



Cannabis américain: le capitalisme en marche

Dans dix ans, le marché de la marijuana aux États-Unis pourrait peser 50 milliards de dollars. En attendant la légalisation au plan fédéral qui autoriserait les grands industriels à entrer en piste, les petits entrepreneurs de la fumette profitent d'une parenthèse enchantée pour croître et prospérer.

PAR SYLVAIN MENÉTREY

L'Amérique est un pays formidable. Après avoir mené de spectaculaires opérations antidrogue, coûteuses et souvent infructueuses, après avoir rempli ses prisons de petits dealers, les États-Unis sont en train de mettre en place le plus grand marché libre du cannabis au monde. De l'herbe légale vendue entre 4 et 8 dollars le gramme à Denver, mais dont le taux de THC est environ dix fois supérieur au foin fumé par nos ancêtres les hippies.

Au Colorado, où la vente de cannabis à usage récréatif est autorisée depuis 2014, tout le monde a le sourire. Aucun débordement majeur n'a été enregistré en termes de santé publique, de sécurité ou de criminalité. Six cents boutiques de cannabis ont poussé comme des champignons à travers l'Etat. Des recettes de

l'ordre d'un milliard de dollars ont été récoltées en 2015. Les caisses de l'État ont engrangé 135 millions de recettes fiscales supplémentaires. Enfin, le marché du travail et le tourisme se portent à merveille, merci.

22 MILLIONS DE CONSOMMATEURS
Des résultats positifs qui ont certainement influencé le choix des citoyens du Maine, du Massachusetts, du Nevada et surtout de la Californie, premier marché du pays avec ses 39 millions d'habitants, à accepter à leur tour en vote populaire la légalisation du cannabis à usage récréatif le 8 novembre 2016. Ils rejoignaient ainsi le Colorado, l'Alaska, l'Oregon, l'Etat de Washington et le district de Columbia qui ont déjà légiféré en ce sens.

La légalisation de la marijuana à

usage médical progresse elle aussi. La Floride, l'Arkansas et le Dakota du Nord ont rejoint une cohorte de

29 États qui autorisent cet usage du cannabis limité aux personnes détentrices d'un certificat médical.

Le Colorado a engrangé 135 millions de recettes fiscales supplémentaires

Le marché nord-américain du cannabis pour adultes pesait 6,7 milliards de dollars en 2016, en progression de 30% sur un an, selon le réseau d'investisseurs californien The Arcview Group, qui finance cette industrie. Mais surtout, selon les projections d'Ackrell Capital, une banque privée basée à San Francisco, il faut s'attendre à ce qu'il atteigne les 50 milliards d'ici à dix ans avec environ 30



millions de consommateurs réguliers. Dans leur rapport d'investissement de 2016 sur le marché du cannabis aux États-Unis, les analystes d'Ackrell Capital prédisent une légalisation sur l'ensemble du territoire en 2020.

LES RACISTES FUMENT AUSSI
Cependant, l'élection de Donald Trump au Bureau ovale épaissit le nuage d'incertitude autour de cette question qui reste sensible. Si le président élu s'est exprimé en faveur de l'usage thérapeutique du cannabis et a laissé entendre qu'il ne souhaitait pas interférer dans les affaires internes des États, il a toutefois nommé au poste de procureur général un opposant farouche à la marijuana en la personne de Jeff Sessions, sénateur républicain de l'Alabama. L'homme s'était fendu de la sinistre « blague » selon laquelle il approuvait les positions du Ku Klux Klan jusqu'à ce qu'il apprenne que certains de ses membres fumaient de l'herbe.

En charge de la Drug Enforcement Administration, Jeff Sessions pourrait sanctionner un certain nombre d'activités liées au cannabis, même si les entreprises incriminées respectent la loi de leur État. « Ce serait un suicide politique de la part de Donald Trump de s'ériger contre une série d'initiatives très populaires, même parmi ses soutiens », se rassure Troy Dayton, co-fondateur de The Arcview Group. Selon des sondages, la légalisation du cannabis, soutenue par une majorité d'Américains, transcende en effet les lignes partisans.

CONCURRENCE À LA BIÈRE
Le cadre légal incertain qui devrait perdurer offre une parenthèse

enchantée à une multitude d'entrepreneurs hardis qui peuvent se développer à l'ombre des grosses entreprises. Comme la loi fédérale prohibe le cannabis, les entreprises d'envergure nationale risquent des sanctions si elles s'aventurent sur ce marché. « Les règles du capitalisme favorisent généralement les grandes sociétés au détriment des plus petites organisations.

Mais dans le cas du cannabis, c'est l'inverse qui se produit. Les acteurs majeurs de l'économie ne veulent ou ne peuvent pas entrer sur ce marché pour l'instant », explique Troy Dayton. Selon lui, de nombreuses multinationales issues de secteurs divers comme l'agro-business, la logistique, la grande distribution, la pharmaceutique ou encore les fabricants d'alcool n'attendent que la fin de la prohibition pour se partager des pans entiers du secteur.

Certains de ces acteurs contrariés regardent pourtant les légalisations successives d'un mauvais œil. Des chiffres fournis par le cabinet d'analyse financière Cowen montrent une baisse de la consommation de bière dans les États où la marijuana est devenue légale, en particulier à Denver (Colorado) où elle a baissé de 6,4% en 2016. « Si les ventes de bières artisanales ralentissent, ce sont surtout les producteurs de bières industrielles comme Anheuser Busch et MillerCoors qui souffrent le plus vivement de la concurrence du cannabis », note encore Vivien Azer, experte des industries du tabac, de l'alcool et du cannabis chez Cowen.

LES INTÉRÊTS DE LA PHARMA
L'usage toujours plus fréquent du cannabis à des fins thérapeutiques, en particulier comme antidouleur,

pourrait, lui, avoir un impact négatif sur les ventes d'analgésiques et d'autres médicaments. La Floride, un État à la forte population de seniors consommateurs de médicaments, servira d'indicateur de ces éventuels changements d'habitude de consommation.

Preuve des intérêts antagonistes qui s'affrontent sur ce terrain, GW Pharmaceuticals, un laboratoire anglais coté au Nasdaq, défend la légalisation, car la société commercialise un médicament à base de cannabis qui soulage les crampes musculaires des patients atteints de sclérose en plaques. En revanche, le laboratoire américain Insys Therapeutics, lui

aussi coté au Nasdaq, a fait une donation de 500'000 dollars pour soutenir la campagne du non à la légalisation en Arizona. Soi-disant pour protéger la santé des enfants, mais plus vraisemblablement parce qu'il développe un médicament contre le cancer à base de THC de synthèse.

LES GROS MANGENT LES PETITS
Pressés par le temps, les desperados du cannabis récréatif tentent pour leur part d'atteindre une certaine taille critique avant que la loi fédérale n'évolue. C'est le cas, notamment, de Pete Williams, cofondateur de Medicine Man, le plus gros >

Date: 01.03.2017

SWISSQUOTE
ePRIVATE BANKING MAGAZINE

édition française

Swissquote Magazine
1196 Gland
022/ 999 95 44
www.swissquote.ch

Genre de média: Médias imprimés
Type de média: Magazines populaires
Tirage: 11'548
Parution: 6x/année



N° de thème: 729.006
N° d'abonnement: 729006
Page: 58
Surface: 187'901 mm²



LE MARCHÉ AMÉRICAIN EN CHIFFRES

6,7
milliards

Chiffre d'affaires 2016,
en milliards de dollars

60%

Part de la population en
faveur de la légalisation
du cannabis

22
millions

Nombre estimé de
consommateurs en
2024

50
milliards

Chiffre d'affaires
estimé en 2029,
en milliards de dollars

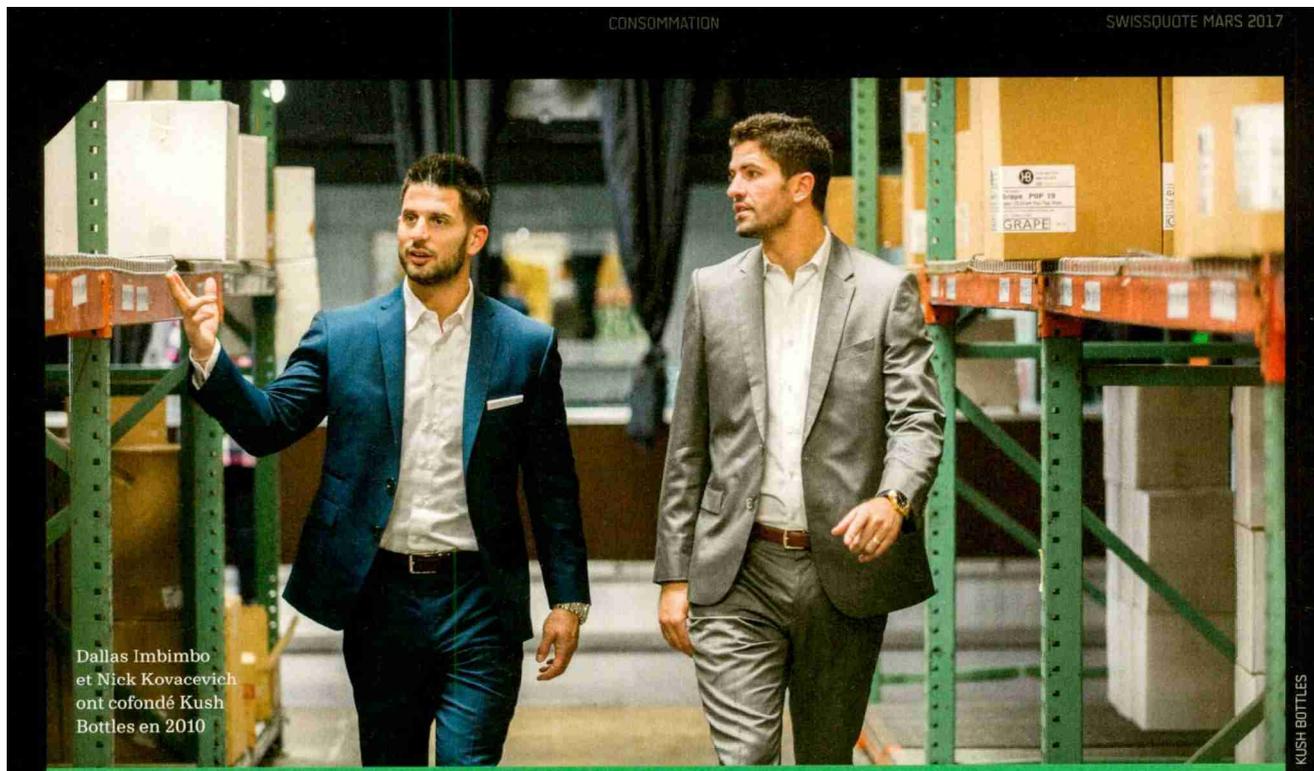
édition française

Swissquote Magazine
1196 Gland
022/ 999 95 44
www.swissquote.ch

Genre de média: Médias imprimés
Type de média: Magazines populaires
Tirage: 11'548
Parution: 6x/année



N° de thème: 729.006
N° d'abonnement: 729006
Page: 58
Surface: 187'901 mm²



Dallas Imbimbo
et Nick Kovacevich
ont cofondé Kush
Bottles en 2010

KUSH BOTTLES

KUSH BOTTLES, L'AUXILIAIRE COTÉ EN BOURSE

Des petites boîtes en silicone, en verre ou en métal pour conserver des biscuits, de l'huile, ou des fleurs de cannabis, des dizaines de modèles de vapo-teuses, des bongs, des moulins à herbe ou encore des sachets à zip avec sécurité enfant, le catalogue de Kush Bottles réunit plusieurs centaines d'articles d'emballage et d'équipements pour consommer le cannabis.

L'entreprise - dont le nom fait référence à une variété de plantes de cannabis originaire d'Afghanistan et particulièrement appréciée des rappeurs de la cote Ouest - a fait son entrée en Bourse en janvier 2016. « Nous avons pris cette décision, car nous savons que le cannabis va devenir un gros marché et nous voulons être sûrs d'obtenir les capitaux suffisants pour nous développer. C'était aussi pour nous une manière de faire connaître

et valoriser notre société aux yeux du public », témoigne Nick Kovacevich, le CEO et cofondateur de l'entreprise.

UN COMMERCE PROPRE | Kush Bottles emploie une quarantaine de personnes à son quartier général de Santa Ana en

Californie et dans ses succursales de Woodinville (Washington) et de Denver (Colorado). L'entreprise de B2B, fondée en 2010, n'a pris son envol commercial que quatre ans plus tard. « À nos débuts, malgré une demande pour nos produits, nous souffrions de la clandestinité à laquelle étaient réduits nos clients. Les agents fédéraux faisaient des descentes dans les dispensaires californiens. Leur fermeture engendrait une rotation trop forte de notre base de clients. Ce n'est que lorsque le Colorado a

légalisé le cannabis pour adultes que les agents fédéraux ont cessé d'intervenir », raconte Kovacevich.

Avec un chiffre d'affaires de 1,8 million de dollars en 2014, qui a grimpé à 4 millions en 2015, pour s'établir à 8 millions en 2016, l'entreprise suit une courbe de croissance rapide. La professionnalisation de l'industrie, et la volonté de la présenter comme un commerce propre, pousse les détaillants à soigner la présentation de leurs produits. Ils privilégient les emballages sur mesure proposés par Kush Bottles à ceux des entreprises d'emballage standard.

La société cultive la proximité avec ses clients par ses succursales locales. « Dans notre industrie, il est fréquent de payer en liquide, car nos clients n'ont pas



toujours de moyens de paiement électroniques. Nos succursales locales nous permettent aussi de nous tenir au courant des changements de régulations, qui sont toutes différentes d'un État à l'autre.» La légalisation du cannabis en Californie, mais aussi celle du Massachusetts, un État voisin de New York, laissent

augurer d'une croissance soutenue pour la société, qui planifie également de s'implanter au Canada et à Porto Rico et de faire quelques acquisitions.

RETOUR DES DÉMOCRATES
«Nous souhaitons atteindre un chiffre d'affaires de 100 millions de dollars d'ici

2020, au moment où une administration démocrate pourrait reprendre la Maison-Blanche et légaliser le cannabis au niveau fédéral.» Kush Bottles ne sera alors plus un menu fretin face aux grandes entreprises qui se ruent sur l'or vert et ses services auxiliaires.





cultivateur de plantes de cannabis au Colorado, dont le chiffre d'affaires s'élève à plus de 800'000 dollars. Il travaillait dans une entreprise de construction avant d'emprunter de l'argent à sa mère pour lancer son business. Et aussi, de Peter Knobel, qui dirige la chaîne de magasins haut de gamme Native Roots et a fait fortune dans l'immobilier des stations des Rocheuses. Interrogé par le journal économique français *Les Echos*, Jeremy Bamford, dirigeant et fondateur du site Potguide, qui ambitionne de devenir le Trip Advisor du cannabis, remarquait que « les magasins artisanaux, ouverts par des amateurs qui faisaient pousser l'herbe dans leur cave, ont été vite rachetés par les plus gros. »

Milliardaires et top managers de grandes entreprises se bousculent désormais pour financer ces jeunes pousses

Ces entrepreneurs aux reins plus solides doivent néanmoins affronter des obstacles liés à la prohibition fédérale. Ils n'ont pas la possibilité d'emprunter

auprès des banques, ni même souvent d'ouvrir des comptes pour leur société. Les institutions de paiements à crédit comme Visa rechignent à leur fournir des terminaux à cartes. Les clients doivent donc régler leurs achats en liquide, comme sur le marché noir.

LES SERVICES AUXILIAIRES PROSPÈRENT

Des tourments que ne connaissent pas les entreprises qui fournissent des services auxiliaires, un secteur en pleine expansion. Des plateformes communautaires en ligne comme Weedmaps (« le Yelp du cannabis »), le réseau social Massroots (« le Facebook du cannabis »), ou Potguide (cité plus haut) fleurissent en Californie ou au Colorado. Basée à Denver, la start-up Flowhub de Kyle Sherman a développé en 2015 un logiciel de gestion des stocks et de traçage du produit de la graine à la vente. Cannasure fournit des services d'assurance pour les cultivateurs de cannabis. Growcentia s'est, elle, spécialisée dans la production d'engrais pour les plantes de cannabis.

« Non seulement ces entreprises peuvent se développer en toute liberté car elles ne violent pas le

droit fédéral, mais elles fournissent des services nécessaires à une industrie qui en manque cruellement », analyse Troy Dayton. The Arcview Group a financé quelques-unes de ces start-up, injectant 86 millions de dollars dans 133 entreprises depuis sa création en 2010. Réticents il y a cinq ans, milliardaires et top managers de grandes entreprises se bousculent désormais pour financer ces jeunes pousses Made in USA. Ce tissu d'entreprises conquérantes pourrait rapidement exporter ses produits à l'étranger. Le Canada, la Colombie, l'Australie, ou encore l'Espagne s'affirment comme les prochains pays prêts à légaliser. Pour Troy Dayton, il semble acquis qu'ils suivront l'exemple du marché libre à l'américaine, et non celui d'un marché protectionniste à l'uruguayenne, premier pays au monde à avoir légalisé la consommation de drogues douces, mais où l'État contrôle la distribution en pharmacies. « À l'avenir, au lieu d'exporter une guerre contre la drogue préjudiciable, les États-Unis vont exporter des produits à base de cannabis », prophétise le co-fondateur d'Arcview. ▲