**‘Cannabis wordt een consumentenproduct als een ander'**

De Tijd, 05 mei 2018

**Chris Burggraeve investeerde al in twee Amerikaanse cannabisbedrijven, nu wil de ex-AB InBev-topper ook in België een debat over legalisering lanceren. ‘Beschouw cannabis als wijn of frisdrank: natuurlijk heb je regels en adviezen nodig, maar maak er een business als een andere van.’**

Hij was geschrokken van de reacties, geeft hij toe. Toen vorig jaar in deze krant bekend raakte dat Chris Burggraeve zich in de Verenigde Staten profileerde als cannabispionier, onder meer door te investeren in Toast, een bedrijf dat voorgerolde joints maakt, en Greenrush, een online marktplaats voor cannabisproducten, werd hij overstelpt met vragen van de Belgische pers.

Een topper uit het bedrijfsleven die zich openlijk met drugs bezighield, was dan ook ongezien. Burggraeve is niet van de minste: hij was als chief marketing officer en lid van het directiecomité jarenlang een van de drie belangrijkste Belgen bij AB InBev. Sinds eind 2012 is hij adviseur van Verlinvest, het privé-investeringsvehikel van de AB InBev-families de Spoelberch en de Mevius. Vanuit zijn woonplaats New York werkt hij als marketingconsultant en investeerder in start-ups. Hij is ook voorzitter van de Belgisch-Amerikaanse kamer van koophandel Belcham en van het Prins Albertfonds, dat jonge kaderleden een beurs aanbiedt om in het buitenland te gaan werken.

**Chris Burggraeve (53)**

* Begon als marketeer voor het merk Pampers bij P&G, groeide door in het bedrijf en maakte de overstap naar Coca-Cola, waar hij marketingdirecteur Europa werd.
* Was van 2007 tot 2012 CMO (marketingdirecteur) en lid van het directiecomité bij AB InBev
* Werkt als adviseur bij Verlinvest, de investeringsvennootschap van de AB InBev-familieaandeelhouders de Mevius en de Spoelberch. Focust op investeringen in consumentengoederen, onderwijs en digitale ontwikkelingen.
* Geeft consulting en les in marketing en investeert zelf in start-ups.
* Aandeelhouder en lid van de adviesraad van GreenRush, met 99.000 gebruikers en 19.000 producten de grootste online marktplaats voor cannabisproducten.
* Medeoprichter en aandeelhouder van Toast, een kleine producent van tabaksloze joints die eruitzien als luxueuze filtersigaretten. Ze zijn sinds vorig jaar te koop bij een vijftigtal verdelers in Colorado, en worden rond deze periode ook gelanceerd in San Francisco, Los Angeles en binnenkort Las Vegas. Het bedrijfje heeft bijna een tweede kapitaalronde van 2 miljoen euro achter de rug.

‘De overweldigende interesse voor dit thema heeft mij doen nadenken over de vraag waarom mensen daar zo door gefascineerd zijn’, vertelt Burggraeve. ‘Cannabis is net als bier: iedereen heeft er een mening over. Dus heb ik als marketeer gedaan waar ik het best in ben en een groot onderzoek opgestart om te zien hoe Belgen tegenover cannabis staan.’

Burggraeve is op uitnodiging van het Leuvense technologiefestival And& enkele dagen in België. Hij maakt van de gelegenheid gebruik om de resultaten van het onderzoek voor te stellen en het debat in ons land te lanceren. ‘Ik wil de feiten aanreiken als basis waarop de stakeholders, onder wie politici, een meer volwassen debat over cannabis kunnen aangaan. Voor zover dat al bestaat, is het heel demagogisch. Men baseert zich niet op onderbouwde feiten of bekijkt het onderwerp vanuit één standpunt, vaak criminologisch of sociologisch. Wat een legalisering kan betekenen op het vlak van belastingen, jobs of andere macro-economische elementen, wordt nooit in de discussie meegenomen.’

**Onderzoek**

De marketeer nam het Belgische bureau Insites Consulting in de arm om meer dan 1.000 Belgen te ondervragen over hun houding tegenover cannabis. Eerste vaststelling: 17 procent van de Belgen heeft ooit al cannabis uitgeprobeerd. ‘Omdat zo’n enquête sociaal wenselijke antwoorden oplevert, zal het in de praktijk wellicht iets meer zijn’, zegt Burggraeve. ‘Ik vind dat eerlijk gezegd behoorlijk veel.’

Het belangrijkste onderdeel van de enquête vraagt naar de houding van de Belgen tegenover het huidige verbod op cannabis. 53 procent van de respondenten vindt een transparante markt voor cannabis beter dan de huidige zwarte markt. Bij de 35-44-jarigen is dat zelfs 60 procent. Burggraeve: ‘Er is natuurlijk al een markt voor cannabis in België, maar die verloopt puur in het zwart. Met de cijfers die ik vergaarde, wil ik aantonen dat het draagvlak voor een vrije markt voor cannabis - met regulering natuurlijk - veel groter is dan gedacht.’

Een eerste stap kan de legalisering van het medicinaal gebruik van cannabis zijn. Uit het onderzoek blijkt dat 56 procent van de Belgen daar een nieuwe wetgeving over wil. Gisteren nog werd bekend dat investeerders in Limburg de eerste plantage voor medicinale cannabis willen opstarten. Het geneeskundig gebruik kan het breekijzer voor een algemene liberalisering van de drug zijn. Ook op dat vlak zijn de geesten aan het rijpen in ons land, zegt Burggraeve. 26 procent van de Belgen wil een nieuwe wetgeving voor recreatief gebruik. En 38 procent van de ondervraagden vindt dat je cannabis moet behandelen zoals alcohol.

Echt overweldigend zijn die cijfers toch nog niet? ‘Toch wel’, zegt Burggraeve. ‘Je moet er rekening mee houden dat het debat nog niet echt begonnen is. In de VS is dat de jongste jaren wel gebeurd en intussen wil 64 procent van de Amerikanen het federale verbod op cannabis opheffen. In 1969, ten tijde van de flowerpower, was dat slechts 12 procent. Eens je het debat met rationele argumenten voert, groeit de steun snel. Mocht ik me als jonge politicus in België willen profileren, dan wist ik het wel, hoor. De Belgen zijn klaar om dit gesprek aan te gaan.’

**Champagne**

De handel in cannabis kan in België 28.000 tot 38.000 jobs opleveren tussen nu en 2025. Het gaat potentieel om zes Ford Genks.

Volgens Burggraeve moeten we cannabis op dezelfde manier behandelen als alcohol: een product dat op de vrije markt wordt verhandeld, maar waarbij de wetgever de nodige beperkingen oplegt. ‘In de Verenigde Staten overwegen zelfs grote merken een cannabislijn te beginnen. Dit is potentieel een enorme markt.’

Een op de vijf Amerikanen woont in een staat waar de teelt, verkoop en consumptie toegelaten is. Op 1 januari werd cannabis legaal in Californië. Later dit jaar komen daar Maine en Massachusetts bij. In Colorado vind je al meer wietwinkels dan Starbucksen en McDonald’s-eettenten samen.

Als Burggraeve naar Colorado afreist voor de bestuursvergadering van zijn start-up Toast, steekt hij samen met de andere bestuursleden een joint op. Of een ‘slice of toast’, zoals in de benaming van het bedrijf. Het gaat om een voorgerolde sigaret zonder tabak die in een luxueuze verpakking van tien stuks aan de man gebracht wordt. Prijs voor zo’n pakje: 85 dollar. Volgens het bedrijf zit de kracht van het product in een goede mix tussen de twee werkende bestanddelen van cannabis. In vergelijking met de zware joints op de zwarte markt zitten in de lichtste producten van het bedrijf relatief weinig THC en veel CBD. De eerste stof zorgt voor een euforisch effect, de tweede werkt kalmerend. Het resultaat is volgens Toast vergelijkbaar met een goed glas champagne. De consument behoudt volledig de controle, zegt het bedrijf.

‘Mensen hebben nu eenmaal nood aan genotsmiddelen, en er is geen enkele reden om cannabis daar niet bij te rekenen’, zegt Burggraeve. Specialisten waarschuwen toch dat cannabis op te jonge leeftijd de hersenen kan aantasten en dat een overmatig gebruik tot psychische stoornissen kan leiden? ‘Natuurlijk heb je net zoals bij alcohol regels nodig. Maar als zelfs de Wereldgezondheidsorganisatie toegeeft dat het matig gebruik van cannabis niet schadelijk is, moeten we toch niet langer hypocriet zijn?’

En wat met het onrustwekkende feit dat gebruikers via cannabis vaak in contact komen met hardere drugs? Burggraeve: ‘Net door cannabis uit het illegale en criminele circuit te halen vermijd je dat gebruikers bij zwaardere spullen belanden. Dan kan je werk maken van de echte prioriteiten en de zware drugshandel in het vizier nemen.’

Gelooft hij echt dat de grootste Belgische partij N-VA zich ooit achter een legalisering van cannabis zal scharen? De Antwerpse burgemeester Bart De Wever wil alle drugsgebruik, ook dat van cannabis, streng aanpakken. ‘In Antwerpen woedt een keiharde war on drugs. In die context is het gemakkelijk om sterke verklaringen af te leggen. Maar De Wever is een voldoende slimme politicus om door te hebben als een meerderheid van de bevolking van mening verandert over dit onderwerp. Als cannabis kinderen kan helpen, zal je bij de N-VA evenveel voorstanders van medicinaal gebruik vinden als bij Groen. Dan doet je overtuiging er niet toe. En iedereen drinkt graag een pint, dus waarom zou dat op termijn niet voor cannabis kunnen gelden?’

Al blijft Burggraeve natuurlijk realistisch. ‘België is door de zes staatshervormingen een versnipperde particratie geworden. Daarom beweegt in grote belangrijke maatschappelijke dossiers weinig in dit land. Die versnippering doorbreek je enkel met een bredere burgerbeweging die de zaken veranderd wil zien. Zo creëer je een draagvlak dat partijoverschrijdend kan zijn.’

**Big business**

De marketeer mag dan graag verwijzen naar de legalisering in verschillende staten van zijn thuisland, de Amerikaanse minister van Justitie Jeff Sessions kondigde aan dat hij die wil terugschroeven. De federale overheid beschouwt cannabis nog altijd als een even zware drug als heroïne. ‘Je weet natuurlijk nooit hoe het uitdraait met de regering-Trump, maar in de VS is de legalisering van cannabis een unstoppable movement geworden. Heel wat Republikeinen uit staten waar de drug al vrij te koop is, zien hoeveel geld en jobs de business in het laatje brengt en oefenen hun invloed uit om Sessions van gedacht te doen veranderen. Wellicht nog niet in deze, maar in de volgende legislatuur, zie ik dat federaal verbod sneuvelen.’

Ook op economisch vlak gaat het snel, zegt Burggraeve. ‘Big pharma, big tobacco, big finance: iedereen is aan het bewegen en belangen aan het kopen in de snel groeiende Canadese cannabiseconomie.’ Constellation Brands, een van de grootste drankenbedrijven ter wereld, heeft 200 miljoen dollar geïnvesteerd in het beursgenoteerde cannabisbedrijf Canopy Growth. Philip Morris investeerde 20 miljoen in een Israëlische producent van puffers voor medicinale cannabis. Novartis ging een partnership aan met de Canadese producent van medicinale cannabis Tilray. En deze week kondigde Lidl Zwitserland aan dat er cannabissigaretten in de rekken komen. Burggraeve: ‘Cannabis staat nu waar de digitale revolutie tien jaar geleden stond. Elk bedrijf in elke sector zou over een strategie op dat vlak moeten beginnen na te denken: wat kan cannabis voor uw business betekenen?’

Is die vergelijking niet overdreven? Zelfs als cannabis overal legaal wordt, is het toch enkel een genotsproduct? ‘Dat dacht je maar. De extracten uit cannabis zijn veelzijdig. In de medische wereld zijn de toepassingen eindeloos. Het is niet voor niets dat een farmabedrijf als Fagron een deal gesloten heeft met het Canadese Cannimed Therapeutics om diens medicinale cannabisproducten te verdelen. En hennep bijvoorbeeld heeft toepassingen in de bouw.’

Burggraeve haalt er enkele cijfers bij. Colorado, met 5 miljoen inwoners iets kleiner dan Vlaanderen, haalde vorig jaar 250 miljoen dollar aan belastinginkomsten uit cannabis. De hele waardeketen van de sector was goed voor 25.000 nieuwe jobs. ‘Mochten de VS cannabis legaliseren, kan dat tussen nu en 2025 52 miljard dollar aan belastinginkomsten en 1 miljoen jobs opleveren. Dat is toch een enorm industrieel potentieel waar je als land niet naast kan kijken?’

Cannabis staat nu waar de digitale revolutie tien jaar geleden stond. Elk bedrijf moet zich afvragen: wat kan cannabis voor uw business betekenen?

Burggraeve rekende die cijfers om naar België, rekening houdend met de verhouding bbp per inwoner en de wisselkoers. Volgens zijn simulatie kan de handel in cannabis 1,6 miljard euro aan belastinginkomsten opleveren en 28.000 tot 38.000 nieuwe jobs. ‘Dat zijn schattingen natuurlijk, die moeten worden bevestigd door het Planbureau. Maar het gaat potentieel om zes Ford Genks.’

Daarom is de Belg niet verbaasd over de plannen van investeerders om in Limburg een cannabisplantage aan te leggen. ‘Dit initiatief toont aan dat er ook bij ons een economisch draagvlak ontstaat. Waarom zouden wij ons de kaas van het brood laten eten door de Nederlanders en de Duitsers? Ook al blijft de hypocrisie van ons beleid groot: je mag het dus niet zelf gebruiken, maar wel naar het buitenland uitvoeren? Werk dan toch een nieuwe regelgeving uit, die wel van een doordachte strategie vertrekt.’

**Ingehaald worden**

Blijft de vraag waarom een Belgische investeerder die in de VS woont het zijn taak vindt om het debat in België aan te zwengelen? Ten eerste omdat ik als investeerder geloof dat hier mogelijk grote economische meerwaarden te rapen zijn voor ondernemers op zoek naar risico. Ten tweede wil ik een voortrekkersrol spelen om een gebalanceerde industrie uit te bouwen. Dat gaat voort op mijn ervaring met bier bij AB InBev en frisdranken bij Coca-Cola. Ook daar heb je een balans nodig tussen de vrije en verantwoordelijke markt. Ten derde heb ik als vader van een 22-jarige dochter gemerkt hoe open die generatie staat voor nieuwe regels op het vlak van cannabis.’

Handelt Burggraeve niet vooral uit commerciële motieven? ‘Nee. Als er ooit een wetgeving in België komt op dit vlak, zal dat nog vele jaren duren, besef ik. En ik ga ervan uit dat de Amerikaanse bedrijven waarin ik investeer dan al groot genoeg zijn. Zeker nu ook in Californië, de vijfde grootste economie ter wereld, cannabis legaal geworden is. We mikken daarop met onze bedrijven en hebben België heus niet nodig.’

‘Ik doe dit omdat het debat sowieso naar België komt, en veel sneller dan jullie allemaal verwachten. Ofwel zullen de politici passief ondergaan wat op ons afkomt, ofwel maken we werk van een parlementaire commissie die proactief nadenkt en de toekomst mee bepaalt. In mijn carrière ben ik altijd iemand geweest die de toekomst liever mee bepaalde dan ze te ondergaan.’