



Biotheek Netknipsels #173 – 13 oktober 2006

In Amerika is de Flavor Spray een van de nieuwste uitvindingen. Met deze smaakspray kun je je favoriete smaken toevoegen aan een gerecht naar keuze. De Amerikanen zijn er wild van, wordt gezegd. Maar voor de Cultural Creative is het een gruwel. De Cultural Creative wil vooral authenticiteit, bevestigde socioloog Paul Ray tijdens het BioForum-congres gisteren. Smaak in een potje is niet echt. Die van verse biologische groenten, fruit en koekjes gelukkig wel.

Hartelijke groet,

Geertje Meire
Medewerkster Communicatie / De Biotheek

In dit nummer:

NATIONAAL

Staatssecretaris Van Weert in het spoor van de Cultural Creative
BioForum vraagt gemeenten aandacht voor biovoeding
Veel kleine inbreuken bij controles op bioproducten
Bioboerderij met sociale tewerkstelling floreert
Uw bioagenda

INTERNATIONAAL

Prestaties biologische landbouw op een rij
NL - Verkoop biologisch stijgt sneller dan totale voedingsmarkt - EKO-Monitor
halfjaarcijfers 2006
NL - 'Biosector moet zich op 'cultural creatives' richten'
NL - Bioboer wil schaarste vooral zelf invullen
NL - Kruistocht in een biologische spijkerbroek
NL - Florganic gaat zich op supermarkten richten
NL - Skal: Aantal aangesloten bedrijven stijgt
NL - Stichting Vriendelijke Keukens opgericht
SW - Strong Growth of Organics in Sweden



NATIONAAL

Duurzaamheidscongres BioForum Staatssecretaris Van Weert in het spoor van de Cultural Creative

In de aanloop naar het Opendeurweekend Duurzame Consumptie (21&22 oktober) organiseerde BioForum op 12 oktober haar duurzaamheidcongres 'Grijp de Cultural Creative!'.

Gastpreker was de Amerikaanse socioloog Paul Ray die uit de doeken deed hoe de Cultural Creatives een nieuwe cultuur creëren waarin ecologie, authenticiteit en sociaal engagement centraal staan. "Vooral de vrouwen die deel uit maken van de Cultural Creatives hebben deze thema's op de culturele en de politieke agenda gezet", zegt Ray. "Dit is de eerste keer in de geschiedenis dat de waarden en bekommernissen van vrouwen een hot item worden in de politieke arena".

Staatssecretaris Els Van Weert van Duurzame Ontwikkeling wil bij deze evolutie aanpakken in het kader van haar beleid. Cultural Creatives willen dat het verhaal van een bedrijf, organisatie of politieke groepering voor alles waar is. Producten moeten geloofwaardig zijn. "Daar willen we vanuit de overheid toe bijdragen door een eind te maken aan de wildgroei van labels. Er zijn degelijke labels, maar er zijn er ook totaal inhoudsloze. Daardoor ziet de consument door de bomen het bos niet meer. De stichting Labeling waar ook collega's van leefmilieu en consumentenzaken deel van uitmaken maakt hier werk van."

Cultural Creatives willen het verhaal achter een product of een organisatie kennen. Alleen dat verhaal overtuigt hen om duurzaam te consumeren of zich sociaal te engageren. "Tijdens het Opendeurweekend Duurzame Consumptie bieden we talloze bedrijven of verenigingen de kans om hun verhaal te vertellen, van kleine organisaties tot grote supermarkten. Het is belangrijk om iedereen mee te nemen in het duurzame verhaal", zegt Van Weert.

Net als Paul Ray gelooft ook Staatssecretaris Van Weert dat duurzame producten een groot klantenpotentieel hebben. Volgens het trendonderzoek dat van Weert liet uitvoeren door het onderzoeksbureau Bekx&X en Wegener DM wil 59 procent van de Belgen duurzaam winkelen, maar slechts 9 procent doet het systematisch. "Die kloof moet kleiner", zegt Van Weert en daartoe zijn er initiatieven als het Opendeurweekend of de website www.debeterekoop.be. Daarmee wil Van Weert de trend van de Cultural Creatives vatten en versterken.

Ook Paul Ray geeft aan dat de Cultural Creatives vaak niet beseffen dat ze met velen zijn en dat ze invloed hebben. "Als Cultural Creatives elkaar vinden, zoals tijdens het protest tijdens de WTO-top in Seattle in 1999, kunnen ze een enorme impact hebben."

Meer informatie: Carla Rosseels, perswerking BioForum, 0485 51 53 66



Bron: De Biotheek, 12 / 10 / 2006

BioForum vraagt gemeenten aandacht voor biovoeding

In aanloop naar de gemeenteraadsverkiezingen op zondag 8 oktober bezorgde BioForum, de koepelorganisatie van biologische landbouw en voeding, een memorandum aan alle Vlaamse steden en gemeenten. Hiermee willen ze de gemeenten en steden ideeën voor concrete acties rond biologisch consumeren aanreiken. Het biedt ook een aanzet om meer landbouwers vertrouwd te maken met een biologische manier van telen.

BioForum is van mening dat het stimuleren van biologische landbouw en consumptie thuishoort in een duurzaam gemeentelijk en stedelijk beleid. Daarom ontvingen de duurzaamheidsambtenaren van alle Vlaamse gemeenten, steden en provincies een memorandum. "Zij kunnen dit bezorgen aan de nieuwe of herkozen mandatarissen zodat het inspiratie oplevert voor lokale partijprogramma's en bestuursakkoorden", zegt Sabine Caremans, medewerker bij BioForum.

Met allerlei tips wil BioForum de gemeenten en steden aanzetten om zelf acties op touw te zetten die de consumptie van biologische producten moet aanmoedigen. Voor landelijke gemeenten is er ook een luik waarin tips worden aangereikt om meer landbouwers vertrouwd te maken met een biologische manier van telen. "Als gemeente biologische landbouw promoten, betekent ook meewerken aan het behalen van de Kyoto-doelstellingen en bijdragen tot het instandhouden van de biodiversiteit en het leefmilieu", besluit Caremans.

Bron: www.vilt.be, van de Biotheek, 05 / 10 / 2006

Veel kleine inbreuken bij controles op bioproducten

In Vlaanderen werden in het eerste semester van dit jaar 419 controles uitgevoerd op biologische landbouwproducten, waarvan 74 bij producenten, 254 bij bereiders, 56 bij importeurs en 35 bij handelaars. In totaal werden 277 inbreuken vastgesteld. Veelal ging het om kleine inbreuken waarvoor enkel een opmerking of een waarschuwing werd gegeven. Slechts één maal leidde de inbreuk tot een niet-certificering van een perceel. Dat antwoordde minister-president Leterme op een schriftelijke vraag van VLD-parlementslid Karlos Callens.

De controle op de biologische productiemethode in Vlaanderen wordt uitgevoerd door twee erkende controleorganisaties: de afdeling Blick van Integra en Ecocert. Waar Blick vooral controleert in Vlaanderen, is Ecocert vooral werkzaam in Wallonië. Blick controleert ongeveer 80 procent van de markt. Controles op biologische producten worden uitgevoerd in alle fasen van de keten, namelijk productie, verwerking, import, verdeling en sinds kort ook verkoop.

Er zijn geen producten die bij controles prioritair worden behandeld. Elke producent moet minstens 3 controles per twee jaar ondergaan, de bereiders en importeurs minstens 3,5 controles per twee jaar. Verdelers en verkooppunten krijgen jaarlijks minstens één keer controle.

Bron: www.vilt.be, 06 / 10 / 2006

Bioboerderij met sociale tewerkstelling floreert

Loca Labora in Beernem bestaat twintig jaar. Het kleinschalige initiatief groeide, door de succesvolle kruisbestuiving van sociale tewerkstelling en biolandbouw, uit tot een gezond bedrijf



met internationale afzet. De teeltoppervlakte voor biologische groenten bedraagt 23 hectare. Daarnaast worden ook biologische kruiden geteeld en verwerkt. Dit weekend zet Loca Labora de deuren open.

"Toen Loca Labora vzw in 1986 werd opgestart als een kleinschalig vrijwilligersinitiatief, was het een pionier in de sector", vertelt projectmedewerker Timothy Vande Ginste. Hij is zelf een viertal jaar actief in de bioboerderij op de grens van Beernem met Hertsberge, vlak op de rand van het Bulskampveld. "Toen zijn we gestart op amper een hectare landbouwgrond voor onze groenten en kruiden. Sociale tewerkstelling is sindsdien onze doelstelling nummer één".

"Er bestonden al langer beschutte werkplaatsen", vervolgt Timothy Vande Ginste. "Toen kwam het besef dat er ook zoiets als een sociale handicap bestaat. De stichters van toen voelden dat goed aan". Intussen is de bewerkte oppervlakte vijftien keer groter geworden en ook de omzet steeg gestaag. "In het begin trokken we naar de plaatselijke markten", zegt Timothy Vande Ginste. "Vandaag hebben we naast België ook afzet in Nederland, Noorwegen, Duitsland, Zweden of Finland".

Loca Labora ploegde al die jaren voort en voelde ook de omgeving veranderen. "Ik merk toch een enorme professionalisering", zegt Vande Ginste. "De sociale tewerkstelling is geen bezigheid meer, maar helpt mensen groeien. Ook de biolandbouw is af van haar geitenwollensokken-imago, het is een waardige alternatieve sector geworden". Loca Labora stelt vandaag op de boerderij twaalf voltijdse mensen tewerk die om één of andere reden hun weg niet vinden naar de gewone arbeidsmarkt.

Meer informatie: zaterdag en zondag stelt Loca Labora de deuren open. Op een bio-boerenmarkt kan iedereen kennismaken met alle producten. Er is een stuntverkoop, er zijn workshops en er is animatie.

Bron: www.vilt.be, 06/10/2006

Uw bioagenda

WEKELIJKSE BIOMARKTEN

- 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. Nu ook wekelijkse kaasstand Mik (behalve eerste zo.) en om de twee weken Ollekebolleke met een uitgebreide stand met droge voeding; suikervrije en vegetarische producten, wijnen, babykleding, enz; De natuurtuin is terug aanwezig met bolgewassen en kleinfruit. Vanaf eind oktober ook met fruitbomen.
- woensdag, 9-14u: Brussel, het Muntplein.
- vrijdag, 8-13u: Gent, Groentenmarkt.
- 1e zondag van de maand, 10-16u: Antwerpen, Veemarkt.
- 1e vrijdag van de maand, 15-19u: Antwerpen, Dageraadplaats.
- 2e vrijdag van de maand, 15-19u: Mortsel, bij het stadhuis.
- 3e vrijdag van de maand, 15-19u: Zwijndrecht, parking achter de kerk, hoek van de Kerkhofstraat en de Richard Orlentstraat.

LEKKER KOKEN MET STREEKGEBONDEN GROENTEN

dinsdagen 10, 17 en 24 oktober 2006

Wat: 'De Wikke' is een biologisch tuinbouwproject in Herent waar biologische groenten worden gekweekt. In deze cursus gaan we met deze (h)eerlijke, biologische, streekgebonden, seizoensgroenten een heerlijk vegetarisch eetfestijn maken! Iedere week bereiden we samen een



lekker vleesloos 3-gangenmenu dat we ter plaatse nuttigen.

Plaats: Wonen en werken vzw, Vaartkom 12, 3000 Leuven

Tijd: 19.30-22u

Meer info en inschrijven: Vormingplus Oost-Brabant 2006, 016/525900 of
info@vormingplusoostbrabant.be

CONGRES CULTURAL CREATIVES

donderdag 12 oktober 2006

Wat: BioForum organiseert een congres rond het concept `Cultural Creatives`. De bedenker van dit concept, de Amerikaan Paul Ray, kan je die dag in levende lijven ontmoeten. Het werpt een verruimende blik op deze actief bewuste consument en biedt ondernemers perspectieven in het aantrekken van nieuw clienteel. Marketinginstrumenten (o.a. over winkelinrichting en assortimentsbepaling) worden je op een praktische manier aangereikt tijdens het congres.

Tijd: 9.30-17u

Meer info: klik hier, 03/2869262 of info@biotheek.be

THEMADAG MARKETING VAN BIOLOGISCHE PRODUCTEN

donderdag 12 oktober 2006

Wat: Marketing van biologische producten speelt in veel projecten gericht op het stimuleren van biologische landbouw een belangrijke rol. Met een goed verhaal en een doortimmerd concept is ook de biologische markt te winnen. Deze dag is bedoeld voor beleidsmakers biologische en duurzame landbouw. En voor praktijkmensen en uitvoerders die concreet aan de slag zijn met de marketing van biologische producten. De themadag wordt georganiseerd in het kader van de proeftuin biologische landbouw in Noord Nederland. Deelname aan de themadag is gratis.

Waar: Centrum Biologische Landbouw, Bronsweg 22, 8222 RB Lelystad (Nederland)

Tijd: 9.30u-17u

Meer info: 0031-320-281222

START CURSUS BIO-FRUIT VOOR LIEFHEBBERS

donderdag 12 oktober 2006

Wat: theorieles over rassenkeuze, teelt, bemesting en milieuvriendelijke gewasbescherming, gevolgd door 3 lessen praktisch snoeien van klein-, laag- en hoogstamfruit.

Plaats: Clobila, Parklaan 18, 9932 Ronsele-Zomergem

Meer info en inschrijving: Clobila, tel. en fax 09/3727519, clobila@skynet.be of
www.users.skynet.be/clobila

CREATIEF IN DE BIO-KEUKEN: CHUTNEY

zaterdag 14 oktober 2006

Wat: Met ingredienten rechtstreeks uit de bio-tuin en -winkel gaan we creatief aan de slag. Tussen 12 en 13u kan je mee aanschuiven aan de gastentafel voor de lunch, die grotendeels is samengesteld tijdens de workshop. Hier zijn uiteraard ook gasten die niet aan de workshop deelnamen welkom (prijs: € 15/ volwassene, € 7/ kind tot 12jaar).

Waar: Wijngaardhof, Heidsiebaan 22, 2390 Westmalle

Tijd: 9.30-11.30u

Meer info: tel: 03/3124631, wijngaardhof@skynet.be of www.wijngaardhof-biogroenten.be

2015 DE TIJD LOOPT ... - (H)EERLIJKE KOST

dinsdag 17 oktober 2006, 19.30-22u

Wat: In 2015 zou de wereld er heel anders kunnen uitzien. Dat is in elk geval beloofd door 191 staatshoofden die de Millenniumdoelstellingen van de Verenigde Naties ondertekenden en zich hiermee engageerden om armoede en onrecht drastisch aan te pakken. De tijd loopt ... Dit najaar



voeren de Noord-Zuidbeweging én de milieubeweging in ons land gezamenlijk campagne voor het recht op voedsel en duurzame landbouw. Het PIME probeert een bescheiden steentje bij te dragen via de formule (H)eerlijke kost op dinsdagavond 17 oktober

Plaats: PIME vzw, Mechelsesteenweg 365, 2500 Lier

Meer info en inschrijven: vóór 10 oktober 2006, via 015/319511 of info@pime.provant.be

STUDIEAVOND VOOR KRUIDEN IN BIO-TUIN EN KEUKEN

donderdag 19 oktober 2006

Wat: studieavond voor kruiden in bio-tuin en keuken / eetbare bloemen.

Plaats : Clobila, Parklaan 18, 9932 Ronsele-Zomergem

Meer info en inschrijving : Clobila : tel. en fax 09/372.75.19 of <http://www.users.skynet.be/clobila>

OPENDEUR DUURZAAM CONSUMEREN

zaterdag 21 en zondag 22 oktober 2006

Wat: Op 21 en 22 oktober 2006 vindt het tweede opendeurweekend rond Duurzaam Consumeren plaats. Net als vorig jaar kunnen bedrijven, verenigingen en particulieren deelnemen via tentoonstellingen, rondleidingen, debatten enz. Vorig jaar bezochten 10000den geïnteresseerden de 227 deelnemende bedrijven en organisaties. Staatssecretaris voor Duurzame Ontwikkeling Els Van Weert hoopt dit succes te overtreffen en roept vandaag alle bedrijven en organisaties die op een maatschappelijk verantwoorde manier ondernemen op om dit jaar deel te nemen.

Meer info: tel.: 02/2775013, opendeur@debeterekoop.be

CREATIEF IN DE BIO-KEUKEN: ZUURDESEMBROOD

zaterdag 21 oktober 2006, 9.30-11.30u

Wat: Met ingrediënten rechtstreeks uit de bio-tuin en -winkel gaan we creatief aan de slag. Tussen 12 en 13u kan je mee aanschuiven aan de gastentafel voor de lunch, die grotendeels is samengesteld tijdens de workshop. Hier zijn uiteraard ook gasten die niet aan de workshop deelnamen welkom

Waar: Wijngaardhof, Heidsiebaan 22, 2390 Westmalle

Meer info: tel: 03/3124631, wijngaardhof@skynet.be of www.wijngaardhof-biogroenten.be

WIJNDEGUSTATIE EL MUNDO

zaterdag 21 oktober 2006, 14-21u

Wat: Wijndegustatie biologische en Fair Tradewijnen. Gratis inkom, maar inschrijving vooraf verplicht! Er is mogelijkheid om ter plaatse wijn te kopen.

Waar: Jeugdherberg "De Blauwput", Martelarenlaan 11 A, 3010 Leuven

Meer info: Vincent De Coninck, 478/621582, www.vinomundo.be

UIENDAG

vrijdag 27 oktober 2006

Wat: 850 miljoen mensen in de wereld lijden honger. Vreemd genoeg zijn de meeste van hen boeren. Miljoenen boeren uit het Zuiden krijgen geen eerlijke kans op de markt. De uienboeren in Senegal, bijvoorbeeld, gaan kopje onder door de verstikkende import van uien uit Europa. En dezelfde problemen doen zich voor met de massale export van kippen, tomaten of melkpoeder naar het Zuiden. Boeren verliezen hun broodnodige inkomen en ontsnappen niet meer aan de armoede. Het is tijd voor een brede campagne rond deze problematiek. De Uiendag is een eerste actie om zoveel mogelijk mensen hiervoor te sensibiliseren. Toon op vrijdag 27 oktober je solidariteit door uien een bijzondere plaats te geven op het menu in je bedrijf, school, vereniging of organisatie.

Meer info: [klik hier](#)

ECO-BIO-BEURS IN MIDDELKERKE



van vrijdag 27 oktober 2006 - tot zondag 29 oktober 2006

Wat: het gemeentebestuur van Middelkerke organiseert voor de 3de maal een eco-bio-beurs in Middelkerke. Naast diverse standen worden op zaterdag en zondag doorlopend workshops georganiseerd (vb. vegetarisch koken, viltten, natuurlijk verven van wol, biolabels: hoe en wat,...).

Plaats: Cultureel Centrum De Branding, Populierenlaan 35, 8400 Middelkerke

Meer info: Sonja Vanmaele, dienst sociale zaken: 0474/888090

Bron: de biotheek



INTERNATIONAAL

Prestaties biologische landbouw op een rij

Hoe goed is de biologische landbouw nu eigenlijk? Onafhankelijke onderzoekers zijn bezig die vraag te beantwoorden op basis van bestaande kennis.

Er is binnen de biologische sector grote behoefte aan argumenten die laten zien dat biologische productie goed en verantwoord is. Daarbij is het van belang dat de kennis die zo op een rij wordt gezet uit onverdachte hoek komt, dus van onafhankelijke kennisinstellingen. Komt de informatie van Biologica dan zien derden dat als gekleurde informatie. Daarom zijn onderzoekers nu aan het werk op verschillende deelterreinen. Een deelproject zoekt uit wat de milieuprestaties van de biologische landbouw zijn. Dit zal eind 2006 gereed zijn. Ook wordt gewerkt aan de prestaties op het gebied van dierenwelzijn en diergezondheid. Dit zal begin 2007 af zijn. De voordelen van biologische landbouw op de biodiversiteit zijn al op een rij gezet. Het laatste project zal gaan over energie, klimaat, broeikasgassen en waterberging. Uiteindelijk is het ook de bedoeling dat de kennis regelmatig aangevuld wordt met de nieuwste resultaten uit onderzoek, zodat altijd een up to date overzicht ontstaat. Zo'n overzicht laat tegelijkertijd zien waar nog hiaten in kennis zitten.

Meer informatie: Jac Meijs, Biologica

Bron: www.biokennis.nl, 10/10/2006

NL - Verkoop biologisch stijgt sneller dan totale voedingsmarkt - EKO-Monitor halfjaarcijfers 2006

De omzet van biologische voedingsproducten lag in het eerste halfjaar van 2006 met €223,8 miljoen 6,3% hoger dan in het eerste halfjaar van 2005. De omzet van de totale voeding (biologisch en niet- biologisch) steeg in dezelfde periode met 3,1% naar bijna €12 miljard. Dit betekent dat de verkoop van biologische voedingsmiddelen twee keer zo hard stijgt als de totale markt. Alle signalen uit de markt wijzen erop dat deze trend zich de komende kwartalen zal voortzetten.

Het marktaandeel voor alle biologische consumentenbestedingen samen komt in het eerste halfjaar van 2006 uit op 1,9%, van de verse producten op 2,9%.

Meeste groei bij biologische zuivel en vlees

Biologische zuivel, vlees en brood laten de meeste omzetgroei zien. De omzet van de biologische dagverse zuivel (excl. kaas en boter) is in vergelijking met het eerste halfjaar van 2005 met 16% gestegen. Het marktaandeel steeg naar 3,2% (1e helft 2005: 2,8%). In de speciaalzaken groeide de omzet van biologische zuivel (excl. kaas en boter) met ruim 70%.

De omzet van biologisch vlees, vleeswaren en vleesvervangers steeg met 10% in het eerste halfjaar van 2006. Het marktaandeel steeg van 2,2% naar 2,4%. Het biologische vleessegment (excl. vleeswaren en vleesvervangers) groeide met ruim 14%. Vooral het biologische varkensvlees doet het goed.

De productgroep AGF is van oudsher sterk en toont in de eerste helft van 2006 een omzetgroei van ruim 8%. Omdat de omzet van alle AGF met ruim 10% steeg daalde het marktaandeel van de biologische AGF licht, van 4,8% naar 4,7%.

Verkoopkanalen

Binnen zowel het supermarkt- als het natuurvoedingskanaal is er sprake van 7% omzetgroei. Het



discountkanaal (Aldi, Lidl en Koopconsult) neemt een bescheiden positie in met 2,5% van de totale biologische omzet, maar vertoonde wel een groei van 22,7% ten opzichte van vorig jaar.

Campagne 'proef de aandacht'

Met de campagne 'Proef de aandacht', waar vrijwel alle winkelketens deze maand aan deelnemen, wil de Taskforce Marktontwikkeling Biologische Landbouw de verkoop van 'biologisch' verder stimuleren. Doelstelling van de overheid is 5% biologische consumptie eind 2007.

Bron: www.biologica.nl, 09 / 10 / 2006

NL - 'Biosector moet zich op 'cultural creatives' richten'

De biologische sector moet zich nadrukkelijk op de 'cultural creatives' richten, een trendsettende groep die groot belang hecht aan de leefomgeving. Als je deze groep goed bedient, valt er een marktaandeel van 10% te behalen. De rest volgt daarna vanzelf. Dat betekent dat er meer aandacht voor kwaliteit moet komen. Dat zegt Bert van Ruitenbeek, directeur van Biologica.

Volgens Van Ruitenbeek moeten biologische producten in speciale winkels of in 'shop-in-shop'-formules aangeboden worden, dit om te voorkomen dat de consument toch weer voor het goedkopere reguliere alternatief kiest. Burgers zijn over het algemeen begaan met het welzijn van dieren. Zij willen best biologisch pluimveevlees kopen, maar als die naast gangbare kipproducten ligt, verandert die bewuste burger toch weer in een prijsbewuste consument, legt Van Ruitenbeek uit.

Van Ruitenbeek ziet zich in zijn mening bevestigd door het succes van de Amerikaanse biologische supermarktketen Whole Foods Market. 's Werelds grootste keten van biologische supermarkten richt zich op gezondheid, kwaliteit en luxe. De keten doet dat met aantrekkelijke winkels, met een breed assortiment en met gemak voor de consument.

Bron: Fiancieele dagblad, geknipt uit www.agriholland.nl, 11 / 10 / 2006

NL - Bioboer wil schaarste vooral zelf invullen

De markt voor biologische producten zit in de lift. Zoals het er nu naar uitziet kan op korte termijn het aanbod niet meer in de vraag voorzien. Voor de biologische boeren is die periode van schaarste wel even prettig, omdat de productie eindelijk volledig als biologisch afgezet kan worden waardoor de prijzen eindelijk op niveau komen. Zij willen er geen omschakelaars bij maar de extra productiemogelijkheden vooral eerst zelf benutten.

Biologica vroeg drie bestuursleden van de Vakgroep Biologische Landbouw LTO/Biologica naar hun visie hoe in te spelen op de groeiende marktvraag.

Martin Wiersema, voorzitter van de Vakgroep Biologische Landbouw LTO/Biologica, consteert dat de extra vraag, voornamelijk aangestuurd door de export, niet op korte termijn ingevuld kan worden omdat er te weinig omschakelaars zijn. Hij vindt dat de Vakgroep de belangen van de huidige bioboeren moet behartigen, en dus niet zelf actief nieuwe omschakelaars werven. De stimulans moet dus uit de markt zelf komen, bijvoorbeeld via afspraken met ketenpartijen, aldus Wiersema.

Ook Cor Bosch wil nog geen nieuwe omschakelaars zoeken. Hij is voorzitter van de Vereniging van Biologische Varkenshouders (VBV). Er is momenteel een tekort is aan biologisch varkensvlees op de Europese markt van 10 tot 15%. Als Nederland dat tekort invult en de omringende landen



ook, dan heb je over twee jaar weer teveel. Wij hebben binnen de VBV afgesproken dat eerst de huidige varkenshouders kunnen uitbreiden. Ook hebben de varkenshouders, die twee jaar geleden gestopt zijn, een brief gekregen met de vraag of er interesse is om weer terug te schakelen. De volgende stap is pas nieuwe omschakelaars zoeken, aldus Bosch.

Kees van Zelderen, voorzitter van de vereniging van biologische melkveehouders Natuurweide, wil eerst de huidige bioboeren de kans geven om uit te breiden. In Friesland hebben de laatste 23 bedrijven groen licht gekregen om hun omschakeltraject af te maken. Tot medio 2007 komen deze nieuwkomers er bij en kunnen we de vraag bedienen. Ons voorstel is dat de overheid de biologische sector meer quotum geeft, zodat de huidige melkveebedrijven kunnen uitbreiden, zegt Van Zelderen.

Bron: Biologica, BioUpdate, 10/10/2006

NL - Kruistocht in een biologische spijkerbroek

Katoen is de meest gedragen stof ter wereld, maar heeft tegelijkertijd ook de meest vervuilde teelt die we kennen. Wat is het alternatief? Froukje trekt in haar zoektocht naar de meest duurzame levensstijl een biologische spijkerbroek aan. Hoe hip is een bio-spijkerbroek en zit het wel lekker?

Een hele week met slechts één afvalzak doen? In de rubriek Big Bother schrikt familie Van der Linden uit Katwijk hoeveel verpakkingsmateriaal ze eigenlijk gebruiken als ze de groene opdracht proberen te vervullen. Dan maar met een eigen trommeltje naar de groenteboer en slager?

Edo gaat samen met zijn testpanel naar de kermis om vooral veel te snoepen; suikerspinnen, zuurstokken, nogatblokken en lollies. En dat doet hij niet om al dat lekkers uit te proberen, maar om zijn gebit voor te bereiden op de producttest. Want hoe krijg je je tanden dan weer goed schoon? Edo test welke tandpasta het lekkerste is én het beste voor je gebit.

Jetske van den Elsen, bekend van Klokhuys, Willem Wever en Buya, vertelt hoe groen zij is. Hoe bewust is deze Bekende Nederlander? En wat doet zij met afval scheiden, biologisch eten en energieverbruik? LLinke Soep kwam bij haar thuis en nam eens een kijkje.

Bron: www.llink.nl, 09/10/2006

NL - Florganic gaat zich op supermarkten richten

De biologische bloemengroothandel Florganic gaat zich vanaf 2007 specifiek richten op de afzet aan binnen- en buitenlandse supermarktketens. Telers moeten de afzet naar de tussenhandel en natuurvoedingswinkels dan zelf gaan regelen. Florganic wil daarbij nog wel de helpende hand bieden. Florganic is tot dit besluit gekomen nadat afspraken met telers over de afname van producten met vaste betalingsvoorwaarden uitdraaiden op een negatief bedrijfsresultaat. Dit is vreemd, aldus Florganic, omdat de biologische sierteelt in 2005 met 30% is gegroeid en er voor 2006 een groei verwacht wordt van 40 tot 50%. Omdat Florganic geen risico meer wil lopen stopt de biologische groothandel met de vaste afspraken over hoeveelheden.

Bron: www.biofoodonline.nl, 09/10/2006

NL - Skal: Aantal aangesloten bedrijven stijgt

Het totale aantal bij Skal, de toezichthouder op de biologische productie in Nederland, aangesloten



bedrijven is in de loop van 2006 gestaag toegenomen. Een jaar geleden waren dat er 2311, nu 2372. De toename is vooral het gevolg van de ruim 60 nieuw aangesloten handels- en opslagbedrijven. Daarnaast sloten enkele tientallen verwerkende bedrijven zich aan. Het aantal agrarische bedrijven nam licht af van 1460 naar 1425. Deze daling voltrok zich vooral in de eerste helft van dit jaar.

Bron: Skal, 10/10/2006

NL - Stichting Vriendelijke Keukens opgericht

Amsterdam -. Na de recente succesvolle introductie van de 'Vriendelijke Keukens van Amsterdam', zag op woensdag 4 oktober jl. Stichting Vriendelijke Keukens (SVK) officieel het licht. De stichting maakt zich sterk voor het gebruik van regionale - bij voorkeur biologisch - duurzaam geteelde producten door restaurants en cateraars.

Milieu-, dier- en dus klantvriendelijke kaart

De stichting is het logische vervolg op de geslaagde samenwerking die een groep restaurants en cateraars in Amsterdam aanging in september, tijdens de Biologische Oogstweek van de campagne *noordhollandsegrond*. Zes avonden lang bundelden zij hun krachten en boden gasten een biologisch diner met ingrediënten van Noord-Hollandse bodem tijdens een rondvaart op een 'schone boot' door de hoofdstedelijke grachten. De vele positieve reacties bevestigden de gedachte dat de tijd rijp is voor een stichting die restaurants, cateraars, producenten en leveranciers stimuleert tot - en steunt bij de realisatie van een milieu-, dier- en dus gastvriendelijke kaart. Die stichting is sinds gisteren een feit.

Bron: www.noordhollandsegrond.nl, 09/10/2006

SW - Strong Growth of Organics in Sweden

In 2005, Sweden's organic market exceeded all expectations. In the middle of last year the industry estimated that the growth rate would be the same as in the previous year, namely 6-7 %. In fact, Statistics Sweden reported recently that it turned out to be a massive 40 %. Thus the sale of organic products rose to four billion Krona, which in euros is 433 million. Moreover, a significantly higher rise was recorded in a number of product groups. With 94 % more turnover, the sale of organic meat almost doubled. 77 % more organic vegetables were sold than the year before.

Every one of the nine million Swedes spent on average 2111 Euros over the year on food and drink. 15 % of the total was spent on alcoholic drinks and as much as 10 % on confectionary. Despite strong growth, organics' share of the total was a mere 2.6 %. If we leave aside alcoholic drinks, organic goods account for a slightly higher 2.8 %.

Organic goods in the product group 'milk products and eggs' had the biggest share of the market (5.2 %). In 2005, sales in this category rose by a further 25 %. 4 % of all vegetables were organic, 3.7 % of fruit and, in the case of coffee, tea and drinking chocolate 3.5 %. Organic meat achieved a share of 2.7 % of the market and bread 1.9 %. Only 0.6 % of all juices sold bore an organic stamp and, according to Statistics Sweden, there was no appreciable organic turnover in the case of fish and confectionary.

The statistics are made up of figures that, for the most part, are based on information from the certifying organisation Krav. Since comprehensive data have only been collected since 2004, Statistics Sweden regards the data as tentative and it is true there is a difference between their data and, for example, the estimates of the Association of Organic Farmers, whose figure for sales in



2004 was 421 million euros. If this figure is taken as a basis, turnover in 2005 would have risen by around 10 %.

Whatever the case, positive figures are being supplied by wholesalers, too. The biggest organic wholesaler, Kung Markatta, increased its turnover in 2005 by 27 % to almost 7.6 million Krona, according to the industry's internet service Ecoweb. This year the rate of increase is expected to stay just as high. The second most important wholesaler Biofood has reported a 20 % increase in turnover in the first half of this year.

About 70 % of organic turnover is achieved in the conventional food retail trade in Sweden. The dominant retail chain ICA increased its turnover of organics by 12 % to 71 million euros in 2005. Sales of organic bananas rose by 173 %, puréed tomatoes by 65 %, coffee by 48 %, muesli by 39 %, fruit by 28 % and juices by 15 %.

The biggest Nordic dairy concern, Arla, reports that the sale of organic milk has risen by 5 %. In response to Ecoweb, Anna Freudenthal, the manager responsible for the organic range, said that it is organic products that are currently creating growth in the company and the variety of products is to be extended even more. 80 % of all organic dairy products sold in Sweden come from the dairies of Arla.

A product that is becoming particularly popular is baby food in jars. According to Ecoweb, sales of this product rose by 53 % in 2005, whilst the sales of conventional baby foods stagnated. The firm Hipp profited most from this trend - it increased its turnover in Sweden by 72 %. The turnover of organic baby food grew by another 25 % from January to July this year.

Sweden's Government wants to raise the proportion of certified organic agriculture from 7 % to 20 % by 2010. If all farmers who already farm organically had had their production certified, the government's target would almost have been achieved already. The plan is for the proportion of food used in public kitchens to rise from the current roughly 2.5 % to 25 % by 2010. The Association of Organic Farmers estimates that the effect of this could be another doubling of the total organic market.

Bron: www.organic-market.info, 06 / 10 / 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 <<http://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: Dominique Joos en Geertje Meire. Nieuwtjes en evenementen kunnen steeds voor opname doorgestuurd worden aan geertje.meire@bioforum.be. Momenteel wordt de knipselkrant verzonden naar ruim 1900 relaties binnen de sector, de overheid en sympathisanten van de bioweek.

Aanmelden kan via de website: surf naar http://bioforum.combell.net/biotheekbe_www/form_netknipsels.aspx of via een eenvoudig mailtje aan mijnvraag@biotheek.be.

Oude nummers kun je nalezen op

<http://bioforum.combell.net/biotheekbe_www/artikel.aspx?artikelID=106> , onder 'archief'.



de Biotheek

Netknipsels #173