



Biotheek Netknipsels #254 – 18 september 2008

Onlangs gingen we met alle BioForum medewerkers op de foto. Het resultaat mag er wezen! Ik merk dat ik nu al 17 collega's heb. En BioForum breidt nog verder uit. Deze week vindt u twee vacatures: een voor fondsenwerver en een voor coordinator van de afdeling winkelwerking. Bent u gepassioneerd door bio en geïnteresseerd om actief mee te werken aan een bio-wereld, stuur ons dan een brief!

Veel leesplezier!

Peggy Verheyden & Geertje Meire
Medewerksters Communicatie/de Biotheek

In dit nummer:

Brussel van 18 tot 21 september in ban van slow food
Frank Fol op zoek naar beste groenterestaurants
Bientôt un „Ecolabel“ européen pour les produits alimentaires ?
Europeanen liggen wakker van klimaatverandering
Vacature: Coördinator verkooppunten (BioForum Vlaanderen)
Vacature: Commerciële medewerker (BioForum Vlaanderen)

Landbouwer

NL: BioVak 2009 met Internationaal Varkenscongres: Schweinetagung
Resultaten plan duurzame bollenteelt: 76% vermindering milieubelasting

Verwerker

Catering: Fair Food Company cateraar op Euro Disney
Catering: Belgen aten vorig jaar 1,4 miljard keer buitenshuis
UGent zoekt bedrijven voor onderricht docenten
Kwaliteit biobrood van tarwe uit Nederland laat het afweten
Bewust terug naar glazen fles
Voeding steeds geavanceerder en afgestemd op consument
NL: Oproep tot biologisch gezondheidslogo
NL: Transgene bestanddelen in biologisch voer onder loep

Verkooppunt

Cultural creatives doelgroep natuurvoeding
Groenten verkopen beter in futuristische hypermarkt

En de Bio-kalender



Brussel van 18 tot 21 september in ban van slow food

Gastronomische fans zijn van 18 tot 21 september nog meer dan anders welkom in onze hoofdstad, waar dan de eerste editie van 'Proef Brussel' doorgaat. Bezoekers worden getrakteerd op gastronomische bezoeken, degustaties, een reuzenpicknick, markten en verschillende speciaal voor de gelegenheid uitgedokterde menu's. Met het evenement, dat in het teken staat van slow food, willen de organisatoren mensen warm maken voor lokaal kwaliteitsvoedsel dat tot stand kwam met respect voor het milieu en kleine producenten.

"We willen met deze eerste editie een ander beeld tonen van Brussel, namelijk dat van een ecologisch-gastronomische stad, een groene stad waar het goed wandelen is, een stad om te ontdekken en te proeven", stelt de vzw Karikol die het evenement organiseert. Gedurende vier dagen stellen verschillende koks, producenten en ambachtslieden, verspreid over heel Brussel, de deuren van hun restaurant of etablissement open en worden er diverse activiteiten en degustaties georganiseerd. De deelnemende restaurants creëren een speciaal Slow Food menu bestaande uit "lekkere, milieuvriendelijke, eerlijke en plaatselijke producten".

Het weekend wordt afgesloten met een slow food markt en een reuzenpicknick aan het Paleizenplein.

Meer informatie: Proef Brussel: <http://www.proefbrussel.be/spip.php?lang=nl>

Bron: Belga, 15/09/2008

Frank Fol op zoek naar beste groenterestaurants

Groentekok Frank Fol, restaurantgids Gault Millau en Living Tomorrow hebben maandagochtend een wedstrijd gelanceerd voor het beste groentenrestaurant in de Benelux. Met dit initiatief wil Fol restaurants stimuleren om meer groenten in de menu's te verwerken, hetgeen de voeding gezonder en evenwichtiger moet maken. Groenten moeten volgens Fol de basis en het centrum vormen van elke bereiding.

Restaurants die interesse hebben om deel te nemen aan de wedstrijd kunnen zich inschrijven tot 21 november. Die dag wordt de deelnemerslijst bekendgemaakt en wordt een oproep gelanceerd om in de deelnemende restaurants te gaan eten en ervaringen door te geven. Dit moet Fol en co in staat stellen om op 21 maart de 13 genomineerde restaurants bekend te maken. Een professionele jury zal deze restaurants bezoeken en op 21 oktober 2009 de winnaar bekendmaken in de marge van de voorstelling van de Gault Millaugids 2010.

Op de website eetmeergroenten.com geeft Fol meer uitleg over zijn filosofie 'Denk Groenten'. Hij pleit ervoor gerechten te creëren vanuit de groentekeuze. Groenten moeten het hoofdbestanddeel van het gerecht vormen en voor een groot deel de smaak bepalen. Er dient met name gestreefd te worden naar twee derde groenten in een maaltijd en als het even kan moeten er ook zuivere groentencreaties op het menu gezet worden. Fol is ook voorstander van het gebruik van gezonde groentensauzen en seizoensgebonden kwaliteitsproducten.

Bron: Belga, 15/09/2008

Bientôt un „Ecolabel“ européen pour les produits alimentaires ?

La Commission Européenne annonce l'extension du champ d'application de l'Ecolabel (la « fleur ») au secteur alimentaire. L'Ecolabel européen existe déjà depuis 1992 pour les produits non



alimentaires et labellise actuellement 25 groupes d'écoproduits tels que les papiers recyclés, les produits de nettoyage et autres produits non alimentaires.

Dans l'objectif d'étoffer la gamme de produits certifiés, la DG Environnement a présenté courant 2008, une ébauche de règlement du Parlement et du Conseil des Ministres qui devra remplacer le règlement CE 1980/2000. L'article 2 de cette ébauche étend le champ d'application aux produits alimentaires transformés ainsi qu'aux produits de l'aquaculture et de la pêche. L'Ecolabel ne remplacera pas le logo européen « AB » (Agriculture Biologique dont le visuel est en refonte en ce moment), mais pourra être utilisé en parallèle. Selon le «The Organic Standard », le texte ne devrait pas entrer en vigueur avant début 2010.

Plusieurs organisations bio en France ont donné l'alerte sur les dangers d'un tel texte, concernant la reconnaissance de l'Agriculture Biologique en général et la gestion future de la marque AB en particulier. En effet, pour les produits alimentaires, les critères de l'Ecolabel ne concerneraient pas la partie « production agricole » mais uniquement la transformation, le transport et l'emballage (article 7). Or, la qualité environnementale du produit fini devrait se définir d'abord via son volet «production». Les produits alimentaires transformés pourraient ainsi entrer en concurrence directe avec les produits issus de l'Agriculture Biologique.

Autre point problématique: jusqu'alors, l'utilisation du logo Ecolabel était soumis à une redevance gérée par les Etats Membres, selon le principe de subsidiarité (en France, le Ministère de l'Ecologie a sous-traité la gestion de l'Ecolabel à l'AFNOR). Or, dans sa proposition, la Commission Européenne souhaite supprimer cette redevance.

Bron : Organic-Market.info, 16/09/2008

Europeanen liggen wakker van klimaatverandering

Na armoede is klimaatverandering de grootste uitdaging waarmee de wereld op dit moment wordt geconfronteerd. Dat is de mening van drie op vier Europeanen én Belgen, zo blijkt uit een Europese opiniepeiling die donderdag is gepubliceerd. Twee op drie Europeanen, en 65 procent van de Belgen, meent dat het nog niet te laat is om de klimaatverandering aan te pakken. 61 procent van de Europeanen stelt dat ze intussen de daad bij het woord hebben gevoegd en hun leefwijze hebben aangepast.

Drie op vier ondervraagden vindt intussen dat de industrie nog steeds onvoldoende inspanningen levert. Slechts 7 procent van de Europeanen en 6 procent van de Belgen neemt de dreiging van klimaatverandering niet ernstig. Volgens eurocommissaris voor Milieu Stavros Dimas moeten de resultaten van de opiniepeiling de lidstaten van de Europese Unie en de europarlementsleden stimuleren om de ambitieuze klimaatplannen van de Commissie niet te ondermijnen en snel goed te keuren.

De Europese Unie wil tegen 2020 20 procent minder CO2 uitstoten. Een aanzienlijke meerderheid van de Europese publieke opinie steunt die doelstelling of vindt ze zelfs nog te bescheiden.

Bron: Belga, 11/09/2008

Vacature: Coördinator verkooppunten (BioForum Vlaanderen)

Bioforum Vlaanderen, de koepel van de biologische landbouw en voeding, omvat drie afdelingen : een afdeling Landbouw, Verwerking en Verkooppunten. Voor de uitbouw van de Afdeling Verkooppunten zoekt zij een coördinator (m/v)



Uw functie:

U maakt deel uit van het team van BioForum Vlaanderen dat de werking van de koepelorganisatie verzekert. U bent verantwoordelijk voor:

- Het uitbouwen van een werking rond verkooppunten van biologische producten.
- Het opzetten van een ketenwerking naar verkooppunten van biologische producten en de winkeliers ondersteunen met concrete acties.
- Het opzetten van een stuurgroep, samengesteld uit geïnteresseerde winkeliers en deze integreren in de bestaande werking en bestuursorganen van BioForum Vlaanderen.
- Uitbouwen van samenwerkingsverbanden en relaties met bedrijven, ngo's, supermarkten, duurzame organisaties, thuisverkopers en hoevewinkels, bio-speciaalzaken.
- Ondersteuning van producten en acties van winkels gericht naar de consument.

Uw profiel

- U heeft commerciële flair en bent klantvriendelijk ingesteld. U kan mensen vlot overtuigen om te investeren in een werking.
- U heeft affiniteit met het zelfstandig ondernemerschap.
- U beschikt over een analytische geest die gemakkelijk synthetiseert.
- U beschikt over de nodige overlegcapaciteiten.
- U kunt een grote diversiteit van projecten en taken behandelen.
- U handelt vooruitziend, kunt beslissingen nemen en streeft naar het succesvol afhandelen van projecten en taken.
- U bent flexibel, en kunt zowel zelfstandig als in teamverband werken.
- U gelooft in de meerwaarde biologische voeding en duurzame consumptie.
- Ervaring in een gelijkaardige functie is een pluspunt

Uw plaats in de organisatie

Als Coördinator Verkooppunten maakt u deel uit van het coördinatorenoverleg. Naast u is er een Coördinator Landbouw en een Coördinator Verwerking actief. U wordt ondersteund door drie teams: een team Communicatie, een team Beleid/Wetgeving en een Administratief team. U wordt aangestuurd door een Stuurgroep van winkeliers die inhoudelijk richting geven aan de werking. U rapporteert rechtstreeks naar de Algemeen Coördinator. U draagt als het ware mee de uitbouw en het gezicht van BioForum als koepelorganisatie.

Ons aanbod

- Een uitdagende functie.
- Een groeiende en dynamische organisatie en sector met een duidelijke maatschappelijke meerwaarde.
- Een deeltijdse betrekking (60 à 80%) met een contract van onbepaalde duur
- Een loon op E2 niveau binnen PC 329.
- BioForum neemt 100% van het woon/werkverkeer ten laste indien het gebeurt met openbaar vervoer. Als u met de fiets komt is een fietsvergoeding voorzien.
- Indienstreding : liefst zo snel mogelijk

Interesse?

Bent u de coördinator die wij zoeken om het team van BioForum Vlaanderen te versterken, mail dan vóór 5 oktober 2008 uw sollicitatiebrief met curriculum vitae naar Marianne Vergéyle, marianne.vergeyle@bioforum.be

Procedure

Selectie van kandidaten op basis van CV en gemotiveerde sollicitatiebrief tussen 1 en 8 oktober. Gesprekken met kandidaten in de week van 15 oktober.

Vacature: Commercieel medewerker/ster (BioForum Vlaanderen)



Uw functie

- U maakt deel uit van het team van BioForum Vlaanderen, de koepel van de biosector.
- U bent enerzijds verantwoordelijk voor fondsenwerving middels:
 - Uitbouwen van samenwerkingsverbanden en relaties met bedrijven, ngo's, duurzame organisaties, bio-speciaalzaken, met het oog op een financiële win-win
 - Verdere uitbouw van Puur, ons consumententijdschrift, op het vlak van verspreiding van het magazine en advertentiewerving
 - Advertentiewerving voor de andere producten van BioForum : infobrochures, website, ...
- Ondersteuning van producten en acties gericht naar de consument, sponsoring in het kader van de Bioweek en andere promotiecampagnes
- U bent anderzijds ook verantwoordelijk voor het ontwikkelen van nieuwe financieel commerciële acties in de schoot van de biosector

Uw profiel

- U beschikt over een universitair diploma of gelijkwaardig door relevante ervaring.
- U heeft commerciële flair en bent klantvriendelijk ingesteld. U kan mensen vlot overtuigen om te investeren in een product.
- U beschikt over een analytische geest die gemakkelijk synthetiseert.
- U beschikt over de nodige overlegcapaciteiten.
- U kunt een grote diversiteit van projecten en taken behandelen.
- U handelt vooruitziend, kunt beslissingen nemen en streeft naar het succesvol afhandelen van projecten en taken.
- U bent flexibel, en kunt zowel zelfstandig als in teamverband werken.
- U hebt inzicht in het opzetten van heldere financieringsstructuren en samenwerkingsverbanden.
- U gelooft in de meerwaarde biologische voeding en duurzame consumptie.
- Ervaring in een gelijkaardige functie is een pluspunt.

Ons aanbod

- Een uitdagende functie.
- Een groeiende en dynamische organisatie en sector met een duidelijke maatschappelijke meerwaarde.
- Een deeltijdse betrekking (60 à 80%) van onbepaalde duur.
- Een salaris volgens de barema's van het PC 329, de sociale culturele sector.
- Woon-werkverkeer met het openbaar vervoer wordt volledig door de werkgever betaald. Indien je met de fiets komt, is er een fietsvergoeding.
- Indienstreding zo spoedig mogelijk.

Interesse?

Ben jij de gedreven fondsenwerfer die wij zoeken om het team van BioForum Vlaanderen te versterken, stuur dan vóór 5 oktober 2008 uw sollicitatiebrief met curriculum vitae naar Marianne Vergeyle, marianne.vergeyle@bioforum.be. Meer informatie over BioForum vindt u op onze website www.bioforum.be.

Procedure

Selectie van kandidaten op basis van CV en gemotiveerde sollicitatiebrief tussen 6 en 8 oktober.. De kandidaten zullen gevraagd worden om een schriftelijke opdracht te vervullen en deze te presenteren bij het gesprek. Gesprekken met kandidaten in de week van 15 oktober.

BioVak 2009 met Internationaal Varkenscongres: Schweinetagung

De laatste maanden is er overleg tussende Duitse organisatie Bioland, de Vereniging van Biologische Varkenshouders, Agro Eco en ICEM om het congres van de Internationale Schweinetagung dit jaar op de BioVak in Zwolle te houden. Bioland organiseert ieder jaar de



Internationale Schweinetagung, een programma voor biologische varkenshouders en anderen werkzaam in de sector met veel kennisuitwisseling en excursies naar een aantal bedrijven. Het is een gelegenheid om te bespreken wat in de verschillende landen de belangrijke thema's zijn. In 2009 is dit congres voor het eerst in Nederland. De internationale kennisuitwisseling staat centraal, niet alleen vaktechnisch maar vooral ook met maatschappelijke thema's die de duurzaamheid van de varkenshouderij mede bepalen. Duitsland, Denemarken en Nederland zijn de belangrijkste producenten voor de West Europese markt. Productiegegevens, kostprijs berekeningen en kengetallen uit onderzoek in de drie landen worden gepresenteerd. Er worden deelnemers verwacht uit de hele varkenshouderijketen uit West-Europa.

Door het congres van de Schweinetagung naar de BioVak te halen is er een mogelijkheid voor toeleveringsbedrijven om hun klanten op de beursvloer te ontmoeten en hun materiaal te tonen. In de dagen voorafgaand aan de BioVak kunnen de buitenlandse gasten ook bedrijven in Nederland bezoeken

De combinatie BioVak en het Internationale varkenscongres moet een startpunt worden voor meer structurele kennisuitwisseling tussen de West Europese landen over de biologische varkenssector. De grote thema's, economie, vleeskwiteit, herkomst van veevoergrondstof, en dierwelzijn zoals de discussie over het castreren vraagt om meer internationaal overleg. Voor varkenshouders is het ook van groot belang om informatie uit te wisselen over ontwikkelingen in productie en afzet..

Organisatiebureau ICEM werkt nauw samen met de Vakgroep Biologische Landbouw in de stuurgroep BioVak 2009. Kees van Zelderen is voorzitter. BioVak 2009 is op 21 en 22 januari 2009.

Meer info: ICEM, info@icem.nl. tel. + 31 180 31 64 62

Bron: Provinciaal Proefcentrum voor de Groenteteelt vzw, 15/09/2008

Resultaten plan duurzame bollenteelt: 76% vermindering milieubelasting

Met de uitvoering van het plan Naar een duurzame bollenteelt in Drenthe in de periode 2005 - 2007 zijn goede resultaten geboekt: de milieubelasting is met 76% verminderd, een milieuvriendelijk alternatief voor chemische grondontsmetting is in de praktijk getoetst met uitstekende resultaten en er is draagvlak ontstaan bij telers, contractgevers en handel.

De provincie Drenthe heeft in 2005 een bijdrage van 230.000 euro verleend aan het project. Gedeputeerde Munniksma (PvdA) is dan ook zeer verheugd over de goede resultaten. Met de veranderde werkwijze en de teelt van afrikaantjes wordt een impuls gegeven aan de innovatieve bedrijfsvoering van de telers. De telers laten hiermee zien dat ze hun verantwoordelijkheid aan kunnen en milieuvriendelijker willen en kunnen telen.

De vermindering van de milieubelasting komt met name door verandering in werkwijze, middelenkeuze en -dosering door telers (88%) en door verbetering van de samenstelling van de middelen en herbeoordeling van milieueffecten door CLM (Centrum voor Landbouw en Milieu). In 2006-2007 hebben tien Drentse telers deelgenomen aan een project waar chemische grondontsmetting werd vervangen door een biologisch alternatief. Ruim 100 hectare werd ingezaaid met afrikaantjes, die de schadelijke aaltjes bestrijden. De resultaten waren vergelijkbaar met chemische grondontsmetting. Met de resultaten van het plan is ook veel onduidelijkheid weggenomen.

Er is veel kennis verzameld en inzicht ontstaan over milieurisicos en landschappelijke effecten op de teelt van liliëbollen in Drenthe. Uit onderzoek en inventarisatie bleek dat spoelplaatsen, spoelgrond en spoelwater een beperkte bijdrage leveren aan de milieubelasting door gewasbeschermingsmiddelen en dat grondwateronttrekking een beperkte en kortdurende invloed heeft op de grondwaterstand.



Bijzonder aandachtspunt vormt de teelt op essen. Door grond terug te brengen naar het perceel van herkomst, kan bodemverlies zoveel mogelijk worden beperkt.

In het vervolgtraject worden de ontwikkelingen van de lteliebollenteelt gevolgd en komt de nadruk te liggen op verbeteren van de informatie naar de burger. De provincie levert hier een financiële bijdrage aan, onder voorwaarde dat de bereikte resultaten worden vastgehouden.

Bron: Agripress, 14/9/2008

Fair Food Company cateraar op Euro Disney

Fair Food Company, de duurzame cateraar uit Brabant, bereidt van 31 oktober tot en met 7 november 2008, 42.000 warme, vegetarische maaltijden voor The New Kadampa Tradition (<http://kadampa.org/>), een wereldwijd vertakte boeddhistische organisatie die zijn jaarlijkse internationale herfst festival deze editie in Euro Disney organiseert. De menu wensen van NKT waren zo specifiek (in dit geval; vers, vegetarisch en macrobiotisch) dat alleen de Brabantse cateraar dat in dit volume voor elkaar krijgt. De keuken brigade van Euro Disney en andere grote cateraars durfden dit niet aan.

Er wordt een mobiele keuken van 400 m2 gebouwd waar alle maaltijden vers bereidt zullen worden van lokaal ingekochte ingrediënten en producten, op het vlakbij gelegen inkoopcentrum Rungis. Fair Food Company introduceerde niet alleen aan the NKT zijn composteerbare materialen maar ook aan Euro Disney die hun afvalstroom nu op een andere manier bekijken; composteren in plaats van verbranden. Voor de lunch en het diner is een pauze van 90 minuten ingelast in het programma. Fair Food Company heeft een uniek concept geschreven waarmee de 3500 boeddhisten binnen deze tijd een warme, verse en lekkere maaltijd geserveerd krijgen. Fair Food Company heeft 8 jaar ervaring in het verzorgen van de catering van dit soort evenementen en is in Nederland vooral actief in de publieks- en partycatering. Met als meest recente wapenfeit "Pasta & Panini" en de "Theetuin" op Lowlands. Doel van Fair Food Company is in de catering duurzaamheid "mainstream en sexy" te maken. Het bedrijf doet dit door sprankelende concepten te combineren met Fair Trade producten, biologische ingrediënten, vegetarische varianten, een milieu vriendelijke productie keten, een Cradle to Cradle inventaris, composteerbare disposables en vooral erg lekker eten.

Bron: ANP, 12/09/2008

Belgen aten vorig jaar 1,4 miljard keer buitenshuis

In België werden vorig jaar alles samen 1,4 miljard maaltijden buitenshuis genuttigd. Ons land is daarmee goed voor een achtste plaats in Europa, leert een studie van het Duitse onderzoeksbureau CHD Expert. De groei van het aantal maaltijden buiten de woning vlakt af.

Belgen zijn de voorbije jaren nauwelijks meer buitenshuis gaan eten. Sinds 2000 is de Belgische foodservicemarkt, de markt van onder meer cateraars en restaurants, met amper 1,17 procent gegroeid, stelde CHD Expert vast. België is niet het enige land waar de groei afvlakt. In Duitsland, Groot-Brittannië en Frankrijk, de drie belangrijkste markten inzake foodservice, was er sinds 2000 een vergelijkbare groei. "De markten zijn verzadigd", besluiten de onderzoekers. In Italië is er zelfs sprake van een afname van het aantal maaltijden buitenshuis.

Ondanks de vertragende groei, blijft de Europese foodservicemarkt een belangrijke business. In 2007 werden in de 27 Europese landen die CHD Expert onderzocht alles samen 54,8 miljard maaltijden buitenshuis geconsumeerd. Een aantal segmenten biedt overigens nog mooie perspectieven. Met name de bedrijfscatering heeft nog potentieel. Grote cateraars zijn volop bezig hiervoor concepten uit te werken. In België liggen de kansen dan wel vooral in de kleine bedrijven. Daar was vorig jaar een groei met 5 procent. Bij de middelgrote en grote bedrijven was er respectievelijk een lichte daling en



een kleine groei.

De niet-commerciële catering - bedrijfsrestaurants, eetgelegenheden in scholen, tankstations en ziekenhuizen - groeide alles samen 0,47 procent. De commerciële catering - restaurants, hotels, bars, catering op trein, boot of vliegtuig en evenementcatering - nam met 1,57 procent toe. In die laatste categorie vielen vooral de wegrestaurants (+3,55 pct) en de evenementcatering (+3,12 pct) op in positieve zin. Restaurants in winkels (-3,91 pct) waren de enige opvallende daler. In de horeca zal er volgens CHD de komende jaren vooral sprake zijn van verdringing van bestaande concepten door nieuwe.

In België werden vorig jaar alles samen 1,4 miljard maaltijden buitenshuis genuttigd. Dat betekent dat elke Belg gemiddeld 131 keer buitenshuis at. Daarmee staat België op een achtste plaats in de studie. De grote Europese landen Duitsland, Groot-Brittannië, Frankrijk, Italië en Spanje voeren de rangschikking aan. Daarna volgen Polen en Zweden. Tsjechië en Portugal, die ons land volgen, maken de top-10 vol.

Bron: De Tijd, 15/09/2008

UGent zoekt bedrijven voor onderricht docenten

In het kader van een project waarbij docenten van hogescholen en universiteiten ondersteund worden in het onderricht over biologische landbouw en voeding, wensen we de werking van bedrijven waar biologische producten worden verwerkt of verdeeld van naderbij te belichten. We zouden dit op verschillende manieren doen en vragen hierbij of u hierin geïnteresseerd bent.

Bent u geïnteresseerd om ...

- 1) een visuele voorstelling (powerpoint, film, poster, ...) te maken die de werking van uw bedrijf illustreert, met aandacht voor de specificiteit van werken met bio of werken in de bio sector.
- 2) een groep hogeschool- of universiteitsstudenten te ontvangen voor een bedrijfsbezoek.
- 3) een student stage te laten lopen op uw bedrijf of een studie-opdracht te laten uitvoeren.
- 4) op een andere manier samen te werken met docenten of studenten uit het hoger onderwijs (seminarie, debat, presentatie tijdens de les, ...).

Indien u of uw bedrijf aan één van deze zaken wenst mee te werken vindt u onderaan deze mail meer info en vragen we u enkele concrete vragen te beantwoorden.

We hopen alvast op uw medewerking en kijken uit naar uw reactie! Gelieve te antwoorden vóór vrijdag 26 september.

Bron en info: Annelies Beeckman, tel: 09/264 59 20, annelies.beeckman@ugent.be

Kwaliteit biobrood van tarwe uit Nederland laat het afweten

Biologisch brood van Nederlandse tarwe is van slechtere kwaliteit dan van buitenlands tarwe. Dat blijkt uit onderzoek van onder andere het Louis Bolk Instituut.

Er is vervolgonderzoek nodig om na te gaan hoe de kwaliteit kan verbeteren. Daarbij kan de plaats waar in Europa tarwe geteeld wordt een rol spelen, evenals het ras en de bemesting. Veruit de meeste consumenten die werden benaderd, ruim 70 procent, geven de voorkeur aan brood van Nederlandse tarwe.

De belangrijkste reden daarvoor is het milieu. Toch wordt er door die milieuoverweging niet meer brood van Nederlands tarwe verkocht. Op brood in acht winkels werd het keur Nederlands tarwe geplakt, maar de verkoopecijfers stegen niet.



Bron: Agripress, 12/09/2008

Bewust terug naar glazen fles

Steeds vaker kiezen drank- en voedingsproducenten weer voor glasverpakkingen. De consument vraagt om een natuurlijke verpakking die de smaak en de versheid van het product niet beïnvloedt en geen chemische reactie kan geven. Zowel het bewustzijn van mensen als het gaat om natuurlijke, biologische, gezonde voeding en dranken, als de bezorgdheid over de algemene gezondheid liggen hier aan ten grondslag. Dominique Tombeur, Vice President Marketing & Communications Europe, van O-I, de grootste glasproducent in de wereld: "We staan op het punt getuige te zijn van een enorme expansie van de aandacht voor glas. Glas is natuurlijk, veilig, aantrekkelijk en duurzaam en sluit daardoor naadloos aan op de interesses van de moderne, bewuste consument."

Door dit soort ontwikkelingen, is glas weer van harte welkom in de schappen. Niet alleen water, biologische en authentieke, lokale producten worden in glas verpakt, maar ook frisdrank. Het beste bewijs van hoe serieus glas als verpakking wordt genomen, is het feit dat grote producenten als PepsiCo Inc. en Coca-Cola Co. in de VS momenteel druk experimenteren met glasverpakkingen. Dit terwijl ze de welbekende glazen flesjes begin 1990 massaal vaarwel hebben gezegd. "Deze frisdrankgiganten richten zich ook meer en meer op gezondheid en puurheid en vinden daar in glas een bevestiging voor," aldus Tombeur.

Een positieve ontwikkeling daarbij is de investering die gedaan wordt om de glasverpakking lichter in gewicht te maken. Hierdoor wordt de verpakking handzamer in gebruik. Met name de biersector heeft dit al in de praktijk gebracht. De lichtgewicht flesjes wegen gemiddeld 30 procent minder dan de voorgaande modellen.

Wereldwijd wordt miljoenen keren per dag verpakkingsglas van O-I gebruikt voor toonaangevende consumentenproducten. Als marktleider in Europa, Noord-Amerika, Azië-Pacific en Latijns-Amerika vervaardigt O-I verpakkingsglas dat 100 procent recyclebaar is. In Nederland telt O-I circa 900 medewerkers en bedroeg de netto-omzet in 2007 361 miljoen dollar.

Bron: Biofoodonline.nl, 12/09/2008

Voeding steeds geavanceerder en afgestemd op consument

Onze voeding wordt steeds geavanceerder. Fabrikanten blijven de komende jaren manieren zoeken om natuurlijke producten te versterken met nuttige en slimme toevoegingen, liefst afkomstig uit diezelfde natuur. Daarnaast ziet de consument voeding meer en meer als onderdeel van zijn identiteit en wil hij zijn producten zelf samenstellen. Dit zijn enkele van de trends op het gebied van gezondheid en duurzaamheid die de deskundigen van adviesbureau Schuttelaar & Partners (mede-initiatiefnemer van "Ik kies bewust") nationaal signaleren. In de trendpresentatie spraken de deskundigen van het communicatiebureau de hoop uit dat de innovatie bij bedrijven en overheid volop doorzet.

Niet alleen op het gebied van voeding maar zeker ook bij duurzame initiatieven blijft innovatie van belang. "Er is momenteel een beweging gaande die niet te stoppen is", zegt adjunct-directeur Suzanne van der Pijl. "Voeding wordt gezonder en 'groen zijn' is hot. We reageren niet enthousiast meer op jacuzzi's en terrasverwarmers in de tuin, of de SUV maar spreken elkaar aan op de energieverspilling ervan", aldus de milieuingenieur.

We weten bovendien steeds meer over het volledig benutten van agrarische producten en daar kan het milieu zijn voordeel mee doen. De landbouw-gewassen zullen steeds vaker gebruikt worden om chemie te vervangen, zo bleek ook uit de trend-presentatie van S&P.



Als je stoffen heel erg klein maakt, krijgen ze soms andere eigenschappen. Slimme onderzoeken op het gebied van nano-technologie kunnen revolutionaire gevolgen hebben. Bij octrooibureaus wereldwijd liggen momenteel duizenden aanvragen voor nano-toepassingen zoals geneeskrachtige voedings-stoffen of beautyproducten, zo vertelde Edwin Hecker van de afdeling bioscience van S&P. "De maatschappelijke discussie over hoe ver je kunt gaan met nano, is weer helemaal terug."

Een andere oplopende discussie is die van de betutteling en de voorschriften. Het rook-verbod, de gezondheidslabels; consumenten lijken aan overheid en bedrijven te vragen 'regel het maar voor mij'. Initiatieven die de gezondere en duurzame keuze de makkelijke keuze maken voor de burger, hebben veel kans van slagen de komende jaren, verwacht Schuttelaar & Partners. "Het sturen op gewenst gedrag wordt een nieuwe strategie voor bedrijven en overheden", aldus politicologe Marije Hulsinga. "Als je wilt dat mensen meer bewegen, zorg dan voor minder roltrappen in gebouwen. Dan verleid je ze bijna onzichtbaar tot sportiever gedrag."

De vraag van de samenleving naar meer groen en gezond kan echter ook gaan botsen met andere belangen. De meeste mensen eten graag vlees maar hebben moeite met dierenleed en de milieu-gevolgen van vleesproductie. Boeren gaan de komende jaren nog innovatiever te werk om dierenwelzijn en duurzaamheid te bevorderen. Hiervoor zullen de veehouderijbedrijven groter moeten worden. Maar omdat mensen zich steeds meer in de beleavingswereld van dieren verplaatsen is het belangrijk de stallen zo in te richten dat we kunnen zien dat de dieren een goed leven hebben.

Bron: ANP, 12/09/2008

NL: Oproep tot biologisch gezondheidslogo

Biofood Magazine, het onafhankelijk vakblad voor natuurproducten en groene ontwikkelingen, doet in haar septembernummer een oproep aan de biologische sector, ngo's en overheden om tot een biologisch gezondheidslogo te komen. Dit in reactie op de gezondheidsclaims "Ik kies bewust" en het "Gezondheidsklavertje".

'Mensen moeten gezonder eten', vinden de Europese Commissie en het Nederlandse kabinet. Hoe komt het dat in de aanbevelingen de biologische sector buiten beschouwing blijft? In natuurvoedingswinkels vindt je producten die aansluiten bij een verantwoorde voedingswijze: relatief veel plantaardige producten en veel producten die weinig of niet bewerkt zijn, volwaardig en zonder toevoegingen. Dit rechtvaardigt een logo dat breeduit gecommuniceerd wordt en alle kenmerken voor commercieel succes in zich heeft: gezond, ecologisch verantwoord, sociaal rechtvaardig en geworteld in de landbouw- en voedingstradities.

Biofood Magazine vindt het tijd voor de biologische sector, NGO's en overheden om de handen ineen te slaan en de overtuiging dat biologisch goed, gezond en lekker is, vorm te geven in een helder consumentenlogo.

Bron: Biofood magazine, 17/09/2008

NL: Transgene bestanddelen in biologisch voer onder loep

AID en Voedsel en Waren Autoriteit (VWA) willen dit najaar de risico's op vermenging met genetisch gemanipuleerde grondstoffen (ggos) in de biologische mengvoerbedrijven inventariseren. Ze kijken daarbij ook naar de voorafgaande schakels in de veevoerketen. Zo moet duidelijk worden wat de mogelijkheden zijn om de risico's van vermenging van grondstoffen met ggo- producten te beheersen, verklaart landbouwminister Gerda Verburg in een brief aan de Kamer.



Uit onderzoek van de AID in de jaren 2006 en 2007 bleek dat in 18 procent van de monsters van mengvoeders op biologische bedrijven sporen werden aangetroffen van gentisch gemanipuleerde soja. Het gehalte was zeer laag (onder de 0,9 procent).

Bron: Agripress, 12/09/2008

Cultural creatives doelgroep natuurvoeding

Het blijkt dat een aanzienlijk deel van alle klanten van natuurvoedingswinkels naast biologische ook niet-biologische levensmiddelen koopt. Een belangrijke doelgroep zijn de zogenaamde cultural creatives, een potentieel interessante doelgroep voor natuurvoedingswinkels. Voor NWO, PBS en Task Force MBL was dit de reden om actief te verkennen welke mogelijkheden er zijn voor groei voor het natuurvoedingskanaal. Het onderzoek richt zich op de mensen die wel regelmatig in een natuurvoedingswinkel kopen, maar die ook veel niet-biologische en biologische artikelen kopen in andere verkoopkanalen zoals supermarkten.

Deze groep eet minder dan 50% biologisch en heeft geen medische redenen om naar de natuurvoedingswinkel te gaan (bijvoorbeeld allergieën). Waarom kopen deze consumenten slechts een deel van hun (biologische) levensmiddelen in de natuurvoedingswinkel? Waar kopen ze nog meer? Voor welke momenten en toepassingen kopen ze biologische etenswaren? Daarnaast richt het onderzoek zich op de cultural creatives als potentiële doelgroep. Cultural creatives zijn consumenten die kiezen voor kwaliteit in plaats van kwantiteit en die bewust producten kopen die geen ecologische of maatschappelijke problemen veroorzaken. Deze groep consumenten heeft daarom belangstelling voor biologische en duurzame producten. "Er wordt nagegaan hoe cultural creatives geïnteresseerd kunnen worden voor de natuurvoedingswinkel. Eerste resultaten: eind dit jaar.

Bron: Biofoodonline.nl, 15/09/2008

Groenten verkopen beter in futuristische hypermarkt

Eind mei opende nabij de Duitse stad Düsseldorf een futuristische hypermarkt van de Metro Group de deuren. Honderd dagen later heeft de winkel een eerste balans opgemaakt. Over de afdeling verse voeding zijn de klanten het meest opgetogen. Groenten en fruit worden er voor het eerst samen met bereide gerechten gepresenteerd. Het is vooral die nieuwe manier om het assortiment te mengen die de klanten het meest aanspreekt. De verkoopcijfers van de afdeling stegen met 56 procent ten opzichte van dezelfde periode vorig jaar.

Metro wil niet in detail treden, maar het experiment met de nieuwe hypermarkt deed de kassa rinkelen. De omzet van de winkel steeg met tien procent en er kwam een vijfde meer klanten over de vloer in vergelijking met vorig jaar. In de hypermarkt wordt dan ook alles gedaan om het de klanten zo aangenaam mogelijk te maken. Winkelen in de aroma's van de Provence, jezelf onderdompelen in een muziekdouche als het rumoer je op de heupen werkt en wijn proeven die op de perfecte temperatuur bewaard wordt. Dat en nog veel meer aardigheden moeten van de obligate boodschappen een belevenis maken.

Maar het ergerlijkste van allemaal, het ellenlange wachten aan de kassa, kan verleden tijd worden als je shopt met je gsm in de hand. De Metro Group ontwikkelde software voor mobiele telefoons waardoor je met je gsm producten in je winkelkarretje kunt scannen. Je hoeft alleen nog langs een sensor te passeren en met het uitgeprinte ticket naar een betaalautomaat te gaan. Daar kun je ook met je gsm betalen.

Daarnaast is het mogelijk om thuis op je gsm een boodschappenlijstje op te stellen en zo je tocht door de supermarkt op een efficiënte manier af te leggen. Je gsm toont je namelijk de kortste weg



naar het volgende product, mét een overzicht van je aankoopsom en informatie over kortingen. Op dit moment is de gsm nog in een testfase bij honderd proefpersonen.

De klanten kunnen de innovaties wel smaken. Negen op de tien zijn tevreden tot zeer tevreden. Bijna alle klanten willen de winkel aanraden aan hun vrienden en familie. De Metro Group is actief in 31 landen en behaalde vorig jaar een omzet van 64 miljard euro. In België zijn onder meer Media Markt, Saturn en Galleria Inno onderdeel van de groep.

Bron: Het Nieuwsblad, 11/09/2008



de Biokalender

de volledige Biokalender vindt u op:

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

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: Peggy Verheyden & Geertje Meire. Nieuwtjes en evenementen kunnen steeds voor opname doorgestuurd worden aan [geertje.meire\(ad\)bioforum.be](mailto:geertje.meire(ad)bioforum.be) of [peggy.verheyden\(ad\)bioforum.be](mailto:peggy.verheyden(ad)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`.90