



Biotheek Netknipsels #189 – 15 februari 2007

Als koepel schenken wij aandacht aan zowel grootse prestaties als kleine, lokale initiatieven in de bio-wereld. Beide uitersten komen ook vandaag weer aan bod:

IFOAM presenteert morgen –vrijdag- de nieuwe cijfers omtrent `biologisch wereldwijd` op de BioFach in Nürnberg (weetje: 31 miljoen ha biologisch wereldwijd = 10x opp. van België) *versus* Bornemse scholen delen biofruit uit.

En voor wie nog nooit de link heeft gelegd tussen kussen en eerlijke landbouw, zijn er de artikels over de kusactie van Oxfam Wereldwinkel, Vredeseilanden en Max Havelaar én de reactie van zowel de Boerenbond als de supermarkten. Jammer dat het maar eens per jaar Valentijn is...

Geertje Meire
Medewerkster Communicatie

In dit nummer:

NATIONAAL

Vlaamse coöperaties op BioFach
Bornemse scholen delen biofruit uit
Zoenende koppels eisen eerlijke landbouwprijzen
Kussen voor meer eerlijk voedsel
Boerenbond schaaft zich achter eisen kussende koppels
Supermarktketens verbaasd over kus-actie van NGO's
Katrien Van Oost getuigt over Wervel: 'Voedsel moet leven geven'
Uw bioagenda

INTERNATIONAAL

Wereld - Organics Booming: 75 Million Acres of Farmland Are Now Organically Certified Worldwide
NL - Regeerakkoord biedt vernieuwde perspectieven voor biologische landbouw
NL - Gewas is veel sterker als het biologisch is
NL - Chips van FZ Organic Food deels in Wolvega geproduceerd
NL - Biologisch bij groentespeciaalzaak geen succes
NL - Kom in juni kijken en proeven op de biologische boerderij!
NL - Binnenkort biologische appelwijn en appellikeur van Gelders Eiland
NL - Innovatiegroepen: broeinesten voor vernieuwingen
NL - Werkgroep Dalinco-telers gestart
FR - Genomineerd voor Fruit Logistica Innovation Award 2007: Mon bébé mange bio
It - No Booms or Busts, Just Steady Growth for the Italian Organic Sector
U.K. - Calon Wen receives Soil Association certification
Fi - NAPAPIIRI Organics – Connecting with Nature
U.S.A. - Rechtbank VS houdt voor het eerst veldproeven met GGO-gewas tegen
U.S.A. - Company Offers Line of Organic, Fair Trade Meats



NATIONAAL

Vlaamse coöperaties op BioFach

Van 15 tot 18 februari verzamelt de biologische wereld in Nürnberg op BioFach 2007, de grootste biobeurs ter wereld. Met een gezamenlijke stand plaatsen de Vlaamse afzetcoöperaties zichzelf op de biologische wereldkaart. De Belgische Fruitveiling, BioMelk Vlaanderen, Brava, Greenpartners en Arpobel werken ook dit jaar samen om de Vlaamse biosector op het spoor te zetten van de mondiale bio-boom.

In verschillende Europese landen zit de vraag naar biologische producten stevig in de lift. De Duitse markt voor biologische producten kende in 2005 15% groei en ook voor 2006 en de komende jaren wordt een gelijkaardige groei verwacht. Het totale omzetvolume wordt geschat op 4 miljard euro. In Denemarken zijn 7% van de in 2006 verkochte levensmiddelen biologisch geproduceerd. In 2005 was dit nog 6%. De Britse supermarkt Sainsbury's rapporteerde een totale omzetgroei van 5 % die volledig toegeschreven wordt aan de meerverkoop van biologische producten. Tesco, een andere toonaangevende supermarkt in het Verenigd Koninkrijk, noteerde een groei van 39% in verse biologische producten tijdens de laatste maanden van 2006. Om aan de groeiende vraag naar biologische melk te kunnen blijven voldoen besliste Tesco in oktober 2006 om tot einde 2009 een jaarlijkse aanmoedigingspremie van 600 euro te betalen aan alle biologische melkveehouders en aan gangbare melkveehouders die beslissen om te schakelen.

Professionele beurs

Onder deze gunstige marktsituatie gaat van 15 tot 18 februari de beurs BioFach 2007 door in het Duitse Nürnberg. Deze beurs legt zich exclusief toe op biologische producten en is hierin de grootste ter wereld. Bij de voorbije editie waren er 2100 exposanten en 37400 professionele bezoekers uit maar liefst 116 landen.

Belgische bedrijven

De Vlaamse coöperaties Brava (groenten en fruit), Belgische Fruitveiling (fruit), Greenpartners (groenten en fruit), Arpobel (aardappelen) en BioMelk Vlaanderen (zuivel) zullen samen aanwezig zijn op BioFach 2007. Zij zullen er voor het tweede jaar op rij een groepsstand organiseren. Daarmee willen ze zich duidelijk profileren binnen de nationale én de internationale biosector. De organisatie gebeurt in samenwerking met Belbior, de Vlaamse Beroepsvereniging van Biologische Boeren. Het initiatief kadert in het project rond Coöperatieve Afzet waarbij getracht wordt om de samenwerking tussen Vlaamse coöperanten en coöperaties te stimuleren. Naast de coöperaties nemen nog 45 andere Belgische bedrijven deel aan de beurs.

Voor meer informatie: Belbior, Paul Verbeke, paul.verbeke@belbior.be of 03/286.92.68.

Dit project wordt medegefinancierd door de Europese Unie en de Afdeling Duurzame Landbouwonwikkeling van het departement Landbouw en Visserij

Bron: de Biotheek en Belbior, 15/02/2007

Bornemse scholen delen biofruit uit



'Biofruit op school', zo heet de actie waarbij de leerlingen van verschillende scholen wekelijks een stuk biofruit aangeboden krijgen. De Bornemse scholen die aan dit project deelnemen zijn de OLVP-Middenschool, de OLVP-Bovenbouw en Freinetschool 't Hinkelpad. Het gemeentebestuur van Bornem ondersteunt vanaf dit schooljaar deze gezonde actie, om zo de fruitconsumptie bij kinderen én de biologische landbouw te stimuleren. Scholen die een biofruitabonnement afsluiten, krijgen van het gemeentebestuur een subsidie. Biologisch geteeld fruit is afkomstig van landbouw waarbij bodemvruchtbaarheid, milieu en dierenwelzijn centraal staan. In de biologische landbouw wordt geen gebruik gemaakt van kunstmest of pesticiden. Ook wordt voorrang gegeven aan biologisch geteeld fruit uit de eigen regio. Zo is minder transport nodig, wat weer goed is voor het milieu en voor de boeren uit de eigen streek.

Bron: Het Laatste Nieuws/ Mechelen-Lier, 10/02/2007

Zoenende koppels eisen eerlijke landbouwprijzen

In acht Vlaamse steden zullen woensdag koppels samenstromen die graag zoenen en op die manier hun engagement uitdrukken voor een duurzaam landbouwmodel. Oxfam Wereldwinkel, Vredeseilanden en Max Havelaar plannen immers de actie Kust ze, waarmee ze de invloed van de supermarkten op de prijsvorming van landbouwproducten hekelen.

De niet-gouvernementele organisaties nodigen iedereen uit om te komen kussen om de eisenbundel kracht bij te zetten. "Wij vragen de distributieketens om meer ruimte te reserveren voor duurzame landbouwproducten met contracten op lange termijn en goede prijsafspraken. Tot de consumenten lanceren wij een oproep om meer duurzame landbouwproducten te kopen", luidt het bij Oxfam Wereldwinkel.

Bron: www.vilt.be, 13/02/2007

Kussen voor meer eerlijk voedsel

De Oxfam wereldwinkels van Leuven hebben gisteren een originele actie gevoerd. Om de toenadering tussen de plaatselijke supermarkten en de Vlaamse bioboeren in de kijker te zetten, plaatsten ze een tractor aan de ingang van supermarkt Denon in de Brusselsestraat. Daarnaast nodigden ze alle koppeltjes uit om elkaar te zoenen, als symbolische daad voor de verzoening. Alle kussers kregen alvast een kop warme soep aangeboden. «Het is onze bedoeling meer biologische en fair trade producten te zien opduiken in de gewone supermarkten», klinkt het bij de Wereldwinkel van Kessel-Lo. «Om dat nog eens extra in de kijker te zetten, organiseerden we gisteren een grote 'kus-actie' aan Denon. De kussende koppels stonden symbool voor de verzoening en een langdurige relatie tussen de biosector en de supermarkt. Uiteraard wilden we - door aandacht te trekken - de mensen ook uitnodigen om voor bioproducten te kiezen. De kussers kregen in ruil een tas soep en een romantisch muziekje aangeboden. Tot slot maakten ze kans op een exclusief entetje in één van de verkochte Leuvense horecazaken.» (KBH) Foto Vertommen

Bron: Het Laatste Nieuws/ Leuven-Brabant, 15/02/2007

Supermarktketens verbaasd over kus-actie van NGO's

De kus-actie van een aantal NGO's die woensdag de supermarkten opriepen meer producten van Vlaamse boeren in de rekken te nemen én tegen eerlijkere prijzen, is op verbazing onthaald door de sector. De federatie van winkels, winkelketens, supermarkten en hypermarkten Fedis zegt veel fair-trade producten en producten van eigen bodem te verkopen.



"De supermarkten verkopen bijvoorbeeld 70 pct van de Max Havelaar-producten in ons land en ook het aantal producten van kleinere producenten vindt dankzij de supermarkten een relatief grote afzetmarkt. Bovendien werd binnen Fedis recent een commissie duurzaam ondernemen opgericht die geregeld overlegt met de NGO's. De sector is dan ook een beetje verbaasd over de kusactie van woensdag die zonder veel overleg georganiseerd werd", aldus gedelegeerd bestuurder Baudouin Velge van Fedis.

De drie organisaties Oxfam-Wereldwinkels, Vredeseilanden en Max Havelaar vroegen aan voorbijgangers om elkaar of om een wildvreemde te zoenen. De actie moest bij de grootdistributie de liefde aanwakkeren voor eerlijke handel in het algemeen, en voor producten van eigen bodem in het bijzonder, was de boodschap. "De supermarkten geven de NGO's een hartelijke kus terug", reageert Velge in dezelfde Valentijn-stijl.

Velge: "De actie focust in de eerste plaats op de relatie van de supermarkten met kleinere producenten uit het eigen land. Voor de huismerken die gemiddeld een derde van het assortiment in de supermarkt uitmaken, wordt vooral samengewerkt met lokale producenten. De relaties van de supermarkten en hun leveranciers worden bepaald door gedragscodes die de handelaars zichzelf opleggen en die leiden tot lange termijnrelaties met (kleinere) producenten".

Eén van de pijnpunten die de NGO's aanhaalden, is de slechte prijszetting in de grootdistributie, ondermeer door concurrentie tussen ketens onderling. "Er is regelmatig overleg tussen de handelaars en de landbouwsector. Maar wij kunnen niet verkopen wat de mensen niet willen. Zo is er in Europa een melkplas en wil men in het spel van vraag en aanbod toch nog verkopen, dan moet men diversifiëren, zoals de kleinere producten doen met streekproducten", aldus Velge.

Doordat een aantal kleinere producenten in de ketens terecht kwamen, zijn zij trouwens uitgegroeid tot Europese spelers, aldus Velge. Getuige daarvan Sunco (limonade), Galler (chocolade), Gillian (chocolade), of nog Bister (mosterd).

Bron: www.vilt.be, 14/02/2007

Boerenbond schaart zich achter eisen kussende koppels

Boerenbond is gecharmeerd door de kus-actie van Vredeseilanden, Oxfam en Max Havelaar. Omdat de grootdistributie streeft naar steeds lagere prijzen komen ecologische, economische en vooral de sociale aspecten van een duurzaam landbouwbeheer zwaar onder druk te staan, zo luidt het in een persmededeling. De idee van een minimumprijs voor voedingsproducten waarvoor de actievoerende organisaties pleiten, vindt Boerenbond "een degelijk uitgangspunt".

De Vlaamse land- en tuinbouwers zijn er zich van bewust dat de distributieketens een steeds grotere impact hebben op de uiteindelijke afzet en prijsvorming van hun producten. Voor Boerenbond zijn coöperaties het beste antwoord op deze trend. "Daardoor slagen boeren en tuinders er momenteel in om de diverse supermarktketens een ruim en kwalitatief hoogstaand gamma aan Vlaamse producten aan te bieden", luidt het.

Boerenbond is echter bevreesd voor concurrentie- en prijzenslagen. Ook de opmars van de eigen huismerken in de grootwarenhuizen boezemt angst in vanwege prijsdrukkende effecten. "Dat voedingsproducten onder de kostprijs verkocht worden, kan niet. Daarom voeren we ook al langer actie voor een eerlijke melkprijs in de winkelrekken, en niet zonder resultaat", aldus de vakorganisatie.



Bron: www.vilt.be, 14/02/2007

Katrien Van Oost getuigt over Wervel: 'Voedsel moet leven geven'

In de aanloop naar de veertigdagentijd waarin Broederlijk Delen focust op de Afrikaanse landbouw vertelt Katrien Van Oost haar verhaal. Ze werkt voor de vzw Wervel, de Werkgroep voor verantwoorde en ecologische landbouw. Haar tocht voerde haar vanuit Machelen-aan-de-Leie via het koor Effata naar de landbouw-vzw in Brussel.

"In Wervel, onze werkgroep voor verantwoorde en ecologische landbouw, mag ik zijn wie ik ben. Ik hou ervan met mensen samen te werken en met hen op weg te gaan, met een rugzak vol ervaringen uit de boekhoudwereld en de vrijwilligerswerking. Daarbij voel ik mij veilig begeleid: schijnbaar toevallige ontmoetingen verrijken mij voortdurend. Niks gebeurt toevallig.

Mijn verhaal begint in Machelen-aan-de-Leie, waar ik mijn voormalige godsdienstleraar, Gaby De Smaele, weer ontmoette. Hij is daar pastoor en ik engageerde mij in de parochiewerking. Omdat ik graag zong, sloot ik me aan bij de Effata-gemeenschap in Gent, waar onder leiding van redemptorist Guido Moons gemeenschap wordt gevormd en gevierd. Vooral met mensen met een geestelijke beperking, een mentale handicap. Echt 'redemptio', bevrijding, voor mij: mensen in vrijheid hun weg laten gaan, in de overtuiging dat ze hun verantwoordelijkheid kunnen opnemen, en dat met veel mededogen voor de anderen. Zulke 'oude' woorden bevallen mij echt: waarden als barmhartigheid die ik al eens 'warmhartigheid' noem, ingetogenheid en zachtmoedigheid kunnen mensen doen leven. Mijn weg leidde mij naar de Marollen die leefgemeenschap met enkele vaste bewoners en naar Wervel vzw, omdat ik voedsel en de verantwoorde omgang daarmee levensbelangrijk vind.

Wervel streeft naar duurzame landbouw en naar voedselsoevereiniteit. Dat proberen we onder andere te bereiken met onze campagne 'Denk globaal, eet lokaal'. Met onze 'frietflyer' bijvoorbeeld tonen we aan dat enorm veel kilometers worden afgelegd vooraleer de frietjes met biefstuk op ons bord belanden. Te veel eigenlijk. Eten we boontjes uit Kenia, dan kost een portie, uitgedrukt in 'gewogen afstand', 656 kilometer-kilo. Of frieten gemaakt uit Cypriotische aardappelen kosten zo 215 kilometer-kilo.

Het kan anders, ecologischer en vaak ook eerlijker met onze 'millimetermaaltijd'. In het kader van onze campagne vragen wij de consument namelijk te letten op het land van herkomst van de producten, seizoensgroenten te eten en via de korte keten te kopen: op de markt, bij een voedselteam, of in de hoevewinkel. Maar er is ook de vleesproblematiek. Wij raden consumenten aan zuinig te zijn met vlees en vragen boeren soja als veevoeder te vermijden. Soja in het voederrantsoen ondersteunt immers een helse kring. De soja wordt vooral geteeld in Braziliaanse monoculturen. Daarvoor moeten bossen massaal sneuvelen en bovendien worden die velden ook intens besproeid met allerlei chemische middelen. Daar komt nog bij dat die soja niet als voedsel wordt gebruikt en nog duizenden kilometers moet afleggen voor die hier aan vee kan worden gevoederd. Wij nemen die hele situatie van in- en uitvoer ter harte. Velen zijn zich er wel degelijk van bewust dat onze export zeg maar 'dumping' van afgewerkte landbouwproducten de markten in het Zuiden uit evenwicht brengt, terwijl goedkope en massale import van soja en rijst milieuonvriendelijk is en de producenten schade berokkent.

In Wervel sta ik in voor de contacten met de basisgroepen 'te velde': in zowat alle provincies van het land. Dat werk ligt me. Ik ga letterlijk de boer op om mensen te ontmoeten en met hen te werken aan een rechtvaardiger wereld. Die rechtvaardiger wereld kan niet zonder gezond en eerlijk voedsel. Zo brengen wij in onze basisgroepen producenten land- en tuinbouwers, milieuactivisten, consumenten en Noord-Zuidwerkers samen. Samen vormen wij een beweging waarin we stilstaan bij wat in de landbouw wereldwijd gebeurt.



Om die ontmoetingen ben ik heel dankbaar. Ik kijk met bewondering naar de jonge mensen die vol moed en met hard werken een land- of tuinbouwbedrijf uit de grond stampen. Ik bewonder hoe ze met taai doorzettingsvermogen hun dieren verzorgen, hun producten verwerken, een hoevewinkel openhouden, scholen ontvangen, enzovoort. Zo'n leven dreigt hen evenwel sociaal te isoleren. Met de basisgroepen kunnen wij hen alvast wat verbondenheid en steun bieden. Doordat bedrijven elkaar vinden en samen op een plaats diverse producten aanbieden, overtuigen ze de consument die vaak verward is door de grootwarenhuizen om vaker lokaal te kopen. Zo ontstaat ook een binding met de consumenten.

Duurzame landbouw promoten betekent dat we in eerste instantie zelf keuzes moeten maken in ons koopgedrag. Uiteraard proberen we dat thema ook via de politiek en de grote organisaties aan te kaarten. Die lijken daar alvast oren naar te hebben. Ze willen niet allemaal even ver gaan als wij, maar we zien samenwerkingsmogelijkheden.

Even belangrijk is de voedselsoevereiniteit van een land, van een dorp zelfs. Boer en consument moeten elkaar leren kennen, zodat de consument keuzes kan maken, waardoor afhankelijkheid van buitenlandse producten wordt ingedamd. De consument moet respect ontwikkelen voor alle boeren, net zoals de landbouw door eerlijke prijzen ook respect heeft voor de dieren, het land en de gewassen. Zo ontstaat een gesloten ecologische kringloop.

Wat mij bevalt aan onze beweging, is dat we een horizontale werking hebben. Ze wordt vanuit de basis gestuurd. Niet de betaalde krachten hebben het voor het zeggen, maar evenzeer de vrijwilligers aan de basis.

We zijn bovendien pluralistisch. We kunnen met iedereen samenwerken, met respect voor overtuigingen en levensbeschouwingen. Onze thema's 'Ziel van de landbouw' en 'Landbouw en cultuur' gaan in op ethische aspecten van de landbouw, op de vraag waarom mensen aan landbouw doen of blijven doen, wat zij nastreven, wat zij uit die voedselproductie halen, enzovoort. Een van de zaken die ons zorgen baren, is het feit dat veel landbouwers het knap lastig hebben. De leninglast is niet te onderschatten en de vergoeding voor hun producten is vaak oneerlijk.

We zijn als vzw verplicht te werken met beperkte middelen. We moeten het hebben van subsidies voor innovatieve projecten. Wij krijgen nu ook wel een bewegingssubsidie voor het animatiewerk dat ik doe, maar voorts rekenen we op giften en op de verkoop van onze brochures en onze borden en soepkommen met het 'Denk globaal, eet lokaal'-logo.

Wervel laat een uniek geluid horen dat boeren in Noord en Zuid, consumenten en milieuactivisten verenigt. Samen willen we werken als 'een horzel in de pels', zoals Jean-Pierre Rondas het ooit zo mooi uitdrukte.

Bron: Tertio, 14/02/2007

Uw bioagenda

WEKELIJKSE BIOMARKTEN

- zondag, 8.30-12u: Heist-op-den-Berg, parking van de Krinkel, Noordstraat 25: Brood en gebak van bakker Jacques en groenten en fruit bij Dirk, allerlei verantwoordde haarproducten bij Ria die je ook een gepast advies geeft. Ria is om de twee weken aanwezig net zoals Ollekebolleke met een uitgebreide stand van droge voeding, suikervrije en vegetarische producten, wijnen, babykleding, enz.
- 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, Draakplaats.
- 2e vrijdag van de maand, 15-19u: Mortsel, marktplein
- vanaf april 2007: 3e vrijdag van de maand, 15-19u: Zwijndrecht, parking achter de kerk, hoek van de Kerkhofstraat en de Richard Orlentstraat.

INFOAVOND OVER `DUURZAME BLOEMEN`

maandag 19 februari 2007, 19.30u

Wat: In februari 2007 organiseert de Vlaamse bloemencampagne een aantal info-avonden over het thema 'duurzame bloemen'. Op Valentijnsdag wordt de Vlaamse campagne rond bloemen gelanceerd. Met deze bloemencampagne willen we consumenten informeren over de sociale wantoestanden in de bloemenindustrie in het Zuiden en de milieukost die de bloemenproductie met zich meebrengt. Een groot deel van de snijbloemen die hier te koop worden aangeboden, zijn tegenwoordig gekweekt in zuidelijke landen als Ecuador, Colombia, Kenia en Tanzania. Veel plantages nemen het niet zo nauw met de sociale wetgeving. Ben je geïnteresseerd in bloemen? Wil je meer te weten komen over de bloemenhandel in een geglobaliseerde wereld? Of wil je meehelpen om deze problematiek meer ruchtbaarheid te geven? Dan ben je van harte welkom!

De bloemencampagne is een gezamenlijke initiatief van Velt, Netwerk Bewust Verbruiken (NBV), FIAN en Max Havelaar met de steun van de Vlaamse Gemeenschap. De bloemencampagne wil consumenten informeren en aanzetten om op een duurzame manier om te gaan met bloemen. Duurzaam omgaan houdt rekening met de milieu-, sociale en economische aspecten die verbonden zijn aan de productie van en handel in bloemen, zowel bij ons als in het Zuiden, zowel voor de huidige als de toekomstige generaties. Door de mensen te wijzen op de impact van bloemen op het milieu en op de sociale wantoestanden in de bloemensector in het Zuiden, willen we hem of haar een bewuste keuze laten maken bij het aankopen van bloemen. Dit kan bijvoorbeeld door het kopen van seizoensgebonden snijbloemen, het kopen van snijbloemen met een eerlijk label.

Waar: Velt, Uitbreidingstraat 329c, Antwerpen

Info: jan@fian.be (of barbara@bewustverbruiken.org over bloemencampagne algemeen)

INFOAVOND OVER `DUURZAME BLOEMEN`

donderdag 22 februari 2007

Wat: Zie supra

Waar: Oxfam Wereldwinkel, Dorpsstraat 31, Hasselt

Tijd: 19.30u

Info: jan@fian.be (of barbara@bewustverbruiken.org over bloemencampagne algemeen)

INFOAVOND OVER `DUURZAME BLOEMEN`

maandag 26 februari 2007

Wat: Zie supra

Waar: NBV, Vooruitgangstraat 323, Brussel

Tijd: 19.30u

Info: jan@fian.be (of barbara@bewustverbruiken.org over bloemencampagne algemeen)

INFOAVOND OVER `DUURZAME BLOEMEN`

dinsdag 27 februari 2007

Wat: Zie supra

Waar: JNM, Kortrijksepoortstraat 192, Gent

Tijd: 19.30u

Info: jan@fian.be (of barbara@bewustverbruiken.org over bloemencampagne algemeen)

AVANT-PREMIERE `WE FEED THE WORLD`

donderdag 8 maart 2007



Wat: De wereld is vandaag in staat om 9 miljard mensen te voeden, maar toch lijden 850 miljoen mensen honger. En méér dan driekwart van wie honger lijdt, leeft op het platteland. Voedsel heeft hoe langer hoe minder te maken met boeren. Hoe is zoiets mogelijk, ondanks alle ronkende verklaringen om de honger uit de wereld te helpen? We Feed the World serveert in een bijzonder geslaagde mix van beelden en getuigenissen de machtsverhoudingen en de ingrijpende processen die vandaag onze voedselproductie bepalen. In de geïndustrialiseerde samenleving is niet alleen het respect voor het werk van de boer verloren gegaan, maar ook de smaak van ons eten. In krachtige contrasten toont de film dat voedsel zoveel méér is dan koopwaar en dat het dringend tijd is om de organisatie van onze voedselproductie te herzien. Zowel producenten als consumenten als de planeet kunnen daar alleen maar gezonder van worden.

Tijd: 19.30u: Avant-première 'We Feed The World' > 21u: Debat 'Voedsel: recht of koopwaar?' met Frank Rutsaert en Jan Van Humbeeck, beiden boeren uit het Leuvense, maar met een heel verschillende kijk op landbouw. Moderator: John Vandaele (MO*).

Waar: CinemaZed (STUK), Naamsestraat 96, Leuven

Prijs: € 5,5

Info: MO* - Vredeseilanden – Imagine Film Distribution. Info: nele.claeys(at)vredeseilanden.be - 016/316580

AVANT-PREMIERE 'WE FEED THE WORLD'

zaterdag 10 maart 2007

Wat: zie supra

Tijd: 18.30u: Avant-première 'We Feed The World' > 20.30u: Debat over de toekomst van de landbouw met Bart Bode (Broederlijk Delen), Peter Broekx (Boerenbond) en Isable Vertriest (Oxfam Wereldwinkels). Moderator: Alma De Walsche (MO*).

Waar: MUHKA-media, Waalse Kaai 47, Antwerpen

Prijs: € 6

Info: MO* - Broederlijk Delen – Imagine Film Distribution. Info: marijke.serneels@bdwzz.be - 03/2172494

AVANT-PREMIERE 'WE FEED THE WORLD'

zondag 11 maart 2007

Wat: zie supra

Tijd: 15u: Avant-première 'We Feed The World', voorgesteld door regisseur Erwin Wagenhofer. > 17.30u: Debat over het Europees landbouwbeleid met onder voorbehoud Mariann Fisher-Boel (EU-Landbouwcommissaris), Jean Ziegler (VN-rapporteur voor Recht op Voedsel) en José Bové (Franse boerenleider). Moderator: Dirk Barrez.

Waar: Flagey, Flageyplein, Brussel

Prijs: €10/€8 – enkel debat: €3

Info: MO* - 2015 De Tijd Loopt – PFSA – Imagine Film Distribution. Tickets en reservaties: www.flagey.be

Bron: de biotheek



INTERNATIONAAL

Wereld - Organics Booming: 75 Million Acres of Farmland Are Now Organically Certified Worldwide

Nearly 31 Million Certified Organic Hectares Worldwide IFOAM, FiBL and S&L present new facts and figures about the organic sector at BioFach 2007.

The International Federation of Organic Agriculture Movements (IFOAM), the Research Institute for Organic Agriculture (FiBL) and the Foundation for Ecology and Farming (SÖL) will present the latest statistics about organic agriculture worldwide at BioFach 2007. The results of this year's study *The World of Organic Agriculture: Statistics and Emerging Trends 2007*, which was supported by the NürnbergMesse, will be presented at the world's largest trade fair for organic products on Friday February 16th at 10:00 in room St. Petersburg.

The study shows that nearly 31 million hectares are currently certified according to organic standards. Australia continues to account for the largest certified organic surface area, with 11.8 million hectares, followed by Argentina (3.1 million hectares), China (2.3 million hectares) and the USA (1.6 million hectares). Germany is in the seventh position worldwide. The most significant portion of global organic surface area is in Oceania (39%), followed by Europe (23%) and Latin America (19%). In terms of the certified organic agriculture as a proportion of all arable agricultural surface area, the Alpine countries, such as Austria with more than 14%, top the statistics. Dr. Helga Willer und Minou Yussefi, who have headed up the study for the last eight years, emphasize that the growth exhibited in the USA (more than 400,000 hectares) and certain European countries (more than 110,000 hectares in Italy and 85,000 hectares in Poland) has been the most noteworthy.

In addition to the certified organic arable land, nearly 62 million hectares are currently certified to organic standards for the collection of wild product, according to research by the International Trade Center (ITC). The global market for organic products reached a value of 25.5 billion Euros in 2005, with the vast majority of products being consumed in North America and Europe, according to the market research experts of Organic Monitor. For 2006, the value of global markets is estimated to be at more than 30 billion Euros. Healthy growth rates are expected to continue in the coming years.

Angela B. Caudle, IFOAM Executive Director, suggests that the ever-growing demand for organic products offers attractive opportunities for producers - especially those in developing countries. *The World of Organic Agriculture: Statistics and Emerging Trends 2007* is being presented for the eighth consecutive year at BioFach 2007. In addition to chapters reviewing organic agriculture worldwide, numerous illustrations and graphs, and completely revised reports about the emerging trends and regional development highlights on each individual continent, the study includes a comprehensive annex with the entire data set and expanded coverage of commodity specific data.

Contacts Dr. Helga Willer, Research Institute for Organic Agriculture (FiBL), Ackerstr., CH-5070 Frick, Tel. +41 79 2180626, Fax +41 62 8657-273, E-Mail helga.willer@fibl.org, Internet www.fibl.org / Minou Yussefi, Foundation for Ecology and Farming (SÖL), Weinstr. Süd 51, D-67098 Bad Dürkheim, Tel. +49 6322 98970-0, Fax +49 6322 98970-1, E-Mail info@soel.de, Internet www.soel.de / Neil Sorensen, International Federation of Organic Agriculture Movements (IFOAM), Tel. +49 228 92650-16, E-Mail n.sorensen@ifoam.org, Internet www.ifoam.org / NürnbergMesse, BioFach, Messezentrum Nürnberg, D - 90471 Nürnberg, Tel. +49 911 8606-4909, Fax +49 911 8606-4908, E-Mail info@biofach.de, Internet www.biofach.de /

Information about the study Helga Willer und Minou Yussefi (Editors): *The World of Organic Agriculture - Statistics and Emerging Trends 2007* Completely revised edition, February 2007,



IFOAM, Bonn, Germany and FiBL, Frick, Switzerland. 252 Pages, 20.00 EUR, 3-934055-82-6

The print version of the study can be ordered from IFOAM or FiBL. The study can be purchased as a pdf document via Internet from both the IFOAM and FiBL websites for 15 Euros: www.ifoam.org/ www.fibl.org/shop/index.php

Graphics and photographs

Graphics and photographs are available via www.organic-world.net/ . Continuously revised data are also published on this site.. Press release on the Internet

This press release is also available on the Internet at www.soel.de/ , www.fibl.org/ , www.ifoam.org/ and www.organic-world.net/ .

IFOAM Press Release, Responsible: Angela B. Caudle, Contact: Neil Sorensen
Head Office Contact Charles-de-Gaulle-Str. 5 53113 Bonn, Germany Tel: +49-228-92650-10 Fax: +49-228-92650-99 Email: headoffice@ifoam.org www.ifoam.org

Bron: IFOAM, geknipt uit www.organicconsumers.org, 15/02/2007

NL - Regeerakkoord biedt vernieuwde perspectieven voor biologische landbouw

Biologica ziet goede aanknopingsmogelijkheden in het regeerakkoord om structureel verder te werken aan een sterke biologische landbouw in Nederland. De afgelopen jaren is er door de regering ten behoeve van de groei en innovatie van de biologische sector ingezet op onderzoek en marktstimulering. Het volgende kabinet geeft echter aan ook aan de fundamentele verduurzaming van de landbouw te willen werken. Dit biedt vooral kansen richting biologische landbouw.

Het regeerakkoord geeft aan dat 'waar milieuvervuiling en milieubevordering onvoldoende in de marktprijzen tot uiting komt, zullen waar mogelijk positieve en / of negatieve financiële prikkels-heffingen, gedifferentieerde belastingen en (tijdelijke) subsidies worden ingevoerd.'
Dit is waar Biologica, ondersteund door vele grote maatschappelijke organisaties, in haar brief richting informateur Wijffels op heeft aangedrongen (www.biologica.nl/nieuws <<http://www.biologica.nl/nieuws>> bij 3 januari 2007). Wat specifiek richting landbouw geeft het regeerakkoord aan Europese toeslagen 'meer te willen koppelen aan het realiseren van maatschappelijke waarden, zoals voedselveiligheid en voederzekerheid, het in stand houden van het landschap en de zorg voor milieu en dierenwelzijn.' Allemaal aspecten waarop de biologische landbouw hoog scoort.

Hoewel er in tegenstelling tot het vorige regeerakkoord geen taakstellende getallen zijn genoemd voor de biologische landbouw, geven de volgende passages de inzet helder aan: 'De agrarische sector moet zich kunnen blijven ontwikkelen door het stimuleren van innovatie, diversificatie, en biologische landbouw, en het beheer van natuur en landschap.' en 'Grote nadruk zal liggen op het stimuleren van innovaties en investeringen in diervriendelijke houderijsystemen en van de consumentenvraag naar diervriendelijke en duurzame producten. Dit zijn veelbetekenende signalen dat de nieuwe regering – net als op energieterrein – de ambitie heeft om ook qua landbouw een inhaalslag te maken. Volgens Biologica biedt dit lange termijn kader nieuwe perspectieven op omschakeling naar biologische bedrijfsvoering voor een grote groep agrariërs, ook in de context van een snel groeiende binnen- en buitenlandse markt.

De oproep van de drie partijen die het kabinet gaan vormen om dit beleid met de maatschappelijke partners samen op te pakken, zal Biologica graag invullen. Vooral voor de groei van de eigen sector,



maar ook daar waar we vanuit onze kraamkamerfunctie in brede zin kunnen bijdragen aan een diervriendelijker en duurzamere landbouw- en voedselketen.

Op het Bio-Congres op 4 april komt Biologica ook met nieuwe wetenschappelijke onderzoeksresultaten om de positie van de sector op terreinen als milieu en dierenwelzijn verder te onderbouwen (zie: www.biologica.nl/agenda <<http://www.biologica.nl/agenda>>).

Info voor de pers: Voor meer informatie kunt u terecht bij Bert van Ruitenbeek, 030-2339970.

Bron: Biologica, 08/02/2007

NL - Gewas is veel sterker als het biologisch is

Biologische zaadteelt bevordert de kwaliteit van de gewassen, waarvan het zaad wordt gewonnen. Een gewas dat zonder het gebruik van bestrijdingsmiddelen groeit, is sterker en minder gevoelig voor ziekten, zodat de zaden ervan ook van betere kwaliteit zijn.

Door de overname van het biologische zaadteeltbedrijf De Bolster uit Groningen beschikt de familie Vosselman over de kennis, goodwill en klanten ervan kan De Inmenhof vanuit Epe het bedrijf verder uitbouwen. De meeste rassen van De Bolster blijven deel uitmaken van het assortiment, terwijl de Vosselmannen sinds 2001 bezig zijn om beter materiaal te verkrijgen voor pompoen, tomaat, tuinboon en rucola. Bij voorkeur teelt De Bolster de zaden op het eigen bedrijf om daarmee de kwaliteit van de ouderplanten onder controle te kunnen houden. De Bolster zegt het een goede zaak te vinden om oude rassen voor uitsterven te behoeden en tegelijkertijd door veredeling nieuwe rassen aan het assortiment toe te voegen. Bij het begin van het nieuwe bedrijf biedt De Bolster circa 350 zaadsoorten aan van één- en meerjarige bloemen en van groenten en kruiden. Prijzen van zaden variëren sterk afhankelijk van het gebruik.

Bron: Agripress, 15/02/2007

NL - Chips van FZ Organic Food deels in Wolvega geproduceerd

Groothandel in biologische producten FZ Organic Food heeft een groot deel van de productie van biologische chips naar Wolvega overgebracht. Doel is om daar dit jaar 400 ton aardappels te verwerken. Tot eind vorig jaar kwamen de chips die de groothandel in biologische producten op de markt brengt uit Spanje. Volgens directeur Andringa komt de totale productie aan chips dit jaar op ongeveer 1000 ton.

In Wolvega zit het bedrijf nog in de opstartfase. Er wordt momenteel rond de 500 kilo aardappelen per uur verwerkt. Eind dit jaar moet dat zijn gegroeid tot circa 1000 kilo per uur. Dat is het maximum dat de machine aan kan. Nu is de verpakkingmachine nog een beperkende factor. De productie in Spanje blijft naar verwachting de komende maanden doorgaan. De buitenlandse vraag naar biologische chips blijft namelijk groeien en dat is niet allemaal op te vangen met de productie in Nederland, stelt Andringa. FZ Organic Food exporteert nu al naar 28 landen. Met name de uitvoer naar Duitsland maakt een sterke groei door. Dit jaar komt er de levering aan 6.000 supermarkten bij.

Andringa verwacht ook veel van de Chinese markt. Het bedrijf neemt deel aan een vakbeurs in China die eind mei zal plaatsvinden. In China worden er al in verschillende supermarkten biologische chips verkocht. De directeur van FZ Organic Food is al tevreden wanneer daar een klein marktaandeel wordt gerealiseerd. In Nederland verloopt de levering aan supermarkten moeizaam. Er worden wel gesprekken met enkele ketens gevoerd, maar concrete beslissingen zijn er nog niet genomen. In Nederland liggen de biologische chips van het bedrijf uit Wolvega onder de naam Trafo wel in het schap van natuurvoedingswinkels. In de Friese vestiging werken nu 20 mensen. Door het opzetten van de chipsafdeling is het personeelsbestand met 4 mensen uitgebreid.



Bron: Friesch Dagblad, 14/02/2007

NL - Biologisch bij groentespeciaalzaak geen succes

De Nederlandse groenteman ziet niets in biologisch. De prijs, het imago, de kwaliteit en lage omloopsnelheid zijn hier de oorzaak van. Ook ontbreekt het zowel de groenteman als de consument aan argumenten om biologisch te verkopen en te kopen. Dit is de conclusie van het project 'Stimulering van biologische AGF bij de groenteman' dat door AGF Detailhandel Nederland (ADN) en het Landbouw Innovatiebureau Brabant (LIB) in samenwerking met Naturelle AGF Groothandel Van Aarle en een tiental groentemannen in de afgelopen drie jaar is uitgevoerd.

In november 2003 startte het project met 10 AGF-specialisten. Na een periode van zes maanden werd het project met extra financiële middelen voortgezet en uitgediept. Deze verdieping zette zich met name in op het uitbreiden van het aantal deelnemende groentemannen, de verbreding van het assortiment, de vergroting van de omzet biologisch per speciaalzaak en de uitbreiding van het aantal faciliterende groothandelaren. Het resultaat van deze verdieping was bedroevend. Het aantal deelnemende groentemannen was ondertussen zelfs gedaald naar 6.

Kennis, kwaliteit, beschikbaarheid, prijs

De kennis bij zowel groenteman als consument aangaande biologische AGF bleek minimaal. Kwaliteit en beschikbaarheid bleef achter op de gangbare norm en de prijs bleek nog steeds een struikelblok. De omloopsnelheid van biologische AGF werd hierdoor dusdanig laag, dat het geloof bij de meeste ondernemers in een goede verkoop van biologisch langzaam maar zeker verdween. Drie jaar na dato zijn er nog 2 actieve ondernemers over.

Biologische kopersgroep te klein

Consumenten die biologische AGF producten kopen, doen dit trouw. Maar dit is een kleine groep. Er is een grote groep consumenten die soms biologische AGF producten koopt, maar zij doen dit niet volgens een vast patroon. De grootste groep blijft de groep niet-biologisch-kopers. Biologisch in het assortiment van de groenteman kan als onderscheidend wapen worden gebruikt. Al is het zo dat gangbaar en biologisch niet naast elkaar kan worden verkocht. Het ideale verkooppunt voor biologische AGF, blijft echter de natuurvoedingswinkel. De consument wil gemak en dat biedt alleen een natuurvoedingswinkel op het gebied van biologische AGF.

Bron: AgriHolland, 12/02/2007

NL - Kom in juni kijken en proeven op de biologische boerderij!

In het weekend van 23 en 24 juni 2007 zullen ruim tweehonderd biologische boeren en tuinders, verspreid over het hele land, hun deuren openstellen voor het publiek. Iedereen is welkom om een kijkje te komen nemen op het biologische boerenerf. Biologica organiseert de Open Dagen voor de 10de keer: een lustrum!

Heeft u wel eens een varken door de modderpoel zien rollen of door een bloeiend aardbeiveld gelopen? Of wilt u ontdekken waarom een biologische fruitteler zoveel nestkastjes voor koolmezen in zijn boomgaard heeft hangen? Kom dan op zaterdag 23 of zondag 24 juni naar de biologische boerderij! Met rondleidingen, proeverijen, kinderactiviteiten en fietstochten kunt u op een leuke manier kennismaken met de biologische landbouw en voeding. Een gezellig dagje uit op het biologische platteland voor gezinnen en natuurliefhebbers. Wilt u weten waar er bij u in de buurt een boer of tuinder meedoet? Vanaf april staan alle adressen op: www.biologica.nl/opendagen.



Lustrum

Biologica organiseert de Open Dagen dit jaar voor de tiende keer. Het afgelopen decennium zijn de Open Dagen van Biologica uitgegroeid tot het grootste jaarlijkse evenement op het biologische platteland, met een groeiend aantal bezoekers (80.000 in 2006). Het evenement levert een positieve bijdrage aan de bewustwording van consumenten voor gezonde voeding: 30% van de bezoekers zegt na hun bezoek aan de Open Dagen vaker biologische producten te zullen gaan kopen. De bezoekers waarderen het evenement met een 8+; met name de rondleidingen en proeverijen vallen in de smaak.

Biologica grijpt dit jaar het Lustrum aan om extra groot uit te pakken. We geven alvast een tipje van de sluier: in de natuurvoedingswinkels worden twee campagneweken georganiseerd met proeverijen en aanbiedingen en Milieudefensie organiseert fietstochten met pitstops op de boerderij. Het Lustrum wordt feestelijk ingeluid met een ludieke aftrap. Houd de website van Biologica in de gaten voor de Lustrum-activiteiten.

De Open Dagen 2007 worden mede mogelijk gemaakt door de Rabobank.

Meer info voor de pers

Gratis beeldmateriaal beschikbaar via www.biologica.nl/beeldbank. Als u deze foto's wilt gebruiken, vraag dan om toestemming en de rechtenvrije voorwaarden via: steenbruggen@biologica.nl. Vermelding naam fotograaf is verplicht).

Bron: www.biologica.nl, 09/02/2007

NL - Binnenkort biologische appelwijn en appellikeur van Gelders Eiland

Harmen en Carla Peters van de biologische tuinderij 't Gelders Eiland in Lobith presenteren dit voorjaar hun eigen appelwijn en appellikeur. De appelwijn wordt een luxe appellcider met 11 procent alcohol.

De Lobithse tuinderij timmert al veel langer aan de weg met hun biologische streekproducten. De appelsap, appelstroop, appelcompote, perensap en perenstroop worden allemaal gemaakt van het biologische fruit dat ze op eigen land verbouwen. Een van hun toppers is de appelsap. Gemiddeld verkopen ze daar ongeveer 15.000 liter van, en dat wordt steeds meer.

Ander typisch Liemers product is de kruidkoek die door Molen de Hoop in Oud-Zevenaar is bedacht. De appelsap en de kruidkoek zijn typische streekproducten uit de Liemers. In tegenstelling tot de Gelderse rookworst. Daar is volgens wetenschapper Hielke van der Meulen uit Wageningen weinig Gelders aan. De Gelderse rookworst is meer een soortnaam geworden.

Toch is er nog genoeg te vinden voor wie echt iets Gelders wil proeven. De stichting Streekeigen Producten Nederland (SPN) beheert het landelijk keurmerk 'erkend streekproduct' voor streekeigen producten. Gelderse streekproducten met een keurmerk zijn onder meer de Ooijpolderkaas naturel en kruiden en Soelens weidevlees (Rivierengebied).

Deze producten voldoen aan een streng pakket eisen. Zo moet het gaan om een duidelijk omschreven productiegebied, moeten de grondstoffen afkomstig zijn uit de streek, moet de verwerking plaatsvinden in de streek en dienen de producten op een verantwoorde, duurzame wijze geproduceerd te worden.

Voor wie echt iets Gelders wil proeven, is er keus genoeg. Een product met het landelijk keurmerk 'erkend streekproduct' voldoet aan strenge eisen.



Bron: AgriPress, 11/02/2007

NL - Innovatiegroepen: broeinesten voor vernieuwingen

In de biologische akkerbouw en vollegrondsgroenteteelt zijn inmiddels acht innovatiegroepen actief. Het zijn groepen ondernemers die met begeleiding vanuit het onderzoek werken aan innovatie en ontwikkeling van de sector. Elke ondernemer brengt kennis in en deelt die met anderen. Ze worden bijgepraat over de nieuwste kennis, maken kennis met nieuwe technieken, testen deze uit en geven er hun oordeel over.

De ondernemers in de Nederlandse biologische landbouw zijn relatief hoog opgeleid. Velen proberen zelf nieuwe ontwikkelingen uit of bedenken nieuwe dingen. Het idee achter de innovatiegroepen is dat als je dat samen met collega-ondernemers en onderzoekers doet, vernieuwingen sneller en breder van de grond komen. De gehele biologische akkerbouw en vollegrondsgroenteteelt kan er dan van profiteren en vooruitgang boeken. Bovendien inspireert samenwerking tot nieuwe ideeën, waar een ondernemer alleen niet zo snel op zou zijn gekomen. Die ideeën kunnen vervolgens uitgroeien tot een project.

Elke innovatiegroep beschikt over een bescheiden budget – ‘durfkapitaal’ om nieuwe dingen uit te proberen. Zo houdt de innovatiegroep beheersing van ziekten zich onder meer bezig met het uittesten van een prototype ultra violetmachine die Phytophthora-sporen doodt. De ondernemers bekijken al in een heel vroeg stadium of zo’n machine, ontwikkeld door een machinefabrikant, wat is of niet. Het idee van een teler uit de innovatiegroep onkruidbeheersing, voor een machine die uien zaait in een baantje grond zonder onkruidzaden, is al uitgroeid tot een project, met daaraan gekoppeld een onderzoeksbudget.

De innovatiegroepen bestaan uit vijf tot vijftien ondernemers en zijn vanaf januari 2006 gestart. Ze werken veel samen met de bedrijfsnetwerken van Bioconnect. De groepen hebben alle een thematische insteek: Bodem en mechanisatie, Bodem en bemesting, Beheersing van ziekten, Beheersing van plagen, Markt en ondernemerschap, Productkwaliteit, Onkruidbeheersing en Kleine bedrijven.

Meer informatie: Wijnand Sukkel

Bron: www.biokennis.nl, 08/02/2007

NL - Werkgroep Dalinco-telers gestart

Op vrijdag 2 februari is de werkgroep Dalinco voor het eerst bijeen gekomen. De vijf biologische fruittelers van de werkgroep hebben allen enkele honderden Dalinco-appelbomen aangeplant om ervaring met het nieuwe ras op te doen. Het doel van de werkgroep is om de potentie van het appelras verder te onderzoeken.

De komende weken wordt bekeken of de werkgroep Dalinco deel kan gaan uitmaken van de themagroep resistente rassen van het recent opgerichte bedrijfsnetwerk Biologische fruitteelt.

Het nieuwe appelras Dalinco is het eerste schurftresistente appelras van Inova Fruit. Het ras is geselecteerd in het rassenselectieonderzoek op de PPO-locatie Randwijk. Het ras geeft een helder oranje-rood gebloste appel, knapperig en fris-aromatisch van smaak. Een van de voorouders is Elstar. Uit oriënterend bewaaronderzoek is gebleken dat lange bewaring (7 tot 9 maanden) tot de mogelijkheden behoort.

Meer informatie: Rien van der Maas



Bron: www.biokennis.nl, 08/02/2007

FR - Genomineerd voor Fruit Logistica Innovation Award 2007: Mon bébé mange bio

"Mon bébé mange bio" is Frans voor "mijn baby eet biologisch". Het concept achter dit product is om het eenvoudiger te maken voor jonge gezinnen om groenten en fruit te bereiden voor hun jonge kinderen.

Het product geeft gevolg aan de trend van steeds gezondere en biologische voeding. De producten worden verkocht in flow-packs en bevatten een mix van biologische groenten en fruit. Er zijn verschillende samenstellingen beschikbaar voor baby's van 6 tot 18 maanden. De verpakking zorgt ervoor dat vitamines en mineralen behouden blijven. "Mon bébé mange bio" is uitsluitend verkrijgbaar in Franse supermarkten.

Voor meer informatie: Alterbio France Perpignan, Frankrijk

Bron: AgriPress, 08/02/2007

It - No Booms or Busts, Just Steady Growth for the Italian Organic Sector

The organic industry's overall sales receipts are on the upswing (see Tab. 2), with 2005's registering a 6 % rise and the first three quarters of 2006 a solid 9 % increment. Yet the latest figures strike a more varied tone on the scale. For, though rebounding, sales to big supermarket chains are still down 11 % compared to 2004, whereas the overall two-year rise in the specialist retail end is 20 % and the catering arm has also posted an optimum performance. But it's been the exports that have out-performed them all, with a two-year surge of 111 % to Germany, a rocketing 140 % to France and a fine 46 % burst to Switzerland.

Oscar Pizzi, the managing director of the fruit and vegetable wholesaler Pizzi Osvaldo & C., took the export route to the UK and Germany to offset slowdowns in the domestic supermarket arena. "We've seen that what buyers abroad demand in a product and its qualities is very different from what our domestic buyers look for. In Germany, for example, the emphasis is on safety and residue-free products, with discount chains focused more on price and the big chains more on quality. In the UK we've had to deal with exacting and very rigorous quality standards but where price is no problem. The market is global to be sure, but each marketplace is very different from the others. From our vantage point we see that Italian businesses can ensure that the flexibility is there when you need it."

Read the whole article: http://www.organic-market.info/bio-markt/en_inhalte/inh_index.htm?catID=0&childrenID=0&docID=159

Bron: www.organic-market.info, 13/02/2007

U.K. - Calon Wen receives Soil Association certification

The Welsh organic dairy co-operative is the first dairy company in the UK to be awarded the Ethical Trade Organic Standards Certification by the Soil Association. The Chairman of Calon Wen stated to be delighted, since the co-operative was set out seven years ago with the goal to supply organic milk with a direct link to the farm and the people producing it. Low food miles and complete traceability from farm to customer were important to the co-operative. The Ethical Trade symbol would let everyone drinking the milk know that the farmers and workers involved were benefiting from the



sale. Calon Wen has 20 organic family farms producing milk in the heart of the Welsh countryside, reports the Soil Association.

The Soil Association Ethical Trade Organic Standards aim to ensure fair and equitable trading and employment with social and environmental practices within the organic food chain. The Association's Director Patrick Holden mentioned that by ensuring the farmers that they would receive fair prices meeting the costs of production and providing a profit, they were enabled to operate on a scale and level of production which delivered sustainable, welfare-friendly farming.

As the first branded organic milk to be sold by a major supermarket, Calon Wen are set for success. Customers can buy the co-operative's organic milk at major supermarkets including Tesco and Morrison as well as at other independent retailers in the region.

Bron: Soil Association, geknipt uit www.organic-market.info, 13/02/2007

Fi - NAPAPIIRI Organics – Connecting with Nature

The NAPAPIIRI Organics brand has been created for organic products from Finland. The brand includes products from companies taking part in the Organic Food Finland Export Group. The main brand message is "Connecting with Nature" together with Nordic qualities, Finnish origin and healthiness. Napapiiri is the Finnish word for the Polar Circle. The first products to be launched under the NAPAPIIRI Organics brand are Nordic Berry Preserves manufactured by Maustaja Ltd. The range of sugar free berry preserves – including Wild Bilberry, Cranberry, Mountain Cranberry, Cloudberry, Sea Buckthorn and Tarya's Berry Preserve – were first introduced at the Natural Products Show in Dubai in December where they were very well received. Now the range will be introduced to a wider public at BioFach in Germany in February and at Natural Products Europe in London in April.

NAPAPIIRI Organics includes also a range of Hot Cereal Portion Bags manufactured by Helsinki Mills Ltd. The two first products are Apple-Cinnamon and Bilberry-Flax flavored instant oatmeal packed in portion bags, ready to eat just by adding hot water. These will also be introduced at BioFach and in London. Additional products are in the pipeline from other manufacturers participating in Organic Food Finland, which is responsible for marketing and sales of NAPAPIIRI Organics with Mr Erkki Pöytäniemi (picture) acting as Export Manager. The Export Group was launched in 2004 and has various companies participating - Finnamyl Ltd, Helsinki Mills Ltd, Kankaisten Öljykasvit Ltd, Kiantama Ltd, Koivulan Bakery Ltd, Laihia Mallas Ltd, Maustaja Ltd and Norrgård Ltd. For additional information please contact: Erkki Pöytäniemi, Organic Food Finland, Tel +358 50 5505225, email: erkki@organic-finland.com.

www.organic-finland.com supplies information about the Organic Food Finland Export Group and participating companies and www.napapiiri-organics.com gives information about the NAPAPIIRI Organics brand. Organic Food Finland will be present at BioFach: Hall 1 – Stand 130.

Bron: www.organic-market.info, 10/02/2007

U.S.A. - Rechtbank VS houdt voor het eerst veldproeven met GGO-gewas tegen

Een federale rechtbank in de VS heeft vorige week veldproeven met gentech gewas tegengehouden. De rechter bepaalde dat het Amerikaanse Ministerie van Landbouw moet wachten met nieuwe veldproeven tot er beter onderzoek is gedaan naar de gevolgen voor het milieu, en wees op mogelijke gevaren.



Het was voor het eerst dat een federale rechter in de VS een dergelijk vonnis stelde. De rechter wees op reeds gebleken bedreigingen voor het milieu en stelde dat de in het verleden verleende toestemmingen illegaal waren. Roundup Het ging in de rechtzaak om genetisch gemanipuleerde grassoorten van de firma's Scotts en Monsanto. De grassoorten zijn aangepast om Roundup, een zeer agressieve onkruidverdelger (eveneens van Monsanto), te overleven. De grassoorten zijn ontwikkeld met het idee dat hele GGO grasvelden met Roundup besproeid zouden kunnen worden, zonder dat het gras doodgaat.

Risico's Tot nu toe wordt Roundup beperkt toegepast, juist omdat het ook gras doodt. Invoering van het GGO gras zou waarschijnlijk leiden tot een grote toename van de hoeveelheid gebruikte onkruidverdelger en zou leiden tot meer toepassing in woonwijken, sportvelden, scholen en golfvelden.

Contaminatie Eerdere studies maakten duidelijk dat stuifmeel van het GGO-gras zich kilometersver verspreidde en zich mengde met normaal gras. Ook beschermde graslanden in de VS bleken verontreinigd met het GGO-gras.

Bron: www.biologica.nl, 12/02/2007

U.S.A. - Company Offers Line of Organic, Fair Trade Meats

Organic meats producer Wholesome Harvest introduced this week a new line of fair-trade, organic meats, which it said lays the foundation for the company's planned national network of regional food systems.

The Colo, Iowa-based, farmer-controlled corporation is seeking to integrate the principles of organic agriculture with international fair trade standards in sustainable meat production.

"We want to be a national system of regional food systems," Wende Elliott, Wholesome Harvest's Founding Farmer told Sustainable Food News. "We want Wholesome Harvest to be synonymous with fair trade."

The fair trade domain for food largely consists of coffee, tea, cocoa and some produce farmed in developing countries. Fair trade essentially means setting a floor price for products that allow farmers to make a profit and enable them to reinvest in their communities' futures.

But Elliott said domestic fair trade principles can help rural American communities stay healthier, too.

Wende Elliott, Founding Farmer: "We're missing an opportunity to improve the environment, ground water, and coastal areas of the United States that are affected by chemical and other toxic runoff produced by factory farms," she said.

Unfortunately, fair trade certification for producers does not currently extend to the U.S. market.

"An American farmer cannot become fair trade even if they follow all the rules," Elliott said. "Fair Trade principles aren't embraced by large, organic brands that look for the cheapest ingredients they can find, which often means depending on Chinese or South American agribusinesses."

Wholesome Harvest is supplied by over 40 family farms and carries a full line of organic meats, including beef, chicken, duck, pork, turkey, goose, and lamb.



There are over 60 SKUs in the product suite including nitrate-free sausages, chicken sausage made without pork casing, gluten-free sausages, dry-aged choice organic beef cuts, and 100-percent Berkshire organic pork products. Elliott said the company also sells the only nationally distributed line of organic lamb.

The company started in 2001 as a "grassroots project" to help small U.S. organic farmers reach bigger markets in Iowa.

With the help of America's largest organic and natural foods distributor United Natural Foods, Inc., the company's products are now sold nationwide.

Elliott said some of the company's products are sold in Whole Foods Markets, and are a hit at the local grocery chain, Hy-Vee, which has about 220 retail stores in the Midwest.

But Elliott said the company's biggest clients are smaller, community-based retailers.

"We do best with mom-and-pop health food stores," she said. "Independent retailers are the most sophisticated and really understand the 'beyond organic' market."

Elliott declined to provide any sales figures, but said revenue jumped 192 percent in 2006 compared to the previous year.

Packaged Facts estimates that U.S. retail sales of grocery products making some form of ethical claim reached nearly \$33 billion in 2006, an increase of more than 17 percent from 2005. With ethical food purchases soaring at supermarkets, Wholesome Harvest could be on to something.

"We are working on a way to bridge the organic commitments of sustainability and transparency and honesty with a fair trade movement," Elliott said. "Consumers can have a just relationship with the people that produce their food," she said.

Shoppers can even use the producer number printed on Wholesome Harvest meat packages to punch up a picture and story of the farmer, who raised the meat, on the company's website .

"We have a complete traceability program," Elliott said.

Elliott said the company's stakeholders are committed to fair trade principles, and are actively seeking an organization to certify their supply chain. Fair trade certifier TransFair USA, which audits supply chains for products exported from developing countries to the U.S. market, does not conduct audits of supply chains solely in the United States, and they also do not conduct audits for meats.

But the San Francisco-based nonprofit is excited by Wholesome Harvest's desire to integrate fair trade principles into the U.S. meat supply chain. "We're delighted that the success of Fair Trade certification for imported products has led many U.S. farmers, ranchers and manufacturers to start imagining what this would look like at a domestic level," Transfair USA's Public Relations Manager Nicole Chettero told SFN. "We fully support their efforts and even hope one day we can all work together on collaborative initiatives."

In the meantime, Elliott said its organic meat producers and others across the nation "are left with a lack of a vehicle for consumers to purchase products based on fair labor practices."

By integrating fair trade standards with national organic standards, Elliott believes meat products could receive a price that helps family farmers avoid "damage by cycles in the commodity market."



She said free-market pricing is virtually non-existent given the heavily consolidated meat packing industry's influence.

Without fair trade, Elliott said, a shrinking number of U.S. farmers have to rely on government subsidies, while the number of "corporate-run, megafarms" - both domestic and foreign - are increasingly relying on chemically intensive farming and inhumane treatment of animals.

While the company's fledgling fair trade program is self-policing, Elliott said a hired consultant is helping them develop and implement a plan to meet global standards. Once it figures out how to obtain certification, Elliott wants to expand the business model across the country: regional, organic and fair-trade meat-producing systems.

With a low advertising budget, the group is relying on its grassroots support and other eco-minded organizations to help spread the word.

"It's an act of faith," said Elliott.

Bron: www.organicconsumers.org, 09/02/2007

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'.