

INDIA

Nieuwe bier- en wijncultuur

Waarom de Belgische adel investeert in Indiase alcohol

Met de opkomst van een sterke middenklasse is in India pijlsnel een nieuwe alcoholcultuur ontstaan. De adellijke families De Mévius, De Spoelberch en Boël waren er als de kippen bij om de groeiemarkt een stevige financiële injectie te geven.

Tekst en foto's: SASKIA KONNIGER in India

In de tuin van het Indiase brouwcafé Ministry of Beer, in het hart van Delhi, vult Sarthak (28) zijn glas met mangobier uit de biertoren die de ober op tafel heeft gezet. Tegenover hem zitten zijn jongere broer Rudraksh (21) en zijn beste vriend Kumar (28). 'We wachten op mijn zus', licht Sarthak toe. 'Ze is op date met haar vriend. We hebben hier afgesproken om bier te proeven.' Hij neemt een slok en steekt goedkeurend zijn duim op.

Amar Srivastava (32), meester-brouwer van MOB, glundert. Pas enkele dagen geleden heeft hij als eerste microbrouwer van de staat Delhi een brouwvergunning gekregen. Naast de bar buigen twee jonge Indiase mannen zich aan een hoge houten tafel over een laptop. Ze scrollen door verschillende ontwerpen voor een interieur, naast hen staat een koel glas bier. Achter hen lacht een Sikhgezin, met een vader met hoge tulband, om de gekke fratsen van de jongste dochter.

Tot voor kort was het onwaarschijnlijk dat je op zaterdagmiddag in een Indiaas biercafé een gezin, een werkoverleg van



'Cijfers wijzen uit dat vooral de Indiase vrouwen meer zijn gaan drinken.'

yuppen of een datend koppel zou zien. In de meeste gebieden in India wordt alcohol voornamelijk stiekem of in louche bars genuttigd, het liefst whisky of rum met een zo hoog mogelijk alcoholgehalte. Maar met de opkomst van de Indiase middenklasse is een nieuwe alcoholcultuur ontstaan. En die nieuwe Indiase alcoholconsument toont zich in toenemende mate een fijnproever. Steeds meer Indiërs consumeren graag een lokale Indiase wijn of een ambachtelijk gebrouwen biertje. De bier- en wijnmarkt groeit met maar liefst 20 procent per jaar.

Enkele Belgische families waren er vroeg bij. Zo sprongen de AB InBev-families De Spoelberch en De Mévius op de prille Indiase wijntrend. Sinds 2010 hebben ze via hun investeringsbedrijf Verlinvest een aanzienlijk belang in het Indiase Sula Vineyards. Sula werd in 1999 opgezet door de IT'er Rajeev Samant en is een van de grootste wijnproducenten van Azië. Verlinvest bezit momenteel zo'n twee derde van de aandelen.

In mei 2018 investeerde Sofina, de holding van de rijke familie Boël, 42 miljoen euro in het Indiase biermerk Bira 91, genoemd naar het landnummer van India. De familie Boël heeft daarmee een derde van het bedrijf in handen. Ook Bira is opgezet door een IT'er. Ankur Jain, geboren en getogen in Delhi, studeerde computertechnologie in Chicago. Toen hij na zijn studie vanuit Brooklyn een medische IT-applicatie op de markt bracht, ontdekte hij de ambachtelijke bieren die in zijn wijk gebrouwen werden. Jain wilde er meer over weten en ging backpacken door de Benelux om de lokale bieren te ver-

kennen. Na zijn reis door Europa besloot hij in 2015 een eigen Indiaas biermerk op te zetten. Het bleek een gat in de markt. Al snel moest hij op zoek naar geldschietters om te kunnen uitbreiden.

'Het was voor mij logisch om in België naar investeerders te zoeken', vertelt Ankur Jain in zijn hoofdkantoor in Delhi's

Connaught Place. In open witte ruimtes aan grote tafels werken tientallen jonge Indiase hipsters. In de koffiehoeke wordt druk overlegd. Boven het koffieapparaat loopt een beeldband die in blinkende rode letters de beursnoteringen toont. 'Bier zit diep verankerd in de Belgische cultuur', vervolgt Jain. 'Elke rijke familie in België heeft er wel iets mee. Ze zijn eigenaar van een brouwerij of hebben een café. Het zit hen in het bloed. En ze hebben liefde voor het vak. Al snel ontmoette ik de broers Janssen, van de adellijke familie. Via hen kwam ik in contact met het investeringsbedrijf Sofina van de familie Boël. Onze ontmoetingen zijn geen kille gesprekken over cijfers. Elk kwartaal kom ik samen met managers van Sofina uit Singapore en dan drinken we met veel plezier de nieuwe bieren. Een verademing.'

Bessenbier

Bira is in een razend tempo uitgegroeid tot India's grootste biermerk en werkt hard om, met behulp van de Belgische financiële injectie, uit te breiden naar andere delen van de wereld. Een deel van het succes ligt in het feit dat Jain zijn product promoot als een hip ambachtelijk bier en daarmee populair is bij jonge stedelijke fijnproevers. Dat steekt bij brouwers als Amar Srivastava. Zij beschouwen Bira niet als ambachtelijk. 'Bira brouwt op industriële schaal', zegt

Srivastava. 'Het is voor de massa. Ze hebben het proces gemechaniseerd waardoor er eenvormigheid is. Voor mij onderscheidt ambachtelijk gebrouwen bier zich door het menselijke element. Elke partij die ik brouw is weer anders. En mijn klanten waarderen dat. Ik ben natuurlijk wel consistent in mijn kwaliteit.'

'Daarnaast staan mijn klanten open voor nieuwe dingen', vervolgt Srivastava. 'En ze waarderen het lokale aspect. Ik maak bier met lokale ingrediënten. Suikerriet, mango, sinaasappels, Indiase gerst of koffie. Soms gebruik ik bloemen of kruiden. In Poona maakte ik ooit een bier van karwan, een lokale bes die iedereen in Maharashtra kent. Kinderen plukken ze na school om ze aan de weg te verkopen voor wat extra zakgeld. Toen een Indiër die in de VS woonde in ons brouwcafé dit bessenbier dronk, werd hij emotioneel. Hij vertelde dat de smaak hem deed denken aan zijn oma uit Zuid-India. Altijd als hij als kind bij haar op bezoek was, plukte hij de bessen in haar tuin. Zulke reacties, daar doe ik het voor.'

Srivastava is bierbrouwer van het eerste uur. 'Toen ik jong was, ging mijn broer naar Rusland. Hij kwam terug met een fles wijn en vertelde dat een vriend van hem wijnproever was. Hij legde uit hoe je bijvoorbeeld eerst moet ruiken. Ik dacht: wow, als alcohol proeven een echt beroep is, dan wil ik dat ook! Ik was net achttien geworden. Ik ging naar de winkel en kocht alle soorten bier die er waren. En ja hoor, ik proefde verschillen. Er was geen houden meer aan. We hadden net internet en ik ging onmiddellijk online en zocht alles over alcohol op.'

Srivastava besloot brouwer te worden. Na zijn studie biotechnologie deed hij ervaring op bij Indiase fabrieken van grote internationale brouwers zoals United Brewers. Toen hij het gevoel had dat hij er niets meer kon leren, ging hij naar Poona, niet ver van het wijngebied Nashik, waar in die tijd, rond 2009, India's eerste microbierbrouwerijen werden opgezet. 'In Poona ging het snel', vertelt Srivastava geestdriftig. 'Ik heb in die periode wel meer dan tachtig soorten bier ontwikkeld. Ik stortte me op het experiment en probeerde de meest radicale cider- en biersmaken. Het is heel hard gegaan: tien jaar geleden hadden mensen nog nooit van ambachtelijk bier gehoord, nu vragen ze naar de laatste smaak. En tegenwoordig brouw ik voor het eerste brouwcafé in Delhi. Eindelijk.' Trots wijst Srivastava naar de blinkende ketels achter de bar. 'We hebben hard voor deze vergunning gewerkt. Alles moest in orde zijn. Maar het is gelukt.'

Zonder vooroordelen

Het Indiase vergunningstelsel is ingewikkeld. Wetgeving is per staat verschillend en niet overal is alcohol toegestaan. Daarbij maakt de Indiase wet een onderscheid tussen groot-schalig of industrieel brouwen en 'microbrouwen', ofwel een brouwcafé. Een microbrouwerij mag alleen ter



'Het unieke aan de Indiase bierdrinker is dat hij zonder vooroordelen drinkt. Anders dan de westerse consument staat hij open voor nieuwe smaken.'

Ankur Jain, Bira 91

plekke aan de tap verkopen en mag geen bier distribueren.

De toewijzing van de brouwvergunning aan Srivastava is een ommekeer in het beleid van de deelstaat Delhi. Tot die tijd was het verboden om in Delhi te brouwen. Liefhebbers van speciale biertjes weken daarom uit naar Gurgaon. Die buitenstad is vanuit Delhi bereikbaar met de metro en ligt in de deelstaat Haryana, waar brouwcafés wel al langer zijn toegestaan. In amper vijf jaar tijd hebben zich in het uitgaansgebied Leisure Valley rond een zelloze parkeerplaats meer dan tachtig lokale brouwerijen gevestigd. Volgens brouwers ter plekke is dat de hoogste concentratie aan microbrouwerijen ter wereld.

Het publiek van Leisure Valley is kosmopolitisch, jong en hoogopgeleid. Er zijn enkele dansclubs, maar vooral veel modern ingerichte brouwcafés. Bezoekers komen tafelen, luisteren naar live muziek of borrelen met vrienden of collega's. In de hoek van café The Hook zit een groep werknemers van een bouwbedrijf. Ze vieren de verjaardag van een vrouwelijke collega. De sfeer is gemoedelijk. 'De meesten komen niet om dronken te worden, maar om een paar uur gezellig samen te zitten en ideeën uit te wisselen', legt manager Ravi Sethi uit. 'Ze proberen graag verschillende smaken bier uit. Klanten staan open voor vernieuwing. Maar het moet wel zoet zijn.'

'De Indiase consumenten staan aan het begin van een nieuwe ontdekkingsreis', zegt Ankur Jain van Bira 91. 'Ze houden niet van bittere of donkere bieren, hun smaakpapillen slaan aan bij zoete drankjes. Daarom zullen ze ook nooit een espresso drinken, ze hebben liever een cappuccino met veel suiker. En dat noemen ze dan koffie', vervolgt hij lachend. 'Maar serieus, het unieke aan Indiase bierdrinkers is dat ze zonder vooroordelen drinken. Anders dan de westerse consument zijn ze niet opgegroeid met bier. Daarom staan ze open voor nieuwe smaken. Bij westerse drinkers is het veel moeilijker om een nieuwe smaak te introduceren.'

Vrouwen aan het bier

In Leisure Valley vallen de vele vrouwelijke bezoekers op. Alcohol is in grote delen van India nog steeds een taboe, en al helemaal voor vrouwen: drinken wordt nog vaak geassocieerd met onkuis gedrag. In Leisure Valley gelden liberale, kosmopolitische normen.

In een van de hipper brouwcafés is het Ladies' Night. Een groep meiden zit aan de bar. Ongetrouwd, maar een vriend hebben ze allemaal. 'Flirten doen we niet', lichten ze toe. 'We zijn er voor elkaar.' In de hoek van de bar luisteren twee getrouwde stellen naar een live muziekoptreden. Hun jaarlijkse date, leggen ze in koor uit. 'Sinds we kinderen hebben, schiet uitgaan er bij ons in', roept een van de mannen boven de muziek uit. Hij wijst lachend naar zijn vrouw: 'Ik ben er meestal te moe voor, maar de dames komen hier vaker.'

'Cijfers wijzen uit dat vooral vrouwen meer zijn gaan drinken',



AMAR SRIVASTAVA, microbrouwer:
'Ik maak bier met lokale ingrediënten: suikerriet, mango, sinaasappel, Indiase gerst, koffie.'



stelt Ankur Jain in zijn kantoor. 'Je ziet nu brouwcafés waar zelfs gezinnen lunchen onder het genot van een biertje. Dat was tien jaar geleden ondenkbaar. De verandering is revolutionair. Bier was in India een typische testosteronaangelegenheid. Drank werd altijd gekoppeld aan mannelijk en stoer. Ik zeg weleens: we zijn overgestapt van testosteron naar smaak. Ons logo hebben we met opzet uniseks gemaakt. En we richten ons met onze communicatie nu ook direct tot vrouwen.'

In de smaakvol, met veel donker hout gemeubileerde tuin van Ministry of Beer bevestigen drie vrouwelijke bezoekers die verandering. Swati (26), Megha (27) en Sarugi (27) kennen elkaar van de universiteit van Delhi. Nu ze alle drie een baan hebben, respectievelijk bij een start-upbedrijf in storytelling, een accountbureau en een uitgeverij, ontmoeten ze elkaar op zaterdagavond. Op tafel staan drie feestelijke cocktails. 'Voor onze moeders was het onmogelijk om uit te gaan', zegt Swati. 'En wij hebben het geluk dat we dit soort plekken kunnen betalen.' Ze kijkt goedkeurend de biertuin rond. Als ze een slok van haar cocktail neemt, licht Megha lachend toe: 'We houden ook van bier, hoor. Maar we letten op de lijn, en een cocktail leek ons een betere keus dan bier.'

Illegale whisky

Vorig jaar trok de Wereldgezondheidsorganisatie aan de alarmbel: in India is de alcoholconsumptie tussen 2005 en 2018 verdubbeld. Daarmee namen ook het alcoholisme en aan alcoholmisbruik gerelateerde ziektes toe. Maar of die problemen direct kunnen worden gelinkt aan de opkomst van de nieuwe Indiase fijnproeverscultuur, is de vraag. De fijnproevers maken maar een klein deel van de alcoholconsumenten uit. De biermarkt wordt voor 85 procent gedomineerd door industrieel gebrouwen bier, dat een veel hoger alcoholpercentage heeft. En veruit de vaakst geconsumeerde Indiase drank, vooral op het platteland, is whisky, al dan niet illegaal gestookt.

Even buiten Leisure Valley toont Amar Srivastava met zijn vrienden Amit Berwal en Rishi Dhawan zijn nieuwste onderneming, een cidermakerij. 'Wijnen van Sula zijn voor Indiase begrippen best duur', legt Srivastava uit. 'En elitair. Ik geloof dat er een markt open ligt voor cider. Dus brengen wij binnenkort enkele fruitcidere op de markt. Eerst appel en mango, daarna breiden we verder uit.'

Berwal en Dhawan verontschuldigen zich, ze moeten ervandoor. 'We gaan ons label officieel registreren.' De mannen hebben veel energie gestoken in de aanvraag van de juiste vergunningen. 'We hebben er vijf jaar over gedaan om alles zo correct mogelijk op te zetten', zegt Amit. 'Om de juiste cidere te ontwikkelen, maar ook om alle benodigde papieren aan te vragen.'

Voor alcoholproducenten blijft de Indiase wetgeving een doolhof. Eind juli stond het Belgische AB InBev nog in Delhi terecht voor belastingfraude. Een rechter veroordeelde het bedrijf voor het dupliceren van belastinglabels op flessen. AB InBev kreeg een verkoop- en brouwverbod van drie jaar opgelegd. 'Zo'n verbod is niet goed voor de sector', reageert Ankur Jain. 'We werken in een sector vol uitdagingen. Wat voor fouten AB InBev ook gemaakt mag hebben, zo'n verbod veroorzaakt voor iedereen extra onzekerheid. De wet is niet altijd duidelijk. Het is niet gemakkelijk om een stabiele zaak op te zetten.'

In de cidermakerij proeft Srivastava een eerste partij appelcider. 'Perfect. We doen er nog wel wat extra suiker bij.' ●