

# Au Canada, la légalisation du cannabis prend des allures de fête nationale

Euphorie boursière, file d'attente devant les magasins, le marché est sur un nuage

MONTRÉAL - *correspondance*

Les traits tirés, Hugo est le premier dans la file qui s'étire rue Sainte-Catherine, dans le quartier des affaires de Montréal. Juste avant 10 heures, et l'ouverture de douze boutiques de la Société québécoise du cannabis (SQDC), plus de 200 personnes attendent leur tour.

Mercredi 17 octobre marquait l'entrée en vigueur de la loi canadienne légalisant la consommation de cette « drogue naturelle » à usage récréatif. Le Canada est le premier pays du G20 à emprunter cette voie, le deuxième au monde, après l'Uruguay, et possède déjà une industrie florissante.

De Terre-Neuve à la Colombie-Britannique, le coup de minuit a donné lieu à des fêtes au « pot » – surnom du cannabis dans les pays anglophones. D'autres se sont levés tôt. Devant la boutique de Montréal, jouxtant une pharmacie et face à un cinéma, l'atmosphère est fébrile. Hugo est arrivé à 3 h 30 du matin, bravant la pluie, pour être le premier. « C'est une très belle journée pour le Canada, à valeur symbolique pour moi », confie le grand gaillard.

A 10 heures, la porte s'ouvre et une clameur s'élève. Une vingtaine de clients pénètrent dans le hall d'accueil, sobre, sans présentoirs de produits. Première démar-

che: démontrer qu'ils ont bien 18 ans ou plus. Hugo disparaît ensuite derrière une cloison où se trouve la vraie boutique. Fleur séchée nommée « Nébuleuse », huile « Earth », atomiseur « Elixir », fleur moulue « Northern Lights »... Une centaine de produits sont disponibles, là comme sur le site de la SQDC qui, en une heure, a enregistré plus de 1 000 commandes.

## Consolidation du secteur

Hugo ressort de la boutique quelques minutes plus tard sous les hurras de la foule. « Mission accomplie », dit-il en allumant un joint sur le trottoir. Il exhibe sa récolte de fleurs séchées et de cigarettes préroulées, en précisant que « venir en magasin sera seulement un plan B » pour lui. Atteint d'arthrite sévère, il est déjà consommateur de cannabis à usage médical.

Selon l'agence Statistique Canada, 5 millions de Canadiens (16 % de la population) auraient consommé du cannabis en 2017, acheté principalement sur le marché noir, le reste pour des raisons médicales. Avec des prix concurrentiels, les autorités espèrent attirer rapidement au moins 50 % des consommateurs de cannabis illécite. Le cabinet d'audit Deloitte anticipe une hausse de 35 % de la consommation globale. Le marché est estimé à au moins 8 milliards de dollars canadiens (5,3 milliards

**Le marché est estimé à au moins 8 milliards de dollars canadiens, soit 5,3 milliards d'euros**

d'euros), « assez gros pour avoir un impact d'au moins 0,2 % sur le produit intérieur brut [PIB] du pays » au premier trimestre 2019, selon l'économiste en chef de la Banque TD, Derek Burleton.

Du coup, le secteur de la production, avec une centaine d'entreprises accréditées, a le vent en poupe et sa consolidation va bon train. Il a connu, au premier semestre, quarante-huit fusions ou acquisitions, d'une valeur de 5,2 milliards de dollars (4,5 milliards d'euros), selon PriceWaterhouseCooper. Mercredi, les actions « cannabis » demeuraient au plus haut à la Bourse de Toronto. L'euphorie sur les marchés a profité aux gros acteurs que sont Canopy Growth, Aurora, Aphria et Tilray. En cinq ans, la valeur du premier a été multipliée par 3 000 et sa capitalisation dépasse 18,7 milliards de dollars canadiens. Tous ont fait leurs pre-

miers pas avec le cannabis à usage médical et ont pris une longueur d'avance pour s'implanter en Europe et aux États-Unis.

L'action de Tilray s'est appréciée de plus de 800 % ces quatre derniers mois, après que l'entreprise a reçu un agrément américain pour fournir du cannabis médical. Aphria a acheté de son côté, pour environ 1,8 milliard de dollars, une part dans un hôpital privé de Berlin où sera créé un centre de traitement de la douleur. Les titres de ces sociétés sont aussi dopés par les perspectives de vente de produits au cannabis, qui aiguisent l'appétit du secteur des boissons, des laboratoires pharmaceutiques et de l'industrie agroalimentaire.

Ottawa devrait ainsi autoriser dans un an la vente de produits comestibles. Une explosion du marché est attendue, avec une diffusion sous forme de biscuits, de boissons, de glaces ou de bonbons, mais aussi de produits vétérinaires, cosmétiques et produits de santé naturels. Aurora discute ainsi avec Coca-Cola pour produire des boissons infusées au cannabis, tandis que Constellation Brands, distributeur de bières en Amérique du Nord, a investi récemment 5 milliards de dollars dans Canopy Growth. La grande aventure du cannabis ne fait que commencer. ■

ANNE PÉLOUAS