

WEGGOOIEN IS ZONDE



Duurzaam eten gaat niet alleen over wat je koopt, maar ook over wat er in de vuilnisbak belandt. Of net wat er niet in belandt. Deze drie bedrijven zorgen elk op hun manier voor minder voedselverspilling door te werken met reststromen: van het onbekende sap van de cacaovrucht over veilingoverschotten tot appelmoes mét schil.

Tekst **Barbara Serulus**
Foto's **Ann-Sophie Deldycke**



Rogier Power en
Linda Klunder van
Kumasi Drinks.

BOEREN BETER BETALEN

Kumasi is een fruitige frisdrank van het sap van de cacaovrucht. Hoewel je bij 'cacaosap' misschien denkt aan de gebrande, notige smaak van chocolade, smaakt dit witte goedje net fris en zoet met toetsen van lychee, mango en witte druif. Dit ontdekte de Nederlandse journalist Lars Gierveld tijdens een reis naar Ghana, waar hij (samen met regisseur Jochem Pinxteren) een documentaire maakte over de cacaohandel. Omdat de sector kampt met problemen als ontbossing, armoede en slechte arbeidsomstandigheden had voedingsgigant Nestlé het duo gevraagd de productieketen van chocolade met een kritisch en onafhankelijk oog te onderzoeken: een proefproject van de Nederlandse afdeling van de multinational om transparanter te communiceren over heikele onderwerpen. In Ghana proeft Lars Gierveld voor het eerst het sap van de cacaovrucht, niet vermoedend dat hij twee jaar later zijn leven zal wijden aan dit heerlijk smakend en ondergewaar-

deerde restproduct van de cacaoeteelt. "Het grootste probleem van de cacao-industrie is de armoede bij de boeren", vertelt medeoprichter Linda Klunder. Zij studeerde ontwikkelingseconomie aan de universiteit van Wageningen en deed er onderzoek naar de productieketen van cacao. Ze merkt dat de lokale boeren weinig ruimte hebben om met hete hangijzers als klimaatopwarming bezig te zijn. "Als dat extra stukje bos kappen ervoor zorgt dat je meer cacao kunt aanplanten en zo je gezin te eten kunt geven, is de keuze snel gemaakt", aldus Linda. "De armoede bij de cacao-boeren aanpakken zorgt ervoor dat zij de mogelijkheid hebben om betere keuzes te maken. Daarom denk ik dat de levensomstandigheden van de boeren prioritair zijn. De positieve impact op het klimaat zal daar vanzelf uit voortvloeien." De boeren meer inkomen bezorgen, dat doet Kumasi door hen te betalen voor iets wat ze normaal zouden weggooien: het witte vruchtvlees van de cacaovrucht. Om de →

cacaoboon uit de vrucht te halen, wordt deze grote, rode rugbybalachtige vrucht opengesneden: de bonen zitten verborgen in het witte, zachte vlees. “Onze boeren halen niet gewoon de bonen eruit, maar persen eerst de vrucht. Daarna pas halen ze bonen eruit om ze te laten drogen en fermenteren zodat ze tot chocolade verwerkt kunnen worden. Het sap gaat naar onze producent in Ghana, die het snel pasteuriseert zodat het langer houdbaar is. Het pure cacaovruchtsap gaat per schip naar Nederland, waar we er een dorstlesende frisdrank van maken door er plat of bruisend water aan toe te voegen. Puur is het sap te zoet om te drinken, maar met wat water erbij is de tropische smaak helemaal in balans.”

In Nederland zijn de felgekleurde flesjes intussen al goed bekend. Er zijn zo'n driehonderd verkooppunten en in 2021 werd Kumasi bekroond tot een van de zes meest innovatieve foodondernemingen van het land. Indrukwekkend voor een product dat tijdens de coronacrisis op de markt kwam. “We konden pas onlangs weer naar Ghana reizen, dus we hebben erg gesteund op lokale partners die de boeren gingen

opleiden over het persen van het sap en onze producent die het sap ter plaatse verwerkt”, vertelt Linda. “Onze taak hier in Nederland zit hem vooral in het vertellen van dit verhaal: hoe voedselverspilling kan omgebogen worden tot extra inkomsten voor de boer. We werken op dit moment met zo'n honderd boerengezinnen, maar willen dat aantal nog zien stijgen de komende jaren. In Ghana alleen al wordt elk jaar zo'n zeshonderd miljoen liter sap weggegooid omdat bijna niemand erin geïnteresseerd is: daar kunnen we veel flesjes mee vullen.”

Wil je de documentaire bekijken of proeven hoe een frisdrank van cacao smaakt? Je vindt de webshop, verkooppunten en extra informatie via kumasi-drinks.nl

'De armoede bij de cacaoboeren aanpakken zorgt ervoor dat zij de mogelijkheid hebben om betere keuzes te maken. De positieve impact op het klimaat zal daar vanzelf uit voortvloeien'

Linda Klunder van Kumasi Drinks



'Voor een product met een reststroom willen klanten net minder betalen, in plaats van meer. De associatie met afval en mindere kwaliteit blijft een uitdaging'

Stijn Snick van Cube

VAN STEELTJES TOT SCHIL

Stijn Snick
en Peter-Jan
Catrysse van
Cube.



“Wij zitten overal in, maar je ziet ons niet”, omschrijft Stijn Snick zijn bedrijf. Cube is een stille partner van veel voedingsbedrijven en de bedenker van verschillende voedselinnovaties. Stijn leidt Cube samen met Peter-Jan Catrysse en krijgt sinds vorig jaar investeringssteun van Jan Haspelslagh, ex-CEO van Ardo nv. Met een hart voor duurzaamheid is Stijn continu bezig met het verminderen van voedselverspilling. “Cube maakt halfabrikaten”, vertelt hij. “Die zijn erg uiteenlopend: van pesto over bouillons tot bevroren fruitpures voor smoothies die dan weer door andere bedrijven worden verwerkt tot een eindproduct. Waar het kan, gebruiken we reststromen. Zo werken we samen met een Belgische groenten kruidenverwerker die fijngehakte kruiden maakt in diepvriesvorm. Zij gebruiken vooral de blaadjes van de kruiden, wij hebben gezocht naar een toepassing voor de steeltjes: die hakken we zo superfijn dat ze perfect gebruikt kunnen worden om soepen op smaak te brengen.” Met die unieke technologie om te pureren kan Cube ook hele appels pureren tot appelmoes. “Appelmoes wordt meestal gemaakt van geschilde appels,” aldus Stijn, “hoewel de schil heel lekker is én supervoedzaam. Wij kunnen puree maken mét schil: zo wordt er niets van de appel weggegooid. Puree met schil is erg lekker van bijvoorbeeld groene appels zoals granny smith: dan proef je het friszure van de appel extra goed. Door de schil krijgt de moes ook een extra interessante textuur.” Cube is erg begaan met het verduurzamen van de voedselketen, toch vindt Stijn ook dat het gebruiken van reststromen soms verwordt tot een marketingverhaal. “In de voedselindustrie werd altijd al gestreefd naar efficiëntie”, aldus Stijn. “Om voedsel zo goedkoop mogelijk op de markt te

brenge, zal een producent proberen om sowieso alles van een product te benutten. Dus ook al zien we het niet altijd: er wordt al veel geoptimaliseerd uit efficiëntiedrang.” Daarnaast vraagt hij zich ook af hoelang een reststroom een reststroom blijft. “Als grootschalige voedselproducent heb je nood aan een structurele reststroom: je kunt niet de infrastructuur opzetten om bijvoorbeeld soep te maken van overschotpaprika’s en dan plots zonder aanvoer zitten. Maar kun je een structurele reststroom nog beschouwen als een reststroom? Als die paprika’s consequent worden ‘gered’, is er dan nog sprake van voedselverspilling? Daarom pleit ik voor een wettelijk kader rond reststromen: dat is de enige manier om te vermijden dat het een holle reclameslogan wordt. Want ik ben supergepassioneerd om voedselverspilling structureel aan te pakken, maar het moet geverifieerd kunnen worden. Alleen zo schrijven we een écht duurzaam verhaal.”

Bovendien moeten bedrijven slim nadenken over hoe ze de reststromen kunnen verwerken tot een product met meerwaarde. “Voor een retailer hebben wij een project lopen om de enorme overstock aan onverkochte bananen in de supermarkt aan te pakken. Deze rijpe bananen pletten we tot een moes. Maar dat kost geld: je maakt van een product waar de klant de volle prijs voor heeft betaald een nog duurder product door het te verwerken. De retailer is daarom samen met ons op zoek naar een product met voldoende meerwaarde, zodat het proces ook financieel de moeite waard wordt. De marketing rond voedselverspilling helpt daarbij niet altijd: voor een product met een reststroom willen klanten net minder betalen, in plaats van meer. De associatie met afval en mindere kwaliteit blijft een uitdaging.” →

'De combinatie van sociale tewerkstelling, armoedebestrijding en de positieve impact op het milieu maakt ons verhaal uniek'

Xenia Langen van Robin Food



Xenia Langen en Susan De Boever van Robin Food.

ALLES IN DE SOEP

Te veel kinderen werden met een lege brooddoos naar school gestuurd, merkte Xenia Langen, opbouwmedewerker bij sociale organisatie SAAMO. Ze wist ook dat er te veel voedsel verspild werd. Door deze twee problemen door elkaar te husselen, ontstond Robin Food: een fris merk van soepen, sappen en sauzen gemaakt van groenten en fruit die anders in de vuilnisbak zouden belanden. De producten van Robin Food worden verkocht aan mensen die minder makkelijk toegang hebben tot gezonde voeding via de sociale kruidenier, een buurtwinkel die voedsel verkoopt voor sterk verminderde prijzen. Maar ook in de reguliere winkel zijn de producten van Robin Food te vinden. De winst van de reguliere verkoop wordt opnieuw geïnvesteerd in initiatieven die ervoor zorgen dat elk kind een gezonde maaltijd krijgt op school.

Om het bedrijf nog duurzamer te maken, gebeurt de verwerking van de geredde vruchten en groenten door maatwerkbedrijven die mensen tewerkstellen met

een grotere afstand tot de arbeidsmarkt. Envie is een van de partners van Robin Food. Dit Brusselse bedrijf haalt overschotten op bij de groente- en fruitveiling en vormt ze om tot smakvolle soepen. Envie is hier al jarenlang specialist in en werkt ook voor Colruyt: onder het label Boni-Envie vind je drie soepen van geredde groenten die je in de meeste Colruyt-supermarkten kunt vinden. Een andere partner is De Wroeter in Limburg, een sociale boerderij met een eigen boomgaard. Zij gebruiken de appels die er niet perfect uitzien of te lang in de koelcel hebben gelegen om nog knapperig te zijn om sap te persen voor Robin Food.

In 2020 heeft Robin Food zo'n 77.000 liter soep kunnen maken en verkopen. Om dit cijfer nog op te drijven, willen ze nog meer producten ontwikkelen. "We merken dat deze thema's leven bij de consument: via een QR-code op de verpakking ontdekken ze het verhaal achter de fles soep in hun winkelmandje." Wat Robin Food zo uniek maakt? "De combinatie van sociale tewerkstelling, armoedebestrijding en de positieve impact op het milieu door het redden van voedseloverschotten", vertelt Xenia. "En natuurlijk de onweerstaanbaar lekkere soepen, sauzen en sappen. Geredde groenten en fruit smaken nog beter." ●

robinfood.be