

Deloitte.



CBD : pourquoi s'en soucier maintenant?

Examinez les faits et préparez-vous

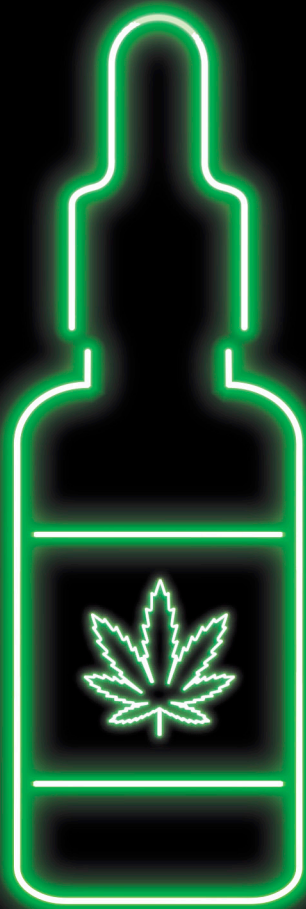


Table des matières

Qu'est-ce que le CBD?	4
Le potentiel sur le marché est important, mais les entreprises hésitent toujours	5
À mesure que le contexte relatif au CBD évoluera, l'engouement pourrait rapidement devenir réalité	6
Pourquoi il est temps d'agir	8
Prochaines étapes	9
Personnes-ressources	11



Le secteur des produits de consommation emballés est en effervescence en raison du potentiel du CBD de favoriser l'innovation et la croissance des produits. Néanmoins, de nombreuses entreprises ne savent pas quoi faire avec le CBD ou se demandent si elles devraient attendre avant de se lancer. L'adoption d'une approche prudente et fondée sur les faits peut permettre à ces entreprises de prendre les bonnes décisions stratégiques et de se positionner pour tirer parti des futures occasions relatives au CBD.

Qu'est-ce que le CBD?

Le CBD (connu scientifiquement sous le nom de cannabidiol) est une substance chimique qui se trouve dans les plants de cannabis, y compris le chanvre.

Le CBD peut aussi être créé de manière synthétique en laboratoire. Contrairement au THC (tétrahydrocannabinol), le CBD n'a pas d'effet euphorisant; par conséquent, les produits contenant du CBD sont plus recherchés que les produits contenant du THC. En raison de ses vertus anti-inflammatoires et thérapeutiques la vente de produits contenant du CBD a explosé sur plusieurs marchés nationaux. Les consommateurs achètent et utilisent notamment des aliments, des boissons, des capsules, des aérosols, des teintures, des huiles, des produits topiques et autres produits contenant du CBD pour atténuer l'anxiété, l'insomnie et les douleurs chroniques, améliorer la relaxation ou bénéficier de leurs vertus cosmétiques¹.

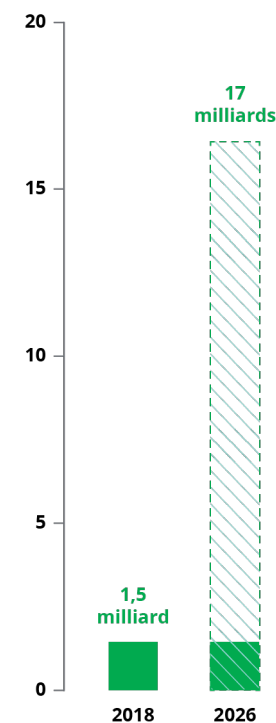
Le potentiel sur le marché est important, mais les entreprises hésitent

Le CBD est déjà une tendance incontournable en matière de santé et de mieux-être, et les produits contenant du CBD sont vendus par les chaînes d'épicerie haut de gamme, les marques des produits de beauté de luxe et les expositions de produits de santé. Selon des estimations prudentes, le marché mondial du CBD valait 1,5 milliard de dollars américains en 2018; on estime que d'ici 2026, sa valeur devrait croître à au moins 17 milliards de dollars américains³. La consommation augmente rapidement; par conséquent, il est clair que le CBD représente une occasion importante pour les entreprises du secteur des produits de consommation emballés.

Malgré cela, certaines entreprises hésitent à se lancer dans le développement de produits. Cette réticence est liée en partie aux préjugés qui persistent dans certains milieux à l'égard de l'utilisation du cannabis, exacerbés par la confusion de certains consommateurs et dirigeants en ce qui a trait à la différence entre le CBD et le THC. Les entreprises sont gardiennes de leur leur marque et leur réputation et, afin de les protéger, certaines entreprises attendent que des données scientifiques supplémentaires soient disponibles pour appuyer les assertions liées aux produits contenant du CBD et leur sécurité. Des entreprises américaines sont également rebutées par les divergences continues dans la réglementation liée au CBD. Les entreprises canadiennes, quant à elles, hésitent souvent parce qu'elles estiment que les exigences en temps, en coûts et en licences pour développer des produits contenant du CBD seront plus élevées que prévu.

Le potentiel du CBD sur le marché est trop grand pour être ignoré. On estime qu'un consommateur sur sept dans les marchés développés a déjà consommé du CBD sous une forme ou une autre², et que cette proportion augmentera à un consommateur sur trois.

Estimations du marché mondial du CBD



À mesure que le contexte relatif au CBD évoluera, l'engouement pourrait rapidement devenir réalité

La réticence de certaines entreprises à envisager des stratégies et le développement de produits contenant du CBD est compréhensible, compte tenu des incertitudes réglementaires et d'autres enjeux relatifs à son utilisation. Cependant, la situation change continuellement. Les entreprises qui attendent risquent d'être rapidement désavantagées par rapport à leurs concurrents.

Le contexte réglementaire continue d'évoluer. Nous pourrions voir la réglementation liée au CBD commencer à changer dans certains marchés au cours des 12 à 18 prochains mois – ce qui correspond au temps habituel de développement de produits dans le secteur des produits de consommation emballés :

- Au Canada, où les produits contenant du CBD vendus sans prescription sont régis par la *Loi sur le cannabis*, ces produits sont traités et vendus par l'intermédiaire de canaux autorisés. Les autorités ont ouvert des consultations en 2019 pour recueillir des commentaires sur l'achat, la fabrication ou la vente de produits de santé à base de cannabis afin de déterminer s'il fallait créer un canal de mise en marché légal pour les produits de santé dérivés du cannabis vendus sans prescription. Des groupes sectoriels, notamment l'Association canadienne des aliments de santé et l'Alliance commerciale canadienne du chanvre, demandent également la création d'un tel canal de mise en marché de produits contenant du CBD⁴.
- L'agence responsable des normes alimentaires du Royaume-Uni a aussi annoncé son intention de réexaminer l'application des règles relatives aux nouveaux aliments liés aux produits à usage oral contenant du CBD. À l'heure actuelle, le Royaume-Uni

et l'Union européenne considèrent que les produits contenant du CBD dérivé du chanvre qui n'ont pas de vertus médicinales sont de « nouveaux aliments » nécessitant une autorisation réglementaire pour être vendus aux consommateurs.

- Aux États-Unis, où l'adoption du Farm Bill de 2018 a ouvert la porte à la culture du chanvre et à la création de certains produits contenant du CBD dérivé du chanvre, les autorités ont de plus en plus de demandes du secteur afin d'émettre une désignation GRAS (Generally Recognized As Safe ou « généralement reconnu comme sécuritaire ») pour le CBD, ce qui permettrait l'utilisation de CBD dérivé du chanvre dans des produits vendus sans prescription, notamment des aliments et des suppléments alimentaires.

En outre, des scientifiques de partout dans le monde effectuent des recherches sur les vertus thérapeutiques et la sécurité du CBD. Plus de 600 essais cliniques sont en cours pour étudier la sécurité et l'efficacité du produit afin d'atténuer la douleur et l'anxiété, entre autres. Les résultats de ces essais et d'autres études pourraient ouvrir la porte à de nouvelles utilisations du CBD, et poser les assises scientifiques relatives aux données requises pour vérifier le profil de sécurité et justifier des changements réglementaires.

Certains acteurs du secteur des produits de consommation emballés ont commencé à élaborer des plans à l'égard du CBD. Ces entreprises ont depuis longtemps été des catalyseurs des marchés en raison de leur rendement et de leur discipline, notamment en ce qui a trait à leurs recherches, à leurs connaissances des consommateurs, à leur développement de produits, à leur marketing et à leur savoir faire en matière de distribution. En quelque sorte, le CBD pourrait se retrouver dans la même situation que les produits biologiques il y a quelques années : un produit de niche en voie d'être démarginalisé grâce au secteur des produits de consommation emballés.

Plus de 600 essais cliniques sont en cours pour étudier la sécurité et l'efficacité du produit afin d'atténuer la douleur et l'anxiété, entre autres.

Si le CBD démontre ses vertus avec preuve à l'appui, il a le potentiel de devenir un des ingrédients les plus novateurs des dernières décennies.

Pourquoi il est temps d'agir

Les entreprises dans le secteur des produits de consommation emballés qui gardent un œil sur l'avenir du CBD doivent agir maintenant et développer leurs stratégies et leurs plans de commercialisation, car l'inaction comporte des risques d'affaires importants. Les entreprises dans les marchés des produits visant à atténuer la douleur et l'anxiété et à faciliter le sommeil, entre autres, risquent de perdre des parts de marché au profit d'entreprises qui vendent des produits avec du CBD, si elles n'ont pas de produits équivalents à offrir. D'autres risquent de manquer des occasions de renforcer leur position existante notamment en améliorant avec du CBD, des théés de relaxation populaires. Si le CBD démontre ses vertus avec preuve à l'appui, il a le potentiel de devenir un des ingrédients les plus novateurs des dernières décennies.

En agissant maintenant, les entreprises seront en meilleure position pour mettre en marché leurs produits dès que les organismes de réglementation clarifieront les règles à l'égard de ces produits et en modifieront les restrictions. Le développement de produits prend habituellement des mois, voire des années. L'utilisation de ce nouvel ingrédient nécessitera une période d'apprentissage car il entraîne certaines complications : il n'a pas très bon goût et ses propriétés chimiques uniques ont un effet sur l'émulsification et l'absorption. Les entreprises qui agissent rapidement auront plus de temps pour comprendre les propriétés du CBD, s'y adapter et veiller à ce que leurs aliments, leurs boissons et leurs autres produits soient disponibles en temps opportun.

Prochaines étapes

Votre entreprise est-elle prête à saisir ce qui pourrait être une occasion importante en investissant dans le CBD? Voici par où commencer :



Élaborez votre plan de préparation stratégique

Renseignez-vous sur le CBD et les règlements en vigueur sur vos principaux marchés. Déterminez quels marchés et catégories ont le plus de potentiel de croissance fondée sur le CBD. Élaborez un plan de commercialisation. Déterminez également comment vous souhaitez effectuer le développement de vos produits contenant du CBD : en interne ou en collaboration avec un tiers.



Obtenez vos licences dès maintenant

Vous développez vos produits en interne? Si votre entreprise décide de développer ses propres produits contenant du CBD, vous devez obtenir les licences de recherche et développement pertinentes. Elles sont peu coûteuses : au Canada, par exemple, il faut environ six mois pour obtenir une licence de recherche.



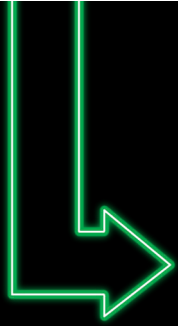
Effectuez des études de marché et de consommation

Les perspectives des consommateurs joueront un rôle essentiel dans l'amélioration de votre stratégie relative au CBD et le développement de vos produits. Déployez vos équipes responsables des études de marché afin de mieux comprendre l'ampleur de l'occasion et de déterminer quels produits les consommateurs voudront acheter.



Sélectionnez vos partenaires d'affaires et vos fournisseurs

Vous devez impérativement trouver une source normalisée de CBD qui répond à vos besoins de livraison de produits, qu'ils soient fabriqués en interne ou avec un partenaire. Si votre entreprise décide de développer des produits contenant du CBD avec des partenaires externes, cherchez et approuvez des partenaires potentiels dès maintenant.



Le CBD est en voie de devenir la prochaine grande occasion de croissance à l'échelle mondiale pour les entreprises du secteur des produits de consommation emballés au Canada et dans le reste du monde. Ne manquez pas cette occasion – informez-vous, entamez votre parcours et prenez des décisions stratégiques pour faire votre entrée sur le marché du CBD.

Personnes-ressources

Karina Lahnakoski

647-389-9277

klahnakoski@deloitte.ca

Brenna Boonstra

604-966-7249

bboonstra@deloitte.ca

Mary Beth Williamson

416-409-7231

mawilliamson@deloitte.ca

Valentina Vaguengueim

905-302-1724

vvaguengueim@deloitte.ca

À propos de Deloitte

Deloitte offre des services dans les domaines de l'audit et de la certification, de la consultation, des conseils financiers, des conseils en gestion des risques, de la fiscalité et d'autres services connexes à de nombreuses sociétés ouvertes et fermées dans différents secteurs. Deloitte sert quatre entreprises sur cinq du palmarès Fortune Global 500MD par l'intermédiaire de son réseau mondial de cabinets membres dans plus de 150 pays et territoires, qui offre les compétences de renommée mondiale, le savoir et les services dont les clients ont besoin pour surmonter les défis d'entreprise les plus complexes. Deloitte S.E.N.C.R.L./s.r.l., société à responsabilité limitée constituée en vertu des lois de l'Ontario, est le cabinet membre canadien de Deloitte Touche Tohmatsu Limited. Deloitte désigne une ou plusieurs entités parmi Deloitte Touche Tohmatsu Limited, société fermée à responsabilité limitée par garanties du Royaume-Uni, ainsi que son réseau de cabinets membres dont chacun constitue une entité juridique distincte et indépendante. Pour une description détaillée de la structure juridique de Deloitte Touche Tohmatsu Limited et de ses sociétés membres, voir www.deloitte.com/ca/apropos.

Notre raison d'être mondiale est d'avoir une influence marquante. Chez Deloitte Canada, cela se traduit par la création d'un avenir meilleur en accélérant et en élargissant l'accès au savoir. Nous croyons que nous pouvons concrétiser cette raison d'être en incarnant nos valeurs communes qui sont d'ouvrir la voie, de servir avec intégrité, de prendre soin les uns des autres, de favoriser l'inclusion et de collaborer pour avoir une influence mesurable.

Pour en apprendre davantage sur les quelque 312 000 professionnels de Deloitte, dont plus de 12 000 font partie du cabinet canadien, veuillez nous suivre sur LinkedIn, Twitter, Instagram ou Facebook.

© Deloitte S.E.N.C.R.L./s.r.l. et ses sociétés affiliées.

Conçu et produit par le Service de conception graphique de Deloitte, Canada. 20-6551T