgbaarheid en uitstraling van de producten.

Dat is een van de conclusies uit het rapport 'Bio-Logisch?! In the eye of the beholder'. Het Wageningse project 'Nieuwe biologische ketenconcepten' bracht voor dit rapport de kennis over de



consument en over mogelijke nieuwe afzetkansen voor biologische producten in kaart.

Enkele Conclusies:

- De vraag naar biologische producten zal klein blijven, tenzij er een ommezwaai in de marketing strategie van deze producten wordt bewerkstelligd.
- Terrein valt te winnen bij de light users. Voor deze groep consumenten is de supermarkt het belangrijkste aankoop kanaal is en daarmee ook maatgevend voor de aankopen van biologische producten.
- Veel meer dan het biologische aspect bepalen elementen als kwaliteit, prijs, verkrijgbaarheid en uitstraling de aankoop.
- Prijs is niet de enige belemmerende factor bij de opschaling van de biologische afzet. Een belangrijke rol lijkt weggelegd voor het aantal contactmomenten dat consumenten met biologische producten worden geconfronteerd. Dit valt uiteen in het aantal verkoopkanalen (en dan met name in de gangbare retail) en de breedte van het assortiment.
- Hoe essentieel een brede beschikbaarheid ook is, de essentie blijft: een consument zal een product alleen dan kopen, wanneer het aansluit op zijn individuele specifieke behoeften. Het biologische aspect is over het algemeen wel een extra pré en geeft het product een interessante meerwaarde t.o.v. de gangbare variant, maar is op zichzelf onvoldoende om tot aankoop over te gaan.
- Voor de 'light users' moet de meerprijs zich vertalen in een tastbare meerwaarde. Smaak en gezondheid worden vaak als onderscheidende elementen aangehaald, maar gezondheid is vooralsnog niet wetenschappelijk aangetoond en de onderscheidende smaak kan dermate laag zijn, dat men redeneert 'gangbaar is goed genoeg'.
- Tussen meerprijs en meerwaarde moet dus een balans zijn in de ogen van de consument. Als het prijsverschil tot het 'gangbare' product groot is, moet de meerwaarde dienovereenkomstig zijn. Als er een onevenredigheid zit in meerprijs en meerwaarde valt de keuze alsnog op het gangbaar product.
- Promotie gericht op de productiegerelateerde waarden van biologische producten blijft belangrijk, daar inhoudelijke kennis een voorwaarde lijkt om tot aankoop over te gaan. Maar let wel de boodschap dient te worden vertaald in een vorm die aansluit bij de belevingswereld van de consument, waarbij de vorm waarin de inhoud wordt gegoten evenals de context waarbinnen de boodschap wordt gebracht essentieel zijn. In dit kader wordt promotie op de winkelvloer belangrijker dan ooit: marketing op het moment van aankoop.

Aanbevelingen voor verder onderzoek

De grote heterogene groep light users lijkt ongrijpbaar, grillig en onvoorspelbaar. Om de markt verder te penetreren met biologische producten is een goede definitie van de doelgroep en het marktsegment waarop men zich richt, noodzakelijk. Tevens moet duidelijk zijn waarvan de mensen die nog niet kopen, moeten worden overtuigd.

Het zoeken naar antwoorden op de vraag waarom biologische consumenten al dan niet tot de aankoop van biologische producten overgaan zal in toekomstig onderzoek meer en meer moeten worden gezocht in psychologische en gedragswetenschappelijke benaderingen met aandacht voor emotie en affectie.

Zie voor meer informatie het rapport 'Bio-Logisch ?! In the eye of the beholder' op de site van het LEI.

bron: www.foodholland.nl, 24/02/2006

NL - Biologica ziet herstel afzet biologisch product

De afzet van biologische producten trekt aan. Dat signaleert Biologica, de ketenorganisatie voor de biologische landbouw anderhalve maand voor het verschijnen van het marktrapport Ekomonitor.



Een betere buitenlandse, maar ook binnenlandse vraag zorgt voor goede prijzen, vooral uit de akkerbouw. Biologica voorziet structureel herstel en ook meer ruimte voor omschakelaars.

De afzet van biologische producten is door een moeizame periode gegaan met afzetproblemen. Die fase lijkt voorbij nu de economische tegenwind en prijzenslag zijn getemperd. "Tuinders worden meer achterna gezeten of ze nog producten als peen en kool in huis hebben. De prijs herstelt zich. De meeste boeren kunnen hun product momenteel goed kwijt", aldus directeur Bert van Ruitenbeek van Biologica.

In april publiceert Biologica de Ekomonitor over 2005. Daarin staat dat voornamelijk de buurlanden verantwoordelijk zijn voor de aantrekkende vraag. In 2005 groeide de biologische afzet in Duitsland met 14 procent naar 4 miljard euro. Ook in Engeland is de vraag van supermarkten toegenomen waardoor er interesse is in Nederlands product. België zag de markt in 2005 ook al herstellen.

bron: Agrarisch Dagblad, 25/02/2006

NL - Biologisch kippenhouder blij met inenten

Woensdag 22 februari slaakten 57.537 adoptiekippen een zucht van verlichting. Nederland mag zijn biologische kippen en andere loslopende kippen gaan inenten tegen de vogelgriep.

Een mooi resultaat voor Biologica en andere organisaties, die hier hard voor hebben gelobbyt. En goed werk van minister Veerman en zijn staf, die dit ja-woord bij de Europese Commissie wist los te krijgen. De biologische kippen mogen, als alles meezit, over 8-10 weken weer naar buiten.

Gied Donkers, agrarisch ambassadeur van Adopteer een Kip, geeft zijn reactie: 'Ik ben erg blij met dit besluit. Dit is een grote stap vooruit in het dierenwelzijn. Vroeger was het normaal, zelfs verplicht om dieren zoals varkens in te enten. Een kwestie van gezond verstand. Dieren zijn in de biologische landbouw en voor ons meer dan een economische factor; het zijn levende wezens. Het is dus een grote doorbraak dat we de kippen weer mogen enten. Een prachtig resultaat voor de kippen en Biologica!. Ik hoop dat we op den duur ook de andere dieren weer mogen inenten.'

Hoe gaat de inenting praktisch gezien in z'n werk? Gied: 'Varkens en koeien hebben een oormerk, maar kippen kun je niet individueel herkennen. Je moet dus een handig systeem bedenken om ze allemaal gecontroleerd te kunnen enten. Hobbykippen willen ze gaan ringen. Voor de productiekippen is het nog niet duidelijk.

Over twee weken is het vaccinatieplan uitgewerkt en kan met de eerste enting worden begonnen. Na 4 weken volgt de tweede enting. Daarna moeten de kippen nog twee weken binnen blijven, voordat het vaccin actief is. Daarna zijn ze voortaan beschermd. Gangbare legkippen worden na een jaar geslacht, dus dan zou vaccineren wel een behoorlijke extra kostenpost zijn. Maar ik laat mijn kippen altijd ruien, zodat ze zeker een jaar langer kunnen leven. Dan heb je ook een jaar langer plezier van de vaccinatie.'

bron: www.adopteereenkip.nl geknipt uit www.biofair.nl, 27/02/2006

NL - Mooie sier met biologisch boeket

Biologische bloemen gaan als warme broodjes over de toonbank. In de winkel en langs de snelweg bij tankstations van Shell. Het vluchtige snelwegbosje is passé, automobilisten verrassen het thuisfront met een boeket, recht uit het hart en milieuverantwoord.

Zichtbaar vermoeid schuiven loonslaven en volgeladen bedrijfsbusjes weer aan in de



vrijdagmiddagfiles bij de rotonde Kooimeer. Zowel de westelijke als de oostelijke ring lopen langzaam vast, ook de afritten van de A9 richting Alkmaar stropen als gebruikelijk structureel dicht. Tijd genoeg om het imposante 'Dirkdôme', in volle glorie te bewonderen of een geanimeerd telefoongesprek te voeren met de handsfree.

Veilingkisten

Of een mooi bosje bloemen te kopen. Aan keuze geen gebrek bij Shellstation De Kooi. Een twintigtal fris aangevoerde bloemstukken staat gerangschikt op sfeervol neergezette veilingkisten bij de entree van de Shellshop. Het goedkoop samengebonden handvol snijbloemen in goedkope verpakking, het roemruchte snelwegbosje, heeft plaats gemaakt voor chique geschikte bloemstukken. Met de stelen in het water, op prijs gesorteerd en aangeboden in commerciële tribuneopstelling. Forse creaties die zich met moeite achter een krijtstreepjasje laten verstoppert. In mooi papier gewikkeld en voorzien van een sticker 'puur natuur'.

Wie er elke vrijdagmiddag een gewoonte van maakt, kiest voor het standaard 'roosboekje' van € 6,95. Wie amoreuze intenties koestert, kan beter het rijk gevulde 'volumeboekje' meenemen voor € 12,95 en wie mooie sier wil maken met een zojuist afgedwongen promotie dan wel een riante bonus heeft opgestreken, kan de blijdschap delen met een 'exclusief boekje' van € 14,95.

„Om het goed te maken met hun schoonmoeder“, knipoogt een van de baliemedewerkster. Gevraagd naar de redenen, zijn er volgens servicemedewerkster Gerda van Gend talloze redenen een bosje te kopen. „Vaak gaat men ergens op bezoek, dan is het handig dat ze hier 24 uur per dag terecht kunnen. Of ze komen langs omdat ze vergeten zijn iets mee te nemen. In het weekend worden de meeste bloemen verkocht, maar op bijzondere feestdagen met Kerstmis, Pasen of moederdag zijn ze niet aan te slepen.“

Organische stoffen

Biologische bloemen, al dan niet bewust, als milieuvriendelijke geste. Het is bollenkweker Frank Schouten uit Zwaagdijk om het even. Hij broeit ze biologisch af en verdient er een belegde boterham aan. „Het is goede handel. Ik gebruik speciale potgrond met gebruikmaking van organische stoffen, zonder toevoeging van kunstmest. Bloemen die ik lever, zijn niet bespoten en de bollen zijn niet ontsmet. Wij laten de natuur het werk doen.“ Of de consument het verschil ziet, betwijfelt Schouten eerlijk gezegd. „Maar ik doe dit om aan te tonen dat het kan. Daarom hoop ik van harte dat deze trend zich doorzet. Want je moet ook realistisch blijven. Uiteindelijk bepaalt de consument het succes. Als die er geen stuiver voor over heeft, houdt het gewoon op. De tulpen die ik broei komen via een apart circuit bij biologische verkooppunten waaronder Shellstations. Dit bewijst dat het toch kan.“

Een lijst van verkooppunten van biologische bloemen in onze provincie is te vinden op:
<http://www.blijebloemen.nl>.

bron: Het Noordhollands Dagblad, geknipt uit www.biofair.nl, 26/02/2006

NL - Ketenontwikkeling voor biologische cranberry's in Nederland

Praktijkonderzoek Plant & Omgeving (PPO) is onlangs in samenwerking met het bedrijfsleven gestart met een onderzoek naar de ontwikkeling van een biologische keten van cranberry's in Nederland. Gedurende anderhalf jaar zal onderzoek worden gedaan naar de teeltperspectieven van biologische cranberry's in Nederland en de wijze waarop het product het beste onder de aandacht van de consument kan worden gebracht.

De cranberry wordt een aantal positieve effecten op de gezondheid toegeschreven, zoals het voorkomen en verhelpen van blaasontsteking. Er wordt een sterk groeiende markt van zogenaamde functional foods verwacht en dat geldt ook voor de markt van biologische cranberry's. Uit het markt- en consumentenonderzoek zal blijken hoe de consument aankijkt tegen een



cranberry van Nederlandse bodem.

Aan het project wordt onder andere deelgenomen door een Nederlandse importeur en groothandel. Dit bedrijf ervaart nu al dat het aanbod van verse biologisch geteelde cranberry's ontoereikend is om aan de groeiende vraag vanuit de markt te kunnen voldoen. Gezien de gunstige verwachtingen die er voor de afzet van verse biologische cranberry's in zijn, zal worden onderzocht in hoeverre dit gewas winstgevend door Nederlandse boeren geteeld kan worden. Met behulp van een aantal demonstratievelden van biologische cranberry's zal in verschillende delen van Nederland ervaringen worden opgedaan met de teeltwijze, groeiomstandigheden, ziekten, plagen en onkruiden van het gewas. BeSNederland BV zal als ketenregisseur opereren, waarbij advies en teeltbegeleiding zal worden verzorgd. De kwekerij van de WEZO groep in Zwolle brengt ervaring in die is opgedaan met de vermeerdering van cranberryplanten. Een biologische teler brengt deskundigheid in over de biologische teelt, samenwerking bij productie en afzet en marktgerichte planning van de oogst.

bron: Praktijkonderzoek Plant & Omgeving - Wageningen UR, 01/03/2006

AU - Wintersporters aan de 'gentechnik freie' melk

Als een stille detective hebben wij er een tijdje naar staan kijken, op een hoekje van een supermarkt in de Oostenrijkse wintersportplaats Nauders. In de koelafdeling stond het meest opmerkelijke melkpak dat wij in lange tijd hebben gezien. Op alle te bedrukken zijden schreeuwde ons de boodschap toe: 'Kontrolliert Gen Technik frei'.

Zou dat nou gekocht worden door Nederlandse toeristen? En jawel hoor. Alsof het de gewoonste zaak van de wereld is. Ook in de gescheiden afvalbakken in ons huis vonden we lege pakken, die landgenoten hadden gekocht. Waarom doen Nederlandse biologische boeren dat niet?

Nauders geurt naar de jaren vijftig. Middenin het dorp staan de staldeuren open en wasemt een warme geur van mest en koeien over het dorpsplein. In een handkar brengen de boeren de verse melk 's avonds in antiek aandoende aluminium melkbussen naar een verzamelplaats. En dat in een drukke wintersportplaats, op het drielandenpunt tussen Oostenrijk, Zwitserland en Italië. Op de pistes spreekt men deze twee weken voornamelijk Nederlands.

De biologische sector in het wintersportland is veel groter dan in Nederland, maar versnipperd. Oostenrijk kent 19 samenwerkingsverbanden van bioboeren. Samen zijn de 14.000 landbouwers goed voor 12 procent van landbouwgebied. Van alle Oostenrijkse boeren noemt 10 procent zich bioboer, ook al is de grootste groei er een beetje af. De koepel 'Bio Austria' streeft daarom naar een landelijk label, om de consument eenduidig tegemoet te treden.

De keuze van reclamevoering die april vorig jaar startte blijft echter opmerkelijk. Waarom kiest de Tiroler Vollmich fabriek niet voor de aanprijzing 'biologisch' op de verpakking, maar voor het meer afschrikwekkende 'Gen Technik frei'? Is dat trouwens ook niet voor de hand liggend? Er is immers geen genetisch bewerkt gras en hooi, wat koeien eten. Of genetisch bewerkt stro. Of genetisch bewerkt water. Het kan hooguit in de koeienbrokjes met krachtvoer zitten, waar mogelijk wel gemanipuleerde bestanddelen in zit verwerkt. Tijdens de wintermaanden op stal wordt de productie van 'gewone' koeien op deze manier op hoog niveau gehouden.

Lucy van de Vijver van het Louis Bolk Instituut doet momenteel onderzoek naar reclameclaims die de Nederlandse biologische sector kan gaan maken, onder meer op het gebied van gezondheid. Op het Biocongres van de Triodosbank en Biologica dit voorjaar horen we daar meer over.

Over de Oostenrijkse aanpak zegt de onderzoekster: "Koeien van Nederlandse biologische boeren krijgen 's winters ook wel wat krachtvoer. En daarin mag tot maximaal 5 procent gewassen van 'gangbare oorsprong' in verwerkt worden. Dat willen zeggen: niet-biologische gewassen, zoals



granen, erwten en melasse, dat van bieten is gemaakt.

Dat zijn overigens geen van allen genetisch gemanipuleerde landbouwproducten, dus de kans is klein dat de koeien gentech binnen krijgen. Maar strikt juridisch gezien kun je het toch niet voor 100 procent uitsluiten. Persoonlijk zie ik de Oostenrijkse aanpak daarom als een keuze om mensen bang te maken. Je gaat bewust gevoelens van angst voor gezondheidseffecten triggeren. Dat is de keuze van de melkfabrikant. In Nederland wordt dat door de biologische sector liever niet gedaan.”

bron: www.biofair.nl, 01/03/2006

VS - Ontwikkelingen biologisch programma

De Organic Trade Association (OTA), de belangenorganisatie van de biologische sector in de VS, probeert Amerikaanse wetgevers ervan te overtuigen dat het Nationale Biologische Programma (NOP) moet worden aangepast.

Uit een gerechtelijke uitspraak in juli 2005 bleek dat het NOP ten aanzien van het gebruik van bepaalde synthetische middelen niet in overstemming is met de wet. Hierdoor kunnen bepaalde biologische voedingsmiddelen in de toekomst niet meer onder het biologische label van het ministerie van Landbouw verkocht worden.

De OTA pleitte bij het Congres voor een apart amendement om de uitspraak van de rechter ongedaan te maken. Het Huis van Afgevaardigden keurde dit amendement goed. Verschillende consumentenorganisaties spraken hun teleurstelling uit over het amendement en willen een publieke campagne starten om consumenten te informeren. Dat zal onder meer gebeuren door aanvullende informatie op biologische voedingsmiddelen, zoals de tekst 'geproduceerd door synthetische middelen'.

bron: Biofair, geknipt uit www.probila-unitrab.be 24/02/2006

VS - Monsanto voor de rechter wegens fout in genkatoen

Texaanse katoenboeren hebben biotechbedrijf Monsanto en twee andere producenten van genetisch gemodificeerd katoen voor de rechter gesleept. De boeren zeggen dat de genkatoen ze alleen maar problemen oplevert. Volgens de Amerikaanse boeren blijkt het genkatoen van Monsanto, RoundUp Ready, niet bestand tegen het onkruidbestrijdingsmiddel RoundUp, eveneens van Monsanto. Bij extreme hitte en droogte vernielt de onkruidverdelger het weefsel van de katoenbol, waardoor vervorming, kwaliteits- en productieverlies optreedt.

De boeren, meer dan negentig in getal, stellen dat Monsanto hen daarvoor had moeten waarschuwen. Monsanto, een van de vijf agrochemische reuzen in de wereld, zou de problemen hebben verzwegen om RoundUp te kunnen blijven verkopen. Ze eisen dat Monsanto wordt beboet en dat zij worden gecompenseerd voor hun productieverlies.

Extreem weer

Monsanto ontkent de beschuldigingen. Volgens het biotechbedrijf is het extreme weer de oorzaak, niet de technologie. De twee andere bedrijven die zijn gedagvaard, Delta P& Pine Land Co en Bayer Cropscience LP leveren ook Monsanto's RoundUp. Zij weigeren commentaar aan persbureau Reuters.

Monsanto wil dat het geschil niet in de rechtbank maar door een arbitragecommissie wordt beslecht. Een kleine meerderheid van de boeren verzet zich daartegen.



'Monsanto liegt ons al te lang voor', aldus een woordvoerder van de boeren tegenover Reuters. Boer Alan Stasney zegt dat zijn velden het bewijs daarvoor leveren. De stukken grond waarop geen RoundUp is gebruikt, brachten twee keer zoveel katoen op dan de grond waarop met het bestrijdingsmiddel is gewerkt. Stasney beweert zo'n 250.000 dollar aan opbrengsten te zijn misgelopen.

Ook in India wordt geklaagd over de genkatoen van Monsanto. De actiegroep Gene Campaign vergeleek de opbrengsten van genkatoen met die van lokale katoensoorten en constateerde dat de opbrengst van traditionele katoen ongeveer 15 procent hoger was in 2002-2003.

Het genzaad is veel duurder dan gewoon katoenzaad en boeren moeten dus meer investeren. Uit de studie in India blijkt dat 60 procent van de boeren die genkatoen verbouwden, hun investering niet eens hebben terugverdiend.

bron: www.insnet.org, 02/03/2006

VS - Organic diets lower children's exposure to pesticides

A study reviewed in February confirms that organic diets lower children's dietary exposure to the pesticides used in US agricultural production. The study carried out by Emory University researcher Chensheng "Alex" Lu PhD, demonstrated that replacing children's non-organic diets with organic food items substantially decreased the pesticide concentration to non-detectable levels.

Dr Lu, from the department of environmental and occupational health at Rollins School of Public Health, reviewed his findings at the annual meeting of the Association for the Advancement of Science in February. The seminar was titled Opportunities to reduce children's exposures to pesticides through organic food and farming.

In his initial research, Dr Lu and his colleagues from Emory University, the University of Washington, and the Centers for Disease Control and Prevention (CDC), specifically measured the exposure of two organophosphorus pesticides (OP) - malathion and chlorpyrifos - in 23 elementary students in the Seattle area, by testing their urine over a 15-day period.

The participants, ages 3 to 11 years, were first monitored for three days on their usual non-organic diets before the researchers substituted most of their diets with organic food items for five consecutive days. The children were then re-introduced to their usual non-organic foods and monitored for an additional seven days.

According to Dr Lu, there was a "dramatic and immediate protective effect" against the pesticides until the conventional diets were re-introduced. While consuming organic diets, most of the children's urine samples contained zero concentration for the malathion metabolite. However, once the children returned to their non-organic diets, the average malathion metabolite concentration increased to 1.6 parts per billion with a concentration range from 5 to 263 parts per billion, Dr Lu explains.

A similar trend was observed for chlorpyrifos, as the average chlorpyrifos metabolite concentration increased from one part per billion during the organic diet days to six parts per billion when children consumed conventional food.

Previous research has linked organophosphorus pesticides to causes of adverse neurological effects in animals and humans, Dr Lu says. He also points out that in the US, the use of organophosphorus pesticides in residential areas has either been banned or restricted by recent regulatory changes. Dr Lu says, "This helps to minimize children's exposure, but still few restrictions have been imposed in



agriculture."

The study was funded by the United States Environmental Protection Agency.

There are currently no legal restrictions in the UK on the use of agricultural pesticides in residential areas.

Georgina Downs of UK Pesticides Campaign (www.pesticidescampaign.co.uk) states: "Children are particularly vulnerable to the effects of pesticide exposure because their bodies cannot efficiently detoxify and eliminate chemicals, their organs are still growing and developing. Children can be exposed to pesticides from a variety of sources including diet and if in rural areas, when pesticides are sprayed near their homes and schools, amongst other potential sources."

Ms Downs points out that when children are exposed at such a young age they are likely to have a longer lifetime for any potential long-term effects to develop after an exposure.

The UK Government are due to respond this summer to a recent report by the Royal Commission on Environmental Pollution regarding the use of pesticides in agriculture entitled Crop Spraying and the Health of Residents and Bystanders.

Ms Downs points out that there is currently a clear mismatch and inconsistency between the Government's long-standing approach to people's passive exposure to pesticides and the recent more proactive preventative measures that are due to be adopted regarding the ban on smoking in public places.

Ms Downs states: "The UK Government and the EU need to take decisive action regarding pesticides, which is very long overdue, especially in relation to the protection of children and other vulnerable groups. The move away from chemical dependency to the development of truly sustainable non-chemical and natural farming methods, as an alternative to chemical pest control, would combine the urgent need to protect public health and the countryside with societal and consumer demand for pesticide-free food. This would obviously be more in line with the Government's commitment to sustainable development, sustainable food and farming and sustainable communities, as the reliance on pesticides and other chemicals for food production cannot be classified as sustainable. Children must be protected from unnecessary and avoidable exposures to these chemicals."

bron: www.whyorganic.org, 01/03/2006

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, Dominique Joos en Geertje Meire. Nieuwtjes en evenementen kunnen steeds voor opname doorgestuurd worden aan petra.tas@bioforum.be. Momenteel wordt de knipselkrant verzonden naar ruim 1800 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 mijnvraag@biotheek.be.

