



Biotheek Netknipsels #213 – 13 september 2007

Eco-chic wordt dé trend van 2008. Het is dat stijlbijbel Vogue dat zegt, meldt het Laatste Nieuws. Een eerlijk bestaan leiden en toch lekker eten, leuke kleren dragen, spannende make-up op doen en aangenaam op vakantie gaan... Ik doe dat eigenlijk elke dag.

Hartelijke groet,
Dominique Joos, redacteur de Biotheek

In dit nummer:
NATIONAAL

16 manieren om stijlvol onze planeet te redden
Fruit en groenten op school
25 jaar wroeten voor werk
Biologisch brood nieuw bij Top Bakkers
Uitnodiging ronde tafel "Controlekost en risicocontrole"
Uitnodiging voor een bio-fijnproeverswandeling
Uw bioagenda

INTERNATIONAAL

Ingredient Composition Becoming Important as Natural & Organic Personal Care Product Market Evolves
Organic agriculture for food security in the tropics
EU - Ecomarketing wint terrein
NL - Biologisch wordt hip
NL - Misdadiger bakt nu biologisch Killer Bread
NL – Drink biologische melk en spaar voor koeien in Afrika
NL - 'Sterke groei biologisch zuurkool'
NL - Aantal bio-kopers blijft beperkt
NL - Sap van biologische groenteresten binnenkort in het schap
NL - Tijdelijk eieren uit het buitenland voor 'Adopteer een Kip'
NL - 120.000 basisscholieren kunnen Smaakdiploma halen
NL - Trouw en Biologica maken online gids voor gezond genieten
NL - Biologische teelt los van de grond
NL - Nieuwe producten van Eosta
Saltygreens: biologische zee-aster
NL - Bunzl introduceert bewuste verpakkinglijn
NL - AgriCoat fruitcoating verlengt houdbaarheid gesneden fruit
IRL - Organic food market in Ireland is worth € 76 million
FR - Natexpo 2007 with special events on Canada
FR - First organic snail farm in France
D - Duitsers besteden 20 procent meer aan biologische producten
D - Aandeel bioleghen Duitsland zeker 3 procent
D - Regionalität als Qualitätsmerkmal
D - Strategien für einen erfolgreichen Naturkostmarkt
D - Öko-Test September 2007
AT - Wien: Bio-Auwald-Brot



VK - Organic sales close in on £2 billion milestone
VK - Rising organic sales trigger Tesco price re-think
VK - First organic hotel in Wales
VS - 'Groen' koffiepak deels van bioplastics
VS - Whole Foods closes Wild Oats Deal
VS - Aurora will alter practices
BR - Neues Getränk aus Brasilien



NATIONAAL

16 manieren om stijlvol onze planeet te redden

Verantwoord leven hoeft niet langer naar wollen sokken en zure room te ruiken. Volgens stijlbijbel Vogue wordt 'eco-chic' dé trend voor 2008. Het is perfect mogelijk, zo meldt het blad, om een eerlijk bestaan te leiden en toch lekker te eten, leuke kleren te dragen, spannende make-up op te doen en aangenaam op vakantie te gaan. Met andere woorden: red onderweg een ijsbeer, maar bewaar vóóral uw cool. Nina's 16 manieren om trendy en stijlvol onze planeet te redden.

LIPPENSTIFT

Lipstick van het merk Cargo is momenteel één van de meest vernieuwende eco-schoonheidsproducten ter wereld. De verpakking is composteerbaar en bevat zaadjes van wilde bloemen die je kan planten. Waar wacht u nog op?! Verkrijgbaar op www.pout.co.uk

TOTAALCONCEPT

Interieurdecoratie, kleding, tassen, producten voor lichaamsverzorging... je hele dagelijkse leven kan je inrichten met producten waar de makers en telers een eerlijke prijs voor kregen en die gecreëerd werden met respect voor de arbeidsomstandigheden en het milieu. Rosa Diaz y Cordal opende in Brussel de eerste eco-chic concept store. Must see!

Meer info: Befair, Franklinstraat 97, Brussel, 02 / 732.03.10, www.befair.eu

POETSEN

De écht coole ecostrijdsters snijden wc-eend genadeloos de nek over, castreren Mister Proper en zweren bij 100 % natuurlijke middelen als soda, azijn, borax en citroen. Voor lichtgroene poetsdames/heren zijn er bijvoorbeeld de Ecover-producten. Zij worden op een ecologisch, economisch en sociaal verantwoorde wijze geproduceerd in een unieke ecologische fabriek. Eerlijk en open, met respect voor mens, dier en milieu.

Meer info: www.ecover.be

KUREN

Verantwoord chillen/genieten/opladen kan in een Ierse ecologische 'spa' waar enkel gewerkt wordt met 100 % natuurlijke verzorgingsproducten. Het kuuroord gaat geen moeite uit de weg om een nefaste impact op het milieu te minimaliseren.

Meer info & reservaties: www.monart.ie

HOTEL

Aan de rand van het Spaanse berggebied Sierra de Granzamela, op een boogscheut van het drukke Marbella en Torremolinos, ligt het Hoopoe Yurt hotel van het Britse koppel Ed en Henrietta Hunt. Hun gasten worden midden in de natuur ondergebracht in yurts: ronde, prachtig gedecoreerde tenten, vooral bekend van de Mongolen. Bij Ed en Henrietta draait alles op zonne-energie en wordt enkel (heerlijk) bio gekookt. Garant voor de groenste en eerlijkste vakantie van je leven. Er is ook



mogelijkheid tot reiki, massages, wandelen, paardrijden en grottentochten. Open van eind april tot half oktober. Meer info: www.yurthotel.com en yurthotel@mac.com

KERSTSHOPPEN

De roemruchte geitenwollensokkengeur hangt al lang niet meer in de inmiddels 207 Oxfam-wereldwinkels in ons land. Elke wereldwinkel brengt een wereld vol eerlijke handel naar je toe. Naast voedingsproducten kan je er ook mooie kunstnijverheid en cosmetica kopen: ideaal voor eerlijke, rechtvaardige en vooral originele (kerst)cadeaus.

Meer info: www.oww.be

PARFUM DE CRISE

Uw spilzieke, gemakzuchtige, kant-en-klare medemens bewust maken van de heersende malaise is een plicht: hippe chicks doen dat echter met flair en humor. Hilarisch en ideaal om door te sturen naar je eco-vriendinnen is het fragment op You Tube waarin de Amerikaanse president Bush probeert uit te leggen wat

'Global Warming' betekent.

Het bewuste fragment vindt u op:

www.youtube.com/watch?v=jDrq0LNrh-A

KIDS

Jong geleerd is oud gedaan. Laat je kinderen creatief aan de slag gaan (ook wel knutselen genaamd) met wat de natuur levert en laat ze hun werkjes cadeau doen aan oma's, opa's, burens... Heerlijk boek is 'Geschied voor kinderen. Leuke natuurstukjes maken met kinderen en tieners' van Annie Brusselle. (Uitgeverij Lannoo / Terra, ISBN 90 209 4948 9)

JEANS

De belangrijkste, grote jeansmerken zoals Levi's, Wrangler, Loomstate en Diesel hebben tegenwoordig eco-jeans in verschillende stijlen. Jongere merken als Sharkah Chakra (www.sharkahchakra.com) beloven fair-trade, natuurlijke verfstoffen en organische denim.

SUPER-MARKT

Biologisch eten om er zelf beter van te worden én het milieu te helpen: ook in ons land begint het licht stilaan te schijnen. Hip bio-ecologisch winkelen kan o.a. bij Bio-Planet, een schitterende supermarkt met dito restaurant. De keten heeft vestigingen in Gent, Dilbeek en Kortrijk. Je kan ook terecht op een webshop en Bio-Planet-producten worden tegen een kleine vergoeding geleverd in Colruyt-vestigingen.

Meer info: www.bioplanet.be

WEBSITE

Voor groene dames op hakken vallen heel wat leuke tips voor een verantwoord(er) leven te scoren op www.veggieinpumps.nl. De site is opgericht voor vrouwen die waarde hechten aan hun vrouw-



zijn, maar tevens aan eerlijkheid en rechtvaardigheid. Interessant want positief getest zijn de vegetarische recepten uit het virtuele kookhoekje.

Info: www.veggieinpumps.nl

MODE

People Tree wordt door Vogue genoemd als het ethische modemerken dat het meest nagebootst wordt wat zeker een criterium is. Het merk is online te bestellen op www.peopletree.co.uk Ook bijzonder: www.ecochicinc.com

RESTAURANT

«Niets kan onze gezondheid en het voortbestaan van het leven op aarde zoveel helpen als de evolutie naar een vegetarische levenswijze.» Nee, geen uitspraak van ons, maar van Albert Einstein. De lijst vegetariërs blijft groeien en vooral dames bekeren zich massaal. Wie graag uit eet, vindt de beste adressen van veggie(vriendelijke) restaurants op www.vegetarisme.be en www.vegetarischrestaurant.be

KEUKEN

Wees een pionier en installeer een keuken uit bamboe. Niet alleen duurzaam en biologisch afbreekbaar, maar ook zacht voor je bankrekening. Kijk maar eens op www.bulthaup.com

VERF

Jaren nadat ze aangebracht werd, blijft verf toxines afgeven. Hout-, muur- en plafondverf van Biofa is anders: het hoofdkenmerk van deze producten is het verbeteren van het welzijn van de bewoners en hun onschadelijkheid voor de gezondheid en ons leefmilieu. Info en verkooppunten: www.biofa.be

JUWELEN

Wie de film 'Blood Diamond' (met Leo Di Caprio) heeft gezien, werd brutaal de ogen geopend voor de horror binnen de ontginning en productie van luxejuwelen. Een eco-chick die zich een diamanten dingetje wil aanschaffen, heeft het criterium 'conflictvrij' hoog op haar lijstje staan. Dergelijke conflictvrije, ethisch verantwoord ontgonnen juwelen vind je o.a. bij ontwerpers Tom Binns (www.tombinnsdesigns.com) en Katharine Hamnett (www.katharinehamnett.com).

Bron: Het Laatste Nieuws, 10/09/2007

Fruit en groenten op school

In Vlaanderen is o.m. het project Tutti Frutti ontwikkeld voor het basis- en secundair onderwijs. Deelname gebeurt bij voorkeur op schoolniveau. De kinderen die deelnemen aan het fruitproject ontvangen elke week een stuk fruit en/of groente op school. De scholen kunnen kiezen voor gangbare of biologische teelt. Zo eten de kinderen in ieder geval één keer per week fruit en leren zij verschillende soorten kennen. Dat maakt hen vertrouwd met nieuwe smaken en werkt bevorderlijk voor het eten van de eerder onbekende vruchten. Door fruit te eten in groep ervaren de kinderen bovendien dat fruit eten oké is. De financiering van het project bestaat uit een jaarlijkse ouderbijdrage.



Bij het project hoort ook een website met informatie over een gezond voedingspatroon en leuke ideeën voor activiteiten rond gezonde voeding. Er zijn spelletjes, weetjes, suggesties, cijfermateriaal en recepten als leidraad om meer winst te halen uit uw inspanningen en om Tutti Frutti tot een succes te maken. Afgelopen schooljaar namen 240.029 leerlingen uit 1.380 kleuter- en basisscholen deel aan het project. In het secundair onderwijs deden zo'n 20.176 leerlingen uit 112 scholen mee.

Info en inschrijven: www.fruit-op-school.be

Bron: Het Nieuwsblad online, 13/09/2007

25 jaar wroeten voor werk

Centrum timmert al kwarteeuw aan de weg

De Wroeter is er voor 'de zwarte raven' op de arbeidsmarkt.

KORTESSEM - Een tweedaags feest zet dit weekeinde het 25-jarige bestaan van De Wroeter in het licht. 'We hebben onze geitenwollen sokken uitgedaan, de kloof met de reguliere economie wordt steeds kleiner', zegt directeur Jos Santermans.

Van piepjong vzw'tje over een activiteitenboerderij voor kansarmen tot een sociaal arbeids- en dagcentrum. De Wroeter is een kleurrijke buitenbeen op de arbeidsmarkt. Tijdens haar 25-jarige werking heeft zij zich ontwikkeld tot een uniek initiatief.

Jos Santermans, directeur van het arbeidscentrum, ging vijftien jaar geleden in Kortesseem aan de slag. 'Oorspronkelijk waren we een opleidings- en tewerkstellingsproject voor sociaal zwakkeren en langdurig werklozen met een kwetsbare achtergrond. In de loop der jaren zijn daar andere activiteiten bijgekomen, zoals het onderhoud van openbare groenvoorzieningen. Toch is De Wroeter een biologische groenten- en fruitkwekerij gebleven. De opbrengst van onze activiteiten wordt voor de helft rechtstreeks verkocht in de boerenwinkel en op vier verschillende markten. De andere helft belandt op Veiling Brava. Sinds kort beschikt De Wroeter over een eigen webwinkel.'

Waardering

In Limburg kan je niet voorbij de leden van de Wroeterfamilie. Je vindt ze in het Provinciehuis in Hasselt, waar ze soms de catering verzorgen, op de wekelijkse markt in Hasselt, bij het groenonderhoud van het fietsroutenetwerk of in de gerenoveerde pastorie in het pastorale Gors-Opleeuw.

Op de arbeidsmarkt is De Wroeter lang een vreemde eend in de bijt geweest. Nu is dat een tikkel anders. 'Sommigen hadden de indruk dat we een mierennest waren waar een kat haar jongen niet in terugvond', zegt Jos Santermans. 'Terwijl we al die tijd aan de weg hebben getimmerd. Veel principes die we over de jaren in onze werking hebben geïncorporeerd, zijn nu terug te vinden in de reguliere economie. We laten bijvoorbeeld onze deelnemers voelen dat ze een belangrijke plaats innemen in het geheel, dat hun werk gewaardeerd wordt. We geven hen werk op maat, werk dat ze graag doen. Verder dragen we inspraak hoog in het vaandel, net als diversiteit. In hedendaagse bedrijfscultuur allemaal erg belangrijke facetten.'

Drie pikkels

De Wroeter valt uiteen in een dagcentrum voor mensen met een handicap (40 deelnemers) en een arbeidscentrum, dat zelf op drie pikkels rust: sociale werkplaats, opleiding en arbeidszorg. Goed voor 50 contractuelen en 15 mensen in opleiding.



'We focussen ons enkel op groenonderhoud en biologische tuinbouw', zegt Jos Santermans. Twee laagdrempelige activiteiten die direct resultaat met zich meebrengen. Dat is belangrijk voor onze deelnemers, die behoren tot de kansengroepen en langdurig werkloos zijn. Wij stimuleren ook hun overgang naar de reguliere sector en een beter loon, maar vaak is dat een stap te ver. Bedrijven zoeken witte raven, onze deelnemers zijn zwarte raven met een meervoudige problematiek.

Valabele werkrachten die anders zijn. Hen aan het werk houden kost inderdaad geld, bijvoorbeeld door de randactiviteiten waarmee we hen als groep gemotiveerd houden. Dat gaat niet alleen om ontspanningsactiviteiten of een cursus bosmaaier, maar ook om bijvoorbeeld lessen attitudevorming. Onze mensen de gepaste aandacht geven, betekent dat we er bewust voor kiezen om niet te grootschalig te worden.'

De Wroeter, Sint-Rochusstraat 8, 3720 Kortesseem, 011-37.52.92, www.dewroeter.be
Webwinkel : www.hartenboer.be

Bron: De Standaard, 12/09/2007

Biologisch brood nieuw bij Top Bakkers

Naast ovenvers brood, banket, bake-off en belegde broodjes heeft Top Bakkers nu ook ambachtelijk biologisch brood in het assortiment.

Met het oog op variatie is gekozen voor een breed assortiment. In totaal gaat het om zestien nieuwe biologische broodproducten. Top Bakkers heeft vooral hardlopers gekozen, zoals drie soorten grootbrood in bakzak, zachte broodjes, rozijnenbollen en voorgebakken broodjes waaronder kaiserbroodjes, triangels en drie soorten pistolets. Daarnaast heeft Top Bakkers Italiaanse bonken, meergranenstrips, triangels en kaiserbroodjes.

Bron: Agripress, 13/09/2007

Uitnodiging ronde tafel "Controlekost en risicocontrole"

Probila-Unitrab nodigt u van harte uit op haar ronde tafel "Controle in de biosector - een kwestie van kwaliteit". Deze ronde tafel zal plaatsvinden op maandag 22 oktober 2007 vanaf 14u te Charleroi.

Locatie: CEME, 147 Rue des Français, 6020 Charleroi (Tel: 071/23.98.50)

Sprekers zijn onder andere Hilde Van Duffel (Integra-Blik) en Serge Massart (DG Agriculture, Waals Gewest).

We hopen dat u er ook bij kan zijn! Leden van Probila-Unitrab krijgen GRATIS toegang tot de ronde tafel. Niet-leden betalen 100 euro. Gelieve uw aanwezigheid te bevestigen bij Probila-Unitrab op het nummer 016/47.01.98 of via [anke.vannoten\(ad\)probila-unitrab.be](mailto:anke.vannoten(ad)probila-unitrab.be) voor 15 oktober.

Quality matters

Het biologisch karakter van een product draagt een zekere kwaliteitsgarantie in zich. De geloofwaardigheid van de gehele biosector is verbonden met de kwaliteit van haar producten en van haar bedrijven in het algemeen.



Controle vormt de garantie voor de consument dat de regelgeving over de biologische landbouw en voeding doorheen de gehele keten gerespecteerd wordt. De consument vertrouwt op de gecontroleerde, gegarandeerd 100% biologische kwaliteit van een bioproduct. Een degelijk controlesysteem waarborgt dus het vertrouwen van de consument. In dezelfde lijn zorgt controle ervoor dat biobedrijven de bijzondere biokwaliteit van hun producten hoog houden. Een onderbouwd controlesysteem bewaart het imago en de kracht van de biosector.

Probila-Unitrab verenigt, verdedigt en versterkt de bioverwerkers en bioverdelers. In het kader van haar beleidswerking staat controle momenteel bovenaan op de agenda. Probila ondersteunt de uitwerking van een optimaal biocontrolesysteem en wilt ook u daar graag bij betrekken.

Bron: Probila-Unitrab, 10/09/2007

Uitnodiging voor een bio-fijnproeverswandeling

Op zaterdag 6 oktober 2007 organiseert BioForum Wallonië een biologische wandeltocht voor fijnproevers. Deze activiteit combineert lekker eten met het ontdekken van nieuwe landschappen, en leert U meer over wat bio inhoudt.

Plaats: rue de la Tourlouette 5 - 5362 Achet (Condroz)
Prijs: -5 gratiut / -12 €7,5 / adultes € 15
Info: BioForum Wallonie
Chaussée de Namur 47
5030 Gembloux
Téléphone : 081 61 46 55
Fax: 081/61.01.45
wallonie@bioforum.be
<http://www.bioforum.be/fr/actualites.php?section=conso>

Bron: Probila-Unitrab, 5/09/2007

Uw bioagenda

Leer bio kennen: kom bio proeven. Onze bioboeren nodigen op 15 en 16 september jong en oud uit om te genieten van de natuurlijke smaak, authentieke kleuren en geuren van de biologische landbouw en voeding. Kijk hieronder op de kalender voor een boerderijbezoek in jouw buurt!

Zaterdag 15 en zondag 16 september
DRUIVEN SONIEN, Overijse (Brusselsesteenweg 538)
Doorlopende rondleidingen in de druivenserres. Uitleg over de teelt van tafeldruif. Mogelijkheid om de nabijgelegen wijnkelder te bezoeken.
Van 8 tot 12u en 13 tot 17u
Meer info: Filip Luppens, 02/657.33.20 en www.sonien.be

Zaterdag 15 en zondag 16 september
KRUIDEN PERVISUM, Kortemark (staatsbaan 2C)
Rondleidingen en het bereiden van kruidenthee's. Proeverij van speciaal gekruide gerechten.
Van 10 tot 19u, op afspraak
Meer info: 051/30.29.77 en op www.kruidenpervisum.com



Zaterdag 15 en zondag 16 september

'T DONDEERSWAL, Lo-Reninge (Hazewind 1)

Op ontdekking op het biologisch melkveebedrijf 't Donderswal.

Infostands - bezichtigen van mechanische onkruidbestrijdingsmachines - bezichtigen vakantiewoning - waterzuivering - automatisch melken met Robot Lely

- Rondleidingen op het bedrijf met professionele uitleg door bedrijfsconsult Wim Govaerts en Johan om 14 uur

- Rondleidingen voor geïnteresseerden en consumenten om het half uur.

- Bar met proeverijen van Bio producten & Hoeve producten

Zaterdag vanaf 13u30; zondag vanaf 10.30u

Meer info: Johan en Lut Deman-Devreese, 058/28.80.87 en demandevreese@hotmail.com

Zondag 16 september

YGGDRASIL, Tienen (Vissenakenstraat 381)

Ter gelegenheid van 10 jaar Yggdrasil is er mogelijkheid tot kennismaking met het project permacultuur waarbij samenwerking met de natuur essentieel is.

Er zijn rondleidingen doorheen de tuin met aandacht voor de ruime diversiteit aan gewassen in elk seizoen, de kringlooptuin, de kruidenspiraal, ed. Verder nog een film over permacultuur doorheen de seizoenen, creatieve activiteiten voor kinderen met natuurlijke materialen, diverse stands over deelaspecten van permacultuur, kruidenstand, boekenstand en een cafetaria met biologische hapjes en drankjes.

Van 10 tot 17u

Meer info: <http://users.pandora.be/yggdra/index.htm>

Zondag 16 september

HAGELING BIO-WIJNBOUW, Tienen (Vianderdal 23)

Opendeurbezoek aan de wijnkelder met rondleiding en informatie over het vinificatieproces.

Mogelijkheid tot degustatie van onze biowijnen!

De Hageling teelt biologische druiven en verwerkt deze tot "Hagelandse bio-wijn". Bezoek aan de wijnkelder en kennismaking met onze wijnen.

Van 10 tot 18u

Meer info: Hugo Bernar, 016/81 58 87, hugo.bernar@skynet.be, www.hageling-bio.be

Zondag 16 september

DE WROETER, Kortesseem (Sint-Rochusstraat 8)

25 jaar De Wroeter!

Familiedag met standjes, bioproducten en de Hartenboer-producenten.

Van 14 tot 17u

Meer info: www.dewroeter.be/ac

Zondag 16 september

DE LEVENDE AARDE, Oostkamp (Breeweg 22)

Regelmatige rondleidingen op het bedrijf. Uitgebreid machinepark. Proeven van ons heerlijk Wortelsap. Smullen met heerlijke soep, stukje taart of biobiertje.

Wandeltraject van 3 km naar biobedrijf De Zaaier.

Van 10 tot 18u

Meer info: Eric Vandevannet, 050/27.95.99 en www.biobrugsmeland.be



Zondag 16 september

DE ZAAIER, Oostkamp (Korte Akkerstraat 2)

Doorlopend broodbak in houtgestookte oven, opening nieuwe hoevewinkel, biobar en talrijke proefstandjes, kindersanimatie, ...

Wandeltraject van 3 km naar biobedrijf De Levende Aarde en fietstocht.

Van 10 tot 18u

Meer info: Diederik Steyaert), 050/27.02.44 en www.biobrugssommeland.be

Zondag 16 september

PCBT, Beitem-Rumbeke (Gabriëlstraat 11)

PCBT (Interprovinciaal Proefcentrum voor de Biologische Teelt).

Via een geleide wandeling langs de percelen maakt u kennis met de proefvelden (bodemvruchtbaarheid, ziektebeheersing, rassenkeuze,...) voor biologische akkerbouw en groenteteelt. Ook in onze bloemenrand gonst het van nuttig leven. Op het erf worden de schoffelmachines en de oogst van de rassenproef aardappelen tentoongesteld.

Het Proefbedrijf Biologische Landbouw is ook één van de startpunten voor de fietshappening 'Gluur ook eens bij uw buur' van de stad Roeselare. Een viertal fietsroutes leiden u langs verschillende milieuvriendelijke en duurzame projecten (o.a. fotovoltaïsche zonnepanelen, zonneboiler, kleinschalige waterzuivering, biogasinstallatie,...) in de omgeving. Tijdens een van de routes wordt ook de biohoeve Lochting Dedrie aangedaan.

Van 12 tot 17 uur.

Inschrijven fietstocht: van 12 tot 15u

Meer info: Lieven Delanote, PCBT, 051/27350 of Carine Huûghe, Stad Roeselare, 051/262297.

Zondag 16 september

ORIGIN-O ROESELARE - BIOHOEVE DEDRIE, Roeselare (Oude Stadenstraat 15)

Rondleidingen met alle info over de biologische groenteteelt.

Wij doen tevens mee in de fietshappening 'Gluur ook eens bij uw buur' van de stad Roeselare.

Van 13u30 tot 17u30

Meer info: 051/20.28.85 en www.lochting.be of Carine Huûghe, Stad Roeselare, 051/262297.

Zondag 16 september

MILIEUBOERDERIJ DE PALINGBEEK, Zillebeke (Vaartstraat 7)

Fruitpluk en confituurverwerking. Vlierbessensiroop proeven.

Verkoop van groenten.

Demonstratie van houtkompost en snoeihoutversnipperen

Van 13u30 tot 17u30

Meer info: 057/44.56.18

Zondag 16 september

'T LIVINUSHOF, Sint-Margriete (Molenkreekstraat 3)

't Livinushof zet zijn deuren open voor een echt oogstfeest. Op 't Livinushof trek je de velden in en voel je de dankbaarheid om wat moeder aarde voortbrengt. De kinderen helpen actief mee tijdens het oogsten van pompoenen of sorteren van ui.

Alle kinderen welkom, breng alvast je laarzen mee en trek je werkkledij aan!

Op een boogschuit vind je ook het Fruitbedrijf Van Eykeren.

Van 10 tot 17u



Meer info: 0472 / 73.62.59 en www.mondina.be

Zondag 16 september

FRUITBEDRIJF VAN EYKEREN, Watervliet (Molenstraat 93)

Op 16 september zetten Koen en Leen Van Eykeren hun deuren open voor een echt oogstfeest.

Je kunt komen genieten van de vruchten in de boomgaard tijdens de rondleiding. Kinderen gaan op pad met de appelman en genieten van allerlei doe-dingetjes.

Alle kinderen welkom , breng alvast je laarzen mee en trek je werkkledij aan!

Op een boogscheut vind je ook 't Livinushof.

Van 10 tot 17u

Meer info: 09 / 379.84.91 en www.mondina.be

de volledige Biokalender vindt u op:

http://bioforum.combell.net/biotheekbe_www/agenda_consue.aspx?siteID=1



INTERNATIONAAL

Ingredient Composition Becoming Important as Natural & Organic Personal Care Product Market Evolves

The natural & organic sector is the fastest growing in the North American cosmetics & toiletries industry, with sales increasing by 20% a year. Organic Monitor (www.organicmonitor.com) projects the market share of natural & organic personal care products to expand from 8% this year to 15% in the coming years.

High market growth rates are because of the rise in ethical purchasing and 'mainstreaming' of natural & organic products. Distribution in mass market retailers is increasing as retailers focus on ecological and natural products. Mass merchandisers like Wal-Mart and Target are introducing natural & organic personal care products, supermarkets like Safeway and Loblaws are expanding product ranges, whilst drugstores are launching exclusive products.

Organic Monitor's new report on The North America Market for Natural & Organic Personal Care Products: Market Assessment & Forecasts finds that product penetration is increasing in all channels. Specialty personal care stores and department stores are introducing premium natural & organic brands. High growth is also coming from spas, salons and beauty centers. Television shopping and online retailers are also important for certain brands. Greater segmentation is leading to dedicated brands being developed for some channels.

Most sales however remain from natural food shops which have 45% market share. Leading chains like Trader Joe's and Wild Oats have developed private labels for natural beauty products, whilst independents are giving greater shelf-space to these products. Whole Foods Market is setting the pace by looking at setting up dedicated spas in some of its natural food supermarkets.

A key finding by Organic Monitor is that the North American market is evolving into a two-tier market. The first-tier comprises companies that have received a capital injection in recent years. These frontrunners, backed by large marketing budgets, are showing a large rise in market share as they expand distribution and strengthen their product portfolios. Aveda is the market leader because of its extensive, yet exclusive, distribution channels. The second-tier comprises smaller companies that continue to focus on traditional markets. The gap between first and second tier companies is widening as the market evolves.

Ingredient and formulation issues are becoming increasingly important in the North American market. The growing number of pseudo-natural products is leading consumers to scrutinize the composition of natural & organic personal care products. Manufacturers are responding by launching products with high levels of natural extracts, ethical and certified organic ingredients. Organic Monitor expects to see more certified fair trade and organic products as companies move away from 'natural marketing'. Indeed, major new entrants like Yves Saint Laurent (Care by Stella McCartney) and Origins Natural Resources are launching Ecocert-certified products. Intelligent Nutrients is expected to have a major impact in 2008 with its novel range of nutritional cosmetics that are made from certified organic food ingredients.

The new report by Organic Monitor gives strategic recommendations to natural personal care product companies, retailers and new entrants. Apart from focusing on natural ingredient compositions and formulations, manufacturers are advised to develop strategies based on product positioning and distribution. Market winners will be those companies that can successfully differentiate their natural & organic products from competing products.



Research Publication: The North American Market for Natural & Organic Personal Care Products: Market Assessment & Forecasts

More information is on <http://www.organicmonitor.com/300160.htm>

Bron: organic monitor, 7/09/2007

Organic agriculture for food security in the tropics

In Switzerland, organic farming is recognised as an efficient, sustainable agricultural system. Sustainable agriculture and consistent yields, together with increasing fluctuations in climate are becoming ever more important in tropical areas also. A Swiss research project is now beginning a long-term study in Africa, Asia and Latin America. Ecological methods of agriculture will be researched based upon their capabilities for food security, alleviation of poverty and protection of the environment in the tropics.

Climate change and growing poverty in many developing countries place great demands on the farmers of the South. Swiss scientists are now investigating the possible contribution of organic agriculture to the solution of the urgent problems of world nutrition. "Droughts and floods have always greatly influenced soil fertility and crop yields in tropical areas", says Urs Niggli, director of the research institute for organic agriculture, FiBL. "In the future these extreme events are likely to become more frequent, further influencing the food situation in developing countries." Scientific long-term studies that compare organic and conventional agricultural systems have not existed until now. This Swiss initiative constitutes pioneering work in the field of agricultural research.

„The way in which organic agriculture can contribute to food security and sustainable development in tropical countries is of global interest", says the Swiss World Food Prize laureate and president of BioVision, Hans Rudolf Herren. "In the future, policy makers in development co-operation and local farmers should be able to draw upon the scientific results of research." The findings from this long-term study will be published and passed on to governmental and non-governmental agricultural advisers as well as to the farmers directly.

The scientific accompaniment in this long-term system comparison is the responsibility of FiBL in Frick, which numbers among the world-leading research institutes in organic agriculture. The research is financed by a consortium of donors, consisting of the Swiss BioVision Foundation, Coop and DEZA, the Swiss Agency for Development and Cooperation. The donors have great confidence in the cooperative approach and in long-term, applied research for the promotion of organic farming.

Various elements contribute to the interest in this study: It deals with the relationship between organic forms of agriculture and yield, quality, and storage life of field crops, but also with economy and energy efficiency, as well as soil fertility and biodiversity. Extreme weather conditions, which occur more and more frequently in the tropics due to climate change, will also be particularly taken into consideration.

The concept of organic agriculture relies upon the use of locally available resources and adapted technologies, such as pest control through the use of natural predators. This concept opens up new possibilities for the sustainable development of the South:

More consistent yields and access to attractive markets for farmers, for example through organically certified products.

In the meantime, the project has begun successfully. In Kenya and in India the test fields have been



planted. "Kenya lent itself to being the main site, since we have there a well-connected and competent partner - the renowned insect research centre icipe" (International Centre of Insect Physiology and Ecology) says project leader Christine Zundel, of FiBL. In India, FiBL has instigated the long-term study in cooperation with the bioRe Association, partner and supplier of organic cotton to Coop. BioRe India has long standing experience in organic and biodynamic agriculture, and also produces organically certified cotton with over 7000 farmers. The partnership between FiBL and bioRe is supplemented by Indian researchers and agricultural research institutes. "Thanks to the fact that DEZA decided to participate in the project, we are able to construct a third main site in Bolivia", says Zundel. "That means this will be the largest system comparison ever conducted in the tropics."

Bron: Organic Market info, 7/09/2007

EU - Ecomarketing wint terrein

Hoe verkoop je een schoon geweten? Daarom draait het bij de nieuwste tak van sport in marketingland. Ook in Europa winnen termen als 'klimaatneutraal' en 'duurzaam' snel aan belang. En daar pikt de marketingbranche een graantje van mee. Gesteund door de doemscenario's - en de beroemdheden die ze uitdragen - schieten de marketingbureaus-met-milieumissie als paddenstoelen uit de grond. Voorlopig nog met een bescheiden inzet. In plaats van meteen de hele markt te willen bekeren, gaan de meeste ecobureaus op zoek naar branches en bedrijven die al de nodige affiniteit met het thema hebben.

De belangrijkste activiteiten en doelen van deze marketingmissionarissen:
ecomarketing: onder het motto laat iedereen meedoen aan de bescherming van het milieu;
duurzaamheid: opstellen van emissiebalansen en de daaruit voortvloeiende maatregelen;
verkoop: creëren van afzetmogelijkheden voor emissiecertificaten; ingrediënt branding: promoten van een logo voor klimaatneutraliteit als merk.

Bron: Biofoodonline, 7/09/2007

NL - Biologisch wordt hip

De tijd dat biologisch geitenharen sokken en klompen waren, ligt ver achter ons. Het bewijs werd geleverd tijdens de biologische open dagen, deze waren dan ook een groot succes! Meer dan 80.000 mensen bezochten door het hele land de echte biologische boerenbedrijven. De Hoeve Doelwyck, waar jong en oud werden rondgeleid langs de akkers, smulden van cupcakes in de theetuin, proefden van de oogst op de boerenmarkt, van zongerijpt fruit met tarwegras, in een sfeer van brandende kaarsen, live muziek en vrolijke kinderen.

Het zijn deze dagen geweest dat Veggierose en Rootz purefruits elkaar gevonden hebben. Met beiden een product dat smaakvol is én goed voor iedereen sluit hun bedrijfsfilosofie naadloos op elkaar aan: iedereen laten genieten van de schoonheid en smaak van eenvoudig en puur. Deborah Post van Rootz purefruits met haar zongerijpt, biologisch fruit in een flesje verrijkt met tarwegras "puur zonlicht-energie" en Lisette Kreischer van Veggierose met haar zuivelvrije en homemade Rosey's Cupcakes, kleine eigenwijze diervriendelijke cakejes in allerlei smaken met de meest wonderlijke toppings.

Deze zomer werken ze samen aan het veroveren van de Nederlandse markt met hun mooie smaakvolle en goede producten. Houd het in de gaten! Op 10 tot en met 12 september te zien op het Innovatieplein op Fresh Rotterdam en in de Week van de Smaak van 24 - 30 september staat er een ecofabulous actie op de agenda! Voor meer informatie:

Deborah Post - Rootz purefruits - Calandstraat 24 a - 3016 CC Rotterdam - Tel.: 0642-158 287 - www.rootzpurefruits.com



Bron: Biofoodonline, 7/09/2007

NL - Misdadiger bakt nu biologisch Killer Bread

Hier het gouden idee voor alle Nederlandse misdadigers en boefjes, die nergens meer aan de bak kunnen komen. Begin een biologische bakkerij. Noem het brood "Killer Bread". De Amerikaan Dave Dahl uit Portland, Oregon, heeft van zijn desastreuze levenswandel een prachtig staaltje van "corporate storytelling" gemaakt. De Amerikaanse pers kan er niet genoeg van krijgen. En zijn klanten vinden de nieuwe broodvindingen van de ex-verslaafde net zo spannend en smakelijk als al zijn verhalen uit de gevangenis. Mmm... geen witte sesamzaadjes, maar de veel toepasselijkere zwarte soort...

Lees het volledige verhaal op <http://www.peopleplanetprofit.be/artikel.php?IK=1125>

Bron: P+, 9/09/2007

NL – Drink biologische melk en spaar voor koeien in Afrika

Ontwikkelingsorganisatie Heifer Nederland heeft samen met biologische zuivelmerken Zuiver Zuivel en Groene Koe een speciale spaaractie opgezet om koeien te sparen voor de Heiferboeren in Kameroen. Op ieder literpak biologische melk en yoghurt vindt u vanaf 1 september tot 1 december spaarzegels. Door 25 zegels te sparen en de spaarkaart op te sturen steunt u Heifer Nederland. Voor iedere 180 inzendingen ontvangt Heifer Nederland 1 koe. De pakken melk en yoghurt van Groene Koe en Zuiver zuivel zijn te vinden in de zuivelschappen van de supermarkt of natuurvoedingswinkel.

Heifer, Zuiver Zuivel en Groene koe rekenen er op dat met deze spaaractie zo'n 25.000 Euro voor koeien in Afrika bij elkaar gespaard zal worden. Dan kunnen door deze spaaractie minstens 50 extra gezinnen uit Kameroen een koe ontvangen. Daar geven zij dagelijks vijftien liter verse melk. Dit is voor het gezin een belangrijke bron van voedsel. De gezondheid van de boerengezinnen verbetert door de dagelijkse melk of yoghurt. Melk die overblijft wordt verkocht op de markt, waardoor het gezin een inkomen verdient. Van dit inkomen kunnen kinderen naar school, medicijnen worden aangeschaft of verbeteringen aan het huis worden gemaakt. En dankzij de koeienmest levert de moestuin veel meer op. Voor meer informatie kunt u kijken op <http://www.heifer.nl/>. En .. Win een reis naar Kameroen! Wilt u meegaan om de koeien te overhandigen aan de bevolking in Kameroen, schat dan in hoeveel geld er bij elkaar wordt gespaard voor deze actie. De inzender die het dichtst bij zit, wint een 7- daagse reis voor 2 personen!

Bron: Biofoodonline, 7/09/2007

NL - 'Sterke groei biologisch zuurkool'

De afzet van biologische zuurkool groeit snel.

Dat zegt een woordvoerder van verwerker G. Kramer Zonen uit Zuid-Scharwoude op de beurs Fresh Rotterdam. Het aandeel van de biologische omzet van de zuurkool binnen het bedrijf groeit van acht procent naar twintig.

Dat is vooral toe te schrijven aan de supermarkten die op biologisch overschakelen. De ketens hebben zich in het convenant biologische landbouw vastgelegd aan biologische doelstellingen. Met zuurkool is dat relatief eenvoudig, denkt een woordvoerder van G.Kramer. Het product blijft goedkoop en houdbaar. De winkels hebben geen derving.



De verwerker heeft 50 contracttelers. Er zijn supermarktketens die alleen maar de biologische variant verkopen, stelt de fabrikant. De teelt is wel riskanter door de koolvlieg. G.Kramer zet daarom meer areaal uit in contracten dan nodig is. Afgelopen seizoen verhoogde de fabrikant de contractprijzen nog met 5 procent. Of de prijzen dit jaar verder stijgen, kon de woordvoerder nog niet zeggen.

Bron: Agripress, 10/09/2007

NL - Aantal bio-kopers blijft beperkt

De omzet van bioproducten is het afgelopen jaar met 9% gegroeid tot 460 miljoen euro. Maar de groep 'heavy users', klanten die veel biologische producten kopen, is erg klein vergeleken met de overige productgroepen. Zo'n 16,5% van de bio-kopers is goed voor 83% van de omzet. Dat blijkt uit cijfers van onderzoeksbureau GfK.

Bijna 6 miljoen huishoudens, 82,5% van het totaal, koopt weleens biologische producten. De 'heavy users' zijn met 16,5% goed voor gemiddeld 320 euro aan biologische producten per jaar. Hieronder zijn veel alleenstaanden en welgepensioneerden te vinden

De overige 83,5% komt niet verder dan gemiddeld 13 euro. Hier valt dus nog veel winst te behalen. Vooral huishoudens met kinderen besteden relatief weinig aan biologische producten

Bron: Agriholland, 10/09/2007

NL - Sap van biologische groenteresten binnenkort in het schap

Binnenkort kunnen consumenten sappen van biologische groenteresten kopen in de supermarkten. Dit afval werd voorheen weggegooid of gebruikt als veevoer. De komst van de nieuwe dranken vormt het slotstuk van het project 'Groentestromen naar biosap', dat Wageningen UR anderhalf jaar geleden begon op verzoek van groenteverwerkingsbedrijf Provalor. Het sap is vanaf volgende week te koop in de supers in Duitsland, Nederland volgt iets later.

Volgens projectleider Noen Jukema worden er in het sap geen bedorven groenten verwerkt. "Het gaat om verse groenten die ongeschikt zijn voor verkoop, zoals wortelen die te dik of te krom zijn." Volgens Jukema is er vooral vraag naar wortel-, zuurkool- en rode bietensap.

Een 'bioflesje' zal ongeveer twee keer zo veel kosten als niet-biologische sap, schat directeur Piet Nell van Provalor. De grondstoffen komen vooral uit Nederland, waar ruim 13% van de winterpenenooft overblijft als restproduct.

Bron: Agriholland, 7/09/2007

NL - Tijdelijk eieren uit het buitenland voor 'Adopteer een Kip'

Een aantal adoptanten van Adopteer een Kip heeft buitenlandse eieren in hun eierdoosjes aantreffen. Dit heeft te maken met een tijdelijk eierte kort, dat over drie weken zal zijn opgelost. De eieren zijn weliswaar biologisch, maar niet afkomstig van de adoptiebedrijven. Dat meldt Biologica.

Door een planningsfout was er een tekort aan Nederlandse eieren om zowel de adoptanten als de gewone klanten van de natuurvoedingswinkel te voorzien. Deze eieren kunnen helaas niet gescheiden worden. Over drie weken (ca 24 september) zal het tekort zijn opgelost, doordat een groot aantal jonge hennen binnenkort aan de leg gaat, mede dankzij de vele adopties.



Adoptanten die alleen maar eieren van Nederlandse adoptiekippen willen wordt aangeraden in de winkel voor de biologisch-dynamische eieren te kiezen, te herkennen aan het Demeter-keurmerk. Die zijn in ieder geval van adoptiekippen afkomstig.

Bron: Agriholland, 7/09/2007

NL - 120.000 basisscholieren kunnen Smaakdiploma halen

Tijdens de Week van de Smaak, van 24 tot 30 september, zullen ongeveer 1.000 basisscholen in Nederland meedoen aan de Landelijke Smaakttest. De kinderen leren beter proeven en ontdekken waar hun eten vandaan komt. Wie de test goed afrondt, verdient het Smaakdiploma A. De actie sluit aan op de landelijke Smaaklessen.

De scholen reageerden bijzonder enthousiast. De Landelijke Smaakttest is een inspirerend werkblad vol met speelse testjes, vragen en weetjes, dat de smaakbeleving van de kinderen prikkelt. Kinderen worden zich daardoor meer bewust van de bronnen van hun voedsel en van gezondheidsaspecten. Maar in de eerste plaats leren ze hun smaak te ontwikkelen.

De Smaakttest en het Smaakdiploma A zijn ideeën uit de koker van de bekende tv-kok Pierre Wind. De Smaakttest is meteen een kennismaking met een moderne voedingsles. Er wordt gehoopt dat de deelnemende scholen zich ook aansluiten bij de landelijke Smaaklessen. Met de Smaakttest willen de initiatiefnemers de politiek erop attenderen dat verplichte voedingslessen op basisscholen een absolute noodzaak zijn.

De Landelijke Smaakttest en het Smaakdiploma A worden gelanceerd tijdens de Week van de Smaak, die plaatsvindt van 24 t/m 30 september. De Week van de Smaak vindt dit jaar voor het eerst in het hele land plaats. Er zijn activiteiten op meer dan 1.500 locaties. Restaurants, cateraars, koks, boeren, scholen, winkels, producenten en supermarkten doen mee. In Frankrijk, België en Zwitserland bestond al eerder een Week van de Smaak.

De Week van de Smaak is een gezamenlijk initiatief van Euro-Toques, smaakambassadeur Pierre Wind, Slow Food, Streekeigen Producten Nederland, Kunsthal Rotterdam en Biologica.

Bron: Foodholland, 10/09/2007

NL - Trouw en Biologica maken online gids voor gezond genieten

Dagblad Trouw heeft in samenwerking met Biologica de GezondGenietenGids opgezet op internet. Biologica leverde de 1600 adressen voor de gids.

Het klimaat en het werken aan een betere wereld staan momenteel volop in de belangstelling. Maar hoe pak je dat aan als je bijvoorbeeld uit eten gaat? Hoe kun je gezond genieten? Dagblad Trouw heeft nu in samenwerking met Biologica de GezondGenietenGids opgezet op internet. In de gids vindt u alle restaurants in de buurt die werken met minstens 25 procent biologische producten. Maar er staan ook boerenmarkten in, boerderijcampings en natuurvoedingswinkels, overal in het land.

De gids is onderdeel van de Trouw-website Groen!. De 1600 adressen zijn verzameld door Biologica, de beleids- en promotie-organisatie voor biologische landbouw en voeding. De GezondGenietenGids op Groen! past in het streven van Trouw om internetgemeenschappen te beginnen op domeinen die dicht bij het profiel van de krant liggen. Alleen al in juli trok Groen! bijna 150.000 bezoekers.

Bron: Biologica 5/09/2007



NL - Biologische teelt los van de grond

Decennialang is de trouwe consument van biologische producten ingeprent dat een duurzaam landbouwsysteem staat en valt met een gezonde bodem. Het verzorgen van de bodem met organische -liefst gecomposteerde- mest, diverse groenbemesters, zoals klaver en luzerne, en een ruime wisselteelt, maakt de plant sterk en voorkomt hoge ziektedruk. Langs deze weg is het gebruik van kunstmest en chemisch-synthetische middelen eenvoudigweg niet meer nodig.

In de jaren negentig meldde zich een reguliere kasteler, die teelde op glaswol, bij Skal en vroeg het EKO-keurmerk aan. Zijn redenering was: ik gebruik geen kunstmest of bestrijdingsmiddelen, dus ik heb recht op het biologische EKO-merk. Die aanvraag heeft het niet gehaald.

Nu melden zich via een artikel in Vrij Nederland nieuwe reguliere kastelers, die naar voorbeeld van de huidige situatie in Denemarken en Finland, biologische kasteelt in potten willen introduceren in Nederland. De bestaande biologische sector staat daar afwijzend tegenover, want biologische landbouw is niet los te denken van de volle grond. Daar is veel voor te zeggen, maar biologische kasteelt in de volle grond heeft ook zijn nadelen. Vooral het hoge energieverbruik scoort negatief. Met de introductie van nieuwe teelttechnieken, zoals de teelt in potgrond, kan daar wat aan gedaan worden. Maar is dat wel of niet acceptabel? Of moeten andere oplossingen gezocht worden. Het lijkt erop dat de tijd echt rijp is voor grondig onderzoek naar verdere verduurzaming van de biologische kasteelt. Linksom, of rechtsom. Geef uw mening over dit onderwerp: u kunt reageren op de website van <http://www.biofoodonline.nl>

Bron: Biofoodonline, 7/09/2007

NL - Nieuwe producten van Eosta

Op het Innovatieplein van Fresh Rotterdam presenteert internationaal distributeur Eosta o.a. de volgende noviteiten in haar biologische groente en fruit assortiment.

Urgurke of Oerkomkommer, een oud type Aziatische komkommer dat in het co-innovatie project 'Vergeten soorten, nieuwe marktpotenties'* is geselecteerd voor onze omstandigheden. De Urgurke of Oerkomkommer is een echte vergeten-komkommersoort: donkergroen van kleur, van gangbaar formaat en met grove schil. De nieuwe komkommersoort slaat goed aan bij de consument, zo is gebleken uit winkeltests in Duitsland. De Urgurke wordt per stuk verpakt in een composteerbare banderol met de Nature & More traceerbaarheidscode.

Biokicks, een smakelijke, biologische snackgroentelijn (radijsjes, tomaatjes) in een handig meeneemzakje van composteerbare folie, ontwikkeld in samenwerking met BiJo.

Eosta combineert een jaarrond assortiment met efficiënte logistiek, kwaliteitsgarantie, productontwikkeling, innovatieve/composteerbare verpakkingen en ecologische en sociale verantwoordelijkheid. Via het Nature & More trace & tell systeem ontmoet de consument de telers van Eosta's producten. De 3-cijferige code op de paarse groente- en fruitstickers geeft op de website www.natureandmore.com toegang tot de betreffende producent met gedetailleerde informatie over gezondheids-, ecologische en sociale aspecten.

Voor meer informatie:

Eosta Mady Hogenboom / Gert Kögeler - P.O.Box 348 - 2740 AH Waddinxveen - Tel. 0180 635500 - info@eosta.com -

<http://www.eosta.com> - <http://www.natureandmore.com>

Bron: Biofoodonline, 9/09/2007

NL - Saltygreens: biologische zee-aster



Saltygreens presenteert verse, gekweekte, biologische zee-aster Op het innovatieplein van Fresh Rotterdam presenteert Saltygreens haar primeur. Eigenlijk een dubbelprimeur. Vanaf dit moment levert Saltygreens namelijk het hele jaar verse, gekweekte zee-aster (ook lamsoor genoemd). Deze zee-aster is óók nog eens biologisch gekweekt. Tot nog toe was zee-aster alleen tijdens de zomermaanden beschikbaar en was niet leverbaar in de biologische variant.

De zee-aster wordt veel toegepast in combinatie met lamsvlees en door de typische 'zee-smaak' is het een uitstekende combinatie met vis. Roerbakken, blancheren, het is allemaal mogelijk. Tijdens de Fresh Rotterdam wordt naast de biologische zee-aster ook biologische zeekraal (salicornia) gepresenteerd. Deze is, net als de zee-aster, gekweekt en dus het hele jaar beschikbaar in een uitstekende kwaliteit. Meer informatie over Saltygreens en haar producten vindt u op www.saltygreens.com

Bron: Biofoodonline, 7/09/2007

NL - Bunzl introduceert bewuste verpakkinglijn

Bunzl, groothandel in verpakkingen, hygiëneproducten en disposables, brengt een nieuwe range aan verpakkingen op de markt, onder de naam "Bewust Bunzl". Bunzl is de eerste distributeur die het initiatief neemt in de bewustwording van het gebruik van biologische non-food producten. Met Bewust Bunzl speelt Bunzl in op de (toenemende) vraag van haar klanten. Daarnaast wil Bunzl haar klanten duidelijkheid verschaffen in wat er nu precies op het gebied van biologische verpakkingen op de markt te koop is en in welke gradaties.

Het milieuvriendelijke assortiment omvat non-food producten van o.a. composteerbare zakken en tassen van zetmeel of cellulose, biologisch afbreekbaar bestek en bекers, biologisch afbreekbare etiketten en folie. Er zijn ook verschillende natuurlijke schoonmaakmiddelen.

Om klanten optimaal informeren, is het Bewust Bunzl kennisdocument ontwikkeld. Hierin wordt ingegaan op de verschillende termen en materialen. "We willen graag onze klanten adviseren zodat zij helderheid krijgen rond de keuze die ze op dit gebied hebben," verklaart Peter van Ee, Marketing Manager bij Bunzl, "Wij hebben een brochure ontwikkeld die relevante kwesties zoals MVO toelicht en eenvoudige termen zoals composteerbaar, sustainable en biodegradable verklaart. Het is een informatieve brochure, geen productcatalogus. Onze visie is dat wij essentiële informatie kunnen verstrekken aan onze klanten, wat hen kan helpen een weloverwogen besluit te nemen over hoe en in welke mate zij duurzaam willen ondernemen."

Wilt u advies op het gebied van milieuvriendelijke verpakkingen? Neem dan contact op met Bunzl, 026-384 38 38 of ga naar www.bunzl.nl.

Bron: Biofoodonline, 7/09/2007

NL - AgriCoat fruitcoating verlengt houdbaarheid gesneden fruit

Het coaten van gesneden fruit met een mix van vitaminen en mineralen kan de houdbaarheid met 2 weken verlengen. Het bedrijf AgriCoat presenteerde haar NatureSeal coating op de vakbeurs Fresh Rotterdam. De coating zorgt dat gesneden fruit en groenten hun smaak, kleur, textuur en stevigheid behouden. De coating is eetbaar en wordt inmiddels toegepast op gesneden fruit maar ook op gesneden selderij, rabarber, wortels, koolraap en aardappel.

Het dippen van versgesneden groenten en fruit in NatureSeal belemmert de oxidatieve bruinkleuring en gaat dehydratie tegen zodat fruit en groenten stevig blijven. De NatureSeal coating bevat volgens de fabrikant alleen natuurlijke vitaminen en mineralen, maar de exacte ingrediënten worden niet bekendgemaakt. De coating bevat geen sulfiet. In april is NatureSeal in de VS ook goedgekeurd voor toepassing op biologische fruit en groenten.



Het Britse bedrijf AgriCoat heeft al langer succes met haar product Semperfresh, een coating voor geoogst fruit waarmee het fruit tijdens bewaring en transport langer houdbaar is. Voor meloenen is de coating Freshseel op de markt. Maar het coaten van gesneden fruit is nieuw. In Amerika wordt geclaimd dat het fruit 4 weken langer houdbaar is, in Europa houdt de producent het bij 10-14 dagen.

AgriCoat is een dochterbedrijf van de Amerikaanse Mantrose-Bradshaw-Zinsser Group.

Bron: Agriholland, 13/09/2007

IRL - Organic food market in Ireland is worth € 76 million

At SHOP, the annual food and drink retail trade event in Ballsbridge, the winners of the first national organic awards were announced. Awards were won for by Inagh Farmhouse Cheese for the best overall organic product and for the best chilled-frozen product. Cístí Gugane Barra supplied the best organic biscuits and Solaris Herbs won with their Earl Grey tea, reports the Irish Examiner. (Picture: organic store in Ireland)

The awards were organized by Bord Bia with the Department of Agriculture, Fishery and Food. Bord Bia's chief executive stated that they would further support trade and consumer awareness of Irish organics and create a platform for organic producers. He continued that organic food was one of the fastest growing segments of the European food market with a growth rate of 15 to 20 % in Ireland. It was also revealed that Ireland's organic food market is worth an estimated € 76 million, according to Bord Bia.

A further goal for Ireland's organic market will be that one in every 20 acres of Irish farmland will be delivering organic produce by 2012 to keep up with consumer demand. Mr. Sargent, Junior Agriculture Minister, urges the country's 35,000 restaurants, hotels and other food businesses to use more local food, the Independent reports.

<http://www.irishexaminer.com>

<http://www.independent.ie>

Bron: Organic Market, 8/09/2007

FR - Natexpo 2007 with special events on Canada

Natexpo 2007 will take place in October in France. Canada will be the country of the year. Special events will be hosted to strengthen the business relationships between the operators of the Canadian and the French organic market. A large conference aims at presenting the opportunities which the Canadian organic products offer to the French producers, processors and distributors. Pierre Marineau, the founder and president of a media group which has launched the magazine Vitalité Québec, the most important magazine in French in Canada, will take part in the conference. Renée Frappier, the president of Editions Maxam, professor, author and organiser of the Expo Manger Santé, will also be present. A delegation of Canadian buyers will attend to Natexpo for the first time to show interesting perspectives for the French organic exporters. In Canada, the production of organic food increases by 4 % each year, but the demand increases by 20 %.

The Canadian organic market is estimated to have a value of almost one billion Dollars. Just recently, in July 2007, the new logo "Canada organic" was presented, enabling consumers to identify Canadian organic products easier. Starting in December 2008, all organic products destined for interprovincial and international sales will have to be certified.



<http://www.la-cuisine-collective.fr/dossier/infos/articles.asp?id=163>

Bron: Organic market info, 10/09/2007

FR - First organic snail farm in France

Mr. and Mrs. Bonis, a couple from Brittany, have become France's first and so far only certified organic snail farmers. They are ready to defend a national culinary icon which is under attack from the Asian and Eastern European markets flooding France with snails misleadingly labelled and of lower quality.

250,000 small grey snails are kept according to organic standards by the couple. The molluscs are truly free-range: to meet with the criteria of the French organic farming label AB, each creature must be given 35 cm square of space, around three times the room non-organic snails have. The snails have to be born from certifiably organic parents, fed only organic produce and live on pesticide-free soil, reports the Telegraph.

Mr. and Mrs. Bonis have helped the agriculture ministry to draw up the criteria for the AB snail label, which has just been introduced in February this year. The couple has been selling snails with the official label for just two month.

<http://www.telegraph.co.uk>

Bron: Organic market info, 6/09/2007

D - Duitsers besteden 20 procent meer aan biologische producten

Duitse consumenten hebben in het eerste halfjaar van 2007 20 procent meer geld uitgegeven aan verse biologische producten dan in de eerste zes maanden van vorig jaar.

Voorals biologisch brood en biologische kaas waren in trek, zo meldt het Duitse markt- en prijsbureau ZMP op basis van cijfers van GfK.

De verkopen van biologisch brood en biologische kaas stegen met een kwart en die van vlees, worst, gevogelte, verse groente en fruit en eieren lieten een toename zien van tussen 8,5 en 20 procent. Daarentegen daalde de afzet van biologische aardappelen met een kwart.

Bron: Agripress, 13/09/2007

D - Aandeel biolegghen Duitsland zeker 3 procent

De biologische legghen-nenhouderij heeft binnen de bedrijfstak als geheel in Duitsland een aandeel van minstens 3 procent.

Dat aandeel komt overeen met 1,3 miljoen dieren.

Dat blijkt uit de nieuwe inventarisatie van het landbouwmarktbureau ZMP omtrent de stand van zaken eind 2006.

Ten opzichte van 2005 groeide de biolegghennenstapel met 100.000 dieren. Een zelfde groei deed zich in dat jaar ook voor ten opzichte van 2004.



Het aandeel van de biologische vleeskuikenhouderij binnen de totale productie is aanzienlijk kleiner, namelijk slechts 0,38 procent.

In de kalkoenenhouderij is het overeenkomstige cijfer 1,7 procent en in de eendenhouderij 0,85 procent. De biologische ganzenhouderij is binnen de pluimveesector koploper met tegen de 11 procent.

Bron: Agripres, 12/09/2007

D - Regionalität als Qualitätsmerkmal

Die Bio-Kelterei Perger hat in Kooperation mit der CMA ein Regionalvermarktungskonzept entwickelt: "Echt Bayern. Vom Ammersee." steht für Fruchtsäfte und Schorlen mit Herkunftsgarantie. In der bayerischen Gastronomie findet die neue Linie großen Anklang.

Die Perger Säfte GmbH ist in diesem Jahr erstmalig zusammen mit dem Hotel Prinzregent vom 9. bis 11. November 2007 auf der Internationalen Weinmesse, Forum Vini, sowie auf der Food & Life in München vertreten.

Johannes von Perger baut in Breitbrunn auf 44 ha selber Äpfel, Holunder und schwarze Johannisbeeren nach den Bioland-Richtlinien an und deckt damit etwa 50 % der Menge ab, die er zur Jahresproduktion von knapp zwei Millionen Flaschen Saft, Schorle, Sirup und Limonade benötigt.

Bron: Bio-markt.info, 11/09/2007

D - Strategien für einen erfolgreichen Naturkostmarkt

Der Einstieg der großen Handelsketten in das Bio-Segment kann, so befürchten viele Marktteilnehmer, zu einem Verlust der Glaubwürdigkeit der Naturkostbranche und einem verschärften Preiswettbewerb führen.

Der Bundesverband Naturkost Naturwaren (BNN) Herstellung und Handel e.V. bietet der Diskussion über die Positionierung der Naturkostbranche eine Plattform und lädt zum Forum „Bio braucht mehr als Kapital - Strategien für einen erfolgreichen Naturkostmarkt“ am 26. September nach Kassel.

Viele Kunden erwarten gerade von Bio-Unternehmen faire Handelsbeziehungen und gesellschaftliche Verantwortung, hohe Produktqualität und Produktsicherheit. Die Naturkostbranche hat in diesen Bereichen bereits Standards gesetzt, die weit über das gesetzlich Erforderliche hinausgehen. Weitere Schritte müssen folgen, um den Vorsprung des Naturkostmarkts weiter auszubauen. Die BNN-Veranstaltung „Bio braucht mehr als Kapital“ bietet Gelegenheit zum Austausch, wie das organische Wachstum der Naturkostbranche gefördert werden kann. Klimaneutrale Produktion und eine stärkere Positionierung regionaler Produkte im Einzelhandel könnten dabei wichtige Aspekte sein.

Bron: Bio-markt.info, 9/09/2007

D - Öko-Test September 2007

Petersilie kann stark mit Pestiziden belastet sein. Fünf von sieben frischen Bio-Produkten im Test schnitten jedoch mit der Note "sehr gut" ab: Alnatura / Bioland, Kaiser's Tengelmann / Naturkind,



Norma/Bio Sonne, Penny/Bioland und Plus/BioBio. "Gut" war die Füllhorn Petersilie von Rewe. Basic erhielt für drei unterschiedlich getestete Produkte die

Gesamtnote "befriedigend".

Frühstückscerealien für Kinder wurden von Öko-Test durchweg als übersüßt beurteilt. Dies galt auch für die beiden Bio-Produkte im Test, Evers Choco Ball Mais mit Schokolade sowie Barnhouse Crisps Choco. Beide enthielten allerdings keine Aroma- oder Vitaminzusätze wie viele ihrer konventionellen "Kollegen" und wurden daher mit der Note "gut" bewertet.

Das Testergebnis Lidschatten von Lidschatten fiel insgesamt sehr positiv aus. Die Naturkosmetik im Test erhielt durchweg die Bestnote "sehr gut": Dr. Hauschka Eyeshadow Solo 04 grau-braun, Lavera Trend Sensitiv Lidschatten-Duo No. 3 braun-mais und Logona Lidschatten Duo Cacao + Rosé 03.

Einzeltest: Heliotrop (Reformhaus) Body-Line Deo Roll-On enthält nach den neuesten Öko-Test Untersuchungen keine Formaldehydabspalter mehr und konnte so sein Gesamturteil von "mangelhaft" auf "sehr gut" verbessern.

Bio-Wein des Monats ist der 2006 Vino Resisto Blanco, Heilbronner Stiftsberg trocken aus dem Ökoweingut Andreas Stutz in Heilbronn.

Bron: Bio-markt.info, 8/09/2007

AT - Wien: Bio-Auwald-Brot

Seit fast 30 Jahren wirtschaftet das Landwirtschaftsgut der Stadt Wien biologisch. Heute werden auf 600 ha jährlich 1.000 Tonnen Getreide und 500 Tonnen Kartoffeln geerntet. Nun liefert die Stadt Wien auch Biogetreide für das neue Auwald-Brot der Firma Ströck. Mit dem Kauf des Bio-Auwald-Brotes wird das Schildkrötengehege im Nationalpark Donau-Auen unterstützt.

Die Stadt Wien ist nicht nur Produzentin, sondern auch Einkäuferin von Biolebensmittel. Durch geschickte Einkaufspolitik wurde der Bio-Anteil in städtischen Einrichtungen ohne Mehrkosten stetig erhöht. So liegt der Bio-Anteil in Kindertagesstätten bei über 50 %, in 92 Wiener Schulen steht Bio auf dem Speiseplan. In Altenheimen liegt der Bioanteil bei 20 %, in Krankenhäusern beläuft er sich auf 30 %, bei Backwaren und Milchprodukten - ausgenommen Käse - sogar auf 100 %. In den Wiener Kindergärten gibt es 50 % Bio-Essensanteil bei täglich rund 26.000 Portionen Frühstück, rund 30.000 Mittagsmenüs und 30.000 Zwischenmahlzeiten.

Bron: Bio-markt.info, 12/09/2007

VK - Organic sales close in on £2 billion milestone

UK organic food and drink sales in the UK nudged the £2 billion mark in 2006 for the first time, according to the latest Soil Association Organic Market Report.

The organic industry has welcomed news that the market grew overall by 22% in 2006. Whilst this is a lower figure than 2005 (30%) it was achieved by sustained market growth throughout the year.



But the report contains a warning that 2007 may see growth slow as a result of “severe shortages in the supply of UK organic products”. It also shows that the supermarkets continue to dominate retail sales, capturing 75% market share. However, independents saw organic sales rise by 37% in 2006 and their share of total organic retail market move up 2% to 18%.

The report was launched to coincide with the start of Soil Association Organic Fortnight 2007. It shows that sales of organic products through organic box and mail order schemes and other direct routes increased from £95 million in 2005 to £146 million in 2006 — a staggering 53% growth, more than double that experienced by the major supermarkets.

Organic textiles and the booming organic health and beauty sector are also shown to be experiencing particularly strong growth. 2006 saw a 30% increase in the number of health and beauty products licensed with the Soil Association. At current growth rates, the UK market for organic cotton products is estimated to be worth £107 million by 2008.

The report includes consumer research by Mintel which shows that more than half of those surveyed had purchased organic fruit and vegetables within the previous 12 months; one in four consumers had bought organic meat or dairy products; and one in six had purchased packaged organic goods.

But despite the steady growth in demand for organic food over the past decade, some key sectors are still failing to meet demand, says the Soil Association. Organic livestock sectors are dependent on supplies of organic feed, but UK self-sufficiency in organic cereals fell below 50%, during 2006, increasing reliance on imported organic grains. The cost of livestock feed, whether for organic or non-organic farmers, is rising as a result of recent poor global harvests, increasing diversion of cereals into biofuel production and rapidly rising demand particularly from China and India.

Commenting on the report's findings, Helen Browning, the Soil Association's director of food and farming, said: “These figures are extremely encouraging, the year on year growth in sales not just in food and drink, but also the newer booming clothing and health and beauty sectors confirm organic has moved well beyond a mere fad or niche.

“The staggering 53% growth in sales through box schemes and other direct routes confirms strong public support for local, seasonal and organic food that provides a fair return to farmers and growers, boosts the local economy, and also reduces your carbon footprint — consumers are increasingly linking everyday food choice to environmental action.

“While this year's report confirms a positive future for organic food and farming, the organic movement faces challenges in the long-term from climate change and rising oil prices, as do all farmers and growers. Rises in feed and fuel prices will need to be reflected in food prices at the check-out that enable farmers to get a fair return on their production costs. It's fantastic to have such strong public support for and understanding of the benefits provided by organic farming, but that must urgently extend to more widespread acceptance, by retailers as well as consumers, of the true costs of producing staple foods like eggs, milk, meat, and bread sustainably.

“The significant short-fall in UK grown organic cereals is a major concern, forcing greater reliance on imports for livestock feed — but of course, it is also a major opportunity for current non-organic cereal farmers to convert and supply a guaranteed and growing market.

“With the government's own studies confirming that organic farming typically uses 30% less energy than non-organic farming, it's not surprising more and more people are choosing to purchase planet-friendly, organic food. This is confirmed by an independent poll commissioned by the Soil



Association from Mumsnet, which found that 84% of mums believe that organic is better for their family and 90% for the planet.”

Key findings from the 2007 Organic Market Report

- The global market for organic food and drink rose by £2.6 billion to reach a total of £19.3 billion in 2006.
- Sales of organic products in the UK (at retail value) were worth £1,937 million, up 22% on 2005.
- Retail sales of organic products through box schemes increased by 53% — from £95 million in 2005 to £146 million in 2006.
- Supermarkets grabbed 75% of total organic food and drink sales, but independents saw their organic sales rise by 37% and their share of total organic retail sales increase by 2% to 18%.
- Sales of organic health and beauty products grew 30% in 2006.
- Organic baby food sales rose 7% to £78 million (compared to a drop of 2% for non-organic baby foods).
- Organic poultry sales were up 39% in 2006 reaching £12.4 million.

Bron: Natural Products online, 6/09/2007

VK - Rising organic sales trigger Tesco price re-think

Tesco has signalled that it will end its price war with Asda and start increasing food prices across the board, reports The Observer.

The newspaper says it has seen comments made by Tesco ceo, Sir Terry Leahy, in which he acknowledges that the era of cheap food is ending. He is reported as telling a company meeting: “For decades, food has been a falling proportion of total consumer spending and as a business we have contributed to this by cutting prices to help people spend less. That won’t change, but the long-term trend of declining spend on food has stopped.”

Leahy has indicated that Tesco will start to make a virtue of higher prices by tapping into growing consumer concern about food quality, animal welfare and fair trade. Leahy also recognises that these interests are no longer confined to affluent consumers but instead represent a shift in public attitudes. He added: “The growth in the proportion of our customers buying organics is fastest among less affluent consumers. This could be a big long-term positive for the industry.”

But The Observer speculates that another reason for Tesco’s re-think on pricing is the intense scrutiny it, and other supermarkets, now face from the Competition Commission as it investigates charges of below-cost selling by the major retailers.

Bron: Natural Products online, 6/09/2007

VK - First organic hotel in Wales



The TYF Eco Hotel in Wales has opened on August 23rd and is located in a 19th century windmill in St. Davids. The hotel offers twelve bedrooms, following organic and ethical practices as much as possible, extending the concept even to bedding, towels and cleaning products.

The beds feature organic mattresses and bedding, the furniture is made of wood from ethically managed forests. Also, the staff wears uniforms from recycled materials, and the cleaning products are based on plant extracts. Electricity is supplied by renewable sources, and, of course, the hotel recycles whenever possible. In the dining room, a menu is offered, which only includes ingredients coming from a fifteen miles distance of the hotel. The Welsh Organic Scheme has certified the hotel.

<http://icwales.icnetwork.co.uk>

Bron: Organic market info, 3/09/2007

VS - 'Groen' koffiepak deels van bioplastics

De Amerikaanse leverancier van biologische koffie Jim's Organic Coffee brengt als eerste een koffieverpakking op de markt die voor een deel bestaat uit biologische kunststof. De verpakking is niet volledig afbreekbaar, maar weerspiegelt door de toegepaste bioplastiek het groene imago van het product, aldus de leverancier.

De verpakking bevat 19% bioplastiek, afkomstig uit natuurlijk melkzuur (PLA) van fabrikant Natureworks. De bioplastiek vervangt polyester in het 4-lagige verpakkingsmateriaal van de luchtdicht verpakte koffie in stazak. Op de verpakking staat: "This bag is the first generation of sealed, stay fresh coffee bags to include renewable resources in its design."

Bron: Foodholland, 12/09/2007

VS - Whole Foods closes Wild Oats Deal

Whole Foods Market announced this week that it had completed a \$565 million purchase of rival US natural food retailer Wild Oats.

The announcement came just days after a US appeals court finally rejected an attempt by the Federal Trade Commission (FTC) to block the deal on the grounds that it would lead to higher prices and reduced competition.

The FTC's lawyers had argued that the acquisition would lead to the closure of 30 Wild Oats stores allowing Whole Foods to increase its prices in towns where the two stores had previously competed. It also cited remarks by Whole Foods ceo, John Mackey, about "nasty price wars" between the retailers as evidence of the deal's anti-competitive impact.

Under the deal Whole Foods will acquire 110 Wild Oats stores in the US and Canada. Whole Foods says the merger will allow the company to compete more effectively with the large US retailers, such as Wal-Mart, who have begun to increase their natural and organic offer.

Bron: Natural Products online, 6/09/2007

VS - Aurora will alter practices



Aurora, the Colorado-based provider of organic milk and butter, agreed to stop applying the organic label to some of its milk and to remove some animals from the organic herd at one of its farms. The company also confirmed that further major changes would take place.

The Department of Agriculture (U.S.D.A) had threatened to revoke the company's organic certification before, since massive problems had occurred. Aurora had failed to provide enough pasture to its cows, as one example.

Aurora Organic Dairy supplies many supermarket chains with private-label milk, reports the New York Times. Bruce I. Knight, under secretary for marketing and regulatory programs, stated that through this consent agreement consumers could be assured that milk labelled as organic in the supermarkets was actually organic and that the National Organic Program had a high priority for the U.S.D.A..

Several large dairies have tried to supply the market with organic milk. The Cornucopia Institute, a Wisconsin-based organic watchdog, had filed a complaint against Aurora in 2005 contending that the company was not working according to organic guidelines which required dairy cows to have regular access to pasture. The U.S.D.A. dismissed the complaint several months later, but the Cornucopia Institute filed a second complaint in 2006.

In June, the certification of a large California organic dairy, Case Vander Eyk Jr. Dairy, a 10,000-cow farm in the San Joaquin Valley, was suspended for not abiding by the organic rules.

<http://www.nytimes.com>

Bron: Organic market info, 6/09/2007

BR - Neues Getränk aus Brasilien

Kaum eine andere tropische Frucht erlebt derzeit einen größeren Aufschwung als die kleine Beere (Bild) der amazonischen Açai-Palme. Die Früchte der Açai-Palme (lat. Euterpe Oleracea) haben einen hohen Gehalt an antioxidativ wirksamen Inhaltsstoffen, den Vitaminen B1, E und A, Kalium, Calcium, Ballaststoffen und hochwertigen Fetten. Als ursprüngliches Grundnahrungsmittel der Bevölkerung des nördlichen Amazonas gilt Açai mittlerweile auch in den Metropolen Südbrasilien als Kultgetränk. Von Rio aus startete Açai seinen Siegeszug inzwischen in die USA und nach Fernost.

Der Anbau von Açai ist eine ideale Synthese zwischen dem Schutz des Regenwaldes einerseits und der wirtschaftlichen und sozialen Absicherung der Bevölkerung andererseits. Durch den extensiven, kontrolliert biologischen Anbau der Açai-Palme in Mischkultur kann der Boden nachhaltig bewirtschaftet werden und garantiert den örtlichen Kleinbauern und ihren Familien eine Lebensgrundlage. Es müssen keine weiteren Waldflächen gerodet werden, und der übliche Raubbau des Landes kann so verhindert werden.

Bron: Bio-markt.info, 8/09/2007

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`.