

Berichten

Buitenland

Sectorspecial Biologisch

Voor de Nederlandse agribusiness, jaargang 34, nummer 10, oktober 2008

Colofon

Berichten Buitenland is bestemd voor het Nederlandse agrarische bedrijfsleven en is een uitgave van de directie Industrie en Handel van het Ministerie van Landbouw, Natuur en Voedselkwaliteit. Het doel is informatieverstrekking over relevante ontwikkelingen op agrarisch handelsgebied, buitenlandse markten, handelsbemiddeling enzovoort. De LNV-afdelingen in het buitenland dragen in sterke mate bij aan de berichtgeving in dit blad.

Er wordt gedrukt op een chloorarme papiersoort, in een inktbesparend FM-raster. Er wordt verzonden in recyclebare sealbags.

Uitgever

Ministerie van Landbouw,
Natuur en Voedselkwaliteit
Directie Industrie en Handel
www.minlnv.nl/agribusiness

Redactieadres

Redactie Berichten Buitenland
T.a.v. Sabine Hoff
Postbus 20401
2500 EK Den Haag
Tel. +31 (0)70 378 52 59
E-mail s.h.hoff@minlnv.nl

Informatie en abonnementen

Voor informatie over artikelen of een (gratis) abonnement kunt u contact opnemen met Jacques Verbeek,
Tel.: +31 (0)70 378 40 64
Fax: +31 (0)70 378 61 23
E-mail: j.j.m.verbeek@minlnv.nl

Realisatie

JB&A Exxion Communicatie

Druk

Den Haag Offset

ISSN 0920 - 0975

De informatie, meningen en opinies in dit blad worden naar voren gebracht buiten verantwoordelijkheid van het Ministerie van Landbouw, Natuur en Voedselkwaliteit.

Het overnemen of vermenigvuldigen van artikelen uit dit blad is alleen toegestaan onder vermelding als volgt: Berichten Buitenland, [maand/jaar], [pagina's].

Inhoudsopgave

Sectorspecial Biologisch	3
Biologisch moet rustig groeien	4
Nog steeds aan top, maar blijft dat zo?	8
Bio Brass: biologisch telen met beleid	12
Biologische landbouw in Italië	14
Kansen op de Belgische biomarkt	17
Grote potentie in Polen	20
De kinderschoenen moeten uit	23
Waarom biologisch als het ook makkelijk kan?	26
De Groot en Slot Allium doet biologische zaken in Argentinië	28
Het zakelijke idealisme van Ariza	30
Top 10 landen biologische landbouwgrond	32

Sectorspecial Biologisch

De biologische keten is een relatief kleine sector en ontwikkelt zich in hoog tempo. De consumentenbestedingen in Nederland zitten al jaren in de lift. Internationaal is sprake van aanbodkrapte, wat ook in Nederland gevoeld wordt. Het merendeel van de Nederlandse biologische productie wordt geëxporteerd. Deze export versus de aanbodkrapte klinkt als een tegenstelling. We moeten echter niet vergeten dat het hele pallet aan biologische producten, van fruit tot zuivel en van babyvoeding tot pizza, meer productvariëteiten vraagt dan in Nederland geproduceerd wordt. Handel is een natuurlijk gegeven om aan de diverse vragen in de markt te voldoen. De Nederlandse biologische sector kan zich hierin profileren op bijvoorbeeld de ontwikkeling van teeltmethoden, een grote verwerkende tak en de al jaren succesvolle samenwerking binnen het convenant Marktontwikkeling biologische landbouw. Een belangrijke pijler is bovendien de nauwe betrokkenheid van de sector bij wetenschappelijk onderzoek, waardoor onderzoeksresultaten goed in praktijk te brengen zijn.

De Nederlandse Biologische sector staat voor de uitdaging om na 2011 op eigen benen verder te groeien. Het derde convenant is dan afgerond. LNV blijft na 2011 nog wel betrokken maar trekt de kar niet meer. Voor de komende jaren organiseert LNV in samenwerking met de Task Force Marktontwikkeling Biologische Landbouw diverse internationale activiteiten zoals beursinzendingen en handelsreizen. We hopen door middel van deze special en de activiteiten ondernemers te inspireren om te werken aan een duurzame en succesvolle ontwikkeling van de biologische sector.

Import en export hoort bij Nederland, al eeuwenlang. Ook voor de biologische sector. Een zelfstandige Nederlandse biologische sector heeft oog voor de internationale handel.

Martin Olde Monnikhof, plv. directeur Industrie en Handel

Biologisch moet rustig groeien

Het biologisch segment staat er goed bij. Het gebrek aan keiharde groeistimulansen, zo eigen voor biologisch, geeft een natuurlijke wind in de zeilen. Het verhaal over biologisch slaat aan en consumenten lijken partij te gaan kiezen. Dat beweegt de voedselketen om meer en meer aandacht aan het biologische segment te besteden. Gematigde groei is het resultaat, heel passend bij het natuurlijke karakter.

Twee vertegenwoordigers van biologisch beschouwen de ontwikkeling. Margreet Hofstede beheert de portefeuille binnen directie Landbouw van het ministerie van LNV en Uli Schnier stuwt als voorzitter de Taskforce Marktontwikkeling Biologische Landbouw voorwaarts. Beiden getuigen van een gestage groei binnen een welwillende markt. Er zijn convenanten en beleidslijnen. Er zijn stimulansen en een voorkeur van een groeiende doelgroep. En toch zal de oorspronkelijk doelstelling niet worden gehaald. De 10% biologisch areaal in 2010 is als onrealistisch teruggedraaid (voor consumenten gold een andere doelstelling, 5% in 2007). Nu gaat men uit van een jaarlijkse 10% groei van consumentenbestedingen en die doelstelling getuigt van meer realiteitszin. Volgens Uli Schnier is er een latente behoefte aan 'biologisch' bij ruim 20% van de consumenten. "Door die op alle mogelijke manieren aan te spreken moet de groei van 10% op jaarbasis geen enkel probleem vormen," zo meent de Taskforce-voorzitter. De Taskforce is een mede door het ministerie van LNV geïnitieerd en gefinancierd uitvoerend orgaan voor het biologisch segment. De beleidsnota biologische landbouwketen kent heldere doelstellingen waarmee de Taskforce aan de slag is gegaan. Voorlichting en promotie zijn de meest zichtbare activiteiten. Zo verscheen er in 2008 een aantrekkelijk magazine 'Lekker naar de boer' en een gekoppelde en actieve website www.lekkernaardeboer.nl. De consument wordt op tal van manieren bij de hand gepakt om kennis te maken met biologisch of om meer met de gezonde en lekkere producten te gaan doen.

Export groeit

De consumptie van biologisch moet worden gestimuleerd om aanbod en vraag met gelijk oplopende tred te laten houden. Er is een groeiend aanbod vanwege de warme belangstelling aan producentenkant. Agrariërs vinden het 'ouderwetse' boeren leuk en best aantrekkelijk, mits de consument meegaat in de gedachte dat biologisch lekker en gezond is en blijft zorgen voor omzetgroei. Een traditioneel exporterend land als Nederland kan die groei ook buiten de grenzen zoeken.

Als het op export van het biologische product aankomt, constateert Uli Schnier een imago-probleem voor Nederland. "Klein land, behoorlijk geïndustrialiseerd met veel mensen dicht op elkaar," legt hij uit, "dat moet afnemers beangstigen." Zo'n situatie doet een mate van milieuverontreiniging veronderstellen, waarin biologisch niet zou kunnen gedijen. Dat wij onze omstandigheden perfect onder controle hebben en dat ons milieu, zelfs voor een dergelijk dichtbevolkt land, nauwelijks iets te wensen overlaat moet goed worden gecommuniceerd. Net als de hoge kwalificeringen, gedegen controlesystemen en betrouwbare certificering die wij hanteren. Je moet het 'biologisch verhaal' goed vertellen, dan vormt export een extra omzetverhogend en stimulerend instrument. Daar werken wij vanuit de Taskforce maar al te graag aan mee." Uli Schnier wijst dan ook op de gezamenlijke inspanningen van bedrijfsleven en ministerie, opgepakt door de Taskforce. Zoals een georganiseerde deelname met een gemeenschappelijk verhaal aan de BioFach 2009 in Nürnberg. "Op dergelijke, puur op het biologisch segment gerichte beurzen, presenteren wij het Nederlandse product met alle Nederlandse achtergrondinformatie. Workshops maken duidelijk wat wij hier presteren en wat er in de toekomst nog te verwachten valt. Dat resulteert in een groeiende export van het biologische product."

Zou het biologisch product ooit de reguliere productie kunnen vervangen en de wereld kunnen voeden? Hofstede: "Dat is op zich geen relevante vraag. Ik zie het niet gebeuren dat alle landbouw biologisch gaat worden. Als je kijkt naar productie is de Nederlandse landbouw behoorlijk effectief. De biologische productie is ongeveer 70% van wat het

gangbare segment weet te oogsten. Maar in landen waar niet optimaal geproduceerd wordt, kan biologische landbouw juist een hogere productie genereren. Ook vanwege risicospreiding." Op dit moment is de productie ook in ontwikkelingslanden groeiende, met name voor export naar Europa en de VS. In een aantal landen zal zich een kleine niche markt ontwikkelen voor biologisch. Het is de kunst van de exporteurs van biologische producten om die markten te bereiken en te bedienen. Overigens is de export van het biologische segment naar de ons omringende landen, dus binnen de EU, wel degelijk heel succesvol. Duitsland is vanwege de gezonde kwaliteit en erg op biologisch gesteld en Nederlandse producten zijn door onze reputatie geliefd bij onze oosterbuur. Ook Engeland en Frankrijk zijn grote afnemers van ons biologisch product. Zelfs de iets hogere prijs is daar nauwelijks een beletsel voor een groeiende afzet. Wellicht hecht men daar meer waarde aan gezonde voeding en heeft men er geld voor over om een optimale smaak kwaliteit te verkrijgen. In Nederland wil de prijs nog wel een beletsel zijn om biologisch te winkelen.

Margreet Hofstede constateert dat de schakels altijd percentages op de inkoop prijs leggen. Er wordt dus winst gemaakt op de winst van de vorige schakel. Dat is een gezond uitgangspunt maar zou wellicht, om de consumenten prijs in de hand te houden en de groei van het segment extra te bevorderen, voor biologisch eens wat minder hardnekkig kunnen worden gehandhaafd. "Er wordt wel eens gesuggereerd er eens centen bij op te tellen in plaats van procenten," heeft ze van horen zeggen. "Maar je kunt op je vingers natellen dat dat voor de handel een lastige discussie is."

Streekgebonden?

Een wens richting duurzaam en biologisch met als opdoemende barrière een beknelde agrologistiek. Bij elkaar argumenten om streekgebonden productie en consumptie een warm hart te gaan toedragen. Terwijl ons land een gigantische agro-exporteur is en het inkomen van Nederland voor een belangrijk deel wordt gegarandeerd door agrarische productie over de hele wereld te verspreiden. Kan biologisch niet beter dicht bij huis blijven en die export dan maar beperken tot direct omringende landen? Is dat geen natuurlijker omgeving voor het biologisch product dan export naar alle uithoeken van de wereld? Uli Schnier meent van niet en gelooft dat die zaken elkaar niet hoeven te bijten. "De markt kan dat zelf regelen en sturen. Economisch en milieutechnisch optimaal. Even andersom, niet vanuit onze export maar vanuit onze import geredeneerd. Je zult als consument de beslissing moeten nemen: wel of geen cacao uit Ghana. Biologisch verantwoord, hoe bewerkt en waar verwerkt? Heeft men er daar voldoende aan verdiend? We zitten in de fase dat glasheldere voorlichting de consument moet helpen bij het nemen van beslissingen, over globalisering, over verschillen in arm en rijk, over keuze tussen regulier of biologisch. Nogmaals, het is nu belangrijk dat er ontwikkeling is in de richting van een gewenste, ideale situatie. In deze tijd wordt alles helder. Er volgt discussie, er volgen maatregelen. Pas dan zijn we toe aan de periode dat alles werkelijk rechtvaardig en optimaal verantwoord is. Streekgebonden biologisch, nationaal biologisch en export van biologisch, je moet het nu, op dit moment, allemaal laten gebeuren, promoten en ontwikkelen. En het is aan de toekomst om biologisch een plaats te geven. Mooi als dat een prominente, toonaangevende plaats is."

Professionaliseren!

De ontwikkeling van het biologische segment is een belangrijke investering in de toekomst. Dat mag ook blijken uit de ambities (zie kader) die het ministerie omschrijft, zoals het belang van uitwisseling van biologische kennis en innovaties naar het reguliere segment. De biosector moet worden gestimuleerd en geholpen om te professionaliseren. Dan breidt biologisch als vanzelf uit richting regulier, dat ook graag meer van de biologische kwaliteit wil bieden. Simpelweg omdat de consument dat als gezond en smaakvol beoordeelt en er aldus een vraag naar ontstaat. Met die brede stroming, van volledig biologisch tot en met een regulier product met veel biologische kwaliteiten, kan veel worden gewonnen.

Frits E.H. Emmerik

Biologisch exporteert 50%

De export is voor de Nederlandse biologische sector van groot belang. Het Nederlandse biologische segment exporteert ruim de helft van de productie van groenten, fruit, zuivel, rundvee, pluimveevlees en eieren.

Beleidsambitie voor biologische landbouw

De ambitie is tweeledig: 'biologisch in verbinding' en 'biologisch in ontwikkeling'. Op deze wijze is verkend wat ambitieus en haalbaar is.

Biologisch in verbinding:

Innovaties uit de biologische landbouw inspireren de vernieuwing in de gangbare sector. Ook kunnen bepaalde ontwikkelingen in de reguliere sector de biologische ondernemers aanzetten tot verdere verduurzaming van hun activiteiten. Dit kan worden versterkt met drie ambities:

- 10% van het onderzoeksbudget voor biologische landbouw is gericht op het leggen van de relatie met vraagstukken in de gangbare landbouw
- 15 gezamenlijke initiatieven verbinden biologisch en gangbaar met de samenleving
- 10 innovaties uit de biologische sector worden toegepast in de gangbare landbouw

Biologisch in ontwikkeling:

De biologische sector moet doorgaan met de ontwikkeling van een succesvolle marketing. Productontwikkeling, uitstraling en presentatie is al sterk verbeterd. De komende periode moet de infrastructuur worden uitgebreid. Hier ligt een taak voor alle schakels in de keten:

- jaarlijks 10% groei in consumentenbestedingen aan biologische voedingsmiddelen
- jaarlijks 5% groei in biologisch areaal
- handhaving 10%-norm voor beleidsondersteunend onderzoek en wettelijke onderzoekstaken

Landbouwmethoden en voedingsmiddelen die voldoen aan omschreven eisen omtrent milieu, natuur en landschap, dierenwelzijn en productiemethoden vallen onder biologische landbouw en voeding. De Nederlandse term is ecologisch (en voor uw export *organic*) en die verwijst naar landbouwmethoden waarvan de eisen internationaal zijn vastgelegd:

- certificatie en toezicht
- plantaardige landbouw
- veehouderij
- bereide voedingsmiddelen
- import

Misschien is de beste omschrijving dat de biologische landbouw de technieken en methoden van vóór 1900 hanteert. Daarna kwamen kunstmest en chemische bestrijding. Toch is biologische landbouw ook uiterst modern en zelfs innovatief. Wie in de kassen sluipwespen inzet voor de bestrijding van ongedierte en branders gebruikt tegen onkruid behoort vandaag de dag niet tot de conservatieve ondernemers.

Marktpartijen:

Producenten

Biologische producten komen van gespecialiseerde én gangbare bedrijven. Die laatste sector verrijkt hun assortiment met één of meer biologische varianten. De Vereniging Biologische Producenten en handelsondernemingen (VBP) en/of Federatie Nederlandse Levensmiddelen Industrie (FNLI) verenigen deze producenten.

Handel

De handel in biologische producten is doorgaans aangesloten bij de Vereniging Biologische Producenten en handelsondernemingen.

Retail

Namens de Nederlandse supermarkten is het Centraal Bureau Levensmiddelenhandel (CBL) partij in het Convenant. Ook het CBL onderschrijft 10% jaarlijkse omzetgroei van biologisch. Vrijwel alle supermarkten voeren biologische producten en het segment vraagt steeds meer ruimte in de schappen.

Speciaalzaken

Biologische producten zijn helemaal thuis in speciaalzaken. De natuurvoedingswinkels danken hun naam en faam aan biologisch. Daarnaast zijn er biologische slagers. Ook bij de kaas- en delicatessenwinkels, ambachtelijke slagers, groenteboeren, bakkers en slijters is het biologische aanbod groeiend.

Online voor export!

Het bestellen per internet wordt steeds gebruikelijker in Nederland en biedt door het grensoverschrijdende karakter alle mogelijkheden voor export naar de landen rond Nederland.

De biologische sector in de VS

Nog steeds aan top, maar blijft dat zo?

De Amerikaanse biologische sector heeft in de afgelopen 20 jaar een geweldige groei doorgemaakt. De VS heeft zich in die periode ontwikkeld tot de grootste markt voor biologische producten wereldwijd. Daarnaast gaan Amerikanen steeds groener denken en voor de inmiddels goed gevestigde biologische sector brengt dit interessante nieuwe marketingkansen. Toch zijn er ook kanttekeningen. Toenemende concurrentie en de prijspremie voor biologische producten vormen uitdagingen. Er wordt dan ook met veel interesse uitgekeken naar de laatste cijfers in deze sector die naar verwachting later dit jaar bekend zullen worden gemaakt.

Het biologisch gecertificeerde landbouwareaal in de Verenigde Staten heeft een indrukwekkende groei doorgemaakt. In 1990, toen de Organic Foods Production Act, de nationale wetgeving voor de biologische sector, door het Amerikaanse Congres werd aangenomen, vond op minder dan 400.000 hectare biologische productie plaats. Tegen de tijd dat het Amerikaanse ministerie van Landbouw (USDA) de nationale biologische standaarden had geïmplementeerd in 2002, was het biologisch areaal verdubbeld. Tussen 2002 en 2005 verdubbelde het areaal nogmaals tot 1.6 miljoen hectare. Het aantal stuks biologisch vee heeft een nog veel snellere groei doorgemaakt: van 11.000 stuks in 1992 tot meer dan 196.000 in 2005. Vooral het aantal stuks melkvee nam toe van 2.200 in 1992 tot bijna 90.000 in 2005. Dit is ongeveer 1% van alle melkkoeien in de VS. In dezelfde periode steeg het totale aantal gecertificeerde bedrijven van 3.500 tot 8.500.

In 2005 werden voor het eerst in alle 50 staten van de VS biologische producten geteeld. Van het totale biologische areaal, 1.6 miljoen hectare, was 680.000 hectare akkerland en 920.000 hectare grasland. Californië beschikt met 88.000 hectare over het meeste gecertificeerde biologisch areaal. Een belangrijk deel daarvan wordt gebruikt voor de productie van groenten en fruit. Hoewel er sprake is van een belangrijke groei in de overgang van gangbare naar biologische productie in de VS tussen 1992 en 2005, maakt biologisch areaal nog steeds een zeer klein percentage uit van het totale landbouwooppervlak in de VS. Slechts 0.5% van het akkerland en 0.5% van het grasland was in 2005 biologisch gecertificeerd.

Ook noemenswaardig is dat slechts een klein percentage van de belangrijkste Amerikaanse veldgewassen biologisch wordt geteeld: 0.2% van de maïs, 0.2% van de sojabonen en 0.5% van de tarwe. De percentages voor groenten en fruit liggen hoger: biologische wortels maken 6% uit van de totale oppervlakte voor wortels in de VS, biologische veldsla ligt op 4% en biologische appels op 3%.

Top 10 Staten, 2005

Aantal gecertificeerde bedrijven	Akkerland hectares	Grasland hectares
Californië	1.916	Californië 89,305
Wisconsin	580	North Dakota 57,328
Washington	527	Montana 50,580
Iowa	453	Minnesota 46,725
Minnesota	433	Wisconsin 36,412
New York	427	Texas 34,849
Vermont	366	Idaho 32,488
Oregon	317	Kansas 32,072
Pennsylvania	308	Nebraska 31,128
Maine	288	Iowa 25,663
		Nebraska 7,062

Bron: OTA's Manufacturer Survey, 2006 and 2007

Amerika vs. de rest

Wat betreft de verkopen van biologische producten staat de VS zonder meer bovenaan in de wereldranglijst. Maar op het gebied van biologisch areaal is de VS slechts een middelgrote speler. Volgens de meeste recente cijfers gepubliceerd in het rapport *'The World of Organic Agriculture: Statistics & Emerging Trends 2008'*¹⁾ werd in 2006 bijna 30.6 miljoen hectare biologisch geteeld door meer dan 700.000 boerenbedrijven in 138 landen. Dit cijfer vertegenwoordigt 0.65% van het totale landbouwoppervlak in de landen die werden meegenomen in het onderzoek. Evenals in voorgaande jaren had Australië de leiding met het meeste biologisch landbouwareaal (12.3 miljoen hectare), gevolgd door China (2.3 miljoen hectare) en Argentinië (2.2 miljoen hectare). De Verenigde Staten staat op de vierde plaats met 1.6 miljoen hectare in 2005 (de meest recente statistieken). De top tien landen beschikken gezamenlijk over bijna 24 miljoen hectare, meer dan 75% van het totale biologische geteelde landbouwareaal in de wereld. Andere landen in de top 10 zijn Italië, Uruguay, Spanje, Brazilië, Duitsland, en het Verenigd Koninkrijk. Naar verdeling over de verschillende continenten staat Oceanië bovenaan met 42% van het biologische areaal, gevolgd door Europa (24%), Latijns-Amerika (16%), Azië (10%), Noord-Amerika (7%) en Afrika (1%).

¹⁾ Het rapport "The World of Organic Agriculture: Statistics & Emerging Trends 2008" werd in februari 2008 uitgebracht door de International Federation of Organic Agriculture Movements (IFOAM), the Foundation Ecology & Agriculture (SOL) en het Research Institute of Organic Agriculture.

De markt

De verkoop van biologische voedingsmiddelen in de Verenigde Staten heeft sinds 1990 een geweldige groei doorgemaakt: van een bedrag van 1 miljard USD in 1990 tot bijna 20 miljard USD (schatting) in 2007. En volgens de laatste, wellicht wat optimistische schattingen van de Organic Trade Association (OTA), de brancheorganisatie voor biologische sector, zal dit bedrag verder stijgen tot bijna 23 miljard dollar in 2008. Biologische producten vertegenwoordigden rond 2.8% van de totale verkoop van dranken en voedingsmiddelen in 2006.

Groenten en fruit, melk, zuivelproducten, dranken en voorverpakte voedingsmiddelen zijn nog steeds de belangrijkste categorieën. Maar de verkoop van andere (non-food) producten, zoals biologische voedingssupplementen, verzorgingsproducten, huishoudproducten en schoonmaakmiddelen, honden- en kattenvoer, bloemen en vezelproducten, zoals kleding en linnengoed, neemt gestaag toe. Deze categorie steeg van 744 miljoen USD in 2005 tot 938 miljoen USD in 2006, een groei van 26%.

De OTA voorspelt dat de sector tot 2010 jaarlijks een groei zal blijven doormaken van rond 18% voor voedingsmiddelen. Voor non-food producten zal deze naar verwachting variëren van 16% voor biologische bloemen tot 40% voor linnengoed en kleding. Uit studies komt naar voren dat de biologische versies van reeds bestaande grote merken een blijvend karakter hebben en een grote verspreidingsgraad. Voor de VS blijft voor het succes van een nieuwe introductie een goed distributienetwerk van groot belang.

Uit recent onderzoek van het Natural Marketing Institute (NMI) is verder naar voren gekomen dat steeds meer consumenten biologische producten zien als een vast onderdeel van hun levensstijl. In 2007 kocht 59% van alle huishoudens in de Verenigde Staten biologische producten, een stijging van 2% vergeleken met 2006. Het onderzoek toont ook aan dat het aantal consumenten dat zich sterk richt op biologische producten is toegenomen van 16% in 2006 tot 18% in 2007. Amerikaanse consumenten associëren biologische producten voornamelijk met gezondheid en voedselveiligheid. Het milieu is in mindere mate een factor voor de meeste Amerikanen.

Tabel 1. Totale verkopen gangbare en biologische voedingsmiddelen, 1997-2006

	Verkoop biologische voedingsmiddelen (in miljoen USD)	Groei verkoop biologische voedingsmiddelen	Totale verkopen voedingsmiddelen (in miljoen USD)	Percentage biologische verkopen
1997	\$3,594	geen cijfers	\$443,790	0.8%
1998	\$4,286	19.2%	\$454,140	0.9%
1999	\$5,039	17.6%	\$474,790	1.1%
2000	\$6,100	21.0%	\$498,380	1.2%
2001	\$7,360	20.7%	\$521,830	1.4%
2002	\$8,625	17.3%	\$530,612	1.6%
2003	\$10,381	20.2%	\$535,406	1.9%
2004	\$11,902	14.6%	\$544,141	2.2%
2005	\$13,831	16.2%	\$556,791	2.5%
2006	\$16,718	20.9%	\$598,136	2.8%

Bron: OTA's Manufacturer Survey, 2006 and 2007

Tabel 2. Verkoopcijfers biologische voedingsmiddelen en groei verwachtingen per categorie

	2005 (in miljoen USD)	Groei in percentages	2006 (in miljoen USD)	Groei in percentages	2007 in miljoen USD (Verwachting)
Zuivel	\$2,140	24%	\$2,668	25%	\$3,201
Brood & Granen	\$1,360	19%	\$1,667	23%	\$2,001
Dranken	\$1,940	13%	\$2,173	12%	\$2,401
Fruit & groenten	\$5,369	11%	\$6,669	24%	\$8,003
Snacks	\$667	18%	\$807	21%	\$1,000
Voorverpakt voedsel	\$1,758	19%	\$2,001	14%	\$2,401
Sausen	\$341	24%	\$402	18%	\$400
Vlees	\$256	55%	\$330	29%	\$400
Totaal	\$13,831	16%	\$16,718	21%	\$20,008

Bron: OTA's Manufacturer Survey, 2006 and 2007

Tabel 3. Wijziging in het aantal 'groene' consumenten in de bevolking, augustus 2006 vs. december 2007

Responses onderzoek	Categorie	Aug-06 %	Dec-07 %
Altijd of bijna altijd	Echt of Super groen	12	36
Bijna altijd*	Super groen	Geen cijfers	9
Regelmatig	Echt groen	12	27
Soms of nooit	Licht of nooit groen	88	64
Soms	Licht groen	68	64
Nooit	Nooit groen	20	10

Ondervraagden: 3000 internetgebruikers boven de 18

* "Bijna altijd" was geen keuze mogelijkheid in het 2006 onderzoek

Bron: Mintel/TechnoMetrica/SSI/Greenfield Online

Kansen

Alle cijfers wijzen erop dat de biologische sector in de Verenigde Staten een rooskleurige toekomst voor de boeg heeft, maar er zijn ook een aantal nieuwe ontwikkelingen en trends, die invloed kunnen hebben op de groei in deze sector. De Verenigde Staten lopen nog steeds achter op Europa op het gebied van verduurzaming. Maar ook Amerikanen denken steeds groener. Uit tabel 3 komt naar voren dat het percentage consumenten dat regelmatig groene producten koopt verdriedubbeld is in slechts 18 maanden.

De toekomst

Er zijn ook andere ontwikkelingen, die van invloed zijn op de biologische sector. De voornaamste is uiteraard de teruggang in de Amerikaanse economie. In de VS, maar ook mondiaal, zijn de prijzen voor gangbare landbouwgewassen, zoals zuivel, vlees en groenten en fruit, flink gestegen. Hetzelfde geldt voor de energieprijzen. De gevolgen van deze prijsstijgingen voor basisingrediënten en energie beginnen zichtbaar te worden in de keten. De consumentenprijzen voor voedingsmiddelen in de supermarkt zijn in de afgelopen maanden relatief flink omhoog gegaan en er lijkt voorlopig geen eind in zicht: in juli van dit jaar werd door een aantal grote voedingsmiddelfabrikanten, waaronder Kraft, aangekondigd dat consumenten rekening moeten houden met verdere prijsstijgingen in de supermarkt van meer dan 10%. Voor biologische producten moet toch snel een premie van 50 tot 100% worden betaald: het nationale gemiddelde voor een liter gangbare volle melk is bijvoorbeeld 1 USD, terwijl voor een liter biologische melk 1.84 USD moet worden neergelegd. In een periode waarin veel families moeite hebben om rond te komen met het huishoudbudget zijn de hogere prijzen voor biologische producten de voornaamste reden om over te gaan op de aanschaf van goedkopere, gangbare alternatieven.

De Amerikaanse biologische sector, zowel wat betreft productie als verkoop, bevindt zich dan ook in een wat onzekere positie. Er wordt met veel spanning uitgekeken naar de nieuwe cijfers van de Economische Onderzoekdienst (ERS) van het USDA, die dit najaar zal uitkomen met nieuwe getallen over het biologische areaal in de Verenigde Staten. Ook de OTA houdt de spanning hoog. Traditioneel publiceert deze brancheorganisatie hun cijfers voor de verkoop van biologische producten over het afgelopen jaar in de zomertijd. Tijdens een telefoongesprek eind juli liet de organisatie weten dat vooralsnog géén publicatiedatum bekend is voor de resultaten in deze sector in 2007. Het is zeker niet uit te sluiten dat er een (lichte) daling heeft plaatsgevonden, zowel in areaal als in de verkoop van biologische producten.

*Frits Thissen
LNV-Raad Washington*

Bio Brass: biologisch telen met beleid

Vroeger was biologisch voedsel iets voor stoffige alternatievelingen, die de wormstekige appels en de bruine plekken op hun bloemkool voor lief namen. Die tijd is allang voorbij en er is een enorme, gestaag groeiende markt voor kwalitatief hoogstaande, biologisch geteelde groenten en fruit. Een buitenkans voor slimme ondernemers met een langetermijn visie, bewijst het bedrijf Bio Brass in Zeewolde.

De vraag naar biologische producten is groter dan het aanbod, blijkt uit een recent onderzoek van de Universiteit van Wageningen. Wereldwijd stijgt de vraag naar biologische voeding jaarlijks met 12 procent, dat is meer dan de vraag naar voeding in het algemeen. Maar het aanbod blijft daarbij achter. Hier liggen kansen voor Nederlandse ondernemers, blijkt uit hetzelfde onderzoek. Exportatie Nederland zou de mogelijkheden als geen ander kunnen benutten.

“Het probleem is dat ketenpartners vaak een afwachtende houding aannemen”, zegt Gerjan Snippe van Bio Brass. “Telers zeggen, kom eerst maar met je vraag, afnemers willen eerst voldoende aanbod, maar zo krijg je niks gedaan. Dertig telers die allemaal afzonderlijk bloemkool verbouwen, daar krijg je geen continuïteit mee. Je kunt ook niet alleen maar bloemkool verbouwen op je land, je moet roteren met andere gewassen. Dus als bedrijf alleen maar bloemkool verbouwen, werkt ook niet. Ook de kwaliteit van biologische producten is lange tijd niet constant geweest. “Zo’n tien jaar geleden zag je dat daarom de interesse voor biologisch voedsel weer afnam bij de consument”, aldus Snippe. Bovendien is het voor een individuele teler moeilijk om de weg naar de markt te vinden. Snippe: “dan heb je een mooi product, er is vraag naar, en dan vinden afnemers en telers elkaar nog niet.”

Modern en gespecialiseerd

Snippe besloot het structureler aan te pakken. Bio Brass verbouwt koolsoorten als onderdeel van het totale teeltbouwplan van de biologische bedrijven in de regio, 230 hectare in totaal, negen miljoen planten, volgens een uiterst strak plan. “Het luistert allemaal heel nauw, en vooral kool vraagt een specifieke aanpak”, aldus Snippe. Bio Brass werkt met een Engels teeltbedrijf samen in Zuid-Europa, zodat de aanvoer ook in de winter constant is. Elke bloemkool is even groot, van dezelfde kwaliteit.

Bio Brass is een gespecialiseerd groenteteeltbedrijf op basis van biologische landbouw, dat wil zeggen dat rust, ruimte en afwisseling het teeltplan kenmerken. Dit is wat anders dan de ‘geitenwollensokkencultuur’ zoals biologisch vaak ook wordt gezien. De landbouwmachines worden per satelliet bestuurd, de oogst wordt zeer nauwkeurig en systematisch uitgevoerd, waarna de kolen ter plekke voor transport naar de supermarkten worden klaargemaakt door mensen in witte jassen, met haarnetjes en handschoenen aan. De hygiëne is optimaal en de kans op besmetting gering. “Biologische bloemkool in de supermarkt zag er vaak veel minder aantrekkelijk uit dan de reguliere kool, met bruine plekken en beschadigingen, maar door de omloopsnelheid van bio in de supermarkt te vergroten en de keten te verkorten kunnen we een vergelijkbaar of zelfs beter product leveren”, meent Snippe. “Door de kolen ter plekke te verpakken, worden ze zo weinig mogelijk door mensenhanden aangeraakt en is de kans op beschadiging en aantasting minimaal.”

“Bio Brass is een modern, gespecialiseerd bedrijf, alleen werken wij op biologische basis”, zegt Snippe. “We werken niet met kunstmest en chemische bestrijdingsmiddelen. Dat is ook een heilloze weg. Virussen en parasieten worden uiteindelijk immuun voor een middel, waardoor je steeds weer nieuwe manieren moet bedenken om ze te bestrijden, steeds weer nieuwe rassen ontwikkelen die resistent zijn.” Biobrass heeft het meeste te duchten van de koolvlieg, die in het voorjaar pleegt toe te slaan. De bestrijding daarvan is simpel maar intensief; tot half mei worden de kolen bedekt onder fijn gaas, waar de vliegjes niet doorheen kunnen.

Niet duur

De landbouwers waar Snippe mee samenwerkt, zijn volgens hem blij met Bio Brass. "Kool is goed voor de grond, die wordt er beter van, en we laten het land na de oogst netjes achter, zonder bandensporen. We passen er goed op." Bang voor grondschaarste is Snippe niet. Veel boeren zouden het bijvoorbeeld aantrekkelijker kunnen vinden om graan te verbouwen, in plaats van hun land te verpachten aan kooltelers. De prijs van graan is immers hoog op dit moment. "Met zulke boeren wil ik niet eens samenwerken", zegt Snippe. "Als geld het enige is waar je in bent geïnteresseerd, laat dan maar. Het gaat om een lange termijnvisie." Overigens heeft de biologische landbouwsector minder last van kostprijseffecten dan de reguliere landbouw. Biologische landbouw is veel stabielier."

Veel duurder dan een reguliere bloemkool is een biologische bloemkool niet met ongeveer een veilingprijs van 90 eurocent per stuk. "Duur zijn we sowieso niet", zegt Snippe. "Dat hoeft ook niet. Alleen het biologisch opkweken van een koolplantje kost iets meer. Eerlijk gezegd begrijp ik niet hoe reguliere kwekers een bloemkool voor minder dan 50 cent kunnen aanbieden. Gedwongen door de marktwerking, blijktbaar."

Aarde onder de nagels

Snippe ziet er niet uit als een typische landbouwer. Met zijn hippe bril en dito kapsel doet hij eerder denken aan een snelle zakenjongen. Zijn carrière begon hij meteen na het afronden van zijn studie aan de Landbouwuniversiteit dan ook bij een Oostenrijks handelsbedrijf. Daar was hij belast met het opzetten van de exporttak. "Maar ik ben een boerenzoon en voelde toch te behoefte om de aarde onder mijn nagels te voelen."

Nu is hij directeur/groootaandeelhouder van Bio Brass, dat nu vier jaar bestaat en waar twee andere aandeelhouders in participeren. "Het is voortgekomen uit onze familiebedrijven. Vier jaar geleden zijn we begonnen met de oude troep die we al hadden: een oogstwagen, plantmachines, de rest huurden we. Het eerste jaar ging meteen goed, toen toonden een paar grote supermarktketens in Engeland interesse. Toen hebben we gezegd: 'Nu moeten we investeren'. Dat hebben we ook flink gedaan, en we hebben er niet eens veel voor van de bank hoeven lenen omdat we onze familiebedrijven als basis hadden." Bio Brass levert kool voor de versmarkt en voor de voedselverwerkingsindustrie; babyvoeding en dergelijke. "De omzet in de voedselverwerking is vorige jaar flink teruggelopen, met de helft, doordat China zich op die markt doet gelden", vertelt Snippe. "Maar daar staat tegenover dat we op de versmarkt met 30 procent zijn gegroeid." Integriteit staat hoog in het vaandel van Bio Brass. "We hebben alle mogelijke certificaten en afnemers mogen op elk moment komen kijken naar hoe we werken. We hebben nog net geen webcam op het land staan", aldus Snippe. "Concessies doen we niet, we blijven een product van constante kwaliteit leveren. Onze afnemers weten dat we dezelfde kolen ook over drie jaar nog kunnen leveren. De continuïteit is gewaarborgd."

Voedsel op waarde schatten

Inmiddels kijkt Snippe ook naar mogelijkheden tot uitbreiding van het biologische assortiment. "Ik heb altijd gezegd dat als dit goed zou gaan, we later misschien ook sla zouden gaan verbouwen. We denken mee in trends op de voedselmarkt. Op dit moment doet sla het heel goed en zijn we er op kleine schaal mee aan het experimenteren." Het logo van het bedrijf is helemaal aangepast aan die mogelijke toekomstige veranderingen. Er zit een gestileerde kool in die evengoed een krop sla zou kunnen zijn en het woord 'brass', verwijzend naar het Latijn voor kool, 'brassica', is in lichtere letters geschreven dan 'Bio'. "Dat wil zeggen dat de nadruk ligt op biologische producten en niet op kool", legt Snippe uit. Ruimte voor groei op de biologische exportmarkt is er volgens Snippe genoeg. Engeland is op dit moment de grootste afnemer van Bio Brass. "Maar Duitsland is ook sterk in opkomst", zegt Snippe. "Met de Engelsen kun je goede afspraken maken waarop je je planning kunt baseren. Duitsers zijn meer van: 'Teel maar en ik zie wel wat ik straks afneem'. Het is beter om op basis van vooropgezette programma's te werken, dat geeft rust op de markt. Nederland is moeilijker, hier wil de consument gewoon alles voor de laagst mogelijke prijs. In Scandinavië weten mensen hun voedsel wel weer goed op waarde te schatten, dus daar zijn ook veel kansen voor de export."

Peter Breedveld

Biologische landbouw in Italië

Binnen de Europese Unie is Italië marktleider op het gebied van biologische landbouw, zowel wat productie als aantal bedrijven betreft. Wereldwijd staat Italië op de vijfde plaats na Australië, China, Argentinië en de VS. Deze stevige positie roept om een uitgebreide schets van de markt.

Sinds begin jaren negentig met 2001 als piekjaar, maakte de sector een constante groei door met een gemiddelde toename op jaarbasis van 12% in aantal bedrijven en 19% in areaal. De grootste toename deed zich voor bij de verwerkings- en importbedrijven die hun aantal met respectievelijk 40% en 82% zagen stijgen. Na een paar jaar van stagnatie en zelfs terugloop die grotendeels wordt toegeschreven aan de afnemende steun aan de sector, werd in 2005 de groei weer ingezet mede dankzij de Plattelands Ontwikkelings Programma's die zich in de meeste regio's vrijwel uitsluitend op de biologische landbouw richtten.

Cijfers

Eind 2006 telde Italië 51.065 bedrijven die actief zijn in de biologische landbouw. Hiervan waren er 45.115 primaire productiebedrijven, 4.739 verwerkingsbedrijven, 194 importeurs en 1.017 met overige activiteiten. Ten opzichte van het jaar ervoor betekende dit een totale groei van 2,42%. Het areaal met inbegrip van omschakelingsarealen nam in 2006 toe met 7,6% en kwam hiermee boven een miljoen hectare, en wel op 1.148.162 hectare op een totaal van 30 miljoen wereldwijd. Het biologische areaal beslaat 9% van de totale nationale landbouwgrond. De gemiddelde bedrijfsomvang bedraagt 25 hectare, hetgeen groter is dan het gemiddelde van de bedrijven in de conventionele landbouw (7,4 hectare). Dit valt te verklaren uit het feit dat circa 70% van de biologische landbouw gewijd is aan de teelt van voedergewassen, granen en gras- en weideland. De biologische veeteelt en de noodzaak tot wisselbouw hebben hierin een groot aandeel. Andere belangrijke teelten zijn die van pit- en steenvruchten en met name van olijven, wijndruiven, citrus en fruit. Maar ook de teelt van industriële gewassen.

Ontwikkeling

Een nieuwe ontwikkeling is de toename in de biologische productie van Mediterrane teelten, niet alleen vanwege de toenemende vraag uit Noord-Europa, maar ook als gevolg van de stijgende interne belangstelling. Een belangrijke rol in de toename van de interne consumptie is toe te schrijven aan de gemeenten.

Zij hebben het initiatief genomen biologische producten te serveren voor de schoolmaaltijden en voor andere collectieve restauratie. In dit verband valt een explosieve groei waar te nemen bij de productie van verse groenten, meloen en aardbeien. Ze namen een oppervlakte van 40.000 hectare, wat een toename van 150% betekent. Hierbij kan niet onvermeld blijven dat ook het areaal peulvruchten verdubbelde. In de biologische veehouderij zet de positieve ontwikkeling door, met uitzondering van de varkenshouderij waar in 2006 het aantal varkens afnam met 5,1% tot 30.000 stuks. Beter ging het met de pluimveesector waar herstel optrad na de negatieve gevolgen van de vogel griep. In deze sector steeg het aantal dieren met 60% tot 1,57 miljoen dieren. Ook het schapenbestand nam toe met 15,3% tot 850.000 stuks. De rundveestapel bleef met 222.725 dieren praktisch gelijk. Als laatste kan de opkomst van de biologische zorgboerderij ook gezien worden als een ontwikkeling op het gebied van biologische landbouw.

De biologische landbouw kent dezelfde geografische spreiding als de conventionele landbouw, wat inhoudt dat de boerenbedrijven (circa 62%) in het zuiden zijn geconcentreerd, terwijl de verwerkings- en importbedrijven zich hoofdzakelijk in Noord en Midden-Italië bevinden. Sicilië en Calabrië zijn volgens cijfers uit 2006 met respectievelijk 7.512 en 6.566 bedrijven de regio's met het grootste aantal boerenbedrijven. Wat primaire productie betreft is ook de noordelijke regio Emilia-Romagna van belang. Deze regio telt 3.053 bedrijven en heeft overigens ook het grootste aantal verwerkende bedrijven (679) op haar naam staan én de meeste importeurs (38). Hiermee komt het totale aantal bedrijven

dat in de biologische landbouw actief is op 3.898. Sicilië telt 8.110 biologische bedrijven en gaat daarmee aan kop.

De positieve trend in de biologische landbouw is echter niet gelijk over het gehele land en de diverse bedrijfscategorieën verdeeld. Zo valt er een verschuiving van groei waar te nemen van primaire productiebedrijven naar verwerkende en importbedrijven. Zo deed zich in Zuid-Italië, in de regio's Basilicata en Calabrië, een explosieve stijging voor van respectievelijk 142% (2005) en 65,5% (2006), terwijl de meeste andere regio's een afname lieten zien. Op landelijk niveau steeg het aantal biologische boeren slechts met 0,9%. Deze sterke toename is toe te schrijven aan de openstelling van ondersteuningsprogramma's voor de biologische landbouw die in deze regio's met vertraging werden ingevoerd. Een grotere toename werd daarentegen geregistreerd bij verwerkingsbedrijven (+4,5%) en importeurs (+4,9 %). Opmerkelijk is de aanzienlijke stijging van het aantal zelfverwerkende boerenbedrijven (+151,7%, met uitschieters voor Lombardije +880% en Basilicata +533%). Dit bevestigt de in de laatste jaren ingezette tendens van een meer marktgerichte benadering van de sector. Omdat de op het bedrijf geteelde producten daar ook verwerkt worden, komt de toegevoegde waarde ten goede van de boer. Hij kan hiermee zijn primaire productie ondersteunen bij het uitblijven van steunmaatregelen. De praktijk wijst uit dat ondersteuningsprogramma's van groot belang zijn voor de verdere ontwikkeling van de biologische landbouw. Dit blijkt wel uit de groei in Campanië en Basilicata.

Productie en verwerking

De reden dat productie en verwerking vaak op hetzelfde bedrijf plaatsvinden, is de versnipperde en niet continue aanvoer voor de verwerking en het ontbreken van een gestandaardiseerde kwaliteit. Hierdoor is de verwerking van biologische grondstoffen hoofdzakelijk ambachtelijk en kleinschalig. De boerenbedrijven die hun producten ook verwerken, zijn daarom voornamelijk familiebedrijven. Een derde van de bedrijven voorziet in de eigen ingrediënten. Bij olie- en wijnproducten is dit zelfs meer dan de helft. Het merendeel van de bedrijven betreft de grondstoffen op lokaal niveau of in de regio. Slechts een kwart betreft deze elders in Italië of uit het buitenland. Voor de productie van biologische melk wordt vrijwel uitsluitend de op het bedrijf geproduceerde melk gebruikt of die van bedrijven in de directe omgeving.

Alleen bij granen is er een duidelijke scheiding tussen productie en verwerking te zien, deels vanwege noodzakelijke tussenbewerkingen als meel. Naast de familiebedrijven komen coöperaties en producentenverenigingen voor. Zij opereren hoofdzakelijk in de graanteelt en de veehouderij.

Distributiekkanalen

In Italië vindt een verschuiving plaats van de verkoop via de supermarktketens naar de gespecialiseerde winkels en rechtstreekse verkoop. Met name de rechtstreekse verkoop heeft zich de afgelopen periode sterk ontwikkeld als gevolg van de grote stijging van de voedselprijzen. In dit verband propageren de boerenbonden het 0-kilometerbeleid dat zowel tot goedkopere en gezonde voedingsmiddelen voor de consument leidt, als ook bijdraagt aan de bescherming van het milieu en de afstand tussen producent en consument overbrugt. Doelstelling van de boerenbond is ook regionale zelfvoorziening te behalen om zo prijsspeculaties te voorkomen. Ook worden inkoopgroepen populairder. Hiermee verzekert een groep consumenten zich van de regelmatige levering van een gevarieerd pakket seizoensgebonden biologische producten.

Invoer

Het Italiaanse ministerie van Landbouw, Voeding en Bosbouw heeft een eigen informatiesysteem voor de biologische landbouw. Via dit systeem (www.sinab.it) verstrekt het ministerie informatie over de jaarlijks toegekende vergunningen aan derde landen voor de invoer van biologische producten in Italië. Sinds 2006 zijn naast de gegevens met betrekking tot het soort product, land van herkomst en de maximum door de importeur gevraagde hoeveelheid, ook de daadwerkelijk geïmporteerde hoeveelheden beschikbaar. De importeur dient deze informatie maandelijks aan het ministerie door te geven. Uit de

gegevens van 2006 blijkt dat invoer steeds belangrijker wordt. Zo vond bijna een verdrievoudiging plaats (van 115 naar 319) van het aantal verleende vergunningen ten opzichte van 2005. Het eigenlijk toegestane volume nam toe met ruim 28% tot een totaal gewicht van ruim 260.000 ton. De toename van de vergunningen geeft ook een verschuiving in het aandeel van de continenten in de invoer te zien. Zo nam het aandeel van niet-communautaire Europese landen fors toe ten koste van de andere continenten en wel van 11% naar 43%. Zuid-Amerika zag haar aandeel teruglopen van 27% naar 19,8%, Azië van 27% naar 18,6%, Noord- en Midden Amerika van 21% naar 15,2% en Afrika van 14,0% naar 3,8%. Wat producten betreft steeg in 2006 de vraag naar industriële gewassen met 30,9% het meest met een totaal van 58.500 ton. Rietsuiker steeg met 26% tot een hoeveelheid van 24.100 ton. Deze producten nemen ook het grootste aandeel in de import voor hun rekening, respectievelijk 39,5% en 12%. Andere belangrijke producten zijn bananen, groenten en fruit, peulvruchten, rijst en cacao.

Consumptie

Ondanks de sterke positie van Italië op het gebied van biologische productie, neemt de consumptie met iets meer dan 2 miljard euro een bescheiden plaats in ten opzichte van landen als Duitsland en het Verenigd Koninkrijk. Toch werd na een aantal jaren van stagnatie in 2006 een stijging van 9,9% in de uitgaven voor biologische producten geregistreerd. Hier draagt ook als eerder vermeld het gebruik van biologische producten in schoolkantines en de collectieve restauratie bij. De producten die het meest door de Italiaanse consument worden gekocht zijn zuivel en verse en verwerkte groenten en fruit. Zij nemen samen 38% van de afzet voor hun rekening. Babyproducten, pasta en rijst, eieren, vlees en vleeswaren blijven gestaag groeien terwijl de uitgaven voor olie, brood, biscuit, zoetwaren en snacks teruglopen.

De toename in de consumptie van biologische producten is ook geografisch bepaald. Zo gaf het koopkrachtigere Noorden in 2006 circa 19% meer aan biologische producten uit, terwijl de consument in Zuid-Italië 12,7% en die in Midden-Italië 9% minder besteedde.

Toekomstverwachtingen

Volgens berichten zouden gezien de sterk gestegen voedselprijzen en de verminderde koopkracht de consumentenuitgaven voor biologische producten in Italië teruglopen. De Italiaanse Vereniging van Biologische Landbouw (AIAB) denkt daar anders over.

Door de invoering van de euro en de wereldwijd gestegen prijzen voor levensmiddelen, is het prijsverschil tussen conventionele en biologische producten namelijk kleiner geworden. Wel een punt van zorg is dat de productie geen gelijke tred houdt met de vraag. Een van de belangrijkste oorzaken is het uitblijven van een nieuw EU-actieplan voor de biologische landbouw, onderbelichting van de biologische landbouw in de nationale politiek en in de laatste Italiaanse Plattelands Ontwikkelings Programma's 2007-2013.

De AIAB zal zich voor deze lancune hard maken richting zowel de nationale overheid als de Europese Unie.

*Tineke Zwitter
LNV-Attachée Rome*

Kenmerken biologische consument

Uit onderzoek is gebleken dat de biologisch consument tussen de 30 en 49 jaar oud is, een academische titel heeft, een midden-hoog inkomen heeft en in N-O Italië woonachtig is (73%, Centrum en Sardinië 19% en Zuiden en Sicilië 8%).

Kenmerken biologische boer

Volgens onderzoek van de boerenbond Coldiretti is driekwart van de biologische boeren jonger dan 45 jaar, 70% is tevreden met zijn beroep, 20,3% is vrouw, 46% heeft slechts 2 à 3 jaar ervaring in de landbouw en 1% is buitenlander.

Kansen op de Belgische biomarkt

De Belgische biologische markt lijkt voor Nederland een zeer interessante markt om mee samen te werken en om in te investeren. De vraag, vooral in Vlaanderen, naar biologische producten stijgt sneller dan het aanbod. Momenteel wordt een groot deel van dit tekort geïmporteerd en men verwacht dat dit percentage zal blijven groeien. Aangezien ook in België consumenten zich steeds meer zorgen maken over hun ecologische voetafdruk, lijkt het voor de hand te liggen om deze producten 'dichter bij huis' in te kopen. Ook de verhoogde aandacht voor het inkopen van lokale en seizoensgebonden producten en de gemeenschappelijke taal maakt de Belgische markt de moeite waard voor de Nederlandse biologische sector.

In België is slechts 2,41% van het totale landbouwareaal biologisch tegenover het Europese gemiddelde van 3,9%. In 2007 is het biologisch areaal wel gegroeid met 4.420 hectare (ofwel 15% ten opzichte van 2006) maar deze groei was niet voldoende om aan de interne vraag, die ook blijft groeien (in 2007 met circa 10%) te voldoen. Dit omdat die vraag ook in voorgaande jaren al hoger was dan het aanbod. België scoort, met betrekking tot de besteding aan biologische producten op jaarbasis, bijna net zo goed als het Europese gemiddelde van 28,50 euro per inwoner. In 2007 werd er namelijk 283 miljoen euro aan biologische producten uitgegeven, wat een gemiddelde jaarbesteding van 27 euro per inwoner inhield¹⁾. Opmerkelijk is dat deze bioproducten voor circa 59% gekocht worden in supermarkten, 28% bij natuurvoedingswinkels en slechts 10,5% rechtstreeks bij de boer²⁾.

Supermarkten in België

Hoewel de belangrijkste Belgische supermarkten, Colruyt en Delhaize, in het algemeen voorrang geven aan Belgische producten zullen ze zeker zaken willen doen over de grens als de leverancier goede en continue kwaliteit kan waarborgen. Deze supermarkten bieden een breed biologisch assortiment aan, meestal onder het eigen huismerk. Enkele uitzonderingen zijn bijvoorbeeld de yoghurt van 'Pur Natur' en enkele typische kazen die ook onder de nationale merknaam worden verkocht. De herkomst van sommige producten is vaak moeilijk te achterhalen. Melk is hier een goed voorbeeld van. Meestal gaat het om buitenlandse melk die wel in België wordt afgevoerd, bijvoorbeeld door Campina (UHT). Alleen Delhaize biedt ook melk aan met de specifieke herkomstbenaming 'uit de Belgische Ardennen'.

Vergelijking Wallonië en Vlaanderen

In 2007 waren er in België 852 biologische bedrijven met een gezamenlijk areaal van 33.057 hectare. Deze cijfers verbergen echter de grote verschillen tussen Wallonië en Vlaanderen (zie tabel 1).

Tabel 1

	Vlaanderen			Wallonië		
	Hectare	Boeren	Gem.	Hectare	Boeren	Gem.
Gangbaar	618.297	31.984	19,3	718.619	16.008	44,9
Biologisch	3.836	230	16,7	29.221	622	47

Bron: Vlaamse Overheid: Algemene Directie Statistiek en Economische Informatie 2008

Landbouw wordt in Vlaanderen veel intensiever dan in Wallonië bedreven. Dit heeft vooral te maken met de beschikbaarheid van grond. In Wallonië wonen nu eenmaal minder mensen per vierkante kilometer (in Vlaanderen zijn dat 447 inwoners per km² en in Wallonië 2022). De beperking van grond maakt het in Vlaanderen moeilijker om van gangbare landbouw over te stappen op biologische landbouw. Dit omdat men voor de biologische productiewijze vaak extra land nodig heeft voor bijvoorbeeld braaklegging (omwille van de rustperiodes van de grond) en ook voor bijvoorbeeld de vrije uitloop van de dieren. Ondanks dat de Federale Overheidsdienst nog geen cijfers heeft vrijgegeven voor 2007 is

wel al bekend dat in Wallonië het aandeel biologisch areaal in 2007 is gegroeid met 3.851 hectare en het Vlaamse met 568 hectare. In percentages uitgedrukt betekent dit dat in Wallonië het biologische landbouwareaal met 3,9% is gegroeid ten opzichte van het totale Waalse landbouwareaal en met 15% ten opzichte van het biologisch areaal van 2006. In Vlaanderen is dat 0,6% ten opzichte van hun totale landbouwareaal en 17% groei ten opzichte van hun biologisch areaal.

Uit cijfers genoemd in tabel 2 blijkt duidelijk dat de groei in Wallonië vooral in de extensieve sectoren plaatsvindt (bijvoorbeeld akkerbouw, grasland, runderen en schapenhouderij). Zelfs in de varkenshouderij, traditioneel gezien vooral in Vlaanderen geconcentreerd, is de groei in Wallonië te vinden. Wanneer grond minder een beperking is, ziet men dat er ook in Vlaanderen een grote concentratie bioboeren te vinden is. Een voorbeeld hiervan is de biologische pluimveehouderij die vooral in Vlaanderen is geconcentreerd. Ook de verwerkende industrie van biologische producten (met 577 bedrijven in 2007 in Vlaanderen ten opzicht van 257 bedrijven in Wallonië) is vooral in Vlaanderen te vinden.

Tabel 2

2007	Vlaanderen		Wallonië	
	Aantal biologische gecertificeerde dieren	Groei t.o.v. 2006	Aantal biologische gecertificeerde dieren	Groei t.o.v. 2006
Runderen	2.090	8,2%	26.275	17,6%
Varkens	2.002	-28,8%	9.438	0,7%
Pluimvee	202.197	7,4%	852.410	10,4%
Geiten	2.925	9,7%	473	44%
Schapen	4.196	-2,5%	8.456	-4,6%
Paarden en herten	185	36%	1.428	17,9%
	Bio hectare	Groei t.o.v. 2006	Bio hectare	Groei t.o.v. 2006
Sierteelt	1	-50%	6	-16%
Fruit (incl. noten)	246	15%	210	1%
Groenten	399	5%	166	-32%
Akkerbouw	687	8%	3.437	13%
Grasland en boomkweek	1.906	23%	24.821	15%
Bodembedekking/braak	596	6%	582	359%
Totaal	3.835	17%	29.221	15%

Bron: BioForum Vlaanderen + Wallonië: PUUR, bio in cijfers

Actieplan biologische landbouw

Belangrijk is om te beseffen dat landbouw in België een gewestelijke bevoegdheid is waardoor een verschil in visie en beleid in Wallonië en Vlaanderen mogelijk is. Desondanks staan beide landbouwministers positief tegenover biologische landbouw. In Vlaanderen constateert men dat er kansen blijven liggen met betrekking tot biologische landbouw. Daarom heeft Vlaanderen afgelopen zomer een actieplan gepresenteerd: het 'Strategische Plan Biologische landbouw 2008-2012'. In het afgelopen jaar is er in Vlaanderen een duidelijke verschuiving opgetreden: biologische en gangbare landbouw staan niet meer lijnrecht tegenover elkaar. Dit werd ook duidelijk tijdens de ronde tafelgesprekken ter voorbereiding van het Vlaams strategisch plan. Naast diverse vertegenwoordigers van de overheidsinstellingen waren zowel de gangbare als de biologische sector vertegenwoordigd, als ook de traditionele boerenorganisaties en de biologische platforms. Deze interesse was niet alleen uit principiële overtuiging maar ook omdat er geld met biologisch verdiend kan worden. De geitenwollensokken sfeer is er duidelijk af. Ook de traditionele boerenorganisaties staan achter de ontwikkelingen.

Kansen voor Nederland

De grootste marktkansen lijken momenteel in de zuivel en in de kennisnetwerken te liggen. In andere sectoren lijken er ook kansen te zijn, zo blijkt er bijvoorbeeld in Vlaanderen maar één biologische uienboer te zijn.

Sinds 2006 is de vraag naar biologische melk in België groter dan het aanbod. In België wordt ongeveer 29 miljoen kilogram biologische melk geproduceerd, waarvan zes miljoen in Vlaanderen. Ook in België geven de grootdistributie en zuivelondernemingen aan dat de vraag naar biologische zuivel toeneemt. Om aan de toenemende vraag naar biologische melk te kunnen voldoen worden gangbare melkveehouders aangemoedigd om te schakelen. Zo kondigde Campina eind maart in België aan dat ze aan omschakelende melkveehouders een premie van 2 euro per 100 liter melk toekent tijdens de omschakelperiode van twee jaar. Voor biologische melk betaalt Campina een toeslag van 7,78 euro per honderd liter, bovenop de gangbare prijs. In België is de biologische melkprijs momenteel 48 euro per 100 liter (4,2% vet, 3,4% eiwit)³⁾.

Een hele andere soort kans ligt in de kennisnetwerken. Er wordt duidelijk gekeken naar mogelijkheden om samen met Nederland te gaan werken. Dit kan kennisuitwisseling zijn zowel op het niveau van de biologische bedrijven zelf, of in de ketens, of bijvoorbeeld onderzoeksinstellingen. Het doel hiervan is om de gezamenlijke markt te versterken en te ondersteunen om mede hierdoor het risico van de biologische boer te verkleinen en om de omschakelaars te ondersteunen. Het gezamenlijke areaal, de productie en de rentabiliteit van de biologische landbouw in de regio zou hierdoor kunnen groeien. Daarvan zouden zowel Nederland als België kunnen profiteren.

Door de maatschappelijke en milieuentwikkelingen is er steeds meer aandacht voor gezond en lekker voedsel dichtbij huis. Daarom is het vooral zinvol om de markt- en samenwerkingskansen in België te onderzoeken en te ontwikkelen. Omdat er zowel in Nederland als in België een grotere vraag is dan aanbod, zou het voor beide landen relevant zijn de risico's voor de biologische boer te verkleinen waardoor die kunnen groeien en waardoor wellicht ook meer gangbare boeren zouden omschakelen naar de biologisch teeltwijze. Door een groter aanbod in de regio zou de biologische markt in zijn geheel aanzienlijk kunnen groeien. Belangrijk hierbij is dat ook de keten niet uit het oog verliest dat de boer een redelijk inkomen moet verdienen en dat de consument niet afgeschrikt moet worden door te hoge prijzen. Dat de keten hierin een grote bijdrage kan leveren, blijkt uit het eerder genoemde voorbeeld van Campina met betrekking tot omschakelaars en uit de prijsdalingen die Delhaize voor de consument heeft kunnen bewerkstelligen door zelf te gaan distribueren en verpakken. Juist het bedrijfsleven kan in het ontwikkelen van de biologische markt een zeer grote en positieve invloed hebben.

Simkje Kruidenink
LNV-afdeling Brussel

Bronnen:

- 1) BioForum Vlaanderen + Wallonië: PUUR, bio in cijfers
- 2) Federale Overheids Dienst Economie: Algemene Directie Statistiek en Economische Informatie
- 3) Vlaams Agrarisch Centrum (VLAM)

Relevante websites:

- www.bioforum.be
- www.vlam.be
- www.statbel.fgov.be
- www.vlaanderen.be

Grote potentie in Polen

Biologische landbouw divers en veelzijdig

De Poolse landbouw kent gunstige uitgangspunten voor de ontwikkeling van een biologische landbouw. Het gebruik van chemische productiemiddelen in de landbouw was altijd lager dan in de meeste andere Europese landen. Hierdoor heeft de landbouw in Polen altijd een grote biologische diversiteit en veelzijdigheid gehouden en heeft het land in potentie grote mogelijkheden voor een kwalitatief hoogstaande ecologische productie.

Ondanks deze gunstige voorwaarden blijft Polen achter bij het gemiddelde van de EU zowel wat betreft het aantal biologische boerderijen als wat betreft het areaal van de ecologische productie. Op basis van areaal biologische landbouw nam Polen eind 2005 de vijftiengste plaats in op de wereldranglijst en de elfde plaats binnen de EU. Het aandeel biologische bedrijven op het totaal aantal agrarische bedrijven in de EU is 1.7%. In Polen is dit 0.97%. Gerekend naar oppervlakte is het aandeel biologische bedrijven in de EU 3.9%. Voor Polen is dit cijfer 0.37%.

Dynamische ontwikkeling

De EU-regelgeving ten aanzien van biologische landbouw is vastgelegd in de Verordening EC 834/2007 van 28 juni 2007. Na de toetreding van Polen tot de EU werd de regelgeving voor de biologische landbouw nationaal vastgelegd in de wet D.U. nr 93/2004 van 20 april 2004. Hierin zijn ook de bevoegdheden van verschillende organen vastgelegd. Op dit moment wordt de controle en certificering uitgevoerd door zeven bevoegde certificeringsinstellingen. De financiële steun voor de ecologische productie is in Polen net als in andere EU-lidstaten uit twee bronnen afkomstig: uit het nationale budget voor het uitvoeren van onderzoek, controle en promotieactiviteiten en uit het EU-buget voor de directe betalingen per hectare ecologische productie.

Aantal biologische landbouwbedrijven en hun oppervlakte in de periode 2004-2007

Jaar	Aantal bedrijven	Oppervlakte
2004	3.760	105.000 ha
2005	7.128	166.300 ha
2006	9.187	228.010 ha
2007	11.887	286.000 ha

Bron: GIJHARS 2007

In de jaren 2004-2007 was de ontwikkeling in de biologische landbouw in Polen zeer dynamisch. Na de toetreding bij de EU steeg het aantal gecertificeerde biologische landbouwbedrijven van 3.760 naar 11.887. Het aantal boerderijen dat biologisch produceert is echter aanzienlijk groter dan het aantal geregistreerde bedrijven. Het gaat om een groot aantal agro-toeristische bedrijven, veelal gelegen in de armere en kleinschalige maar ook landschappelijk aantrekkelijke Poolse regio's, waar boerderijen, om klanten te trekken, biologische lekkernijen direct van de akker of van de stal serveren. De eigenaren hebben echter niet altijd de tijd en het geld om de nodige certificaten aan te vragen.

Certificatie

Ongeveer 40% van het totale aantal biologische landbouwbedrijven is volledig gecertificeerd en 60% is in het proces van omschakeling naar ecologische productiemethodes. Men verwacht dat het aantal biologische landbouwbedrijven tot het jaar 2013 naar 20.000 zal stijgen en de oppervlakte van de aanbouw naar 600.000 hectare zal groeien.

Het aantal biologische landbouwbedrijven verschilt per regio. Relatief de meeste bedrijven bevinden zich in het zuidoosten van Polen (Kraków, Rzeszów, Lublin), waar zich kleinschalige familiebedrijven bevinden. In deze regio's is 39% van de Poolse biologische bedrijven gevestigd. Vergeleken met de klassieke boerderijen is het areaal van een biologische boerderij drie keer zo groot en beslaat 24 hectare. Dit verschil wordt mede veroorzaakt doordat grote gras arealen – veelal op armere gronden – zijn gecertificeerd als ecologisch.

Percentageaandeel boerderijen naar oppervlaktegroepen in 2007 in ha

0 – 2	2 – 5	5 – 10	10 – 20	20 – 50	meer dan 50
5,6%	19,7%	26,0%	21,9%	15,8%	11,0%

Bron: GIJHARS 2007

Bijna de helft van de boerderijen bevindt zich in de groep van 5 tot 20 hectare. In de afgelopen twee jaar heeft de grootste groei plaats gevonden in de groep van 20 tot 50 hectare. Daartegenover is een duidelijke teruggang van biologische boerderijen tot 2 hectare te zien.

Biologische boerderijen zijn beter uitgerust met technische middelen dan de traditionele bedrijven en 63% van de boeren heeft een landbouwopleiding genoten. In totaal werken in de biologische landbouw circa 15.000 mensen. 75% van de boerderijen zijn typische familiebedrijven waar het werk door de boer en zijn familieleden wordt uitgevoerd. In 22% van de biologische bedrijven overschrijdt de waarde van de op de markt verkochte productie de helft van de totale waarde van hun verkochte productie. Daarbij wordt bij 14% van deze groep ook andere activiteiten dan de landbouw uitgevoerd. Erg belangrijk is dat de biologische boeren zich organiseren in producentengroepen. Dit beïnvloedt grotendeels de mate van toegang tot de markt en heeft een positief effect op de inkomens van de producenten. Op dit moment is slechts een zeer beperkt deel georganiseerd in producentengroepen. De huidige groepen en verenigingen hebben veelal een informeel karakter. Ze laten zich vanwege de bureaucratie en voorschriften voornamelijk niet registreren.

Oppervlaktestructuur van biologische productie in 2007

Akkergrond	-	46,7%
Grasland	-	42,1%
Groenteteelt	-	10,6%
Boomgaarden	-	0,6%

Bron: GIJHARS 2007

De grote meerderheid (75%) van de biologische bedrijven produceert graan. Circa 50% heeft ook aardappelen. 16% van de boerderijen teelt (ook) groenten (voornamelijk wortels, kool en bieten) en 12% produceert aardbeien. Bovendien heeft bijna de helft van alle boerderijen (ook) pluimvee en rundvee. 31% heeft varkens, en 6% heeft schapen of geiten.

In de afgelopen vier jaar vond een aanzienlijke ontwikkeling op het gebied van de verwerking van de biologische levensmiddelen plaats. Het aantal verwerkende bedrijven steeg sinds 2004 met een factor vier.

Aantal biologisch verwerkende bedrijven in de periode 2004-2007

2004	2005	2006	2007
55	90	163	207

Bron: GIJHARS 2007

Locatie

De meeste verwerkende bedrijven bevinden zich in de regio Warschau (42), Lublin (28) en Poznan (24). Naast verwerkende bedrijven zijn nog 14 andere bedrijven geregistreerd op de markt van biologische producten: importeurs, groothandelaren, veevoeder- en zaaizaadproducenten.

De markt van de biologische producten is in Polen nog zwak georganiseerd. Het aandeel van deze producten in de totale levensmiddelenmarkt is nog maar klein en overschrijdt voorlopig niet de 1%. Men schat dat dit jaar de uitgaven voor biologische producten met 12% zal stijgen en ongeveer 30 miljoen euro zal bedragen. In de komende jaren kan de verkoop van biologische producten met tientallen procenten per jaar groeien. Veel zal afhangen van de juiste promotie en reclame. Meer dan 60% van de verkoop van biologische producten wordt direct door de producenten zelf gedaan, 27% loopt via biologische winkels en 5% loopt via gewone levensmiddelenwinkels. Het meest gekocht worden vlees en vleesproducten – 24%, melk en melkproducten – 19%, en groente en fruit – 16%. De prijzen voor biologische producten liggen in Polen 30 tot 100% hoger dan prijzen voor traditionele levensmiddelen. Desondanks zijn de biologische producten steeds populairder en worden ze door de consument als gezonder, lekkerder en zelfs modieuzer beschouwd.

Wouter Verheij
Voormalig LNV-Raad Polen

Biologische landbouw in Turkije

De kinderschoenen moeten uit

Turkije is nog niet het beloofde land als het gaat om biologische landbouw. Land- en tuinbouwbedrijven zijn veelal in handen van families en de behoefte om biologisch te produceren is vanwege de beperkte vraag nog niet erg groot. In 2006 telde het land ruim 10.000 biologische bedrijven en ongeveer 4000 bevonden zich in de overgangsfase. Beperkte uitvoermogelijkheden en gebrek aan kennis zijn factoren die biologische landbouw nog in de kinderschoenen doen staan. Toch zijn er mogelijkheden al was het maar alleen al omdat de Turken van huis uit niet gewend zijn met synthetische en andere chemische middelen te werken.

Turkije kent zeer verschillende klimaatszones. Aan de noordzijde langs de Zwarte Zee heerst een gematigd zeeklimaat met meer dan 2000 millimeter neerslag per jaar. Aan de westkant langs de Egeïsche Zee en in het zuiden langs de Middellandse Zee heerst een mediterraan tot subtropisch klimaat met zeer warme zomers en koele winters. Het merendeel van de bevolking en ook de land- en tuinbouw is in die kustzones gevestigd. Hier wordt veel groente en fruit geteeld. Ongeveer 75% van het Turkse land ligt op een hoogte boven 1000 meter. Grote delen van dit Anatolische hoogland kennen een landklimaat met gortdroge en hete zomers en lange, ijsskoude winters. Het hoogland is de graanschuur van Turkije. Kastuinbouw komt met name aan de zuidkust voor, in de regio Antalya. Nieuwe kascomplexen zijn in opkomst in het westen van het land waar geothermale waterbronnen zorgen voor een goedkope wijze van verwarming waardoor winterteelt mogelijk is. De voedselverwerkende industrie is vooral in het Westen van het land gevestigd rondom Istanbul en de Noordwesthoek van Anatolië. Het merendeel van het verwerkte voedsel wordt in glas en blik verpakt.

Het aandeel diepvries is nog klein, maar stijgend. Het merendeel van de land- en tuinbouwbedrijven is zeer kleinschalig. Het zijn familiebedrijven met een relatief laag input niveau. Arbeid wordt meestal door familieleden geleverd. Daarnaast is er een groot aanbod van relatief goedkope arbeidskrachten. Door de grote economische groei van de laatste 5 jaar vertonen de lonen een stijgende lijn.

Biologisch

Officieel zijn er in Turkije maar weinig biologische land- en tuinbouwbedrijven. De eerste biologische bedrijven waren gevestigd in de regio Izmir aan de Egeïsche zee en produceerden gedroogde vruchten en geconcentreerd vruchtensap. Zij deden dit op basis van contracten met buitenlandse afnemers. In Izmir bevindt zich namelijk een belangrijke exporthaven. In 2006 telde Turkije ruim 10.000 bedrijven geregistreerd en waren ongeveer 4000 duizend bedrijven in de overgangsfase. Deze bedrijven bevinden zich vooral in het westen van het land (Izmir, Aydin en Bursa). Daarnaast zijn andere belangrijke bieden voor biologische productie: Malatya, Sanliurfa, Hatay, Kütahya, Isparta, Rize and Afyon. De biologische productie vindt plaats op ongeveer 200.000 hectare en bedraagt momenteel rond de 430.000 ton. Het aandeel biologisch in de totale productie bedraagt circa 0,5%. Het aantal verschillende producten ligt op iets meer dan 200. De laatste jaren is biologisch geproduceerde katoen het belangrijkste product geworden met 55.000 ton per jaar. Dit product wordt voornamelijk in Turkije zelf verwerkt. Daarnaast zijn de belangrijkste biologische producten: appels (50.000 ton), tarwe (43.000 ton), tomaten (21.000 ton), olijven (12.000 ton) en linzen (10.000 ton). Het grootste deel - meer dan 95% - van de biologische groenten- en fruitproductie wordt geëxporteerd naar 32 landen, met name binnen de EU. De belangrijkste exportbestemmingen zijn Frankrijk, het Verenigd Koninkrijk, Nederland, Duitsland, Italië en Denemarken.

De binnenlandse markt voor biologische producten is door de hogere prijzen beperkt tot de grote steden. Het prijsniveau van biologische producten ligt 30 tot 50% hoger dan van conventionele producten. Ook is het bewustzijn van de Turkse consument over het verschil tussen biologische en conventionele producten nog laag. De eerste winkel met biologische

producten heet Cityfarm. Cityfarm heeft momenteel vier winkels in Istanbul. Bugday, de Turkse vereniging voor stimulering van biologische landbouw heeft met succes in een aantal Turkse steden een markt voor lokaal geproduceerde, veelal biologische groenten en fruit opgericht.

Het aandeel biologisch in de veeteeltsector is heel klein. Op dit moment is er één zuivelfabriek die biologische melk produceert. De dagproductie bedraagt circa 50 ton. Het aantal boerenbedrijven dat biologisch vlees produceert ligt rond de twintig. Het belangrijkste biologische dierlijke product zijn eieren met een jaarproductie van circa 40.000 ton. Daarnaast is biologische honing uit ruim 15.000 bijenkorven een belangrijk dierlijk product.

Wet- en regelgeving

Turkije kent sinds 1994 regelgeving op het gebied van de biologische landbouw. De meest recente wet dateert uit 2004. Momenteel vindt harmonisatie met de EU wetgeving plaats die waarschijnlijk in 2009 van kracht zal worden. De huidige wet bepaalt onder andere dat een producent alleen gecertificeerd kan worden als hij ook het landeigendom bezit. Boeren die telen op staatsgrond, en dat komt uit op circa 50% van het totale areaal landbouwgrond, kunnen niet gecertificeerd worden. Voor de producten die worden geëxporteerd worden de regels voor productie vastgelegd door de afnemende partij in het buitenland.

Certificering vindt plaats door bedrijven die door het Turkse Ministerie van Landbouw en Plattelandszaken worden aangewezen. Op dit moment zijn er vijf buitenlandse en twee Turkse bedrijven actief, waaronder het Nederlandse bedrijf Skal. In veel gebieden van Turkije worden in de land- en tuinbouw traditioneel geen synthetische bestrijdingsmiddelen en meststoffen gebruikt. Deze gebieden bieden een groot potentieel voor biologische productie. Deze bedrijven ontbreekt het echter aan kennis en middelen voor certificering. Ook het gebrek aan organisatie van telers in bijvoorbeeld een gezamenlijke marketingorganisatie vormt een grote belemmering voor de groei van deze sector.

Diksap

Turkse handelsbedrijven exporteren met name appelsap, rozijnen, hazelnoten, bevroren groenten, kikkererwten, tomatenpuree en ingeblikte kersen naar Nederland. Deze producten komen veelal gedroogd of ingevroren naar ons land. De hoeveelheid bedraagt ruim 3000 ton met een importwaarde van 3 miljoen euro. De handelsbedrijven zien ook mogelijkheden voor de export van andere biologische producten zoals broccoli, nectarines, citrusvruchten en verse groenten. Deze worden echter op dit moment nog nauwelijks aangevoerd.

Een bekend biologisch product uit Turkije op de Nederlandse markt is 'Diksap'. Dit wordt door een Nederlands-Turkse joint venture in de omgeving van Denizli in West-Turkije geproduceerd door zo'n 1000 lokale appelboeren. De handel wordt belemmerd door een aantal factoren. Zowel Nederlandse als Turkse handelsbedrijven noemen als belangrijke belemmering de hoge importheffingen. Dit geldt niet alleen voor de Turkse export naar Nederland, maar ook voor de export van biologische producten uit Nederland naar Turkije. Turkije heeft weliswaar een handelsunie met de Europese Unie, maar landbouwproducten zijn daarvan uitgesloten. Een ander probleem vormt het voorkomen van mycotoxinen door vaak gebrekkige bewaar- en droogtechnieken na de oogst. De handel tussen beide landen wordt gekenmerkt door langjarige contacten tussen Nederlandse en Turkse bedrijven.

*Carla Konsten
LNV-Raad Turkije*

Ontwikkeling biologische landbouw Turkije

Jaar	Areaal in hectares	Aantal biologische bedrijven	Aantal productsoorten
1990	1037	313	8
1992	6077	1780	23
1994	5196	1600	20
1996	15250	4035	37
1998	24042	8199	65
2000	59649	13187	95
2002	89827	12428	150
2004	209573	12806	174
2006	192789	14256	210

Source: The Turkish Ministry of Agriculture and Rural Affairs

Ontwikkelingen in Argentinië

Waarom biologisch als het ook makkelijk kan?

Sinds 1999 heeft Argentinië een wet die de concepten beschrijft voor biologische en ecologische landbouw. In deze zogenoemde concepten wordt omschreven wat wel en niet is toegestaan als het om biologische landbouw gaat. Juist omdat deze concepten voordelen zouden bieden voor kleine producenten en een relatief grote inzet van arbeid vragen, heeft het staatssecretariaat van Landbouw de aandacht voor de sector vertaald in een wet. Inmiddels is de fakkel om de sector van de grond te krijgen vooral overgenomen door drie producentenorganisaties waarvan de Movimiento Argentino para la Produccion (MAPO) de meest invloedrijke is.

In de statistieken over het biologisch gecertificeerde areaal scoort Argentinië met 2,8 miljoen hectare immer hoog; alleen Australië en China hebben een groter areaal. Wanneer echter gekeken wordt naar het aantal boeren dat biologisch produceert, dan steekt de positie van het land enigszins schamel af bij de rest van de wereld. In 2007 stonden er in Argentinië 1578 biologische producenten geregistreerd (en in een land als Mexico zoiets als 120.000, zo zegt de MAPO). De bedrijven zijn dus groot, gemiddeld 1680 hectare. Volgens de MAPO zijn er slechts zes landen in de wereld waar het gemiddelde biologische bedrijf groter is dan 350 hectare.

Conventioneel of biologisch?

De gemiddelden zeggen nog niet veel over de situatie in Argentinië. In de noordelijke provincie Misiones zit 30% van het aantal producenten die samen 0,7% van het biologisch areaal beheren. In de drie zuidelijke provincies heeft 5% van het landelijke aantal producenten 75% van het totale areaal. Het gaat daar voornamelijk om 750.000 lammeren die samen 2 miljoen hectare tot hun beschikking hebben; bedrijven inderdaad van ruim 11.000 hectare gemiddeld en ook hier een aanzienlijke spreiding (zoals de provincie Santa Cruz waar acht producenten zijn geregistreerd met samen een miljoen hectare). Ook de biologische rundveehouderij is zeer extensief: 120.000 dieren die gehouden worden op een areaal van bijna 600.000 hectare. De biologische veeteelt in Argentinië omvat in totaal 2,5 miljoen hectare. Het gaat steeds om afgelegen marginale gronden waar de omstandigheden de veehouders dwingen biologisch te produceren. Zodra boeren een keuze hebben tussen conventionele en biologische productie dan neemt de animo ineens scherp af. Opvallend is bijvoorbeeld dat in 2007 de biologische melkveestapel in Argentinië niet groter was dan 623 koeien.

Ten opzichte van het totale aantal producenten is verdere groei beslist mogelijk. Nu bedrijft 0,44% van de boeren biologische landbouw. Ook het areaal biologische akkerbouwgewassen is eigenlijk maar zeer bescheiden met 56.000 hectare ofwel 0,15% van de totale akkerbouw. Opvallend klein is het biologisch areaal oliehoudende gewassen met 14.000 hectare; alleen al het areaal conventionele soja bedraagt bijna 17 miljoen hectare. Volgens de drie belangenorganisaties is de uitgangspositie van Argentinië echter uitstekend en wordt het tijd om dit uit te buiten. Van de totale productie gaat 90% de grens over: honing, appels, peren, citroen en wijn zijn de voornaamste producten, totaal ter waarde van ongeveer 56 miljoen euro. De mogelijkheden voor productie in het tegenseizoen van de belangrijkste markten, de Europese Unie en de Verenigde Staten, zijn een groot voordeel. Vooral Duitsland is een goede afnemer, maar ook het Verenigd Koninkrijk (waar bijna de volledige biologische rundvleesproductie heen gaat) en Spanje (dat al het biologische lamsvlees koopt). De Interamerican Development Bank stelde onlangs 700.000 euro beschikbaar voor diverse projecten binnen de sector. Een belangrijk punt is de equivalentie.

De Argentijnse normen voor biologische productie zijn door de EU erkend en sinds december 2006 ook door Japan. Daarmee komen de producten in aanmerking voor een gereduceerde exportbelasting van doorgaans 5%. Voor conventionele producten kan die heffing fors oplopen (15% voor fruit, 35% voor soja). De uitdaging is erin gelegen om overeenstemming te hebben met het Amerikaanse National Organic programme, dat zou de exportdrempel in die richting een stuk verlagen. Overigens kan ook de binnenlandse consumptie nog een stuk hoger dan nu het geval is.

*Freek Vossenaar
LNV-Raad Argentinië*

De Groot en Slot Allium doet biologische zaken in Argentinië

'De maagdelijke grond en de grote beschikbaarheid ervan, maakt dat Argentinië een uitstekende plek is om biologisch landbouw te bedrijven. En ook de daglengte, het aantal uren licht per dag maakt dat het land ideaal is voor de teelt van ons product. Wat ook meespeelt, is dat het land voor biologisch telen dezelfde normen hanteert als de EU waardoor de markttoegang tot de EU aanzienlijk vereenvoudigd is.'

Aan het woord is Pieter Blaauboer van De Groot en Slot Allium uit Broek op Langedijk. Dit familiebedrijf dat voornamelijk alliumproducten veredelt, heeft in Nederland wat uien betreft een marktaandeel van 70% en wat sjalotten aangaat meer dan 50%. Het bedrijf opereert internationaal en heeft sinds 1970 een partner, Bejo Zaden. Kort gezegd houdt Bejo zich bezig met de handel buiten de Benelux en De Groot en Slot doet de handel in alliumzaden binnen de Benelux. Daarbij is De Groot en Slot ook verantwoordelijk voor de productie en research en het veredelingswerk.

Binnen De Groot en Slot werkt een team aan het wereldwijd in de markt zetten van sjalotten. Blaauboer: "Wij hebben een hybride zaad gecreëerd dat overal ter wereld verkocht wordt door Bejo maar het product, en de marketing van het product, dat doen wij. Slechts een klein gedeelte hiervan is biologisch. We zien nu dat er veel meer vraag is naar biologische sjalotten is dan verwacht."

Blaauboer vervolgt: "Marketingtechnisch is het koperspubliek in acht clusters te verdelen. De cluster met interesse in biologisch bestaat uit wat oudere mensen met een redelijk inkomen, jonge gezinnen met een goed inkomen die vooral gezondheid belangrijk vinden. En mensen die het breed hebben en culinair georiënteerd zijn. Wij willen graag aan die vraag naar biologische sjalotten voldoen en dus zijn we biologisch gaan produceren. Daartoe hebben we biologisch zaad veredeld, wat betekent dat we geen gewasbeschermingsmiddelen gebruiken. Het verschil tussen de gewone en de biologische sjalot is dat het gewas iets rustiger gegroeid is. Of je het in de smaak kunt merken? Dat weet ik niet. Als je erin gelooft is het een beter product. In ieder geval is het zo dat men graag 1,29 euro betaalt in plaats van 0,99 eurocent per zakje van 250 gram.

Wij zijn naar Argentinië gegaan omdat er vanuit een grote supermarktketen de vraag kwam of wij ook jaarrond biologische sjalotten kunnen leveren. Dat is met productie in Nederland niet mogelijk. Om de gewone sjalot het hele jaar door te leveren, gebruiken we een middel dat de celdeling van de kiem tegengaat. Dat is natuurlijk niet toegestaan bij biologische teelt. We moesten als het ware een tegenseizoen vinden. En die heb je op het zuidelijk halfrond. In Argentinië hebben we trouwens zo'n acht jaar geleden ook al eens iets gedaan maar toen was de vraag naar biologisch nog niet echt groot. Nu hebben we daar een goed contact, een Argentijnse partner die ervaring heeft met de export van biologische uien naar Europa en die nu voor het eerst biologische sjalotten gaat telen. We hebben gepland dat het product in februari klaar is, dan wordt het geoogst en gaan we zelf kijken of het product goed genoeg is voor de Europese markt. Vervolgens proberen we in maart te verschepen en liggen de sjalotten in april in het schap. Vanaf augustus beginnen we weer met de Nederlandse teelt. Eigenlijk is het een aanvulling op hetgeen al in Nederland gebeurt en is ook zeker geen bedreiging voor de Nederlandse teler. Qua marketing is voor ons het grote voordeel – omdat het product nu jaarrond beschikbaar is –, dat we ons niet elk jaar hoeven terug te vechten in het schap. Het ligt er nu constant en dat is het gemak dat de supermarkt wil."

De markt voor sjalotten in Europa is ongeveer 80 duizend ton groot waarvan geschat wordt dat 2000 ton biologisch is. Blaauboer schat dat maar 30% van de Nederlandse bevolking weet wat een sjalot is. "Maar al te vaak denkt men dat het een bosui is."

Toch weet Blaauboer dat de consument tevreden is met het product, zeker omdat het jaarrond gekocht kan worden. "Het mooiste vind ik dat we continuïteit hebben. Ook biologisch. Die continuïteit zorgt onder andere dat wij met onze zaadplanning een prognose kunnen maken hoeveel zaad we moeten produceren. Continuïteit is de rode draad die wij graag in de gehele keten willen zien."

Jacqueline Rogers

Het zakelijke idealisme van Ariza

Biologisch is in. Zelfs in het zuinige Nederland vallen steeds meer mensen voor biologische vruchtensappen en fruityoghurts. Het Helmondse bedrijf Ariza was er al vroeg bij en profiteert nu van het gunstige klimaat voor duurzaam voedsel. “We proberen ons idealisme te combineren met ons zakelijk instinct”, aldus sales marketingmanager Albert de Hollander.

Ariza, dat biologische fruitconcentraten produceert, roemt op zijn website (www.ariza.nl) vooral zijn ethiek: eerlijke contracten met de fruittelers en verwerkers, die fatsoenlijk krijgen betaald en die ook buiten het seizoen zijn verzekerd van een inkomen; zorg voor het milieu; werken volgens de strengste internationale richtlijnen. “De kwaliteit van ons product, daar hoeven we niet veel over te zeggen”, verklaart Albert de Hollander, directeur marketing van Ariza. “Wij zijn in onze tak van sport erg bekend en dat we garant staan voor de hoogste kwaliteit, is algemeen bekend. Dat is vanzelfsprekend, we zitten in de top van de markt. Waar we ons mee willen onderscheiden, is die ethiek, inderdaad. We zijn een familiebedrijf waarvoor goede relaties belangrijk zijn. We gaan niet voor de snelle winst maar voor duurzaamheid, voor openheid en een sociale instelling. Faire prijzen voor onze telers, goede leefomstandigheden, geen kinderarbeid. We werken samen met de Vereniging Biologische Producenten (VBP) en Universiteit van Wageningen, om zo duurzaam mogelijk te zijn.”

Markt groeit enorm

Ariza is vooral populair bij producenten van babyvoeding over de hele wereld, van de Verenigde Staten tot Zuid-Korea. Zeventig procent van zijn biologische fruitconcentraten wordt in babyhapjes verwerkt. Verder wordt het fruit van Ariza onder andere verwerkt in zuivel en yoghurt. Stonyfield, de Amerikaanse marktleider op het gebied van biologische zuivelproducten, verwerkt bijvoorbeeld het fruit van Ariza in zijn yoghurt. “Nederland is te klein voor ons”, zegt De Hollander lachend.

Ariza is vijftien jaar geleden opgericht door Ari de Kimpe. Aanvankelijk hield Ariza zich alleen bezig met conventioneel geteeld fruit, maar negen jaar geleden besloot De Kimpe zich vooral op biologische fruitproductie te concentreren, geteeld in Turkije en Polen. “Iedereen lachte hem uit: ‘dat biologische voedsel is een hype, daar zit geen toekomst in’”, vertelt De Hollander. “Maar de markt voor biologische producten heeft zich sindsdien enorm ontwikkeld. Ze is nu goed voor een wereldwijde omzet van rond de dertig miljard euro, en ze groeit nog steeds. In Duitsland jaarlijks met 15%, in de VS met 11%. Ook in Nederland is een jaarlijkse groei van tussen de 3 en 4% procent.” Die groei is duidelijk te zien in de supermarkten. Biologische melk is niet meer uit het assortiment weg te denken en bijna wekelijks verschijnen er nieuwe biologische vruchtensappen die, behalve op de maatschappelijk betrokken consument, ook vooral gericht zijn op mensen die zich veel bezighouden met hun lichamelijke gezondheid. Sappen van zogenaamd ‘functioneel fruit’, fruit met stoffen als antioxidanten, die het lichaam zouden beschermen tegen veroudering, zoals granaatappel, cranberries en framboos. “Als de consument het makkelijk kan vinden, koopt hij er ook meer van”, weet De Hollander. Volgens hem is één van de redenen waarom Nederland op het gebied van biologische consumptie achterblijft bij de omringende landen, het feit dat de detailhandel zolang terughoudend is geweest. “In Engeland zijn de mogelijkheden voor biologisch voedsel veel eerder opgepikt. Daar zijn nu ook meerdere concurrenten die elkaar scherp houden.”

Niet dat Nederland is verloren op dat gebied: “Uit marktonderzoeken is gebleken dat 20% van de consumenten in principe is geïnteresseerd in biologische producten. Van die 20% gaat een steeds grotere groep daadwerkelijk over tot de aanschaf van zulke producten. Op die groep moet je je dus richten, dáár zit nog veel groei in.”

Zakelijk en idealistisch

Die groep consumenten is echter ook de meest kritische en stelt zich steeds goed op de hoogte van de omstandigheden waaronder een product wordt vervaardigd. “De laatste tijd willen onze Amerikaanse afnemers bijvoorbeeld weten wat onze ‘carbon footprint’ is, dat wil

zeggen het effect dat onze productiemethode heeft op het broeikas effect ('carbon' is CO₂, broeikasgas – red.)", aldus De Hollander. "Daarom zijn we aan het onderzoeken of hier in Nederland biologische fruitteelt voor de industrie levensvatbaar is. Regionaal geproduceerd fruit hoeft namelijk niet over grote afstanden worden vervoerd. Nu is onze 'footprint' toch al niet zo groot want fruitconcentraat wordt in enorme containers vervoerd, waardoor de belasting per liter relatief klein is."

Waar eindigt voor Ariza het ideële aspect en begint het zakelijke instinct zijn invloed te laten gelden? "We proberen het zakelijke met het ideële te combineren", aldus De Hollander. Ons hart is idealistisch, maar we opereren wel vanuit een zakelijk gevoel. Biologisch produceren gaat goed zolang de consument bereid is daarvoor wat meer te betalen, anders houdt het op. We stoten onze neus wel eens, hoor. Dan blijkt een afnemer toch alleen voor de prijs te gaan in plaats van het duurzaamste product. Maar eigenlijk willen we met zulke klanten ook helemaal geen zaken doen als ze niet 100% gaan voor een goed en verantwoord product."

De overheid helpt ook

Het gaat goed met Ariza, onder andere omdat het huidige klimaat voor duurzame producten zo gunstig is. "Veel organisaties krijgen van de overheid opgelegd dat ze duurzaam moeten inkopen, daar varen wij wel bij", legt De Hollander uit. "En de huidige belangstelling voor het milieu en de gezondheid is ook een blijvertje." Ariza heeft ook een eigen merk diksap (geconcentreerd vruchtensap) op de markt: Covelt. De Hollander vervolgt: "Maar de grilligheid van de economie maakt ons kwetsbaar. Als het even wat minder gaat en de koopkracht van de consument achteruit holt, zal hij het eerst de wat duurdere biologische producten van zijn boodschappenlijstje schrappen. Ons voordeel is daarbij dat we mondiaal opereren, waardoor we de klappen in één regio kunnen opvangen met de opbrengst in een andere. Maar vooralsnog hebben we geen last gehad van de gevolgen van de kredietcrisis." Kansen zat voor ondernemers die zich met biologische producten op de exportmarkt willen richten, meent De Hollander. "In de markt voor gezondheidssappen is nog heel veel groei mogelijk. In het buitenland is de belangstelling veel groter dan in Nederland. In Duitsland komt de groei van het biologisch product de laatste jaren vooral door discount-supermarkten Aldi en Lidl."

Toch blijft er meer risico verbonden aan biologische landbouw dan aan conventionele landbouw. "Alleen al omdat je bij het biologisch bestrijden van ziektes en parasieten niet kunt ingrijpen als het fout gaat, zoals bij conventionele landbouw", legt De Hollander uit. "In de biologische landbouw moet je ziektes zien te voorkomen, bijvoorbeeld door het gebruik van resistente rassen. Dat zijn niet altijd de rassen die het meest opbrengen. In de conventionele landbouw wordt er bijvoorbeeld een zwarte bes geteeld die erg gevoelig is voor meeldauw, maar die wel veel opbrengt. Als het fout gaat, kun je gewoon spuiten. Biologische fruitboeren zijn aangewezen op een zwarte bessoort die resistent is tegen meeldauw, maar die per tros wel veel minder bessen heeft. Dat maakt biologisch telen dus duurder."

Peter Breedveld

Top 10 landen biologische landbouwgrond

Welke tien landen staan bovenaan als het gaat om biologische landbouw?

De VS staat vierde met net iets meer dan 2 miljoen hectare in biologische landbouwgrond. Australië ligt ver aan kop.

Biologische landbouwgrond in hectare	2007
Australië	12,867,862.5
China	2,300,000.0
Argentinië	2,183,513.5
VS	2,064,000.0
Italië	1,180,215.3
Spanje	996,118.8
Uruguay	988,120.0
Brazilië	905,606.7
Duitsland	856,043.0
Canada	633,835.0

Bron: Euromonitor's International Passport Database

Relevante websites:

www.bioforum.be | www.shallot.com
www.vlam.be | www.degrootenslot.nl
www.biologisch.nl | www.statbel.fgov.be
www.mapo.org.ar | www.biologischconvenant.nl
www.vlaanderen.be | www.ariza.nl | www.skal.nl
www.biologica.nl | www.lekkerbiologisch.nl
www.lekkernaardeboer.nl | www.biobrass.nl
www.biologische.startpagina.nl
www.biologischinhetschap.nl
www.oerbrood.nl | www.biocatering.nl