



Épisode 1

Cultiver, fumer, manger – l'avenir du cannabis

Traduit de l'anglais

Date : March 20, 2020

Endriot : Toronto, ON

Durée : 9:03

Participants :

Brian Corcoran

Présentateur

C&B Studios

Jennifer Lee

Associée directrice

Plateformes de croissance et fondatrice
du groupe du secteur du cannabis de Deloitte

Deloitte Canada

Deborah Rosati

Entrepreneure and chef de la direction

Lift & Co, Khiron Life Sciences Corp

Women Get On Board



BC Bonjour, je m'appelle Brian Corcoran, et vous écoutez en ce moment le premier épisode du balado Un nouveau marché prometteur de Deloitte, qui explique le côté affaires du cannabis. Dans cet épisode, nous plongeons directement dans la deuxième vague de légalisation et dans l'avenir du secteur. J'ai le plaisir d'être en compagnie de deux leaders, deux femmes à l'avant-garde de ce secteur. D'abord Deborah Rosati, administratrice de sociétés au sein de Khiron Life Sciences et de Lift & Co, ancienne membre du conseil d'administration de MedReleaf, et fondatrice et chef de la direction de Women Get on Board. En notre compagnie également Jennifer Lee, associée directrice de Plateformes de croissance de Deloitte au Canada et au Chili, et membre de l'équipe de fondateurs du secteur du cannabis de Deloitte.

Lorsque nous regardons le secteur en ce moment, c'est tout simplement fascinant. Et je ne peux m'empêcher d'envisager ce que sera l'avenir. Maintenant que nous avons surmonté la plupart des obstacles liés à la légalisation pour nous concentrer sur l'innovation, nous voyons apparaître des produits de la deuxième vague de légalisation : des produits comestibles, des produits à usage topique, sous forme d'extraction ou de concentré, tout cela est nouveau et excitant. Est-ce une nouvelle frontière à découvrir? Commençons avec vous, Jennifer : sommes-nous en train de perdre l'essentiel ?

JL Les personnes qui fument du cannabis et celles qui le consomment sous forme de produits alimentaires sont deux types de consommateurs. Les premiers le font depuis longtemps et les deuxièmes sont relativement nouveaux. La grande question est : qui a le plus d'argent à dépenser? En fin de compte, c'est du commerce. Selon notre analyse, ce sont les consommateurs qui en font un usage alimentaire qui ont le plus d'argent. Alors, au fil du temps, ce groupe de professionnels, car ce sont souvent des professionnels, (qui ont grosso modo entre 25 et 45-50 ans) connaissent leurs meilleures années sur le plan des salaires et ils recherchent un produit plus sophistiqué et moins tabou. Donc sur le marché, vous êtes en concurrence avec une autre catégorie pour attirer ces consommateurs vers le secteur du cannabis. Et si ce ne sont pas des fumeurs, vous venez de les perdre. Je n'irai pas par quatre chemins : le secteur sera dominé par les produits comestibles, en tant que catégorie très vaste, et les soins de santé et de mieux-être seront à l'avant-plan.

BC Il y a un engouement pour les produits comestibles, mais j'ai du mal à imaginer que les boissons infusées pourraient rattraper l'alcool en raison des restrictions en matière de commercialisation que doivent affronter les entreprises du secteur du cannabis. Croyez-vous que ces restrictions sont là pour rester ou que cela changera avec le temps? Un jour ou l'autre, ces entreprises rivaliseront-elles avec les compagnies d'alcool? Jennifer, vous avez une certaine expertise dans ce domaine, j'aimerais entendre votre point de vue.



- JL** Vous savez, beaucoup des entreprises que je sers se sont plaintes lorsque la réglementation a été mise en place, mais ce que je réponds à ça, c'est qu'en réalité, il s'agit de sécurité publique. Le gouvernement n'a pas rédigé ces règles pour que nous fassions tous beaucoup d'argent. C'était mon premier point. Deuxièmement, si je fais le parallèle entre ces règles et les débuts de la prohibition, on ne pourrait pas comparer les compagnies d'alcool d'aujourd'hui à celles d'après la prohibition; il s'agit d'un parcours. Et je crois que ceux qui accèdent au marché du cannabis en ce moment le font avec une approche à long terme. Ils n'y entrent pas pour en sortir à brève échéance. Donc, pour ceux qui veulent faire ça, le secteur ne s'y prête plus. Parce que, selon moi, les restrictions en matière de commercialisation s'assoupliront au fil du temps, mais pas dans un avenir rapproché.
- BC** Je comprends. Mais ça semble indûment rigoureux. La réglementation en ce qui concerne la commercialisation et la promotion de l'alcool est beaucoup plus souple que pour le cannabis. Je ne vois pas pourquoi et je pense que je ne suis pas le seul dans ce cas. Que pensez-vous de ce deux poids deux mesures?
- JL** Je comprends et reconnais le sentiment de frustration des entreprises. Mais c'est un secteur qui n'avait pas encore fait l'objet de recherches étendues. Je rencontre beaucoup de scientifiques qui commencent à étudier les produits qu'il offre. Comment pouvons-nous en toute bonne conscience laisser les entreprises se lancer dans des initiatives de commercialisation sans études scientifiques à l'appui? Je crois que la communauté scientifique a l'occasion d'aider à faire reconnaître la légitimité du secteur, ce qui pourrait se traduire par un assouplissement des règles; et nous avons appris, de l'exemple du vapotage et de la toxicité des produits et des composants chimiques, ce qui se produit en l'absence de réglementation. Il n'y a pas de suivi. Quand je constate à quel point les marchés financiers alimentaient les décisions que prenaient les entreprises, je suis en fait soulagée que les règles du gouvernement aient été à ce point restrictives en matière de commercialisation. Maintenant, dans une perspective d'affaires, ça a été très dur, il y a eu un impact important. Mais pour la sécurité publique, c'était la bonne chose à faire. Je crois aussi que les restrictions en matière de commercialisation sont en quelque sorte une diversion et une excuse qu'utilisent des entreprises pour justifier le fait qu'elles ne font pas de bénéfices et qu'elles éprouvent des difficultés. Mais à mon avis, le manque de principes fondamentaux est le vrai problème. Mais, je le redis, c'était ce qu'il fallait faire. Par ailleurs, partout dans le monde, les gouvernements commencent à se pencher sur la légalisation du cannabis. Ils ne seront pas enclins à travailler avec des entreprises qui ont fait preuve de laxisme à l'égard de la santé publique. Prenons le cas de JUUL, qui valait facilement quelques milliards de dollars et dont la valeur est maintenant dérisoire. C'est ce qui arrive aux entreprises qui ont un incident de santé publique. Personne ne veut ça. Donc, je suis en faveur d'une réglementation pertinente pour protéger le public et favoriser le développement d'un secteur dynamique et viable à long terme.



- BC** Parlant du public, a-t-il besoin du secteur? Récemment, j'ai cultivé mes premiers plants légaux... et en trois mois, j'ai obtenu un rendement en matière sèche de quatre onces provenant de deux plants. C'était spectaculaire. J'étais tellement dépassé que je me suis mis à donner du cannabis à des membres de ma famille et à mes amis, et j'en ai cuisiné aussi. J'étais submergé de cannabis. Si chaque Canadien a droit à quatre plants à la maison, cela représente-t-il une menace pour le marché du commerce de détail? Ou les gens ne se donneront pas la peine de le faire? Deborah?
- DR** Je pense que ton intérêt est lié au fait que tu en consommes depuis 30 ans. Et ceux qui sont vraiment intrigués et qui veulent tenter l'expérience de cultiver des semences et faire la transition de la vente à l'usage personnel le feront. Mais est-ce que cette tendance sera si répandue que tout le monde voudra le faire? Je ne m'inquiéterais pas trop là-dessus. En tout cas, j'espère que tu as aimé ton expérience. Et peut-être que tu mérites maintenant le titre de « maître cultivateur » ...
- BC** Je recommande fortement l'expérience, ne serait-ce que pour la nouveauté de voir pousser ces plants; la satisfaction de voir ces géants se former est bien réelle!
- DR** Donc, tu dirais qu'il faut faire notre propre contrôle diligent?
- BC** Absolument, oui, et tu peux réclamer la dépense!
- DR** D'accord, Jen? Je t'envoie la facture!
- JL** Je crois que Deborah a raison. Ça prend des personnes spéciales qui ont non seulement la patience de cultiver des plants de cannabis, mais aussi l'expérience et les connaissances requises à cet égard. Comme nous l'avons dit, les nouveaux consommateurs sont pour la plupart des professionnels. D'après moi, ils préféreront simplement se rendre dans une boutique ou magasiner en ligne.



BC Une dernière question, plus amusante qu'autre chose... Est-il concevable que les dirigeants ne soient pas des consommateurs de cannabis?

JL Oh oui, je le pense.

BC Mais est-ce que ça n'évoque pas un Bill Gates qui n'utiliserait pas d'ordinateur?

JL Non, moi, par exemple, je ne consomme pas de cannabis et c'est par choix. Remarque, je ne bois pas beaucoup non plus et pourtant beaucoup de mes clients sont des compagnies d'alcool. Ce que je rechercherais chez les dirigeants serait les efforts et le temps qu'ils consacrent à comprendre leurs consommateurs et leur réelle volonté d'entendre et de traduire les besoins de ceux-ci, sans oublier le respect des principes fondamentaux de l'entreprise. Si je devais embaucher des dirigeants, c'est ce qui m'importerait. Et non pas le fait qu'ils consomment ou non du cannabis.

DR Tout à fait d'accord, et comme Jennifer, je ne suis pas une consommatrice, mais je suis très curieuse. J'ai reçu des échantillons de produits comestibles que j'ai apportés à la maison pour mon conjoint et mon fils. Par curiosité, j'y goûte pour voir si j'aime ça, pour savoir ce que ça fait. Je crois qu'il faut passer par cette étape. Si tu ne consommes pas et que tu es dans ce secteur, un esprit curieux ne peut pas nuire pour comprendre quel effet cela a. La curiosité prend le dessus... Je suis la première à dire que je ne consomme pas, mais le secteur me passionne et il va sans dire qu'il est important pour moi.

BC C'est tout le temps que nous avons pour aujourd'hui, mais écoutez notre prochain épisode; nous poursuivrons notre conversation avec Jennifer Lee et Deborah Rosati. Merci beaucoup à vous deux pour vos réflexions et vos perspectives. Et merci à vous qui nous écoutez.

—