

Biotheek Netknipsels #237 - 17 april 2008

Titels zijn belangrijk, ze trekken al dan niet de aandacht.

Biovoedsel voor yuppen (zie *infra*)... en ik dan?

Licht beledigde groeten,

Geertje Meire,
Medewerkster Communicatie / de Biotheek

In dit nummer:

NATIONAAL

Opmars biologische catering in Nederland ... mogelijkheden voor België

Over scharreleieren en tuingif (dossier) (update)

De biotas, een echt hebbeding

Verser-dan-vers boer

L'Epi Doré

Herman Van Raemdonck beste biologische tuinder geweest Sint-Niklaas

De Biokalender

INTERNATIONAAL

Algemeen - Children drive organic sector growth

Europa - Een harmonisatie is in zicht voor de normering van natuurlijke en biologische cosmetica

NL (en U.S.A.) - Het bio-voedsel voor yuppen

NL - BIO Congres 2008

NL - 'Biologische sector moet zich beter instellen op grootverbruik'

NL - Bioraad-voorzitter pleit voor opzetten van een duurzaamheidsladder

NL - Economische schade biologische landbouw buiten Besluit ggo

NL - Skal ontzegt appelteler EKO-certificaat

NL - Effectieve maatregelen tegen knobbelaaltjes in de biologische glasgroenteteelt

NL - Slechts 30% groentemannen enthousiast over biologisch

NL - Eerste EKO aubergines van Purple Pride

NL - Bio+ staat centraal in TV-reeks van RTL

NL - Kringloop sluiten met Bio-Bank

FR - Agence Bio prepares promotional campaign in France

U.S.A. - Go Organic! Campaign in the USA

U.S.A. - Supervalu launches brand of organic, natural foods in the USA

NATIONAAL

Opmars biologische catering in Nederland ... mogelijkheden voor België

Het totale aanbod aan biologische producten is groot. Het assortiment dat geschikt is voor foodservice (grootverpakkingen) die via de gangbare kanalen geleverd kan worden, is echter nog te beperkt. Veel biologische producten zijn alleen in retail (klein)verpakking beschikbaar. De bereidheid om het in grootverpakking aan te leveren is laag en heeft alles te maken met volume. Tot voor kort was er voor foodservice slechts een zeer beperkt assortiment aan biologische producten en kant-en-klaarmaaltijden voor handen.

BioZorg biedt een scala aan maaltijden en maaltijdcomponenten; van vers gesneden groenten tot stamppotten en van hachee tot vers vlees. Een breed assortiment verkrijgbaar in diverse verpakkingen, geschikt voor zorginstellingen, bedrijfscatering, horeca en binnenkort ook de consument.

BioZorg heeft een 100% SKAL- en HACCP-certificering.

Bron: Grootkeuken.nl

Opmars biologische catering in Nederland: wat betekent dit mogelijk voor België?

Deze week werden de omzetcijfers voor biologische voeding in 2007 gepubliceerd in Nederland. Opvallend hierin is dat de omzet in het kanaal van de contractcatering met bijna 34% steeg. Hiermee gaat al 4,5% van de totale bio-omzet in Nederland via dit kanaal, ten opzichte van 3,8% in 2006. In België is dit naar schatting nog minder dan 1%.

Binnen de sector van contractcatering zelf betekent dit dat nu al 1,7% van hun omzet biologisch is. Dit komt al goed in de buurt van het algemene marktaandeel biologisch in Nederland, nl. 2,0%. De oorspronkelijke doelstelling uit 2002 om tot 5% te gaan, blijft bestaan maar wordt nu uitgedrukt in jaarlijkse groeicijfers. Men wil jaarlijks 10% groei behalen. Dit is in 2007 dus zeer goed gelukt.

Nederland kampt, ondanks de positieve groei in het cateringkanaal, nog steeds met de bekende knelpunten die we overal in Europa terugvinden: gebrek aan gepaste verpakkingen en producten, onvoldoende productbeschikbaarheid en prijsgarantie, gebrek aan aangepaste distributiestructuren. Toch houdt dit de groei niet tegen. Wat is er anders dan in België?

De omzetstijging in contractcatering is niet alleen opvallend omdat dit verkoopkanaal het sterkste vooruitging, maar ook omdat 2006 een zwak groei-jaar was in vergelijking met 2005. In het cijferrapport met de cijfers en trends van 2007 (BIO-Monitor) wordt niet verder ingegaan op dit verschijnsel. Men kan echter vermoeden dat de aanbevelingen van de overheid betreffende duurzaamheidscriteria voor overheids catering hier zeer sterk in meespelen. Deze werden in 2006 geformuleerd en werpen duidelijk al hun vruchten af. Naast toegenomen inspanningen van de Ministeries van de Rijksoverheid, merken we ook dat de provinciehuizen in 2007 in gang schoten om biologische ingrediënten in de kantines te gaan brengen. Naast de overheid zijn de grote banken in Nederland de grootste aankoper van biologische producten voor catering. In eigen land merken we in de bedrijfswereld ook vooral interesse van banken en verzekeringsmaatschappijen om bio in de bedrijfscatering te brengen.

De overheid is een grote aankoper. Zij vervult een sterke voorbeeldrol en beïnvloedt rechtstreeks de markt door de grote volumes. Eén effect daarvan in Nederland zien we bij de grootste foodservicegroothandel Deli XL. Zij beslisten naar aanleiding van de doelstellingen van de overheid, om voor 60% van hun aanbod een biologisch alternatief te kunnen voorzien tegen 2009. Deli XL is ook sterk vertegenwoordigd in België, maar hier merken we nog geen dergelijke intenties. Weerom ziet u de kracht van een dergelijk overheidsengagement. We merken in Nederland dat biologische producten nu ook voor catering in bedrijven, scholen, zorgsector... meer toegankelijk worden. In Nederland begon bv. zopas een nieuw cateringbedrijf, BioZorg, dat kant-en-klare biologische maaltijden produceert voor de zorgsector. De groei bij de overheid heeft dus zijn effecten in andere segmenten van de cateringmarkt, die de komende jaren nog duidelijk zullen worden, naarmate de overheid haar bio-aanbod verder uitbreidt tot minstens 40% van de totale aankopen.

Om die reden werken Bioforum Vlaanderen, Bioforum Wallonië, Probila-Unitrab, Vredeseilanden, met hulp van nog andere organisaties, nu meer en meer samen om onze Vlaamse, Waalse en Federale overheden te wijzen op concrete engagementen die zij kunnen doen om bio in catering ook in België naar het volgende niveau te tillen. Van een dergelijk engagement moet u geen snelle groei verwachten, maar wel een stabiele en duurzame groei zonder de welke het potentieel voor bio in catering naar mijn mening onontsloten zal blijven. De cijfers van Nederland wijzen er op dat de afzet in dit kanaal in ons land ook nog minstens 500% kan stijgen. Misschien zal het in ons land enkel wat trager gaan omdat onze lunchcultuur een breder aanbod aan producten vraagt dan in Nederland, waar brood en zuivel een zeer groot aandeel in de cateringafzet innemen.

Bron: Probila/De Biotheek, 14/04/2008

Over scharreleieren en tuingif (dossier) (update)

(update) - Op 1 april stond de telefoon op het Velt-secretariaat roodgloeiend. Aanleiding was berichtgeving in enkele kranten over dioxines in kippeneieren en schadelijke stoffen in moestuingroenten. Ongeruste kippenliefhebbers en moestuiniers belden om uitleg "Dit is toch geen aprilgrap?" en redacties vroegen om een reactie.

Velt-landbouwexpert Geert Gommers stelde intussen een dossier samen: Het document 'Kippen houden is een mensenrecht' geeft de visie van Velt weer op deze berichtgeving. Daarnaast vind je een reeks 'Tips voor kippenliefhebbers en eierfanaten', met een bijhorend overzicht van labo's waar je terecht kan voor analyses.

Lees hier de eerste reactie van Velt-directeur Jan Vannoppen : Velt-standpunt dioxine in scharreleieren.

Kijk op

http://www.velt.be/Joomla/index.php?option=com_content&task=view&id=812&Itemid=1

voor links en aanverwante artikelen.

Bron: Velt, 14/04/2008

De biotas, een echt hebbeding

Tijdens de Bioweek van 7 tot 15 juni laat VLAM weer een straffe bio-campagne op Vlaanderen los. Bovendien zijn er kleurrijke en hippe draagtassen van 100% biokatoen exclusief te verkrijgen bij de biowinkelier of bioboer.

Door biotassen te bestellen, krijgt u gratis posters met Roos Van Acker. Deze enthousiaste bio-adept wordt het gezicht van de uitgebreide mediacampagne.

Wilt u uw klanten verwennen met een exclusieve biotas? Schrijf u dan vandaag in op <http://www.biotas.be/>

Bron: Probila, 07/04/2008

Verser-dan-vers boer

Tom Troonbeeckx (31 jaar) is initiatiefnemer van het Open Veld, een project dat aangesloten leden uitnodigt zelf een jaar lang biologisch geteelde groenten te oogsten voor eigen gebruik. Voor 2008 zijn 125 mensen ingeschreven. Daarmee is de capaciteit van de 10.000 m2 grote tuin volledig benut.

Vanwaar de inspiratie ?

Het idee komt uit Japan. In de jaren zestig was het voedsel er zeer duur. Een aantal vrouwen stapte naar een boer en zette dit systeem op. In Duitsland en de Verenigde Staten is het al zeer populair. Ik maakte er kennis mee tijdens een fietstocht in Roemenië.

Wat zijn de voordelen voor u ?

Je hebt maar een fractie van het startkapitaal nodig van een echte boer of tuinder. Doordat de leden zelf oogsten heb je geen dure machines, opslag of transport nodig. We delen het risico trouwens met zijn allen. De leden betalen vooraf en kunnen naargelang het succes of het mislukken van een teelt veel of weinig oogsten.

Wie beslist ?

Op het veld zelf wordt voortdurend inspiratie gegeven, mensen die toevallig iets proefden of die herinnering ophalen aan de tijd en de keuken van hun grootmoeder. Aan het einde van het oogstseizoen hebben we een evaluatie. Inspraak is er zoveel als technisch mogelijk is.

De leden van het Open Veld zijn zowel studenten als gepensioneerden, werklozen en professoren die gezond, vers en vooral lekker eten op prijs stellen. Velen helpen vrijwillig bij klussen die te zwaar zijn voor mij alleen.

Info : Tom Troonbeeckx, Het Open Veld, Abdijstraat, Heverlee, 0477 30 09 65

Bron: Knack/Weekend Knack, 16/04/2008

L'Epi Doré

Het biologische zuurdesembrood van l'Epi doré is het gevolg van een dubbele aandacht: aandacht voor de kwaliteit van de ingrediënten en aandacht voor de grote principes van de natuurlijke broodbereiding. L'Epi Doré staat dan ook voor hoogwaardige biologische bloemsoorten, een brede vakkennis en eigen creaties. L'Epi doré ondersteunt een duurzame Belgische economie.

Eerste stappen naar zuurdesem

Na een opleiding van bakker en banketbakker, neemt Jean-François Depeauw in 1998 een conventionele bakkerij over. Daar hij op zoek is naar nieuwe verkenningsgebieden, is hij vlug aangetrokken door het idee van zijn echtgenote Sophie om zuurdesembrood te produceren. Die techniek van natuurlijke broodbereiding werd meer dan 8000 jaar geleden door de Egyptenaren op punt gesteld. Door talrijke werken te lezen, mensen te ontmoeten en ervaringen te delen breidt Jean-François heel vlug de 30 minuten les uit die hij daarover in zijn opleiding gekregen had. Om coherent te blijven werkt hij bij de eerste testen reeds met biologische bloem. Zo ontdekt hij een wereld die rijk is aan inspiratie en gevoeligheid: om met zuurdesem te werken moet je je machines terzijde kunnen laten, de spontane gisting met de reuk en het aanvoelen kunnen beoordelen, met seizoenen, tijd, hoeveelheden en temperaturen kunnen spelen.

Van conventioneel naar biologisch : een moeilijke omschakeling

De oefening is niet alleen moeilijk, zij vergt ook tijd : je hebt 29 uur nodig om een ovenlading klaar te maken, van het produceren van de desem tot het bakken. Maar het resultaat mag er zijn: het brood heeft een krokante korst en een zachte en smaakvolle kruim. Bovendien kan je het ook langer bewaren. Twee jaren lang verbetert Jean-François zijn recept en produceert hij een vijftiental broden per week die hij aan vrienden en familie geeft. Heel vlug overtuigen die hem om zijn brood aan biologische winkels te verkopen. De eerste prospecties starten in de regio en de eerste bestellingen lopen vlug binnen: Jean-François levert een zeventigtal zuurdesembroden per week aan gespecialiseerde verkooppunten in Rochefort, Marche, Arlon en Virton.

Een 100% biologische en Belgische productie

Nu, drie jaar later, "rolt" l'Epi doré tussen 3000 en 3200 broden per week, die verdeeld worden over een zeventigtal verkooppunten in Wallonië (zie lijst verkooppunten). 80% zijn met zuurdesem gemaakt. De volledige productie is biologisch erkend. Bovendien werkt Jean-François in partnerschap met Agribio (zie website Agribio), een Waalse coöperatieve productievereniging van biologische broodgranen, waardoor hij de kwaliteit en de opspoorbaarheid van zijn bloem kan verzekeren. De granen worden op molenstenen gemalen en behouden zo hun tarwekiem. De bloem bevat noch bewaarmiddelen noch andere hulpmiddelen: de selectie van de beste oude tarwesorten garandeert op zich de kwaliteit en de smaak van de bloemsoorten die Jean-François gebruikt. Dankzij dit partnerschap kan hij ook speciale bloemsoorten vinden (spelt, boekweit) die beter aangepast zijn aan de steeds talrijkere mensen die het gluten van de tarwe moeilijk verteren.

Contact: Mevr. Sophie Thomas

Adres: Rue des Combattants 26, 6860 Les Fossés; tel: 063 / 43.34.64; fax: 063 / 44.58.78;

epi.dore@lepidore.com

Website: <http://www.lepidore.com>

Bron: Probila, 07/04/2008

Herman Van Raemdonck beste biologische tuinder gewest Sint-Niklaas

Hobbytuinier Herman Van Raemdonck uit Haasdonk heeft de eerste prijs gewonnen in de categorie 'biologisch tuinieren' van de Volkstuinen gewest Sint-Niklaas.

Van Raemdonck is ook voorzitter van de afdeling Haasdonk, die goed is voor 140 aangesloten gezinnen. Ik doe al meer dan 25 jaar aan biologisch tuinieren, vertelt hij. Op een eenvoudige manier zoals het gebruik van netten kan men ook veel insecten weghouden van groenten. Op termijn is het bovendien een pak goedkoper dan pesticiden of insecticiden.

In het gemeentehuis van Haasdonk werd de winnaar ontvangen door schepen van Groenbeleid Werner Maes (CDV). Hij overhandigde Herman Van Raemdonck een boek en van zijn collega-tuinders kreeg hij een ruiker bloemen en een insectennet voor de tuin. Foto Pieters

Bron: Agripress, 17/04/2008

de Biokalender

de volledige Biokalender vindt u op:

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

INTERNATIONAAL

Algemeen - Children drive organic sector growth

Children are a big reason for the growth in popularity of organic goods, according to major organic industry members. "A substantial amount - up to a third - of our organic category is estimated to be consumed by a person under eight," Rick Carmont, brand category manager with the world's leading dairy exporter, Fonterra (New Zealand) states.

Don Fraser, consultant to the organic retail success story Macro Wholefoods Market, says consumer concerns over food origins and ingredients has parents made looking for certified organic alternatives. "This willingness to invest in a child's health is occurring despite the fact parents may not consume organic themselves," according to Mr. Fraser. He continues that some mothers are buying two separate rounds of groceries - conventional product for themselves, but organically produced for their children.

Monica Waters of Nourish Foods states that parents are becoming more aware of a gap in healthy food availability for toddler and above aged children. "We built a line of kids organic snack food to cater to this. Our research showed while the baby food market is very highly regulated, when it came to food for slightly older children, additives, preservatives, colours and flavours began creeping in", reports BFA.

BFA spokesperson and nutritionist Shane Heaton says he is not surprised parents are more likely to purchase organic. "Children are more vulnerable to food toxins than adults - they have a larger intake of food per kilo of body weight and immature organs and detoxification and immune systems," he says. "And a study released last year found young children exposed to certain preservatives and food colours are more prone to hyperactive tendencies." Data: University of Southampton:

http://www.soton.ac.uk/mediacentre/news/2007/sep/07_99.shtml

Ulli Spranz, owner of bio-dynamic dairy B-d. Farm Paris Creek states she and her husband changed professions to run a chemical free property when they started a family nearly thirty years ago. "We wanted to provide a safe environment, manage a sustainable system, and provide families with access to quality food," according to Mrs. Spranz. She continues that Paris Creek dairy products are a favourite with young customers and growing families. "Children seem to choose natural products if given the choice from an early age. The most common feedback we get from parents is that their children love the taste."

<http://www.bfa.com.au>

Bron: www.organic-market.info, 14/04/08

Europa - Een harmonisatie is in zicht voor de normering van natuurlijke en biologische cosmetica

De Organic Monitor voorziet dat 2008 een beslissend jaar zal worden voor de industrie van de natuurlijke cosmetica. Een industriële 'revolutie' wordt zelfs voorspeld naarmate de normen voor natuurlijke en biologische cosmetica toegepast worden. Dit zal uiteindelijk leiden tot een duidelijke afbakening tussen echte natuurlijke / biologische producten en pseudo-producten.

Reeds meer dan één jaar werken de leidinggevende Europese certificeringsorganismen samen om de private normen te harmoniseren. De Europese normen zullen in juni 2008 bekendgemaakt worden en toegepast worden vanaf het einde van het jaar. Deze ontwikkeling zou voor de eerste keer uniforme logo's moeten geven aan natuurlijke & biologische cosmetica. De succesvolle implementatie van deze normen zou de weg moeten openen voor EU regelgevingen i.v.m. natuurlijke & biologische cosmetica, zoals die bestaan voor biologische voedingswaren. In 1992 bracht de EU formele regels uit voor de productie en marketing van biologische voedingswaren.

Bron: BioFach Newsletter, geknipt uit Problea, 07/04/08

NL (en U.S.A.) - Het bio-voedsel voor yuppen

Duurzaam en lokaal geproduceerd voedsel is in de Verenigde Staten een miljardenbusiness. Nederland volgt nu met de supermarktketen Marqt in Amsterdam. -- Patricia Agudelo betreedt de 6.000 vierkante meter grote Whole Foods op Columbus Circle in New York en stevent direct af op de versafdeling bij de ingang. Ze loopt langs de fruitstalletjes waar perfect gestapelde appels, sinaasappels en bananen door een uitgekiende belichting een onwaarschijnlijk verse indruk maken. 'Deze supermarkt is als een Hof van Eden', zegt Agudelo, terwijl ze een tros bakbananen in haar mandje legt. 'Ik ken geen plek waar ze zoveel biologische producten verkopen als hier.'

Hoewel ze aan de andere kant van Central Park woont en haar lokale super een stuk goedkoper is, maakt Agudelo graag een omweg. 'Voedsel van hoge kwaliteit is belangrijk. Je hebt geen idee hoeveel groeihormonen en bestrijdingsmiddelen ze tegenwoordig gebruiken. Wie gezond wil leven, heeft geen andere keuze.'

Buurtsuper

Wat in 1980 begon met een eenvoudige buurtsuper in Austin, Texas, is inmiddels uitgegroeid tot verreweg de grootste biologische supermarktketen ter wereld, met bijna driehonderd winkels en een jaaromzet van 6,5 miljard dollar. Richtte Whole Foods zich aanvankelijk op hippies en andere wereldverbeteraars, nu lijkt de klandizie in New York vooral te bestaan uit yuppen. 'De reformwinkel bij mij om de hoek is klein en heeft een geringe doorstroming', zegt Agudelo, die in de financiële wereld werkt. 'Daardoor zijn de groenten niet echt vers. Bovendien voel ik me er niet thuis. Ik ben niet zo'n geitenwollensokkenfiguur.'

Het enorme potentieel van duurzaam en lokaal geproduceerd voedsel beperkt zich niet tot Whole Foods alleen. Concurrerende ketens als Trader Joe's, waar het personeel de klanten in een fleurig Hawaï-shirt tegemoet treedt, behalen inmiddels omzetten van honderden miljoenen dollars. Ook het traditionele supermarktwoezel ontkomt niet aan de trend.

Milieubesef

'Retailers die aan de zijlijn blijven staan, missen de boot', stelt Frank McCarthy, vice-president marketing van Albert's Organics in New Jersey. Albert's, die in 1982 begon als een eenmanszaak in Californië, voorziet inmiddels zo'n 5.000 supermarkten en restaurants van biologische producten. Om de overschakeling naar duurzaam te vergemakkelijken, biedt de voedseldistributeur een internetcursus aan, waar supermarktmedewerkers kunnen leren hoe ze een biologische groenten- en fruitafdeling moeten runnen.

De trend naar streekproducten, die in Nederland zijn weerslag ziet in de opening van supermarktketen Marqt in Amsterdam, laat zich in Amerika onder meer verklaren door een toegenomen milieubesef. Lokaal geproduceerd voedsel wordt minder ver vervoerd en draagt daarmee minder bij tot het broeikaseffect.

Een gezondheidsrage stuwt daarnaast de vraag naar biovoeding op. Supermarkten dragen hun steentje bij in de strijd tegen vetzucht en profileren zich steeds vaker als gezondheidscentra, compleet met voedingsdeskundigen en drogisterijen. Megaketen Pathmark experimenteert in twee supermarkten zelfs met een dokterskliniek in het gebouw.

Middenklasse

Beide trends komen op het conto van de Amerikaanse middenklasse, aldus McCarthy. 'We hebben het hier over beroepsgroepen als maatschappelijk werkers, geestelijken en onderwijzers. Over het algemeen geldt: hoe hoger het opleidingsniveau, hoe groter de neiging om biologische en lokale producten te kopen.'

Toch is het in Amerika niet eenvoudig om zowel gezond als milieuvriendelijk te winkelen. De term 'lokaal' is maar een betrekkelijk begrip, aldus McCarthy. 'Van alle Amerikaanse landbouwproducten komt 97 procent uit slechts vijf staten. Wie niet in Californië, Florida, Michigan, Ohio of New Jersey woont, is al snel afhankelijk van import.'

Andere factoren die de sociaal verantwoorde consument kunnen belemmeren, hebben betrekking op de verpakking en de transportmethode. Streekproducten mogen dan minder kilometers afleggen, als ze in een dertig jaar oude pick-up truck worden vervoerd, is het positieve effect nog steeds relatief. En hoewel papier minder belastend is dan plastic, garandeert die laatste verpakkingsmethode een langere versheid zodat er per saldo minder landbouwproducten weggegooid hoeven te worden. 'Je vraagt je af wat beter voor het milieu is: lokale tomaten uit blik of biologische tomaten uit Chili', zegt Patricia Agudelo, terwijl ze haar boodschappen verzamelt.

Over één ding hoeft ze zich binnenkort echter geen zorgen meer te maken. Binnen enkele weken zal Whole Foods voorgoed stoppen met het uitdelen van plastic tassen. Dankzij deze maatregel zullen per jaar honderd miljoen boodschappentassen minder op de vuilnisbelt terechtkomen. Op de totale hoeveelheid afval is dat overigens nog steeds een druppel op een gloeiende plaat: vorig jaar gaven Amerikaanse supermarkten gezamenlijk maar liefst honderd miljard plastic zakken weg.

Gedesillusioneerd

Ondertussen werkt Whole Foods met man en macht aan het bereiken van de tien miljard dollar jaaromzet die het zijn aandeelhouders heeft beloofd. Met de overname van Wild Oats, een organische keten uit Colorado, voegde het begin vorig jaar 110 vestigingen en een omzet van 1,3 miljard dollar aan de onderneming toe. 'Deze fusie zal andere supermarktketens dwingen om zich nog meer dan voorheen te concentreren op biologisch voedsel', stelt Mike Griswold, analist bij AMR Research in Boston.

Toch verloopt de groei van Whole Foods niet zonder problemen. Het bedrijf moet

bijvoorbeeld het gros van zijn biologische vlees importeren omdat Amerika te weinig duurzame veeboeren heeft. Daarnaast verzuimde Whole Foods te vermelden dat zijn mooie roze zalm gekweekt wordt met kleurstoffen.

Sommige fans van het eerste uur zijn al gedesillusioneerd weggelopen. Whole Foods, die voor dit artikel niet wilde reageren, heeft inmiddels scouts ingehuurd om streekproducten beter op de kaart te zetten. 'Duurzaamheid en grootschaligheid laten zich niet altijd even gemakkelijk combineren', beaamt Patricia Agudelo, die in de rij staat voor gehakt. 'Maar wat mij betreft, is dit nog steeds de beste bio-winkel.'

Bron: www.duurzaamheidsnieuws, 16/04/08

NL - BIO Congres 2008

In een korte openingsspeech vestigde Arie van de Brand, voorzitter van Biologica, de aandacht op de uitspraak van de Franse president Sarkozy dat biologische producten vrijgesteld zouden moeten worden van BTW. Hij riep de Nederlandse overheid op om dit signaal, dat ook vanuit de Tweede Kamer gegeven is, krachtig op te pakken en in samenwerking met onder meer Frankrijk, Duitsland en Engeland op de Europese agenda te plaatsen.

De afwezige minister Cramer liet haar speech voordragen door Jaap Enter, directeur generaal milieu. In de speech viel te beluisteren dat het Ministerie van Milieu en Energie de biologische landbouw beschouwt als een landbouw die als voorbeeld moet dienen voor de verduurzaming van de gehele landbouw. Ook verwacht de minister een positief besluit ten aanzien van het verzoek van de biologische sector om de nieuwe generatie composteerbare verpakkingen niet of veel minder te belasten dan in de nieuwe verpakkingsbelasting het geval is.

Alternatief voor AH bio

Henk Gerbers, voorzitter van Stichting Bio+, schetste de huidige ontwikkeling van het Bio+ merk en de ambitie voor de komende jaren. 'De helft van de supermarkt omzet in bio wordt door AH biologisch gedaan. De andere helft door alle overige supermarktorganisaties. Bio+ heeft de ambitie om tot een A-merk uit te groeien en de omzet van bio in de overige supermarkten te stimuleren. Het aantal Bio+ producten zal het komende jaar toenemen van 150 naar 300 producten.

Samenwerking en solidariteit in de natuurvoeding

Xander Meijer, directeur van Natudis, riep op tot samenwerking en solidariteit in de natuurvoedingsbranche. Hij gaf voorbeelden van de vernieuwingsslagen die in de Natuurwinkels gemaakt worden en hield een pleidooi om individuele initiatieven, diversiteit en duurzame productie te bundelen en recycleren in een nieuw samenwerkingsverband, de Natuurwinkel. Niet belerend, maar inspirerend. Bite by bite,' aldus Meijer.

Shiny happy people

Er is niets mis met het imago van biologisch, meldde Minous van Apeldoorn (Ecomel). Als je

consumenten voor de tweede keer hetzelfde product laat proeven en je meldt er dan bij dat het biologisch is, gaat de smaakwaardering omhoog. Kennelijk zit er een positieve smaakbeleving aan biologisch bij de consument. Dat wil zeggen, de doelgroep, de Cultural Creatives, die op zoek zijn naar waarden als duurzaam, gezond en lekker. Bij de groep van 2 miljoen consumenten staat 37% spontaan positief tegenover een concept met bio gevoel (zonder dat biologisch genoemd wordt) en dat stijgt naar 85% positief bij een geholpen bekendheid. 'Biologisch is dus een uitstekende conceptversterker.'

Bio brengt balans

Hoewel het ultieme wetenschappelijke bewijs op zich laat wachten dat bio gezond is, neemt de 'body of evidence' toe. Ruim 100 studies tonen aan dat biologisch rijker is aan positieve inhoudsstoffen en minder schadelijke stoffen bevat. Studie onder kippen toont aan dat de weerstand toeneemt door een allerter immuunsysteem. Onderzoek onder kinderen toont aan dat de kans op allergie-ontwikkeling afneemt. Een overeenkomst in beide studies is dat de BMI (verhouding lichaamsgewicht en lengte) bij gebruikers van bio voeding lager is dan bij gebruikers van niet bio voeding. 'Het lijkt erop dat biologisch voeding een stabiliserende werking heeft op het lichaam.'

La Place naar 50% bio, maar...

Het streven van de succesvolle La Place formule is om de komende jaren het aandeel bio ingrediënten naar 50% te laten toenemen. Maar dan moet er wel iets veranderen. De overgangsfase van gangbaar naar bio moet versoepeld worden en er moeten fiscale stimuleringsmaatregelen komen. De prijs moet omlaag door volumegroei en het elimineren van de tussenhandel. De branche moet meer positieve publiciteit creëren en het grootverbruik als springplank gaan gebruiken. En biologisch moet beslist het beste in smaak zijn. La Place is op zoek naar partners die meebouwen aan een betaalbaar volume en heeft een voorkeur voor de bron.

Eén idee, twee gouden peren

Tijdens het jaarlijkse Biocongres op 9 april op landgoed Rhederoord in De Steeg, zijn de winnaars bekend gemaakt van de Gouden Peer Innovatieprijs 2008. De prijs is in het leven geroepen om innovaties binnen de biologische branche op het gebied van duurzaamheid te stimuleren. Het was een vruchtbaar jaar; er zijn maar liefst twee gouden peren uit voort gekomen:

De Groene Passage in Rotterdam en Buys & Ko in Wageningen. Beide winnaars zien heil in consumentenbetrokkenheid en met hulp van ? 20.000,- gaan de ideeën samengevoegd worden tot 1 branchebreed, uitrolbaar plan.

Bron: www.biofoodonline.nl, 13/04/08

NL - 'Biologische sector moet zich beter instellen op grootverbruik'

Droes Prinsen, manager commerciële services van restaurantketen La Place bekritiseert de beheerste groeistrategie van de biologische sector. Er worden grote kansen gemist, beweert hij. La Place ontvangt verdeeld over 215 vestigingen jaarlijks 35 miljoen gasten en is bovendien cateraar van publieksevenementen als Lowlands. De keten zou graag zoveel mogelijk biologische producten verwerken, maar er is onvoldoende aanbod. De sector is onvoldoende ingericht op grootverbruik.

Prinsen noemt een aantal voorbeelden van waar La Place tegen aan loopt bij de inkoop van biologische producten. Het lukt de keten bijvoorbeeld niet om aan voldoende biologische zuivel te komen. Het aanbod is onvoldoende en dat zorgt bovendien voor een druk op de prijzen. De keten wilde ook graag voorverwerkte biologische aardappelen afnemen van een boer. Dat betekende dat de teler moest investeren in een machine. Biologische producten moeten streng gescheiden blijven van gangbare. Dat betekent een aparte productielijn om het biologische product wilt beschermen. Misschien vraagt zo'n regel toch enige bijstelling, vraagt de manager van La Place zich af.

De restaurantketen wilde ook graag de biologische santana-appel verwerken in appeltaarten. Daarvoor zou 650 ton appels nodig zijn en die konden de telers niet leveren. Bovendien bleek de prijs te hoog. Prinsen bepleit een krachtenbundeling van de relatief vele kleine specialisten van de biologische sector. Er moet geïnvesteerd worden in volume en knellende regels moeten opnieuw tegen het licht worden gehouden. Ook het woord 'biologisch' mag van Prinsen overboord. "Dat is een landbouwterm. Maak daar net als in Amerika organic van: dat is veel sexier."

Bron: Trouw, geknipt uit www.agriholland.nl, 10/04/08

NL - Bioraad-voorzitter pleit voor opzetten van een duurzaamheidsladder

Iedere boer in Nederland zou eigenlijk een soort duurzaamheidsverslag moeten maken net als dat in het bedrijfsleven gebeurt. Zaken als CO2-uitstoot, milieu, dierenwelzijn en sociaal beleid kunnen op die manier in kaart worden gebracht. Dat zegt Peter Blom, bestuursvoorzitter van Triodos-bank en voorzitter van de Bioraad, de denktank van de biologische sector. Blom deed op het jaarlijkse Biocongres een oproep aan minister Verburg van LNV om voor de landbouw een 'duurzaamheidsladder' te ontwikkelen.

De Triodos-topman ziet concurrentievoordelen als de duurzaamheid van agrarisch bedrijven beter in beeld wordt gebracht. "De biologische sector zal op bepaalde punten beter scoren dan gangbaar, bijvoorbeeld waar het de binding van CO2 aan de grond betreft. Maar de score is op andere punten minder helder; een goede indicator is dan extra wenselijk. Dierenwelzijn is bijvoorbeeld in de biologische sector beter geregeld. Maar dat heeft als keerzijde een grotere kans op ziekten."

Blom vindt dat het ministerie van LNV zich tot nu toe veel te terughoudend opstelt. Het ligt nog niet exact vast hoe zo'n duurzaamheidsladder het best opgezet kan

worden, maar Wageningen Universiteit heeft al veel voorwerk gedaan.

Bron: Trouw, geknipt uit www.agriholland.nl, 09/04/08

NL - Economische schade biologische landbouw buiten Besluit ggo

Veldproefvergunningen voor genetisch gemodificeerde organismen worden beoordeeld op basis van de criteria zoals vastgelegd in het Besluit genetisch gemodificeerde organismen (Besluit ggo). In de vergunning kunnen alleen voorwaarden worden opgenomen die betrekking hebben op de veiligheid voor mens en milieu. Economische gevolgen als gevolg van uitkruising vallen buiten de reikwijdte van het Besluit ggo. Dat schrijft minister Cramer van Milieu in antwoord op vragen vanuit de Tweede Kamer.

Een aantal organisaties heeft bezwaar gemaakt tegen het feit dat er (concept)vergunningen worden verleend voor kleinschalige veldproeven met genetisch gemodificeerde maïs (gg-maïs) zonder dat daaraan door de vergunningverlener bindende voorwaarden worden verbonden die biologische telers beschermen tegen uitkruising of andere ongewenste gevolgen.

In de vergunning kunnen echter alleen voorwaarden worden opgenomen die betrekking hebben op de veiligheid voor mens en milieu, aldus Cramer. Wanneer in de milieurisicoanalyse wordt geconcludeerd dat uitkruising geen risico's voor mens en milieu met zich mee brengt, zoals in de onderhavige ontwerpbeschikking het geval is, kunnen geen voorschriften worden opgenomen in de beschikking om uitkruising te voorkomen.

Eventuele kruisbestuiving of vermenging wordt, omdat geconcludeerd is dat het geen risico's voor mens en milieu tot gevolg heeft, gezien als een mogelijk economisch belang. Eventuele economische belangen vallen buiten de reikwijdte van het Besluit ggo en kunnen daarom niet worden meegewogen in de besluitvorming. Schade waarvoor iemand juridisch aansprakelijk kan worden gesteld, kan verhaald worden op grond van het Burgerlijk Wetboek, aldus Cramer.

Wel beveelt de minister de aanvrager aan om zich aan de co-existentie afspraken te houden waaronder de isolatieafstand tot percelen met maïs van biologische boeren van 250 meter. Dit heeft aanvrager Monsanto ook gedaan door in de aanvraag al te stellen dat zich te zullen houden aan een isolatieafstand van 250 meter. Dit verkleint de kans op uitkruising aanzienlijk, meent Cramer.

Bron: Ministerie van VROM, geknipt uit agriholland.nl, 14/04/08

NL - Skal ontzegt appelteler EKO-certificaat

Controle-instantie Skal heeft afgelopen jaar een fruitteler het EKO-certificaat afgenomen.

Dat blijkt uit het jaarverslag van de organisatie. Het is het enige productiebedrijf waarvan de organisatie in 2007 het certificaat geheel ontzegde.

Het fruitteeltbedrijf had appelbomen bespoten met onkruidbestrijdingsmiddelen en ondanks het verbod producten toch als biologisch op de markt gebracht.

Skal trok bij meerdere bedrijven wel delen van het certificaat in. Vorige week werd bekend dat Skal voor n locatie van Westplant in Venlo het certificaat had ingetrokken. De Duitse biologische koepel Bioland vindt dat Skal het hele bedrijf had moeten royeren.

Volgens Skal opereren ondernemers steeds vaker op het scherpst van de snede. Het aantal overtredingen verdubbelde.

Bron: Agripress.be, 11/04/08

NL - Effectieve maatregelen tegen knobbelaaltjes in de biologische glasgroententeelt

Creatief vruchtwisselen, biofumigatie, gebruik van resistente of tolerante onderstammen of antagonistische gewassen zijn effectieve maatregelen tegen wortelknobbelaaltjes in de biologische glasgroententeelt. Een combinatie van preventieve en curatieve maatregelen is noodzakelijk om de schade van plantpathogenen te beperken. Dit blijkt uit onderzoek van Wageningen UR Glastuinbouw.

Endoparasitaire aaltjes (geheel in de plant levend) zijn de belangrijkste schadeveroorzakers in de biologische teelt van glasgroenten. Ze dringen door in de wortels van de plant, waar ze plantweefsel aantasten en de wortelfunctie belemmeren.

Dit veroorzaakt een verminderde sapstroom naar bovengrondse delen met als gevolg vergeling en slap hangen van de plant.

Wortelknobbelaaltjes (*Meloidogyne* spp.) behoren tot de endoparasitaire aaltjes, en zijn er in vele soorten en maten.

Ook in geval van grondgebonden pathogenen, zoals wortelknobbelaaltjes, geldt "voorkomen is beter dan genezen". Omdat er vanuit bedrijfseconomisch perspectief weinig alternatieve gewassen opgenomen kunnen worden, biedt slimme vruchtwisseling mogelijkheden:

- Combinatie van hoofdgewas met tussenteelt van antagonistische gewassen. Dit zijn planten die een actief bestrijdend effect hebben op plantparasitaire aaltjes. Uit een veldexperiment in 2007 bleek dat *Tagetes* een bestrijdend effect had tegen wortelknobbelaaltjes, maar alleen als *Tagetes* voorafgaande aan een teelt komkommer werd ingezet.
- Bij compartimententeelt waarbij verticale scheiding tussen teeltstroken wordt aangebracht, blijft mogelijke besmetting tussen de stroken beperkt (of uitgesloten).
- Tijdelijke leegstand om de bodem rust te geven. Tijdens de braakperiode kan een vanggewas worden benut om de populatie aaltjes te reduceren.
- Indien deze maatregelen onvoldoende effect hebben en de aaltjespopulatie boven de schadedrempel stijgt, zijn aanvullende maatregelen noodzakelijk;

- Biofumigatie, door het hakselen en inwerken van groenbemesters of gewassen (zoals mosterdplanten) die toxines afgeven die bij hogere concentraties aaltjes doden. Dit vraagt goede planning en organisatie, omdat de werking sterk afhangt van de versheid van het organisch materiaal en mate van afdekking na inwerken.
 - Gebruik van onderstammen met resistentie of tolerantie tegen knobbelaaltjes. Het probleem hierbij is echter dat aaltjes zich in veel gevallen weten te vermenigvuldigen op deze onderstammen.
 - Grondstomen, maar hiermee wordt ook de natuurlijke weerstand (ziektewerendheid) tegen aaltjes en schimmels teniet gedaan.
- Klik hier voor het bioKennis bericht 'Antagonisten tegen knobbelaaltjes en natuurlijke ontsmetting'.

U kunt zich gratis op de papieren bioKennisberichten abonneren, door een e-mail te sturen met uw naam en adres, naar info@biokennis.nl. Geef hierbij aan voor welke sector(en) u deze wilt ontvangen.

Meer informatie: André van der Wurff, PPO van Wageningen UR,
andre.vanderwurff@wur.nl

Bron: biokennis.nl, 17/04/08

NL - Slechts 30% groentemannen enthousiast over biologisch

De afgelopen tijd is het biologische product veelvuldig in het nieuws geweest. Uit een poll op de website AGF Detailhandel die afgelopen week gehouden is blijkt dat de ene groentman er meer in ziet dan de andere. Uit de resultaten komt naar voren dat 30% erg enthousiast is, 11% er niet bekend mee is, 33% het wel geprobeerd heeft, maar dat het niet naar tevredenheid is verlopen en 26% er niet aan wil beginnen.

Bron: AGF Detailhandel, geknipt uit foodholland.nl, 17/04/08

NL - Eerste EKO aubergines van Purple Pride

Vanaf maandag 14 april zijn de eerste EKO-aubergines van Purple Pride beschikbaar. Vorig jaar besloten Trospartners en Telersvereniging Purple Pride om gezamenlijk ecologisch te gaan telen. Hiervoor huren de telersverenigingen een bedrijf in Bergen op Zoom, met een totale oppervlakte van 16.400 m².

Elke telersvereniging beteelt hiervan de helft, en om het jaar vindt er vruchtwisseling plaats. De verkoop wordt verzorgd door Naturelle en Eosta. Voor bestellingen kunt U contact opnemen met Arno de Snoo van Naturelle (06-2201 5646) en Christiaan de Jager van Eosta (06-2455 2245). Zie ook: www.agf.nl

Bron: www.biofoodonline.nl, 13/04/08

NL - Bio+ staat centraal in TV-reeks van RTL

Stichting Merkartikel Bio+, het bio-merk van de supermarkketens Coop, Jumbo en Plus, heeft deze week met tv-producent Endemol een contract afgesloten voor een tv-programma dat vanaf 8 september op de buis zal verschijnen. De acht afleveringen van het programma "Puur Smaak" zullen vrijdagmiddag om 16.30 bij RTL4 uitgezonden gaan worden.

In het programma zullen bekende Nederlanders vertellen waarom zij biologische voedingsmiddelen kopen. Daarnaast wordt getoond hoe de boeren die producten produceren en ook waar je ze kunt kopen. Het programma mikt op de grote groep 'light-users' die slechts af en toe biologische producten kopen.

De supermarkketens Coop, Jumbo en Plus voeren hun hele biologische assortiment onder het merk Bio+, terwijl C1000, Super de Boer, Dirk van den Broek en Em-Té een deel van hun bio-aanbod onder dit merk voeren.

Vooraf door een forse stijging van het assortiment naar 150 producten heeft Bio+ de omzet in 2007 met 70% zien stijgen. Voor 2008 is een groei van 30% voorzien. Daartoe wordt het assortiment op korte termijn met 25 producten uitgebreid.

Bron: DistriFood, geknipt uit www.agriholland.nl, 12/04/08

NL - Kringloop sluiten met Bio-Bank

Boeren en tuinders kunnen nu gemakkelijker biologisch veevoer, mest en dieren uitwisselen. De online Bio-Bank is weer opgefrist!

Aanmelden

Biologische boeren en tuinders kunnen zich direct gratis online aanmelden bij de BioBank en er meteen gebruik van maken. De Bio-Bank staat in het submenu 'Boer & tuinder' op deze website.

Achtergrond

De Bio-Bank komt voort uit de Vakgroep Biologische Landbouw van LTO en Biologica en is door Biologica opgezet. De Vakgroep wil stapsgewijs toewerken naar een 100% biologische sector, d.w.z. 100% biologische mest en biologisch voer. De BioBank is daarvoor een handig hulpmiddel. Akkerbouw en veeteelt kunnen elkaar via de Bio-Bank vinden en tot uitwisseling komen. Dit past bij het streven van de biologische landbouw om kringlopen te sluiten. En dit kan ook positief uitpakken voor de transportkilometers.

Bron: Biologica.nl, 16/04/08

FR - Agence Bio prepares promotional campaign in France

Agence Bio and six professionals from Interfel (Inter-professional Association of the Fresh Fruit and Vegetable Industry) plan a major campaign of information and communication on organic farming for the next two years, namely for 2008 and 2010. To enhance the promotion of organic farming, Agence bio provides a programme by organizing major events.

Agence Bio organizes "unifying events", aiming at informing consumers on the special advantages of products from organic farming. The organization will also be present at future editions of the "Salon International de l'Agriculture" in Paris.

In general stores, certain events will be organised regularly. The heads of department will be trained to inform customers better. The details of the communication campaign are being developed, explains Agence Bio.

According to the barometer of Agence Bio, conducted by the CSA institute, the market for organics is growing by 10% annually. 42% of French consume organic products at least once a month.

Bron: www.organic-market.info, 13/04/08

U.S.A. - Go Organic! Campaign in the USA

In celebration of Earth Day, more than 3,500 grocery stores in 35 states in the United States and 20 organic manufacturers are coming together for Go Organic! for Earth Day, a national campaign to increase consumer awareness of the benefits of organic food and agriculture. The initiative is a project of the Organic Trade Association (OTA), Earth Day Network and MusicMatters. Back for its fourth year, the Go Organic! for Earth Day campaign includes special Earth Day events, promotions and free money-saving coupons available at participating retailers throughout April. Recipes, contests and a store finder to locate participating retailers, can be found on the campaign's web site.

"Although organic sales are on the rise, many shoppers are still on the fence," said Caren Wilcox, executive director of OTA. "We developed this campaign to encourage the adoption of organic products into people's lives. To make it even easier to try organic, Go Organic! for Earth Day offers coupons, tips and information on organic products."

Newly appointed spokesperson Chef Domenica Catelli, author of the 2007 cookbook, "Mom-a-licious: fresh, fast, family food for the hot mama in you!," will promote the campaign by providing consumers with organic cooking demonstrations, recipes and pantry makeover tips. Consumers can enter to win a day with Chef Catelli and receive organic groceries, a full pantry, refrigerator and freezer makeover and a cooking lesson. In addition to Chef Catelli's makeover contest, the campaign also offers an all-expenses paid Bed and Breakfast Getaway sponsored by Stonyfield Farm at the Stanford Inn by the Sea overlooking the beautiful coast in Mendocino,

Calif. Furthermore, the campaign's coupon books offer more than \$ 18 in savings.

"We are hopeful that the campaign creates the same amount of buzz and positive response that it has received in past years and continues to convince consumers to choose organic products," said Sean Miller, Director of Education at Earth Day Network. Go Organic! for Earth Day is supported by leading organic manufacturers, including CLIF Bar & Co., Lifeway Foods, R.W. Knudsen Family, Santa Cruz Organic, Stonyfield Farm, Van's International Foods and Horizon Organic.

www.OrganicEarthDay.org.

Bron: www.organic-market.info, 16/04/08

U.S.A. - Supervalu launches brand of organic, natural foods in the USA

Supervalu announced the national launch of its Wild Harvest™ organic and natural brand, which comprises a wide assortment of products across numerous food categories. The brand is making its debut in the aisles of the company's family of grocery stores this month.

The Wild Harvest brand will initially feature about 150 items like milk, eggs, meat and fresh produce, pastas and sauces, cookies, crackers, cereal and juice. In the long term, the brand will include approximately 250 to 300 products across various categories. Wild Harvest is priced about 15 % lower than branded organic and natural products and is positioned to meet or beat competitors' private-label organic prices.

With a growth of 25 % annually, supermarkets now account for more than 60 % of all organic/natural sales. Along with consumers' evolving health-conscious lifestyles, this provides the platform for the launch of Wild Harvest. The Wild Harvest brand adheres to the strictest definitions of organic and natural. All claims made around Wild Harvest products are substantiated by U.S. Department of Agriculture (USDA) audits and/or by USDA-certified organic certification agencies.

The Wild Harvest brand will be supported with a fully integrated marketing campaign and includes print, TV, radio and online advertisements, as well as direct marketing. The advertising campaign is titled "Organify Your World".

Supervalu INC. is one of the largest companies in the U.S. grocery channel with estimated annual sales of approximately \$ 44 billion. The company holds leading market share positions across the United States with its approximately 2,450 retail grocery locations operating under the Acme, Albertsons, bigg's, Cub Foods, Farm Fresh, Hornbacher's, Jewel-Osco, Lucky, Shaw's/Star Market, Shop 'n Save and Shoppers Food & Pharmacy brands.

<http://www.businesswire.com>

Bron: www.organic-market.info, 15/04/08

Colofon

De Biotheek Netknipsels worden uitgegeven door Bioforum Vlaanderen in het kader van het Biotheekproject. De Biotheek is het informatiepunt voor de biologische landbouw en voeding, te consulteren op www.biotheek.be. U kan de Biotheek ook een vraag stellen via 078 151 152 of mijnvraag@biotheek.be.

Deze knipselkrant verschijnt wekelijks met actuele informatie over de nationale en internationale biosector. De berichten worden zonder tekstwijziging (hooguit ingekort) geknipt en geplakt, met vermelding van hun bron. Samenstelling: Geertje Meire. Nieuwtjes en evenementen kunnen steeds voor opname doorgestuurd worden aan geertje.meire@bioforum.be. Momenteel wordt de knipselkrant verzonden naar ruim 2000 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; Uitschrijven graag via een mailtje aan mijnvraag@biotheek.be.

Oude nummers kun je nalezen op

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