

'Beleggen in cryptomunten gebeurt volledig op eigen risico. Wie er zijn broek aan scheurt, moet later niet klagen.'

COMMENTAAR
DINGMA 4

DE TIJD

14
dinsdag 14 november 2017
www.tijd.be

⊕ Waar ligt de grens?

Bedrijven schieten wakker na storm over Bart De Pauw

VOORAAAN P4



Brouwer wordt legale wietdealer
Ex-topper AB InBev stort zich op Amerikaanse cannabismarkt

VOORAAAN P2



Brussel na de rellen
Dikke mist over laks politieoptreden

POLITIEK EN ECONOMIE P6

M/V van de dag Chris Burggraeve

Ex-topper van AB InBev stort zich op Amerikaanse cannabismiljarden

JAN DE SCHAMPHELAERE

Chris Burggraeve, de Belg die ex-marketingdirecteur van AB InBev wordt, richt in de strijd om de (legale) cannabismiljarden. 'Het is een van de snelst groeiende consumptiemarkten in de VS, te vergelijken met op de komst van de mobiliteitswieg, klinkt het. Hij stond meer aan de wieg van Toast, dat voorgerevoldde joints aan de markt brengt, en investeerde de onlangs in GreenRush Group. 'Dat is een online marktplaats waar we consumenten met officiële cannabisblikjes in contact brengen', zegt Burggraeve (52). Zo krijgen consumenten toegang tot de leukste producten. Niet enkel gerevoldde joints of gedroogde bloemenkoppen. Ook cannabisvaporizers, balmen tegen spierpijn en chocolade-snoepjes met lichtbedrukte werkwijze. Met Toast Logistics lanceerde de Belgische van Aspen (Colorado), richt Burggraeve zich rechtstreeks tot de cannabisgebruiker met bekende joints ('Slices') met de look van gewone filtercigarettes. Een leuke vergelijking het bedrijf



© JONAS ROUSSE

In het nieuws omdat hij met de bedrijven Toast en GreenRush Group een sleutelrol wil spelen op de snel groeiende markt voor legale cannabisproducten in de Verenigde Staten.

met een slijke champagne. Een volledige 'slice' met een glas. 'We willen de donkere cannabismarkt ontvinden. Wat wij voor ogen hebben is niet een joint roken om dan achterover te vallen', aldus Burggraeve. 'We willen de ideale state of mind creëren voor sociale interacties.'

De cannabismarkt is in snel tempo aan het groeien. In de VS al leest u hier de markt voor medisch en recreatief gebruik vorig jaar goed voor 6 miljard dollar omzet. Dat zal tussen 2018 en 2025 vier- of vijfde verdubbelen tot 30 miljard dollar naarmate meer Amerikaanse staten het voorbeeld van onder andere Colorado, Nevada en Californië volgen en cannabisgebruik legaliseren. In de VS wordt in 2018 gesproken over de Green Rush, waarvoor onder andere ook Peter Thiel, de oprichter van PayPal, positief heeft gekant. 'We staan aan het begin van een revolutie. Dit is niet tegen te houden omdat de consumenten het willen', zegt Burggraeve. Uit een onderzoek blijkt dat bijna twee derde van alle Amerikanen pro-legalisering is.

'Het is een geweldig consumentenproduct', erkent hij. 'Maar ik zie niet in waarom cannabis anders is dan andere legale producten. Het is een middel om te ontspannen, maar op een sociaal verantwoorde manier.'

Volgens Burggraeve is de stap van hops, mout en gist naar de cannabisplant evidentier dan van vermindering. 'Het is jaren geleden, tijdens mijn periode bij AB InBev, op mijn radar verschenen. Als je na-denkt over welke producten hier kunnen versagen als sociale lubricanten kom je ook uit bij cannabis. Ik denk dat de bielandbouw welker is gecreëerd, zegt hij. Constellation Brands, de distributeur van Corona-bier, investeerde onlangs in het merk cannabisbedrijf Canopy Growth, dat een beer samenstelt voor meer dan 3 miljard dollar levert.

Of Burggraeve zelf een cannabisgebruiker is? 'Ik heb het hier in de VS al geprobeerd. Je moet toch kunnen begrijpen waarom mensen dit gebruiken en hoe je kan er wat van kan verbeteren. Burggraeve is ook adviseur van de investeringsmaatschappij Verinvest, voorzitter van de Belgisch-Amerikaanse Chamber of Commerce in New York en investeerder bij een hele Belgische tech bedrijven.

M / V of the day Chris Burggraeve

14 November 2017 00:00

□ f in t w e



In the news because he wants to play a key role with the companies Toast and GreenRush Group in the fast growing market for legal cannabis products in the United States. © J. Jonas Rousseau

Chris Burggraeve, the Belgian ex-marketing director of AB InBev, joins the battle for (legal) cannabis billiards. "It is one of the fastest growing consumer markets in the US, comparable with the arrival of the mobile phone," it sounds. He stood at Toast's cradle, which sells pre-rolled joints, and recently invested in GreenRush Group. "That is an online marketplace where we bring consumers into contact with official cannabis shops", says Burggraeve (52). In this way, consumers gain access to thousands of products. Not only rolled joints or dried flower tops. Also cannabis vaporizers, balm against muscle pain and chocolate candies with slightly intoxicating action. With Toast, set up between the snowy peaks of Aspen (Colorado), Burggraeve directs itself directly to the cannabis user with tobacco-free joints ('Slices') with the look of ordinary filter cigarettes. One puff compares the company with a sip of champagne. A complete 'slice' with a glass. 'We want to reinvent the dark cannabis scene. What we have in mind is not smoking a joint and then falling backwards,' says Burggraeve. 'We want to create the ideal state of mind for social interactions.'

The cannabis market is growing at a fast pace. In the US alone, the medical and recreational use market accounted for 6 billion dollar sales last year. That will multiply between now and ten years to 50 billion dollars as more American states follow the example of Colorado, Nevada and California and legalize cannabis use. Meanwhile, in the US the Green Rush is mentioned, for which Peter Thiel, the founder of Paypal, has also chosen a position. "We are at the beginning of a revolution. It can not be stopped because consumers want it", says Burggraeve. A survey shows that almost two-thirds of all Americans are pro-legalization.

'It is a sensitive consumer product', he acknowledges. 'But I do not see why cannabis is different from officially permitted stimulants such as coffee or alcohol. I want to shape the cannabis industry - with a lot of cowboys and dark sides - but in a socially responsible way.'

According to Burggraeve, the step from hops, malt and yeast to the cannabis plant is more evident than we suspect. 'It appeared on my radar years ago, during my period at AB InBev. If you think about which products can replace beer as social lubricants you also end up with cannabis. I think the beer industry has been shaken up,' he says. Constellation Brands, the distributor of Corona beer, recently invested in the marijuana company Canopy Growth, which has a market value of more than 3 billion dollars.

Whether Burggraeve is a cannabis user? 'I've tried it here in the US. You have to be able to understand why people use this and how you can improve their experience.' Burggraeve is also advisor to the investment company Verinvest, chairman of the Belgian-American Chamber of Commerce in New York and an investor with a number of Belgian tech companies.

Jan De Schamphelaere