

# Les chefs d'entreprise américains frappés par la fièvre verte

La légalisation du cannabis dans un nombre croissant d'États américains, à la fois pour un usage médical et récréatif, ouvre un nouveau marché de plusieurs milliards de dollars. Qui sera le Coca-Cola du secteur?

**ROEL VERRYCKEN**  
À NEW YORK

*«La première entreprise biotechnologique de l'industrie du cannabis»: tel est le slogan de Potbotics, la start-up de David Goldstein et son père Boris. Les Goldstein ont créé leur entreprise au début de cette année, à Palo Alto et New-York. Leur technologie, qui définit pour chaque consommateur de cannabis à usage médical la variété la plus adaptée à sa pathologie, est proposée sous la forme d'une app pour Smartphone et d'un kiosque numérique. «Vous indiquez votre problème – "j'ai des insomnies", par exemple, mais aussi, plus spécifiquement: "je souffre de démence due au HIV" – et la machine recommande la variété de cannabis qui vous convient le mieux. Aucun médecin ne le fait.»*

Goldstein et son père ont déjà levé trois millions de dollars mais recherchent activement d'autres bailleurs de fonds. Pour cela, ils font la tournée des salons spécialisés, comme celui organisé en début de mois par l'International Cannabis Association dans un hôtel de Times Square. L'ICA est une organisation new-yorkaise qui entend développer le marché du cannabis. L'arrivée du monde des affaires dans l'industrie du cannabis constitue en effet la dernière étape vers la légitimité. Il faut arracher le cannabis des mains des criminels et le placer entre celles des hommes d'affaires, sermonne Dan Humiston. Il a fondé l'ICA au début de cette année, après une longue carrière en tant que gérant de centres de bronzage. *«J'ai entrevu une opportunité dans cette nouvelle branche.»*

## Réunion au Mariott

Désormais, un salon du cannabis n'a plus rien d'une réunion de toxicos. La salle de congrès du Mariott est peuplée de costumes sur mesure, on y discute investissement et détails d'ordre législatif. Les visiteurs déboursent 500 dollars pour une journée de débats et de rencontres avec des collègues. *«C'est totalement différent d'il y a quelques années»,* reconnaît Anthony Stevens. Son entreprise, BioTrackTHC, a développé un logiciel qui permet de suivre les plants de cannabis de la semence à la vente, et compte notamment l'État de Washington parmi ses clients. Le public présent au salon de l'herbe est du

reste étonnamment varié. Au-delà des consultants et des entreprises technologiques, on trouve en effet des fabricants de chocolat au cannabis et de produits de bien-être, comme des shampoings et des aliments pour animaux domestiques.

Bien sûr, certaines de ces start-ups ont germé dans les cerveaux de consommateurs récréatifs. Comme Where's Weed, le bébé de Tyler Bartholomew et de deux cofondateurs, qui est un peu le «Yelp de l'herbe». Les trois amis ont construit un site et une application mobile où les consommateurs peuvent trouver des points de vente disponibles à proximité de chez eux, en fonction des produits recherchés. *«Nous pensons que l'initiative ne serait pas prise au sérieux. Force est pourtant de constater que la demande est réelle.»* Wheresweed.com est rentable et les trois amis ont récemment déménagé à Denver, dans l'État

du Colorado, qui se profile comme la capitale du cannabis aux États-Unis.

## Industrie en plein essor

Depuis que le Colorado en début d'année, puis l'État de Washington quelques mois plus tard ont totalement légalisé la consommation de marijuana, l'industrie du cannabis est en plein essor outre-Atlantique. De plus en plus d'autres États – près de la moitié du pays désormais – autorisent le cannabis à usage médical. Des chefs d'entreprises ambitieux évoquent la fièvre verte et une nouvelle ruée vers l'or. Plusieurs start-ups comptent bien être présentes dès le début. *«C'est le même esprit que celui qui animait les geeks qui bricolaient dans leur garage dans les années 70»,* s'enthousiasme Humiston. *«Vous vous réveillez un matin et vous êtes Apple. Nous sommes à la veille de quelque chose d'énorme. Reste à savoir qui sera le Coca-Cola du secteur dans 15 ans.»*

*«Comme les magnats du pétrole ou des dot-coms d'antan, ces chefs d'entreprises sont à la source d'une nouvelle industrie qui promet des richesses et une myriade de possibilités.»* C'est ainsi que la chaîne télévisée CNN faisait la promotion de High Profits, une émission où les journalistes suivent un duo de chef d'entreprises qui crée une chaîne de points de vente de marijuana.

## L'argent est là

Et l'argent est là. À New York, l'éditeur du magazine spécialisé High Times a récolté 300 millions de dollars pour un fonds private equity qui investira spécifiquement dans les entreprises actives dans le secteur de la mari-

juana. À San Francisco, au cœur de la Silicon Valley, The ArcView Group est un réseau de plus de 300 investisseurs aux poches bien garnies. La société a déjà investi plus de 14 millions de dollars dans 28 entreprises. En 2013, ArcView estimait le marché total du cannabis légal aux États-Unis à 1,5 milliard. Selon ses perspectives, ce sera 2,6 milliards cette année et 10 milliards en 2018. Et ces chiffres ne concernent que les ventes de plants, pas celles des nombreuses entreprises d'autres secteurs qui se ruent sur le marché: producteurs de systèmes de climatisation spécifiques pour les cultivateurs, comptables spécialisés, sociétés de gardiennage...

Malgré ce potentiel énorme, il subsiste des obstacles, reconnaissent les businessmen du cannabis. *«Le public nous considère toujours comme des dealers de drogue»,* sourit Andrew Hard, qui fabrique des cosmétiques sous le label Hempmeds. *«Pourtant, nous n'utilisons que des composants non psychoactifs dans nos crèmes.»* Les préjugés ont la peau dure, confirme Jason Draizon, dont le site marijuana-doctors.com cherche à mettre en relation patients et médecins.

## Législations multiples

La fragmentation de la législation freine également le développement d'activités à l'échelle nationale. Car chaque État applique ses propres règles et surtout, la consommation de cannabis reste strictement interdite – et passible de lourdes peines de prison – au niveau fédéral. Résultat: les chefs d'entreprises liées au cannabis ne peuvent ouvrir de compte en banque ou accepter de cartes de crédit, et sont donc obligés de traiter toutes leurs transactions en espèces. Ce qui les rend plus vulnérables, mais ouvre également des opportunités pour des sociétés spécialisées. Comme MPS, une entreprise familiale de Californie, depuis peu fournisseur de «Security Solutions for the cannabis industry».

*«Mon père a créé notre entreprise de sécurité*

traditionnelle il y a 47 ans», explique Michael Julian, CEO de MPS. Il y a un an, nous nous sommes spécialisés dans l'industrie du cannabis après avoir remarqué une forte demande de services professionnels parmi les cultivateurs et les vendeurs. L'État du Colorado estime le risque d'attaque à main armée à 50%. Nous connaissons la loi dans les moindres détails et nous prenons tout

en charge: formation du personnel, installation de caméras, jusqu'au convoyage des fonds et des produits par fourgon blindé. C'est un business "all cash", vous savez. Qui comporte des risques. Une énorme opportunité pour nous.»

**«C'est le même esprit que celui qui animait les geeks qui bricolaient dans leur garage dans les années 70.»**

**DAN HUMISTON**  
FONDATEUR DE L'INTERNATIONAL  
CANNABIS ASSOCIATION

## RÉFÉRENDUM LA VAGUE DE LÉGALISATION DÉFERLE

Les Américains élaient hier les nouveaux membres de leur Congrès. En même temps, le cannabis pourrait encore gagner du terrain aux États-Unis. L'Oregon, l'Alaska et l'État de Washington D.C. tenaient en effet un référendum sur la légalisation du cannabis à usage récréatif. Si les habitants votent oui – ce que promettent les sondages –, ils rejoindront bientôt le Colorado et l'État de Washington dans le giron des régions où l'économie du cannabis est entièrement légale. La légalisation a en tout cas bénéficié du soutien du New York Times, qui appelle à voter oui au motif qu'un marché légal est plus sûr et engendre des recettes fiscales: «L'interdiction fédérale d'une drogue beaucoup moins dangereuse que l'alcool est une erreur. Il est temps de sortir le marché de la marijuana de l'ombre et d'arrêter la vague des arrestations injustes.»

**En Floride, les électeurs pouvaient voter en faveur de la légalisation de la marijuana à des fins médicales.** Le quatrième État le plus peuplé des États-Unis serait ainsi le premier État du Sud conservateur à sortir le cannabis de l'illégalité totale.