



Biotheek Netknipsels #159 – 30 mei 2006

Groothandel Biofresh Partners, producent Lima, webwinkel Hartenboer, Proefcentrum PCBT, salamie van Sabio: wat hebben deze bedrijven/organisaties, naast hun bio-factor, gemeen?

Het zijn de 5 genomineerden voor de **bio-award 2006**.

Heeft u al gestemd? Het kan op www.bioweek.be.

Ik ben benieuwd of de winnaar ook een prijs in het niet-biocircuit in de wacht zal slepen, zoals Shetland organic cod farmers Johnson Seafarms in Schotland (*zie internationaal nieuws*).

Geertje Meire
Medewerkster Communicatie

In dit nummer:

NATIONAAL

Oxfam lanceert chocomelk met Vlaamse biomelk

Bio-award 2006: breng je stem uit!

Biowijn

Ecover ook in Carrefour en Super GB

"Water is hét probleem"

Uw bioagenda deze maand

INTERNATIONAAL

EU – Logo voor biologisch

NL - Biologische merkproducenten geven 9 fietsen weg

NL - Verlagen bio-prijzen levert nog geen extra omzet op

NL - Nederlandse keten start met diervriendelijk label

NL - ASG zaait mengteelten met maïs en biologische maïsrassen

NL - PPO: aardappelmoeheid prima biologisch te bestrijden

Toekomst per kilo: grootschalige campagne ten bate van duurzame ontwikkelings- en sociale projecten in Zuid-Afrika en Uruguay

FR – Danone prévoit de se lancer dans le bio

FrR/ESP – Troisième édition de Bioterra à Irun

D – Les services municipaux soutiennent les paysans bio

IT – Le consortium garanzia AIAB se présente

UK - Stakeholders search for ways to drive up organic self-sufficiency

UK - Healthy start

UK - More spot checks likely after TV 'organic scam' exposé

UK - Britse test onderscheidt echt biologisch vlees van gangbaar

UK - Scottish Food & Drink Excellence Award 2006

IRL - Irish Probe Causes Organic Panic



DK - Nieuwe onderzoeksprojecten biologische landbouw

CHN - China gaat bio

US - Booming US organic market hits \$15bn

US – Apres Walmart, voici supervalu qui se met au bio

US - Organic Production at Earthbound Farm, California (USA)



NATIONAAL

Oxfam lanceert chocomelk met Vlaamse biomelk

Oxfam Fairtrade heeft dinsdag in Aspelare zijn biochocomelk voorgesteld aan pers en publiek. Met dit product wil de NGO voor het eerst een brug slaan tussen bioboeren uit Noord en Zuid. De cacao komt uit de Dominicaanse Republiek, de rietsuiker uit Paraguay en de biologische melk wordt geleverd door de Vlaamse coöperatie Biomelk Vlaanderen. "We zijn vereerd dat we leverancier mogen zijn in dit project", zegt Johan Broekx van Biomelk Vlaanderen.

Oxfam Fairtrade is een groothandel in voedingsproducten van eerlijke handel. Die eerlijke handel garandeert de producenten in het Zuiden een menswaardig inkomen. Bovendien worden zij ook gestimuleerd om te investeren in duurzame landbouw. "Wij kiezen daarenboven voor bio omdat wij niet alleen voorstander zijn van handel met respect voor de mens, maar ook met respect voor het milieu", zegt Katrin Derboven, directeur van Oxfam Fairtrade.

Alle partijen in het project werden samengebracht door Vredeseilanden. Biomelk Vlaanderen is een coöperatie van ruim 20 biologische melkveehouders. Sluitstuk van de productie is de melkerij Olympia uit het Vlaams-Brabantse Herfelingen die de biomelk verwerkt en verpakt in glazen flessen. "We hebben bewust gekozen voor melk omdat dit een product is waar de komende jaren zal strijd om geleverd worden op de wereldmarkt", vertelt directeur Jan Aertsen van Vredeseilanden.

Ook jeugdauteur Marc De Bel kwam zijn steun aan het project betuigen. Als afsluiter trakteerde hij de aanwezige kinderen op een verhaaltje over bioboer Tonus en zijn melkkoe Troet. De biologische chocomelk van Oxfam is vanaf 3 juni te verkrijgen in retourflessen van 1 liter en wordt verdeeld door meer dan 200 Vlaamse Wereldwinkels, 100 Waalse Wereldwinkels en verschillende natuurvoedingswinkels. De kostprijs bedraagt 1,59 euro per liter, leeggoed inbegrepen.

bron: Vilt.be, 23/05/2006

Bio-award 2006: breng je stem uit!

Geen Bioweek zonder prestigieuze bio-award. Dus ook dit jaar wordt er een biobedrijf of bio-organisatie in de bloemetjes gezet.

De professionele jury, met vertegenwoordigers van de beroepsorganisaties en BioForum, selecteerde vijf genomineerden die vorig jaar een extra stimulans gaven aan de biosector. Wie de Bio-award uiteindelijk wint? Daar beslist het publiek over. Surf naar de bioweek-website en breng je stem uit voor de genomineerde die volgens jou 'bio' het beste in de kijker heeft gezet of vooruit heeft geholpen. Wie stemt, kan een weekendverblijf op een bioboerderij winnen!

www.bioweek.be - Leer bio kennen - Doe de bioweek : 3-11 juni 2006

bron: bioforum.be, 25/05/2006

Biowijn

Biowijn onderscheidt zich misschien niet langer negatief, maar is er ondertussen ook sprake van een positief verschil?

Proeven dan maar. Dus proeven we ons door vier gecertificeerde, uit de vier windstreken



afkomstige rode biowijnen uit het gamma van pleitbezorger Biotiek:

* Pircas Negras, Malbec 2005 Famatina Valley (Argentinië, 7,08 euro) Hoe pro malbec we ook zijn, dit is een tegenvaller. Reeds bruin geworden rand, boeket van overrijpe pruimencompote, cacaopoeder en tapenade, maar in de mond zurig en fruitarm.

* Domaine Le Mas Des Clots, Côtes du Roussillon-Villages 2004 (Frankrijk, 8,45 euro) Ongefilterde cuvée van 1/3 syrah, grenache en carignan, zeven maanden eik gelagerd. Donkerrobynrood, fonkelend tranerig. Fantastische neus met impressies van nougat, abrikozenmarmelade en Chokotoffs. Lekker in de mond met nectarines, rode bessen en chocoladegebak, zijdeachtig. Aangenaam in zijn eenvoud.

* Bon Cap, Pinotage 2004, Eilandia Robertson Area (Zuid-Afrika, 11,07 euro) Een met medailles gelauwerde wijn, maar terecht, want een klasbak. Medium intens, fonkelend robijnrood. Zwarte bessen en een fijne fumé eiktoets aan de neus, maar vooral lekkere blauwe pruimen en rode bosbessen in de mond, jammy en fluwelig qua textuur, met een lichte lederfinale. Sappige pinotage in zijdeverpakking.

* Valdifalco, Morellino Di Scansano 2003 (Italië, 12,09 euro) In deze mix verdwenen 87% sangiovese, met steun van cabernet sauvignon en syrah, die collectief twaalf maanden op eik konden rijpen. Het resultaat is een gekonfijt geurende wijn met impressies van cacao, kaneel, nootmuskaat en zwarte olijven, in de mond gevolgd door zwarte vruchten en blauwe pruimen - de syrah is duidelijk de baas -, enorm mondvullend. Fumé finale. Geval apart, maar temperament zat.

Net nu biologisch verantwoorde wijnbouw zijn geitenwollensokkenimago kwijt is en ook in onze glazen aanvaard wordt, dropte een Zweedse bodemwetenschapper weer een bom in het milieu: organische wijnbouw is geen haar beter dan conventionele landbouw, zo orakelt hij. Wie moeten wij wijnliefhebbers nu in 's hemelsnaam geloven?

boe of bravo?

Tot de jaren '90 was biologische wijn inderdaad vaak om te huilen. Commercieel veroordeeld tot een obscuur leven in biowinkels en in het glas vaak een pure foltering voor de kritische wijndrinker: fruitarmoe troef, rare bijgeurtjes, zurige structuur, noem maar op. Die fase is nu voorbij. Wijntechnisch gezien werden er ook in biokringen enorme sprongen voorwaarts gemaakt, de certificatie- en controleprocedures werden waterdicht(er) en qua boeket of smaak valt dit wijntype nog maar zelden door de mand. Integendeel: bijna 10% van de ruim 2.400 inzendingen voor mijn jaarlijkse wijnkooggids is volbloed biodynamisch/organisch, terwijl nog eens 10 à 15% een luttel raisonné bedrijft, zeg maar een mengvorm van conventionele en alternatieve wijnteelt, met een minimale inzet van chemische hulpmiddelen, insecticiden of kunstmest.

Biowijn onderscheidt zich misschien niet langer negatief, maar is er ondertussen ook sprake van een positief verschil, met andere woorden: wat is de toegevoegde waarde van biowijn? En daar komt dr. Holger Kirchmann op de proppen, de bodemspecialist die zopas op een internationale conferentie in Brisbane gehakt maakte van alle biovriendelijke wijnteelt: "Als we een kritische wetenschappelijke analyse toepassen, schiet organische teelt tekort op het vlak van voedingsbestanddelen in de bodem, bodemvruchtbaarheid of nitraatrecyclage", klinkt het. "Er is ook weinig of geen bewijs dat er een kwaliteitsverschil bestaat - of een positieve impact op de gezondheid - tussen organisch en niet-organisch geteelde producten." Zijn studie toont verder aan dat organische oogsten 25 tot 45% lagere rendementen opleveren. Kortom: over biowijnmakers kan men zeggen: véél geblaat maar weinig wol.

Oude argumenten in nieuwe zakken

Antoon De Paepe, al twintig jaar biowijnpionier in ons land (Biotiek, Zoersel, 03/312.24.38,



www.biotiek.be), begint ons gesprek met een héél diepe zucht: "Vroeger werd ik moedeloos van dit soort kritiek en ergerde ik mij mateloos, maar nu heb ik meer de neiging gewoon mijn schouders op te halen. Aanvallen op bio zijn namelijk al decennialang legio. Altijd weer worden er wetenschappers gevonden die hiertoe bereid zijn. Niet zo abnormaal, want hun onderzoek kost veel geld en daarvoor zijn sponsors nodig, zoals de scheikundige industrie. Wiens brood men eet, diens woord men spreekt. Dr. Holger Kirchmann is daar een mooi voorbeeld van: zijn onzin tart elke verbeelding. Er worden nu dus al wetenschappers gevonden die duizenden tonnen pesticiden in ons milieu goed vinden, het vermijden hiervan waardeloos. In zijn betoog heeft hij het ook over de kwaliteit van de wijnen. Volgens hem is er geen merklijk verschil tussen bio- en conventionele wijn. Maar wat is kwaliteit? Zijn de biologische wijnen inderdaad beter dan de conventionele? Wie zal het zeggen? Wat me vooral verontrust is de stelling van zijn onderzoeksteam dat in de biologische teelt de opbrengst veel lager en dus economisch onverantwoord is. Ik dacht toch dat juist door lagere rendementen de kwaliteit bevorderd wordt? Eén zaak staat voor mij als een paal boven water: in de meeste biowijnen is er nog sprake van onvervalst terroir. Aroma en smaak komen uitsluitend uit de natuur en niet uit allerlei kunstmatige, veelal chemische toevoegingen."

1 miljard bacteriën per 1 gram grond

Maar hoe veeg je dan het argument "wij weten niet wat een gezonde grond is" van tafel? Biowijnbouwers claimen nochtans dat zij de wijsheid in pacht hebben.

"Als een bioloog het niet weet, wie dan wel? De enige oplossing die dr. Kirchmann ziet om de grond te verbeteren is het aanvoeren van massa's compost en het minder bewerken van de grond. Onmogelijk in de biologische teelt, zegt hij, omdat ze geen herbiciden gebruiken. Dan breekt mijn klomp. Dit is de wereld op zijn kop zetten. Bij biowijnbouw staat de natuur centraal, want de bodem waarop de wijnstokken groeien, die leeft. In zijn boek *Le sol, la terre, les champs* concludeert Claude Bourguignon terecht: 'Eén gram grond bevat één miljard bacteriën! Met chemische producten worden die vernietigd. Culturen die niet gericht zijn op productiviteit verhogen de expressie van het terroir en dat vindt men terug bij het proeven van de wijnen.' In de biologische en biodynamische wijncultuur maakt men hiervan maximaal gebruik. Er wordt gestreefd naar een interactie tussen de elementen grond, water, lucht, flora en fauna. Het ultieme doel is niet om de 'vijanden' van de wingerd te bestrijden, maar om evenwicht te creëren en de weerstand van de plant te verhogen. Het natuurlijke leven in de grond wordt aangepord. Een goede wortelvorming is het resultaat. Slechts om de vier à vijf jaar worden compost en wat dierlijke meststof onder de grond gemengd, zodat het bacteriologische leven optimaal wordt gehouden."

Wat is dan uiteindelijk de kern van de biowijnbouw?

"Essentieel in de biologische teelt is preventie. Behoudens extreme klimatologische omstandigheden blijkt het merendeel van de problemen een gevolg van een verkeerde aanpak, o.m. een foute grondbewerking, een snoeiwijze die niet aangepast is aan de staat van de wingerd, een te laat aanbrengen van het paalwerk, een verkeerde controle van de begroeiing, het te vroeg of te laat aanaarden enz. Het is inderdaad veel gemakkelijker zijn toevlucht te nemen tot de teeltwijze van de conventionele wijnbouwers. Hier is dat evenwicht niet nodig. Voor alles zijn chemische en andere middeltjes ter beschikking, zowel voor onkruidbestrijding en ziektes tijdens de teelt als voor bijsturing van de kwaliteit bij de vinificatie. Waarom zich dan zorgen maken en waarom als wijnmaker nog enig risico nemen?"

bron: De Morgen, 20/05/2006

Ecover ook in Carrefour en Super GB

Na de natuurwinkels, Colruyt, Di en een reeks Delhaizeverkooppunten is Ecover nu ook verkrijgbaar in Carrefour en Super GB. „Dit betekent voor ons een echte doorbraak", aldus Michaël



Bremans, gedelegeerd bestuurder van Ecover.

Via het partnership met Natuurpunt wil Ecover een breder draagvlak creëren voor natuur en de mensen aansporen er meer bewust van te genieten.

Het ecologisch bedrijf heeft haar marktgroei verder bestendigd en kende een omzetgroei van 26 procent. De expansie in het buitenland wordt ook verder gezet: de omzetgroei in Frankrijk, de Verenigde Staten, het Verenigd Koninkrijk, Duitsland en de Benelux bedroeg in 2005 respectievelijk 72 procent, 11 procent, 30 procent, 32 procent en 17 procent.

In het eerste kwartaal van 2006 heeft Ecover een omzetgroei van 28 procent gerealiseerd in de benelux. Ecover verwacht voor 2006 een geconsolideerde omzet van 50,8 miljoen euro. Dat is een stijging van 17,7 procent ten opzichte van 2005. De ecologische onderneming trekt dit jaar 11,3 miljoen euro uit voor zijn investeringsplannen, waarvan het grootste deel is bestemd voor de nieuwe fabriek in Boulogne-sur-Mer.

bron: De Standaard, 17/05/2006

"Water is hét probleem"

De Hogen Akker, het Oedelemse biobedrijf van Rolle De Bruyne, is tot ver buiten de Groot-Beernemse grenzen bekend. Regelmatig brengen mensen uit ontwikkelingslanden een bezoek aan De Hogen Akker. Deze keer was het de beurt aan Paul Sagna uit Senegal. Als coördinator van kleine ontwikkelingsinitiatieven in zijn eigen streek houdt Paul een vinger aan de pols in België.

We ontmoeten Rolle De Bruyne, terwijl hij samen met Paul Sagna gewassen sorteert. "Paul is een boer uit de Casamance, het zuiden van Senegal", stelt Rolle zijn gast voor. "Hij is hier op uitnodiging van zijn Belgische partners en ondersteuners, die intussen ook vrienden geworden zijn. Vorig jaar nog kreeg onze organisatie SOIL van de gemeente Beernem, via de Gemeentelijke Raad voor Ontwikkelingssamenwerking (GROS), een dotatie in het kader van de steun aan plaatselijke initiatieven voor ontwikkelingssamenwerking. We vonden het dan ook een unieke gelegenheid om Paul Sagna voor te stellen aan burgemeester Walter Van Parijs en het schepencollege."

Scholen

Volgens Paul Sagna heeft het dorp Mahamouda vooral nood aan een waterput. "Voldoende groot voor de twee scholen die we zelf gebouwd hebben, én voor de gemeenschap die er rond woont", aldus de Senegalees. "De regen viel vroeger nog zes maanden, nu nog amper drie... Vroeger dienden we slechts vijf meter diep te gaan om drinkbaar water te vinden, nu graven we al zeventien meter diep. Zelf bewerk ik zes hectare grond, maar alles wordt manueel gedaan. Er zijn geen machines... Wat we doen, dient gewoon om te overleven. Hier is er een overproductie, bij ons is en blijft alles heel schaars. Het doel van mijn komst is evalueren wat we hebben en ons afvragen wat we in de toekomst nog kunnen doen..."

Sahel

Het project van SOIL situeert zich in Guelakh, een dorp in het noorden van Senegal, nabij Saint-Louis. De bevolking - de etnische groep Peulh - bestaat uit 2.000 inwoners, die in een straal van 25 km verspreid zijn. Door de droogte in de Sahel heeft deze bevolkingsgroep 80 % van haar kudde verloren; het nomadenbestaan hebben ze noodgedwongen moeten opgegeven. "Via het opnieuw opbouwen van de veestapel trachten we de economie van het dorp nieuw leven in te blazen. Het bouwen van waterputten en spaarbekkens, met de knowhow en financiële steun van het noorden, vormde hiertoe de aanzet. Zij hebben uitwisselingen gerealiseerd met een geitenboerderij in het



Limburgse Alken, het biologisch landbouwbedrijf 't Ranke Riet in Reninge en ons biologisch tuinbouwbedrijf in Oedelem", besluit Rolle De Bruyne.

bron: Krant van West-Vlaanderen, 26/05/2006

Uw bioagenda deze maand

WEKELIJKSE BIOMARKTEN

Doorlopend

- zondag, 8.30-12u: **Heist-op-den-Berg**, parking van de Krinkel, Noordstraat 25. Vanaf februari is er terug een ruim aanbod van bio-plantgoed en plantaardappelen.
- woensdag, 9-14u: **Brussel**, het Muntplein.
- vrijdag, 8-13u: **Gent**, Groentenmarkt.
- 1e zondag van de maand, 10-16u: **Antwerpen, Falconplein**.
- 1e vrijdag van de maand, 15-19u: **Antwerpen**, Dageraadplaats.
- vanaf april: 2e vrijdag van de maand, 15-19u: **Mortsel**, bij het stadhuis.
- 3e vrijdag van de maand, 15-19u: **Zwijndrecht**, sportcomplex Fortbaan.

Voor meer agendapunten: www.biotheek.be! Voor de **bioweek**-kalender (van 2 tot 11 juni) kijk je op www.bioweek.be!

MET BELGERINKEL NAAR DE WINKEL

van zaterdag 6 mei 2006 - tot zaterdag 24 juni 2006

- Wat: Met Belgerinkel naar de Winkel is een lokale mobiliteitscampagne van Bond Beter Leefmilieu en Unizo die het woon-winkelverkeer per fiets stimuleert. Tijdens deze twee maanden durende campagne krijgen klanten stempels op een spaarkaart, iedere keer ze met de fiets hun inkopen doen in een deelnemende winkel. De volle spaarkaarten worden ingediend en geven na afloop van de campagne kans op een prachtige prijs.
- Tijdens de Bioweek (van 3 tot en met 11 juni) mogen alle deelnemende biospeciaalzaken dubbele stempels geven op de spaarkaart. Over deze actie verschijnt een artikel in de campagnekrant van Bond Beter Leefmilieu en in het magazine van de Bioweek ... houd het in de gaten!
- Meer info: www.belgerinkel.be

BIOWEEK!

van zaterdag 3 juni 2006 - tot zondag 11 juni 2006

- Wat: Leer bio kennen!
- Meer info: www.bioweek.be

LAS NINAS BIOPARTY

vrijdag 9 juni 2006

- Wat: Las Ninas Bioparty! Na 8 succesvolle edities krijgen de bioparties een vrouwelijk tintje: Los Ninos wordt Las Ninas! Ontdek 'chicks and drags hit the decks'.
- Waar: Café capital stadspark Antwerpen
- Tijd: vanaf 22u
- Meer info: www.bioparty.be of www.lasninas.be

BIO- EN STREEKPRODUCTENMARKT

zondag 11 juni 2006

- Plaats: Provinciedomein van Huizingen, Torleylaan 100, 1654 Huizingen
- Tijd: 10-18u
- Meer info: Bruno Eylenbosch, tel: 02/3830020



OPENDEURDAG NATUURRESERVAAT BOURGOYEN-OSSEMEERSEN

zondag 18 juni 2006

- Plaats: stad Gent organiseert hier, in samenwerking met Velt Gent, een infostand over ecologisch tuinieren. Verder is er ook een workshop waarbij minimoestuintjes in potten aangelegd worden en een tuinentoer langs 2 stadstuinen.
- Tijd: 13-18u
- Meer info: Gentinfo, tel: 09/2101010, gentinfo@gent.be of www.gent.be/leefweek (vanaf 21/4)

BIOMARKT IN WOMMELGEM

vrijdag 23 juni 2006

- Plaats: Kerkplein, Wommelgem
- Tijd: 15-19u



- INTERNATIONAAL

EU – Logo voor biologisch

Biologische producten uit de EU moeten met een logo als zodanig herkenbaar zijn. Minister Veerman wil de EU-normen voor biologische teelt harmoniseren. Het is alleen nog niet duidelijk of daar wel of geen gentech in mag zitten.

Deze week zijn de 25 landbouwministers van de EU-lidstaten in Brussel bijeen om zich (vooral) met het biologische domein bezig te houden. De Europese Commissie vindt dat de consument met één oogopslag moet kunnen zien of een voedingsproduct “gewoon” of “biologisch” is en wil een speciaal logo invoeren. Minister Veerman van Landbouw steunt dat voorstel en wil best nog verder gaan: hij vindt dat de consument ook mag weten hoe diervriendelijk een product tot stand is gekomen.

Hij is gecharmeerd van een voorstel van SP-kamerlid Krista van Velzen om te etiketteren naar Oostenrijks model. Daar wordt bij dierlijke producten met een cijfer aangegeven wat de levenskwaliteit van een producerend dier is geweest. De minister heeft de kamer toegezegd met een voorstel te komen, maar zal dierenwelzijn nog niet in de Europese discussie betrekken.

Die zal deze week voornamelijk gaan over hoe zuiver op de graat biologisch moet zijn. Niet echt, vindt de Europese Commissie, want die heeft tot woede van biologische boeren een voorstel gelanceerd om ook producten waarin tot 0.9% genetisch gemanipuleerde organismen zijn verwerkt biologisch te noemen.

Minister Veerman en de Europese Commissie bepleiten al langer het toestaan van genetische vervuiling van natuurvoeding. Zij vinden de nuloptie –geen enkel transgeen organisme in biologisch- onwerkbaar is en de verkoop belemmert. Daarmee wordt erkend dat vervuiling van gewone teelt met gentech tenslotte onvermijdbaar zal zijn.

De meeste Europese landen hebben zich daar inmiddels bij neergelegd, maar intern voeren zij zware strijd over de grenswaarde. Diverse landen eisen onder leiding van Griekenland en Oostenrijk een veel lager percentage dan 0.9% zonder dat dat specifiek op de verpakking vermeld hoeft te worden. Die regeling gaat overigens niet op voor veevoer, vlees en zuivelproducten, zelfs niet als er “biologisch” op staat. Wordt vervolgd dus.

Bron: www.llink.nl, 23/05/2006

NL - Biologische merkproducenten geven 9 fietsen weg

Stichting BioMerk is een samenwerkingsverband tussen 9 biologische merkproducenten. Door samenwerking op het gebied van promotie willen deze 9 merkproducenten de groei van de biologische speciaalzaak stimuleren. Tot en met 1 september worden aan kopers van bepaalde producten in totaal 9 fietsen weggegeven.

Op 27 topproducten van 9 klassieke biologische merken in alle natuurvoedingswinkels treft men een stickerboekje aan met een unieke inlogcode. Log met de code in op de website 9xbio.nl, beantwoord alle vragen goed en het lotnummer wordt geactiveerd voor de loterijtrekking.

Indien een vraag niet goed wordt beantwoordt, krijgt een deelnemer 1 herkansing. Weer fout? Dan dingt men nog wel mee naar 1 van de 9 goed gevulde Gazelle fietstassen. En iedereen die speelt,



wint een voucher voor 9% korting op fraaie Gazelle fietsaccessoires.

De 9 deelnemende bedrijven zijn Piramide kruiden, Bonvita tussendoortjes, Corn Candies snoep, De Halm graanvlokken en muesli's, Simon Lévelt koffie en thee, Joannusmolen instant ontbijtproducten en babyvoeding, de Traay honing, Horizon Natuurvoeding notenpasta's en Yarah Bio huisdiervoeding.

9xbio.nl, mei 2006

Bron: www.agriholland.nl, 26/05/2006

NL - Verlagen bio-prijzen levert nog geen extra omzet op

Een lagere prijs alleen is niet genoeg om consumenten meer biologische producten te laten kopen. Dat constateren ondernemers en filiaalmanagers die betrokken zijn bij het grootschalige experiment van het ministerie van LNV dat drie weken geleden gestart is, waarbij in 42 supermarkten in tien gemeenten de prijzen van biologische producten verlaagd werden. Per gemeente hanteren de supermarkten voor tien producten een bepaald kortingspercentage, dat varieert van 5 tot 40%.

Volgens de supermarktondernemers zit 'biologisch' vooral tussen de oren, en blijven veel consumenten gewoon hun vertrouwde merken kiezen omdat ze denken dat biologisch duur is. Alleen in vers zijn wat lichte omzetsijgingen te meten, maar pas bij kortingspercentages van 25 tot 30%.

Sinds de afgelopen week de kortingspercentages niet meer op de schappen vermeld worden, maar pas aan de kassa afgerekend worden, zakken de verkopen wat in. De attentiewaarde is voor veel klanten blijkbaar te laag.

Bron: Distrifood, geknipt uit www.agriholland.nl, 29/05/2006

NL - Nederlandse keten start met diervriendelijk label

De Nederlandse supermarktketen Jumbo start in 11 van zijn 75 vestigingen met de verkoop van niet-biologisch, maar diervriendelijk gekweekt varkensvlees. Het vlees wordt verkocht onder de naam Jumbo Bewust en krijgt de steun van de Nederlandse Dierenbescherming. Met dit proefproject wil Jumbo het gat vullen tussen de kleine biologische markt en de grote gangbare markt. Het vlees zal zo'n 15 tot 20 procent meer kosten dan 'gangbaar' vlees.

Het varkensvlees is vooralsnog afkomstig van één varkenshouderij uit Ulestraten. Varkenshouder Raymond Cobben is er overgeschakeld op het Canadian Bedding-systeem. Dat is gebaseerd op stallen met meer ruimte per varken dan in de gangbare varkenshouderij. Bovendien ligt er zaagsel op de vloer. "De dieren kunnen wroeten en liggen comfortabeler", legt Cobben uit. "Het is ook milieuvriendelijker, want de ammoniakemissie is bij dit stalsysteem lager".

Cobben investeerde zo'n 150.000 euro in zijn varkensstal met voedercomputer en ventilatie. "Eindelijk worden mijn inspanningen beloond", zegt hij, nu het vlees van zijn bedrijf met toegevoegde waarde in de winkel ligt. De varkenshouder wil niet zeggen hoeveel geld hij extra ontvangt per kilo. "Het is meer dan enkele centen, maar ik heb dan ook gevochten om er een meerprijs voor te krijgen. Ik heb er ook meer werk aan".

De Dierenbescherming is vanaf het begin betrokken bij het project. Op de verpakking van het vlees komt het logo van de organisatie te staan. "Dit wil niet zeggen dat wij de biologische veehouderij laten vallen", zegt woordvoerder Niels Dorland. "Maar wij verwachten van dit soort verbeteringen in de gangbare veehouderij meer dan van blijven hameren op biologische producten bij de consument". De Dierenbescherming is vooral blij met de welzijnsinstaat die Jumbo Bewust oplevert.



"Nu is het aan de consument om het waar te maken", luidt het bij de organisatie.

Bron: vilt.be, 19/05/2006

NL - ASG zaait mengteelten met maïs en biologische maïsrasen

Op Praktijkcentrum Aver Heino is door Animal Sciences Group (ASG), Praktijkonderzoek Plant & Omgeving (PPO) en een aantal zaadveredelaars een tweetal demovelden aangelegd. De eerste betreft een veld met verschillende mengteelten, waarbij maïs het hoofdgewas vormt. De tweede demo is een veld met verschillende biologische, landschapvriendelijke maïsrasen.

Mengteelten

De gekozen maïsrasen zijn kort en zeer vroeg rijp. Na 2008 moet binnen de biologische veehouderij het voer 100% van biologische oorsprong zijn. De eiwitvoorziening is hierbij een belangrijk knelpunt. Met mengteelten wordt getracht het eiwitgehalte van het voer te verhogen. Gezaaide mengsels zijn onder andere: maïs/ veldbonen, maïs/ erwten en maïs/ soja. Ook zijn er enkele uitstoelingsrasen en high oil maïsrasen gezaaid. Daarnaast worden enkele zeer vroege rassen gezaaid met onderzaai en nateelt van gras/klaver.

Biologische maïsrasen

De landschapsmaïs heeft een plantlengte van maximaal 1.70 - 1.80 meter. Het heeft een kort groeiseizoen en de kwaliteit is landbouwkundig gezien ook interessant. Van deze rassen zal de opbrengst en de kwaliteit worden bepaald. In september wordt er een demodag georganiseerd voor belangstellenden.

Bron: Agriholland.nl, 24/05/2006

NL - PPO: aardappelmoeheid prima biologisch te bestrijden

Biologische grondontsmetting kan een prima alternatief zijn voor de bestrijding van aardappelmoeheid in de grond, stelt Praktijkonderzoek Plant & Omgeving (PPO). In een praktijkproef, uitgevoerd door een teler op een besmet perceel bestaand uit kleigrond met 20% lutum, bleek dat 95% van de aaltjes werd gedood.

Het perceel werd ingezaaid met suikerbieten. In augustus werd het gedeelte van het perceel dat besmet was met aardappelcystenaaltjes behandeld door het suikerbietengewas te hakselen en door de grond te werken. In totaal bedroeg de verse massa aan blad 52 ton en aan biet 54 ton per hectare.

Door folie over het perceel te trekken werd de grond luchtdicht afgesloten. Ongeveer 10 weken later werd de folie van het perceel afgehaald zodat de overige bieten die er nog stonden gerooid konden worden. Uiteindelijk bleek uit proeven dat 95% van de aaltjes werd gedood, doordat er geen zuurstof meer in de grond zat en er giftige stoffen vrijkwamen door het vergistingsproces in de bodem.

Bron: Boerderij, geknipt uit Agriholland.nl, 24/05/2006

Toekomst per kilo: grootschalige campagne ten bate van duurzame ontwikkelings- en sociale projecten in Zuid-Afrika en Uruguay

Deze week start de internationale Stichting Nature & More in nauwe samenwerking met partner EOSTA een grootschalige campagne voor biologische citrusvruchten in de Duitstalige markten. Met de verkoop van biologisch geteelde, overzeese citrusvruchten worden sociale projecten bij de



producenten in ontwikkelingslanden gesteund. Per kilo verkochte sinaasappels, citroenen en grapefruits gaat een eurocent naar deze projecten.

Met de actie wordt een zevental projecten ondersteund, waaronder een opleidingscentrum, scholingsprojecten en medewerkerswoningen in Zuid-Afrika en het bottelen van biologisch geproduceerde sinaasappelsap voor thuisloze kinderen in Uruguay.

Flyers bij de citrusproducten brengen de actie onder de aandacht van de consument. Elk project heeft een eigen flyer en is gekoppeld aan bijbehorende producten met een unieke Nature & More productcode. Deze 3- tot 4-cijferige code geeft geïnteresseerden op de website www.natureandmore.com toegang tot de betreffende producent met gedetailleerde informatie over gezondheids-, ecologische en sociale aspecten.

Handelsbedrijf EOSTA is initiator van het unieke Trace & Tell systeem Nature & More en daarom nauw betrokken bij de campagne van de Stichting Nature & More. Sinds 1990 heeft EOSTA zich ontwikkeld tot toonaangevend ketenregisseur in biologische groenten en fruit. De organisatie brengt haar maatschappelijke verantwoordelijkheid in praktijk door wereldwijd toegepaste teeltbegeleiding, sociale ontwikkeling, handelsfinancieringen, innovaties op het gebied van verpakkingen, een gegarandeerde afzet en een Europa-wijd klantennetwerk. "Deze campagne sluit uitstekend aan op onze missie where ecology meets economy", aldus Volkert Engelsman, directeur van Eosta, "Want via de Nature & More-productcode brengen wij de consument in contact met de producent achter het gekochte product".

De actie met biologische citrusvruchten loopt van mei tot aan de herfst 2006. Daarna is het doel om ook Nature & More-acties in andere Europese landen op te zetten.

Voor meer informatie kunt u contact opnemen met:

EOSTA BV, Volkert Engelsman, Tel. +31 (0)180 635500, www.eosta.com, www.natureandmore.com

Bron: persbericht EOSTA, 23/05/2006

FR – Danone prévoit de se lancer dans le bio

Danone, le géant français de l'alimentaire, est prêt à mettre sur le marché européen un nouveau assortiment de yaourts bio. Foodanddringeurope.com nous indique qu'on ne connaît encore ni le nom de la nouvelle marque ni le plan de mise en vente. On sait seulement que Stonefield Farm au New Hampshire/USA doit produire à l'avenir pour le marché européen. Danone prévoit d'investir dans cette exploitation 51,9 millions d'Euros pour développer les capacités de production pour le nouveau marché. Depuis deux ans, Danone contrôle à 80 % la Stonefield Farm. Celle-ci est désormais le 3e fabricant de yaourts aux USA.

En savoir davantage

<http://www.franceagroalimentaire.com/fr/Informez_vous/actus_detail.php?idfil=3&id_info=4076>

Bron: De sol à la table, 05/2006

FrR/ESP – Troisième édition de Bioterra à Irun

Pour la troisième année consécutive, les exposants ont confirmé par leur présence la consolidation de Bioterra comme Foire Ecologique de référence dans la zone Nord de l'Espagne et Sud Ouest de France. Il y aura 100 exposants au total représentés à Bioterra sur plus de 950 mètres d'exposition,



ce qui représente un accroissement de 10% et de 12% respectivement, par rapport à 2005. La Foire se tiendra du 26 au 28 mai à Ficoba, le Parc des Expositions du Gipuzkoa, et la Ministre de l'Environnement et de l'Aménagement du Territoire du Gouvernement Basque, Mme Esther Larrañaga, sera chargée de présider l'acte d'inauguration, qui aura lieu vendredi le 26 mai à 12.30 heures.

<http://bioterra.ficoba.org> <<http://bioterra.ficoba.org>>

Bron: De sol à la table, 05/2006

D – Les services municipaux soutiennent les paysans bio

Les services municipaux de Munich, qui fournissent l'eau potable à des millions de foyers, vont désormais faire de la réclame pour les produits des paysans bio : les services munichois veulent fonder une société de commercialisation, en association avec la ville de Miesbach et 3 autres communes. Cette société devra favoriser la vente de fruits et de légumes bio. Les produits bio viennent des vallées de la Mangfall et la Schlierach où les services municipaux de Munich se fournissent en eau potable.

Il y a 15 ans, des substances toxiques dans l'eau potable causaient de graves soucis à la ville de Munich. Le nettoyage de l'eau devenait de plus en plus compliqué, l'eau avait de plus en plus mauvais goût. Aussi, les services municipaux se sont mis à fournir une aide financière aux paysans qui se convertissent à l'agriculture bio et renoncent aux produits chimiques et aux pesticides. Depuis, Munich a une eau potable excellente. Et ses services municipaux font des économies : le financement actuel des paysans bio coûtent moins que l'assainissement de l'eau polluée dans le passé.

Bron: De sol à la table, 05/2006

IT – Le consortium garanzia AIAB se presente

Il est né – le consortium garanzia Aiab, l'Association Italienne d'Agriculture Biologique. Il réunit plus de 200 entreprises dans 15 régions italiennes. Leur point commun : les méthodes de production bio et la certification de l'Aiab. Cette certification répond aux critères plus restrictifs du Règlement Communautaire 2002 sur la production bio. Le Consortium réalise un chiffre d'affaires de plus de 30 millions d'Euros. Il fournit à ses membres les moyens de promouvoir et de valoriser leurs produits sur tous les marchés, aussi bien en Italie qu'à l'étranger, en réduisant à un minimum le nombre d'intermédiaires et en offrant une plate-forme collective d'action à Vérone. Même si le Consortium a déjà prouvé son pouvoir en ce qui concerne les produits à la consommation, Ignazio Cirronis, le président du Consortium Garanzia Aiab, déclare que " la stratégie la meilleure, c'est la distribution directe des produits ". Il faut coordonner les actions publiques et les organisations de produits bio. Le marché se dirige vers une réduction des aides financières pour les exploitations bio. Selon Andrea Ferrante, président de l'Aiab, le Consortium est " la plus grande expérience organisée des produits bio italiens ". (source : Bolletino Bio)

Bron: De sol à la table, 05/2006

UK - Stakeholders search for ways to drive up organic self-sufficiency

How to drive domestic organic produce sourcing in the UK up to at least conventional product levels and how to displace organic imports? Those were the two big questions on the lips of industry representatives gathered in London recently for the final stakeholder meeting of a Defra-sponsored research project to deliver solutions on achieving the organic action plan target for UK



organic production.

The headline aim of the action plan is to achieve an average 70% UK self-sufficiency across the board in temperate organic food. Baseline data from the British Retail Consortium for this study showed in 2004 that we only achieved 37% UK self sufficiency in organic beef (compared to 88% in conventional beef) and in potatoes 58% self sufficiency for organic supplies (compared to 91% for conventional potatoes).

Project leader Christopher Stopes of EcoS Consultancy says the figures show there's great scope for home producers to boost their take of the thriving UK organic consumer market. He reports all industry players at the meeting as supportive of the project aims — the challenge is to get the food supply chain all pulling together.

Lawrence Woodward of project partner Elm Farm Research Centre agrees, pointing out that the UK is Europe's fastest growing organic market. "The problem we have to solve is not just one of how to boost domestic production as a percentage of overall consumption it's also about producers trying to keep up with the rapid pace of growth in consumption."

In overseas intelligence gathering visits for the project, varying levels of organic equivalence have been encountered. Tim Finney of Eastbrook Farm has been studying beef and pig producers exporting to the UK. He says he'd be happy to be an Argentinian beef animal (extensively grass reared) but has grave reservations about the Dutch model of organic pig production.

Roger Hitchings of the Organic Advisory Service has gathered data on Israeli organic new potato production in the deserts of Israel. He was impressed with inspections and policing but not so impressed with imported soil fertility, including feather meal from the UK, and the sustainability of irrigation water sources.

The full report will be published later this year. It's likely to present Defra and the whole industry with real challenges on such issues as enhanced organic conversion assistance and retailer/consumer engagement with "UK first" organic sourcing. They may be helped in that matter by increasing awareness and concern on sustainability issues and food miles attached to imported organic food from the likes of South America or even the Middle East.

Richard Sanders (Richard Sanders is senior policy researcher at Elm Farm Research Centre).

Bron: www.naturalproductsonline.co.uk, 26/05/2006

UK - Healthy start

With children's health under close scrutiny from both the media and campaigners more and more consumers are checking out natural and organic food alternatives to big brand baby and children's foods, writes Sarah Merson

The health of our children is under the spotlight as never before. From rising infant obesity levels and the thorny issue of additives and pesticides used in children's commercial food products, to the promotion and advertising of junk food for children, the media is awash with concerns over our children's health and wellbeing.

As a result more parents have higher expectations for natural, quality babies and children's food products than ever before.

According to a recent Mintel report (Baby Food, Drinks and Milk — November 2005) 56% of the



mothers surveyed prepare their own baby food. Despite this, the report shows clearly that manufactured organic baby foods are continuing to record healthy sales growth.

So, what is driving this market? Well, convenience it seems is the deciding factor. Evidence of more light or occasional usage (2-3 times a week or less) suggests that intermittent usage of prepared baby food is becoming a common pattern among concerned parents who still need a level of convenience.

This trend is helping to drive further growth in sales of organic baby food — which is already worth in excess of £50 million (SA Food and Farming Report 2005).

Whilst many smaller companies continue to join the market pushing up quality and choice, HiPP Organic continues to dominate the jarred baby meals market. The company puts this down to the taste of its products — and its very substantial range. “With over 100 recipes in the range, HiPP have something for every palette and every age from 4 to over 15 months. We also use the highest quality ingredients, and in recognition of this our products have picked up many awards,” says Samantha Mort, communications manager.

The market for organic finger foods, meanwhile, is valued at £22.4 million, having seen sales more than double since 2000. Baby Organix continues to be the leader within this sector. “Organix products stand out from the crowd because all of our recipe development is led by parents. We hold regular parent panels to ask them what they would like to feed their children, then we go away and work on it until it is exactly what they want. We also offer the 'No Junk Promise' to parents so they can relax when using our foods, and know that there are absolutely no hidden nasties”, says Jodie Welton, deputy marketing manager.

Customer Profile

According to Mintel, consumers most likely to be heavy users of prepared baby foods include younger C2 parents aged 15-24. It's thought that inexperienced mums within this age group, turn to the experts, seeking the reassurance provided by well-known brands, as well as nutritional and recipe know-how. The most valuable new users however, are slightly older AB parents who supplement their home-made baby food with prepared baby food. This group is most likely to be won over by innovative and high quality recipes, and perhaps availability of organic ranges.

Children's Foods

Despite the fact that the organic children's prepared food market has taken longer to get going than the organic baby's food market, certain areas are now flourishing.

The market for children's snacks for example, has done well against a backdrop of falling sales in the adult crisps and snack sector. According to a Mintel report (Snacks — UK — July 2005), whilst market saturation and the trend for healthy eating have taken their toll on adult crisps and snacks, value sales in the children's market have grown to an estimated £480 million in 2005. This represents a rise of 28% between 2000 and 2005.

And, whilst more children are snacking, the main trend for new product development in this area, in 2004 and 2005, has been the reduction of fat, salt and sugar content. Leading children's snack brand, Organix Goodies keep the levels of saturated fat very low by aiming to use only good quality ingredients and baking instead of frying. “And because we use real ingredients such as tomatoes, onions and cheese and herbs instead of 'flavourings' we don't need to add much salt — only very tiny amounts, well below the recommended limits, to complement the taste”, says Jodie Welton.

What's new in baby and children's food



Launched in Sainburys in March this year, Plum Baby is based entirely on organic 'superfoods'. Created by chef and mother of three, Susie Willis, the Plum Baby range uses a variety of 14 different superfoods including blueberries, mangoes, spinach and butternut squash, and wherever possible, Plum Baby uses fair trade ingredients. As well as being ethically responsible, "the primary aim of Plum Baby is to nourish babies, not just fill them up with empty calories", says Susie Willis. And, such is the success of the range so far that two new varieties as well as a toddler range will be launched later in the year.

www.plumbabysuperfoods.co.uk

In April last year, Ulula launched the first one-stop shop, not only for organic but also biodynamic baby food. "Only products, which meet the stringent and far-reaching quality criteria of certified organic, biodynamic farming can carry the 'Demeter' label. Many of the products on our site carry the Demeter label, including best-selling Holle millet baby porridge for example," says owner of Ulula, Ruediger Gaszow. Next on the agenda, ulula.co.uk is planning on introducing a special range of baking products and snacks to cater for the rising number of babies and children with allergies.

The biodynamic Holle range — which includes jars, infant muesli and cereal rice — is also gaining a presence in UK organic food stores as retailers look to stock ranges not found in supermarkets.

www.ulula.co.uk

Specialist muesli producer Alara is continuing to add choice to the organic breakfast cereal category with the launch of their LifeStage Nutrition range in October '05. This exciting first for the cereal fixture offers different dietary properties to suit three distinct demographic groups. Amongst them is 'Growing Years' for children from two years, which joins the Alara range of organic, gluten free and fair trade muesli products already for sale in Tesco, Asda and health food stores nationally. "Growing Years is completely unique in its formula and is the only muesli of its kind to be scientifically formulated to meet the nutritional needs of growing children", says Sam Swaine, pr manager.

www.alara.co.uk

Fresh Daisy has found an innovative way to encourage children to eat more fruit and vegetables, with the launch of Fresh Daisy Organic Smoothie Ice Cream in February '06. "This naturally healthier real dairy, ice-cream is made from 50% pure organic fruit and organic vegetables and 50% real dairy ice-cream, with no artificial colours, flavours or sweeteners. The ice-cream combines the idea of a treat with fruit and vegetables, the ultimate disguise for those unwanted greens which would be left on the side of the plate or thrown on the floor", says Gerrie Hawes, founder of Fresh Daisy. And, this innovative ice-cream is very popular. Since its launch Fresh Daisy has seen a 50% sales increase and anticipate higher sales as they enter the summer season.

www.daisyfoods.com

In March this year, Peter Rabbit Organics launched a mini Chocolate Bar, which is dairy-and sucrose-free. The mini bars were developed in response to popular demand following the launch of the larger 95g Peter Rabbit™ Organics Chocolate bar. Whilst the sharing bars proved popular customers wanted a smaller 'snack' version. "Since its launch the mini chocolate bar has been by far the most popular product in the Peter Rabbit™ Organics range", says Katie Towers, marketing and branding manager.

www.buxtonfoods.com/rabbit

At Mums4, the focus is on everyday foods like yoghurt and cereal, which are often promoted as healthy but can contain high amounts of sugar and salt. Mums4 do a baby and toddler yoghurt, which contains only natural ingredients. The latest addition to the range is a no-added salt or sugar breakfast cereal — in a large krispie style, which is ideal for eating with milk or dry as a snack, and



no-added salt crisps. Mums4 is currently trying to secure supermarket listings for both products.
www.mums4.com

In February this year, Organix launched its 'Reduced Salt Rings' as part of the Goodies children's range and in March it launched two new savoury options for babies in convenient snack bags:- 'Organic Corn Rings (with the taste of real sweetcorn) and 'Organic Crunchy Sticks' (made with real carrots and lightly flavoured with herbs).
www.organix.com

There have been many developments at HiPP Organic over the past year. A brand new 'Stage 4' range has been launched and the Stage 2 range has been revamped to improve recipe formulations and develop new lines. "As a result, the range won recognition from mums by winning the silver award for Best Baby Food at the Mother & Baby Magazine awards 2005", says Samantha Mort, marketing manager. In March 'Hipp-a-bisc' (for babies and toddlers from six months), which is a new breakfast made of wholegrain wheat and containing less than half the sugar of standard wheat-biscuit brands, was launched. In the coming months the company will also be launching a new range of 'Microwave Meal' recipes for toddlers from 10 months. www.hipp.co.uk/shop

Bron: www.naturalproductsonline.co.uk, 26/05/2006

UK - More spot checks likely after TV 'organic scam' exposé

The Soil Association says it will increase the number of spot checks it makes on licensees after TV reporters uncovered an 'organic meat scam' in the west of England.

A recent ITV West Eye View programme revealed that butchers in Gloucestershire, Dorset and Somerset have been selling non-organic meat as organic, or without the correct licence. The most serious case concerned a Soil Association licensee found to be selling meat products without an appropriate licence.

The story was picked up by The Times on May 15. The newspaper reported that Trading Standards was about to launch its own national investigation into what it suspects could be a growing problem of organic meat fraud.

David Pickering, of the Trading Standards Institute, told The Times: "We have believed for some time that there are some strange things taking place in the organic food market. The problem is that when meat is sold unwrapped it is extremely difficult to see any physical differences between organic and conventional meat."

The Soil Association has welcomed the investigation carried out by the ITV West Eye programme and says it plans to step up the number of spot checks it carries out on licensees. It is also considering introducing a 'Roving Inspector' to work alongside Trading Standards Officers.

The Soil Association's policy director, Peter Melchett, said that the incidences of organic fraud were the direct result of the growing popularity of organic food. He also said that direct communication between producer and consumer was vital to maintain the integrity of the sector: "I don't think organic foods will continue to expand without trust. All of us who are selling genuine organic products are the losers here, to say nothing of the concern about consumers being misled."

Last year Trading Standards in the London Borough of Richmond discovered similar breaches of organic standards by a number of local butchers. One trader was fined £6,000 for falsely labelling non-organic meat as organic.



Bron: www.naturalproductsonline.co.uk, 24/05/2006

UK - Britse test onderscheidt echt biologisch vlees van gangbaar

De British Food Standards Agency gaat een nieuwe test invoeren waarmee supermarkten kunnen checken of kip en varkensvlees ten onrechte biologisch wordt genoemd. De test kan nagaan of en hoeveel de dieren met antibiotica zijn behandeld. In biologisch vlees is slechts één antibioticabehandeling per jaar tegen infecties toegestaan, terwijl dat bij standaard vee meermalen mag.

De nieuwe test is ontwikkeld door het overheidslaboratorium Central Science Laboratory. Er kan ook mee worden aangetoond of antibioticum als groeibevorderaar is toegepast.

Bron: Meatnews, geknipt uit Agriholland.nl, 24/05/2006

UK - Scottish Food & Drink Excellence Award 2006

Scottish Food & Drink Excellence Award 2006 goes to Johnson Seafarms, Shetland (Scotland).

Shetland organic cod farmers Johnson Seafarms have won one of the Scottish food industry's top awards for their "No Catch" cod – the world's first truly sustainable white fish. Johnson Seafarms have worked with the Organic Food Federation and the RSPCA on developing organic standards for farmed cod. The fish is kept as natural as possible. The brood stock is first generation wild cod native to Shetland. A combination of low stocking densities, pens situated in strong current flows and feed from sustainable sources ensure the high quality of this fish. The cod has already been popular with many top chefs - leading restaurants in the UK and the USA have now started to sell this fish. As reported by Shetlandmarine.com, the company claimed that to the customers it is very important to enjoy cod, but to avoid further depletion of the rapidly diminishing wild stocks.

http://www.shetlandmarine.com/2006/04%20Aquaculture/farmed_cod_tops_food_awards.htm

Bron: www.organic-market.info, 25/05/2006

IRL - Irish Probe Causes Organic Panic

A three-way investigation is under way following the discovery of pesticide residues in organic produce imported into the Irish Republic.

Four out of 45 samples of organic fruit and vegetables tested by Department of Agriculture inspectors – almost 10 % - had traces of pesticides. The produce included grapefruit, lemon and courgettes from Spain and lettuce from France. According to the Irish inspectors, the levels of contamination found were within the limits permitted for conventional fruit and vegetables, and posed no health risk. But with imports accounting for 70 % of the organic produce eaten in the Republic, local growers were quick to point out that the discovery of any chemical residue could undermine consumer confidence.

The Irish findings have now been passed to the relevant Spanish and French regulatory bodies, as well as to the EU authorities in Brussels. Separate investigations are under way in an effort to establish how the contamination occurred, and whether the production or processing systems were to blame. Ironically, in the Irish tests conventional fruit and vegetables fared much worse than organic, with half of the samples found to contain traces of no fewer than 55 different pesticides.



Bron: www.organic-market.info, 26/05/2006

DK - Nieuwe onderzoeksprojecten biologische landbouw

Het Deense ministerie voor Voeding, Landbouw en Visserij heeft uit de totaal 22,7 miljoen euro van het Deense biologische onderzoeksprogramma FØJO III 9,7 miljoen vrijgemaakt voor zes nieuwe onderzoeksprojecten. De projecten focussen op voedselkwaliteit, aandacht voor het milieu en de omstandigheden voor boeren in de derde wereld.

De zes projecten omvatten:

- Het effect van een bouwplan op productie en milieu: Hierbij wordt onderzocht wat het effect van biologische en traditionele bouwplanen is op de opbrengst en het milieu. Daarbij wordt rekening gehouden met de verschillen in klimaat en bodemgesteldheid.
- Duurzaamheid van de biologische landbouw in de wereldwijde voedingsketen In hoeverre en onder welke condities kan de biologische landbouw de milieuvervuiling op lokaal en globaal niveau beperken en de leefomstandigheden voor boeren in arme landen verbeteren.
- Zaad van hoge kwaliteit Hoe kan de kwaliteit van biologisch zaad voor granen, peulvruchten en witte klaver verbeterd worden?
- Biologisch bouwplan voor de productie van groenten Welk bouwplan voor biologische kool, sla en wortelen heeft de geringste negatieve gevolgen voor het milieu.
- Biologische melk van een hoge kwaliteit Verhogen van de kwaliteit van biologische melk en biologische zuivelproducten waarbij andere veevoeders, verwerkingstechnieken en nieuwe pasteurisatie technieken toegepast worden.
- De stabiliteit van de vraag naar biologische producten Het belang van biologische productie voor de samenleving en de stabiliteit van de consumentenvraag naar biologische producten.

De hoogte en de stabiliteit van de vraag

Onderzoek naar het belang van de biologische landbouw voor de samenleving, waarbij ook de hoogte van de vraag naar biologische voedingsmiddelen en het niveau van de vraag over een langere termijn bekeken worden.

Bron: Deense Ministerie van Landbouw, geknipt uit Agriholland.nl, 22/05/2006

CHN - China gaat bio

Voorlopig krijgen Europeanen vooral onbespoten pompoenen, zonnebloempitten en gedroogde bonen uit China te zien. Maar de Chinese biolandbouw groeit als kool. Peking stimuleert de nichemarkt doelbewust.

China wordt niet meteen geassocieerd met natuurlijke landbouwmethodes. Het land zette de voorbije decennia in op kunstmest en pesticiden om de landbouwopbrengst op te drijven. Het land investeert ook fors in biotechnologie en loopt voorop in het onderzoek naar genetisch gewijzigde gewassen. China heeft met één vijfde van de wereldbevolking maar één zevende van de landbouwgrond op aarde ter beschikking, en moet dus alle zeilen bijzetten om genoeg voedsel te produceren.

Maar toch doet ook de biologische landbouw in China het goed. Voorlopig is het vooral de vraag uit het buitenland die de Chinese biolandbouw laat groeien. China voerde in 2003 voor 111 miljoen euro natuurvoeding uit; het jaar daarop was die hoeveelheid al gestegen tot 156 miljoen euro. Naast Europa voeren ook de VS en Japan Chinese natuurvoeding in.

Ook in China zelf vinden onbespoten groenten en fruit stilaan afnemers. "Begin de jaren negentig



was er in China nagenoeg geen markt voor natuurvoeding", zegt Li Debo, adjunct-directeur van het Onderzoekcentrum voor Biovoeding, een instelling van het Chinese Agentschap voor Natuurbescherming. "Maar nu hebben de grote steden als Peking en Sjanghai al veel biowinkels waar je groenten, thee, rijst, honing en fruit kunt kopen."

De Chinese stedelingen, die steeds meer verdienen en de laatste jaren ook geschokt werden door een reeks van voedselschandalen, vallen voor producten uit verafgelegen gebieden als de 'Grote Noordelijke Wildernis', waar pesticiden en kunstmest nooit hun intrede deden. Een vijfdaagse beurs voor natuurvoeding uit die streek die eerder deze maand in Peking werd gehouden, werd overspoeld door geïnteresseerden. De standhouders verkochten onder meer twintig ton biorijst.

"We profiteren ervan dat we ver verwijderd zijn van de vervuiling en akkers bewerken die zestig jaar lang geen chemische stoffen hebben gezien", zegt Sui Fengfu, de directeur Bureau voor Landbouwontginning van de noordoostelijke provincie Heilongjiang.

De Chinese overheid steunt de biolandbouw. Rond de grote steden zijn proefgebieden afgebakend waar de natuurlijke landbouw alle kansen krijgt. Die initiatieven moeten extra werkgelegenheid scheppen op het verarmde platteland. Volgens Du Xiangge van de Landbouwuniversiteit van Peking past de bevordering van de biolandbouw ook perfect bij de toenemende gevoeligheid van de Chinese beleidsmakers voor milieuproblemen.

China telt al ongeveer 1.400 erkende producenten van biovoeding, die samen twee miljoen hectaren bewerken. Het is wel de vraag hoe sterk die cijfers nog kunnen toenemen. Experts van de Chinese Academie van de Wetenschappen wezen er onlangs op dat China alleen op grote schaal natuurlijk kan gaan boeren als het landbouwareaal nog sterk toeneemt. Dat is ondenkbaar in een land waar de vruchtbare gebieden dichtbevolkt zijn en de snel groeiende industrie ook steeds meer ruimte nodig heeft.

De Chinese biolandbouw kan ook makkelijk ten onder gaan aan zijn eigen succes. Chinese biospinazie die naar Japan werd uitgevoerd en daar sporen van pesticiden bleek te bevatten, heeft al voor een schandaal gezorgd. Importeurs sturen sindsdien hun eigen controleurs naar China.

Bron: www.ipsnews.be, 29/05/2006

US - Booming US organic market hits \$15bn

The US organic sector grew impressively between 2000-05 with total sales topping \$15bn last year, according to a new report from the Hartman Group.

According to the report around three quarters of the US population now buy organic products at least occasionally and 23% of US consumers buy organic on a regular (at least weekly) basis. Organic now commands around 2.5% of total food sales in the US.

Presenting key findings from the report at last week's All Things Organic summit in Chicago, Harvey Hartman noted that organic was "taking over from 'natural' in the US". This was partly due to growing consumer recognition of the USDA organic seal ("while many consumers don't know what it means they feel reassured by it"), but also because consumers had grown wary about the term 'natural', increasingly seeing it as a marketing tool.

In addition to worries over pesticide residues, a key driver of the US organic food market is concern among parents with young families of hormones present in industrially farmed meat and dairy products.



US food multiples, increasingly interested in capturing a bigger share of the organic market, face the same dilemma as their British counterparts: whether to integrate or segregate their organic offer. Hartman said there was no magic answer but highlighted a new development — “sectional integration”, which uses an integrated approach but “pulls out organic lines in some unique way”.

Bron: www.naturalproductsonline.co.uk, 26/05/2006

US – Apres Walmart, voici supervalu qui se met au bio

Depuis quelque temps, les chaînes conventionnelles de supermarchés lancent de plus en plus leurs propres marques bio sur le marché. Les produits coûtent nettement moins que les marques comparables vendues dans les magasins spécialisés : 27 % de moins en moyenne. SuperValu, la 2e chaîne de supermarchés aux USA, introduit actuellement sous le nom Nature's Best une palette de 50 produits bio, parmi lesquels des céréales, des jus, de la compote de pommes et des pâtes. 100 autres produits doivent suivre d'ici fin juin. Le but est d'obtenir une palette de 300 articles bio d'ici la mi 2007. Les prix Natur's Best sont d'environ 10 à 15 % inférieurs à ceux des marques comparables vendues aux USA. Safeway a récemment introduit 150 produits bio et espère atteindre les 300 articles d'ici la fin de l'année prochaine.

Stop & Shop (Ahold NV) a également sorti une gamme bio sous le nom " Nature's Promise ". Sam's Club (Wal-Mart) vend des aliments bio depuis janvier 2006 et élargit sans cesse son assortiment. On pense que le chiffre d'affaires bio devrait atteindre aux USA les 15,5 à 16 milliards de US Dollars. www.post-gazette.com/pg/06125/687551-34.stm <<http://www.post-gazette.com/pg/06125/687551-34.stm>>

Bron: De sol à la table, 05/2006

US - Organic Production at Earthbound Farm, California (USA)

13.5 million servings of organic salads are sent across each week by Earthbound Farm's plant in California. Earthbound is the largest grower and shipper of organic produce in the country, with a huge processing plant in San Juan Bautista, California, and further locations in other states and one in New Zealand. It was founded in 1984 by Drew and Myra Goodman; today 26,000 acres are farmed organically. The products are transported to each of the 50 states and Canada. To help offset the environmental effects of those trucks, the company has planted 400,000 trees to consume the extra carbon monoxide. The owner can tell how much chemical fertilizer – 4,200 tons – and pesticides – 135 tons – their operation keeps out of the environment every year. As Mr. Goodman says, they are competing with Dole, Fresh Express and Sunkist.

But there is also criticism for this kind of production, reports Star-Telegram.com. Michael Pollan, a University of California-Berkeley journalism professor, takes a look at “industrial organic” and remarks that in his opinion organic is not quite what people think at this point. Stores like Safeway and Wal-Mart fill their shelves with organic products, but the consumers will determine what organic will look like in the future. The U.S. Department of Agriculture's green organic seal means an organic certification – but sceptics of large-scale organics say that the original idea to help small farmers is not being followed through this.

<http://www.dfw.com/mld/dfw/living/food/14599485.htm> www.earthboundfarm.com (Fact Sheet)

Bron: www.organic-market.info, 29/05/2006

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