

# DOWN TO earth

milieu | mensen | meningen

 **milieudefensie**  
anders kijken, anders kiezen

Uitgave vereniging Milieudefensie  
Friends of the Earth Nederland  
jaargang 8 | februari 2017

39



ISLA BONITA

Curaçao zucht onder de rook  
van de Isla raffinaderij

AMELISWEERD

Strijden tegen de A27  
toen en nu

#ALLEGROENЕКIEZERS

Down to Earth zocht kiezers  
op elke groene partij

**Als je aan een duurzaam voedselbedrijf denkt, dan denk je waarschijnlijk niet aan een conservenfabriek. Maar waarom eigenlijk niet? Volgens de creatieve ondernemers van Coco Conserven is inblikken pas echt duurzaam. En het kan ook nog eens ontzettend lekker zijn. “Iedereen denkt dat ‘vers’ het beste is. Maar blik is beter!”** Tekst Liesbeth Sluiter Beeld Dinand van der Wal

# Conserven voor een houdbaar voedselsysteem

**O**p een voormalig munitieterrein in Zaandam, vlakbij het Noordzeekanaal, is een clubje creatieve ondernemers neergestreken. Niet met revolutionair nieuwe ideeën of technieken, integendeel: zij halen oude koeien uit de sloot. Omdat die naar hun overtuiging niets aan waarde hebben ingeboet. We hebben het over Coco Conserven, een kersvers bedrijf dat de wereld ervan wil overtuigen dat inblikken de toekomst heeft.

## Ode aan de industrie

Coco Conserven bestaat uit Vera Bachrach, aanjager van duurzame projecten, en kunstenaars/koks Sascha Landshoff en Joris Jansen. Eerder begonnen zij de Tostifabriek; een publiek onderzoek naar de oorsprong van een tosti. Daarbij werden de ingrediënten eigenhandig middenin Amsterdam opgekweekt: een graanveldje, tomaten,

twee varkens en drie koeien. Een gerucht-makend experiment. Letterlijk, toen koe Els de hele buurt bij elkaar begon te loeien, maar ook omdat veel bezoekers de varkens in hun hart hadden gesloten en het slachten ervan slecht verdroegen.

In zekere zin stond Els aan de wieg van Coco Conserven, vertelt Sascha. “Het was zo’n leuke koe, dat we haar als een soort monument wilden inblikken. Toen ontdekten we hoe duurzaam conserveren in blik is, en zagen we ook zakelijke perspectieven. De Tostifabriek was leerzaam, maar na negen maanden hadden we vierhonderd tosti’s, die we voor €25,- verkochten. De kleinschaligheid was inefficiënt. Om bijvoorbeeld twee varkens te vervoeren was een auto nodig waarin je er acht kwijt kunt. De minst duurzame tosti’s in de wereldgeschiedenis!” Vera: “We kregen zin iets minder absurds te maken, duurzamer en opschaalbaar.” Sascha: “Industriële productie wordt vaak afgekraakt omdat die slechte kwaliteit levert →



→ en alleen om geld draait. Maar wat als je grootschalig iets goeds maakt? Groot is niet per se slecht. Je kunt de verworvenheden van de industrie gebruiken. We hebben veel fabrieken bezocht en waren onder de indruk. Coco is ook een ode aan de industrie.”

### Sprokkelen

Uit het gebouw dat nu Coco herbergt, rolden tot 2003 nog granaten. Het munitieterrein bestond al vanaf 1895; tijdens de Tweede Wereldoorlog werkten er duizenden mensen. Sinds 2012 is het Rijksvastgoedbedrijf bezig met herontwikkeling, maar het terrein met zijn 128 gebouwen oogt nog steeds als zo'n bekoorlijke rafelrand waarvan je verbeelding makkelijk op hol slaat. Het conservenhuis, zoals de doopnaam luidt, ligt aan de buitenrand. De pui is zo geconstrueerd dat hij er bij een ontploffing meteen uitvliegt – wat in de bommen- en granaten-tijd ook een keer is gebeurd. Het omringende groen heet niet voor niets Het Schokbos.

De afgelopen twee jaar hebben de nieuwbakken inblikkers keihard gewerkt. Toen ze het gebouw inspecteerden, stond de vloer onder water en was alles grauw. Nu doorkruisen we een smetteloos witte hal waar wordt ingepakt en waar de opslag is. We beklimmen de trap naar het kantoor waar de vloer bestaat uit stalplanken van de Tostifabriek en dalen weer af naar de koeling, afkomstig uit een Fujifabriek. Vroeger lagen er fortorolletjes in, nu Schipholganzen – je weet wel, afgeschoten omdat ze vliegtuigen in gevaar brengen. Coco maakt er rilette van, in eigen vet gekonfijte gans.

Rilette is een van de drie ingeblikte gerechten. De andere twee zijn ribollita, een vegetarische soep met bonen en de lekkere koolsoort cavolo nero, en ragu classico, een pastasaus met gestoofd runds- en varkensvlees. Alles is uitgeteëxperimenteerd in de keuken, pronkstuk van de fabriek, waar roestvrijstalen apparaten in slagorde staan te wachten op de volgende productieronde.

“Bijna allemaal bij elkaar gesprokkeld op veilingen,” vertelt Sascha. “Deze autoclaaf, een enorme snelkookpan om blikken te steriliseren, kost nieuw 16 duizend euro. Wij kochten hem voor zeshonderd.” Vera: “De oven heb ik op de kop getikt in een failiete slagerij.” Toen alles klaar was, had de Voedsel- en Warenautoriteit nog wel enige eisen in verband met de voedselveiligheid. Geen houten lepels bijvoorbeeld. “Dat was een goede realitycheck,” zegt Vera, “we begrijpen nu waarom fabrieken eruitzien zoals ze eruitzien.”

Ook het geld is bij elkaar gesprokkeld: leningen van vrienden en bekenden, subsidie van Stichting Doen, een investeerder, en het prijzengeld dat Vera met de Tostifabriek won als “impactproducent”. Een blikfabrikant sponsort de blikken. “En wijzelf investeren in arbeid.”

### Vies imago

Tijd voor de hamvraag. Nederland kent diverse conservenfabrieken, Albert Heijn

verkoopt 845 conservenproducten – wat voegt Coco toe?

“Wij zijn lekker!” roept Sascha onmiddellijk. Vera vult aan: “Blikvoer gaat door voor armoedig en goor, je denkt al gauw dat er Roemeens slachtafval in zit. Dat vieze imago is te danken aan conservenfabrikanten die goedkoop produceren en teveel zout, en vet toevoegen. Maar inblikken op zich leidt niet tot minder kwaliteit of minder voedingsstoffen dan thuis gekookt vers voedsel.” Sascha: “Mediterrane landen hebben een culinaire traditie in blikconserven, daar zijn ze trots op hun provisiekast vol bijzondere blikken. Dat kan hier ook. Wij blikken lekkere, kant-en-klaare gerechten in, gemaakt van biologische grondstoffen en reststromen.”

Vera: “Wij zien het blik bovendien als een kritieke schakel in een duurzaam voedselstelsel. De versrevolutie begon in de jaren vijftig en zestig met de verspreiding van koelkasten en diepvriezers, en inmiddels denkt iedereen dat ‘vers’ het beste is. Maar blik is beter! We hebben onvoldoende capaciteit in huis om dat tot achter de komma te berekenen, maar wel veel vergelijkende studies gelezen. ‘Vers’ heeft een megavoetafdruk: het koelen bij transport, in de winkel en thuis. En vergeet de kassen niet: je kunt beter ‘s zomers inblikken dan ‘s winters kassen verwarmen. Blikconserven voorkomen

“Je kunt beter ‘s zomers inblikken dan ‘s winters kassen verwarmen”



## “‘Vers’ heeft een megavoetafdruk”

voedselverspilling, omdat je overgebleven blikken niet hoeft weg te gooien. Fabrieksproductie levert energiewinst op, vergeleken met de optelsom van fornuizen thuis. Kijk je naar de verpakking, dan is blik oneindig te hergebruiken, het ‘downcyclet’ niet, zoals plastic. Het is onbreekbaar en kent daarom minder productschade dan glas.” Sascha: “Maar we vinden het ook gewoon mooi hoor. Kunstenaars als Warhol en Manzoni hebben niet voor niets met het blik gewerkt.”

### Luxeproduct

Aan de wieg van de blikconserven stond niemand minder dan Napoleon. In 1800 loofde hij een beloning uit voor een goede manier om zijn soldaten op veldtocht te voeden. In

1809 kon de Franse suikerbakker Nicolas Appert de 12 duizend francs ophalen. Hij stopte vlees, eieren, groenten, melk, kant-en-klaare gerechten en volgens de overlevering zelfs een heel schaap in glazen flessen, verzegelde die met een kurk en verhitte ze vervolgens volgens een nauwkeurig procedé. Een jaar later verving Pierre Durand het zware, breekbare glas door tinnen blikken – dichtgesmolten met lood! – et voilà: het conservenblik. Het bleef lang een luxeproduct, vooral gebruikt door scheepsvolk, legers en ziekenhuizen. De goeude middenklasse

maakte er tijdens picknicks goede sier mee. Pas in de eerste helft van de twintigste eeuw werden blikconserven massaal geproduceerd en kon ook een arbeider ze betalen. Toch kwamen ze pas eind jaren zestig in zwang, toen vrouwen meer buitenshuis gingen werken en het beeld van de luie huisvrouw die uit blik kookte overboord gezet werd.

Van de innovaties die sinds het begin hebben plaatsgevonden – zoals afsluiten met een felsrandje in plaats van met gesmolten lood – is er één controversieel. Blikken wor- →





“Als er een walvis aanspoelt, blikken wij die in”

→ den aan de binnenkant gecoat om reacties van het voedsel met metaal te voorkomen. Die coating bevat doorgaans Bisfenol A (BPA), een stof die gezondheidsrisico's geeft bij blootstelling aan hoge concentraties. De normen voor BPA zijn Europees vastgesteld en streng; toch concludeerde het RIVM in 2016 dat BPA ook in kleine hoeveelheden mogelijk het immuunsysteem van ongeboren en jonge kinderen kan schaden. “Wij konden uit de discussie niet wijs worden,” zegt Vera, “dus hebben we het zekere voor het onzekere genomen. In onze coating zit geen BPA.”

### Droog brood

Sascha mist de kunstuitpattingen wel eens, vertelt hij. “Het keiharde businessleven valt ons een beetje zwaar,” zegt Vera, waarop beiden in lachen uitbarsten. Sascha: “Toch vind ik het leuk om op woensdag pakketten te

maken en een gevoel van bestaansrecht te hebben.” De drie fabriekseigenaren/arbeiders werken twee dagen per week voor Coco (naast hun bijbanen); twee medewerkers helpen een dag per week. Ze verkopen aan een kleine dertig winkels en restaurants in Amsterdam, Zaandam en Haarlem, en via internet. Bezorging doen ze zelf, soms per post of koerier. Als het aantal blikken op voorraad onder de vierhonderd zakt, gaan ze productie draaien: 160 tot vierhonderd blikken per dag. Er is een felsmachine om de blikken luchtdicht te sluiten, maar de meeste handelingen zijn niet geautomatiseerd. Sascha: “In onze fantasie hebben we een superefficiënt geautomatiseerd bedrijf en een mooie experimenteerkeuken, waar we inspringen op actualiteiten. Als Rusland westerse tomaten boycot, gaan wij ze verwerken. Als er een walvis aanspoelt, blikken wij die in.” “Voor het zover is, moeten we wel als

een gek aan de bak,” zegt Vera. “Er zit groei in, maar in een goede maand verkopen we 750 blikken. Daar kun je geen droog brood van eten. We moeten naar tweeduizend; dan gaat het vanzelf draaien en kunnen we ons richten op impact. Dus Milieudefensieleden moeten er even tegenaan, haha!”

Coco is niet goedkoop. Wat is het beoogde publiek? Vera: “We zijn duur vergeleken met gangbare blikken. Maar als je onze producten naast restaurant- of kant-en-klaarmaaltijden zet, zijn we spotgoedkoop. Ons publiek wil lekker en duurzaam eten. Daarnaast dagen we de conservenindustrie uit het beter te doen. Is dat gelukt, dan heffen we onszelf op.” Sascha: “We dromen ervan de wereld te veranderen. Door middel van de Tostifabriek, nu met Coco Conserven, en we hebben ook nog een plan liggen voor een bank.” □