

LE LOBBY DU CANNABIS :

Les grandes manœuvres dans la perspective d'une légalisation

Association
Addictions
France



DÉCRYPTAGES N° 37

*Nicolas Simon
Bernard Basset
Alain Rigaud
Myriam Savy*

JUIN

20
19



JUIN 2019 Numéro 37

LE LOBBY DU CANNABIS



Les grandes manœuvres dans la perspective d'une légalisation

Nicolas Simon

Bernard Basset

Alain Rigaud

Myriam Savy

La masse des consommateurs comme clientèle potentielle

6

Le dilemme et l'indécision des politiques

6

Effets thérapeutiques et effet pour la santé

8

Le soutien à l'emploi et à l'économie

9

Les industriels du cannabis

9

Les industriels du tabac et de la vape

10

Les industriels de l'alcool

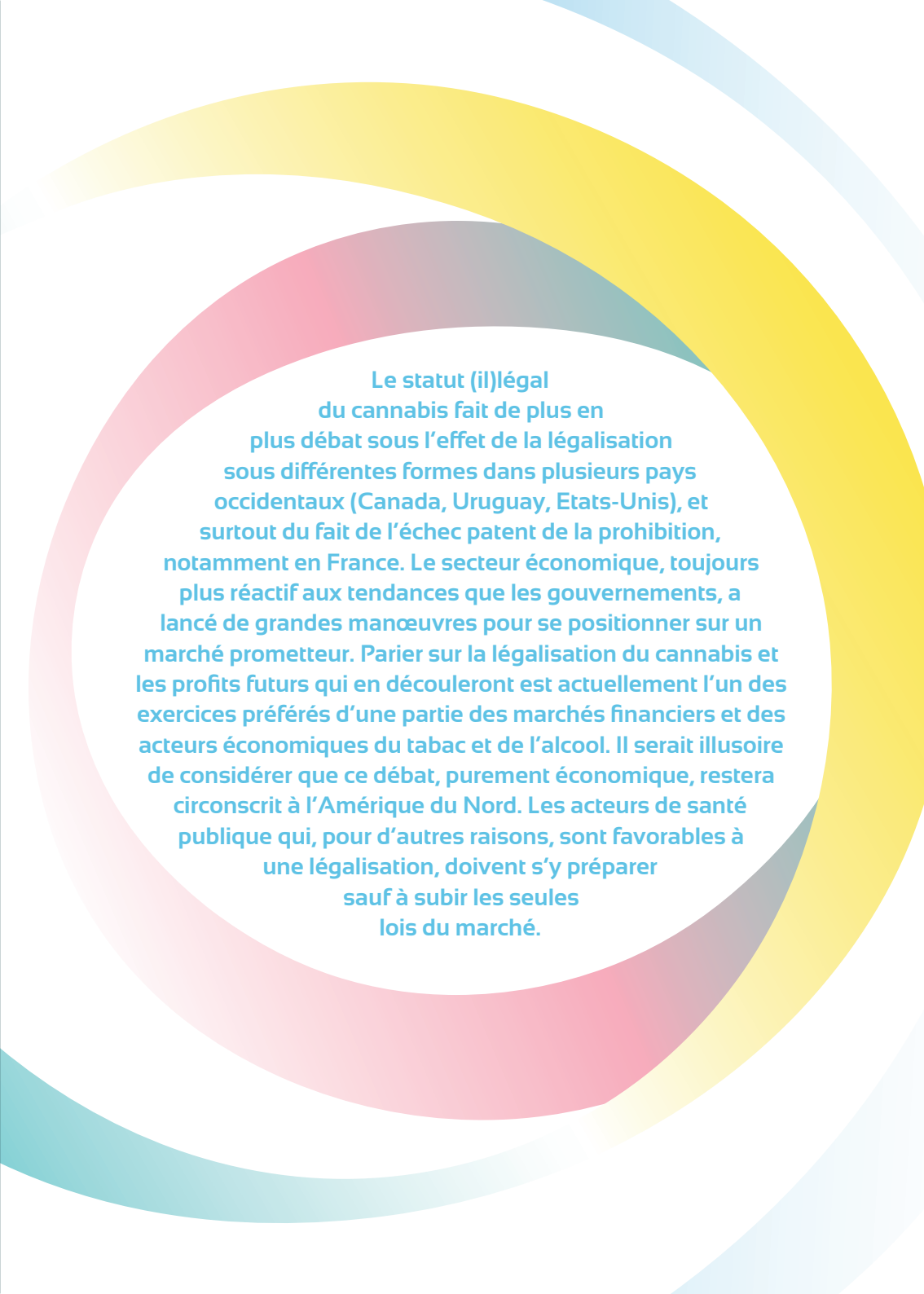
11

Le positionnement de santé publique

11

Conclusion : l'exigence d'un débat transparent

12



**Le statut (il)légal
du cannabis fait de plus en
plus débat sous l'effet de la légalisation
sous différentes formes dans plusieurs pays
occidentaux (Canada, Uruguay, Etats-Unis), et
surtout du fait de l'échec patent de la prohibition,
notamment en France. Le secteur économique, toujours
plus réactif aux tendances que les gouvernements, a
lancé de grandes manœuvres pour se positionner sur un
marché prometteur. Parier sur la légalisation du cannabis et
les profits futurs qui en découleront est actuellement l'un des
exercices préférés d'une partie des marchés financiers et des
acteurs économiques du tabac et de l'alcool. Il serait illusoire
de considérer que ce débat, purement économique, restera
circonscrit à l'Amérique du Nord. Les acteurs de santé
publique qui, pour d'autres raisons, sont favorables à
une légalisation, doivent s'y préparer
sauf à subir les seules
lois du marché.**

La masse des consommateurs comme clientèle potentielle

Dans un monde de plus en plus dérégulé et guidé par le profit, il est inéluctable que la clientèle potentielle constituée par les millions de consommateurs de cannabis intéresse des entreprises en recherche permanente d'opportunités de développement. Les estimations sur la taille de ce marché ne peuvent laisser indifférents des investisseurs :

- 192 millions de consommateurs de cannabis dans le monde¹
- 3,9 millions de consommateurs en France, dont 1,2 million de consommateurs réguliers. En 2017, près d'un adulte âgé de 18 ans à 64 ans sur dix (11 %) et un adulte de 18 ans à 25 ans sur quatre (26,9 %) a fumé de ce produit au moins une fois dans l'année².

Sur un plan strictement économique, laisser un marché aussi important aux seules mains des réseaux criminels est une aberration. Malgré l'ingéniosité des financiers et les circuits complexes de blanchiment aux marges de la loi, l'argent sale issu du commerce de la drogue se recycle plus difficilement dans l'économie générale que celui provenant d'un commerce légal et demeure une source de risque permanent pour ceux qui s'y aventurent. Dès lors, la tentation est grande, indépendamment de toute considération morale ou de santé publique, de faire du cannabis un commerce légal. Les arguments pour y parvenir peuvent être soutenus en sous-main par les milieux d'affaires, mais ils peuvent entrer aussi en résonance avec les positions en faveur d'une régulation du cannabis prises par certains politiques ou, pour des raisons différentes, par des acteurs de santé publique. Il est donc nécessaire de se préparer à décrypter les discours qui, tout en ayant la même cible (la légalisation du cannabis), poursuivent des objectifs et des modalités de mise en œuvre différents.

Le dilemme et l'indécision des politiques

Aucun responsable politique, au plan national ou international, n'oserait probablement proclamer haut et fort aujourd'hui que la prohibition et la répression de l'usage est une réussite. Le constat est assez partagé sur l'échec de la guerre à la drogue initiée par les Etats-Unis dans les années 70 (Convention ONU 1961, Nixon 1971).

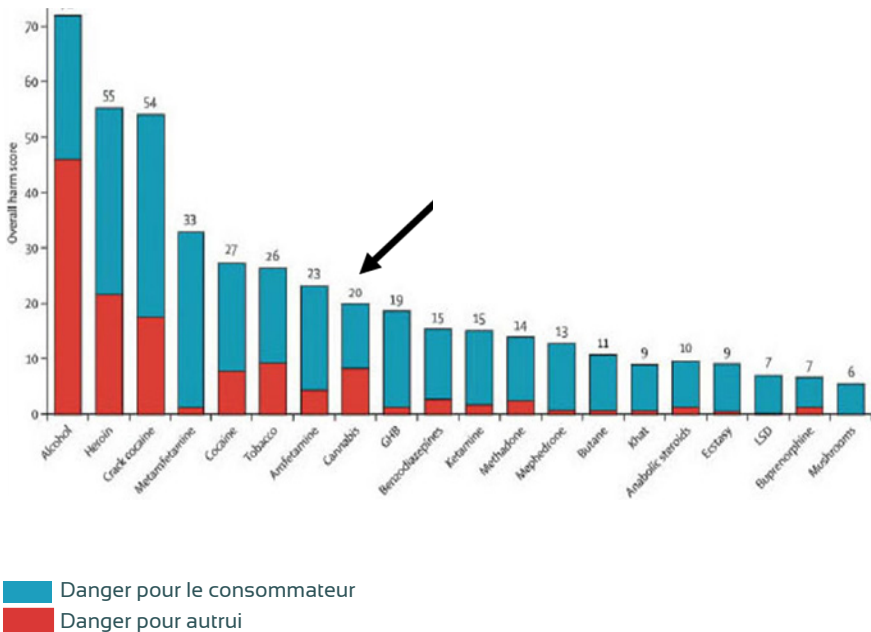
La possibilité d'ouvrir des débats sereins sur la politique la plus adaptée à mener doit cependant faire face à de nombreuses difficultés :

- L'interdit moral qui frappe le commerce d'une drogue dont l'Etat tirerait profit. Bien évidemment, cet interdit moral n'est pas opposé au commerce du tabac et de l'alcool, des drogues au bilan bien plus sombre que le cannabis (75 000 morts par an pour le tabac en France et 41 000 pour l'alcool) ;

1 • http://www.unodc.org/wdr2018/prelaunch/WDR18_Booklet_1_EXSUM.pdf

2 • <https://www.santepubliquefrance.fr/Accueil-Presses/Tous-les-communiqués/Usages-de-substances-psychoactives-illicites-en-France-resultats-du-barometre-sante-2017>

- La protection de la jeunesse est constamment évoquée pour une raison essentielle : un responsable politique ne veut pas être soupçonné de mettre la jeunesse en danger en lui facilitant l'accès à une drogue. Qu'importe que cette drogue soit moins dangereuse que les drogues légales, la rupture symbolique qui consiste à faire passer un produit de l'ombre de l'illégalité à la lumière du commerce banal n'est pas sans risque pour l'image qu'il veut donner auprès de ses électeurs ;
- La représentation des drogues : la frontière entre produits licites et produits illicites n'est pas basée sur les seuls effets sur la santé, mais grandement sur l'histoire du produit et de sa consommation. Le statut illicite d'un produit lui confère une image de risque plus important par rapport à un produit légal. Les risques, réels, liés à la consommation de cannabis (troubles de l'attention avec des risques dans certaines circonstances, en particulier lors de la conduite automobile, la nocivité pour les adolescents et, dans de très rares cas, le développement de psychoses ou l'apparition précoce de leurs symptômes), ne sont pas perçus par une partie de la population comme moindres par rapport à ceux du tabac et de l'alcool, en dépit de toutes les études de comparaison sur la dangerosité des drogues. A ce sujet, on peut citer le rapport remis en 1998 par le Professeur Roques à Bernard Kouchner, ministre de la santé, ou plus récemment par David Nutt³ qui classe le cannabis loin derrière l'alcool, l'héroïne, le crack, la cocaïne, le tabac et les amphétamines :



3 • Development of a rational scale to assess the harm of drugs of potential misuse, Prof David Nutt, and al. The Lancet, mars 2007.

L'indécision des politiques ou leur manque de courage pour expliquer et mettre en place une politique reposant sur des bases scientifiques créent les conditions d'une stratégie de lobbying dans laquelle les objectifs de santé publique ne sont pas nécessairement prépondérants. Ce lobbying, encore discret puisque le cannabis est interdit, ne se prépare pas moins à une légalisation qu'il juge inéluctable. Les arguments avancés vont de l'apport aux finances publiques que la taxation du produit rapporterait, au développement des entreprises en passant par la création d'emploi, voire la réinsertion des petits dealers des cités.

Il est également nécessaire de distinguer clairement l'usage récréatif de l'utilisation à des fins thérapeutique⁴ car, en cas de légalisation, le secteur économique peut avoir avantage à être présent sur les deux champs et à créer la confusion.

Effets thérapeutiques et effets pour la santé

Les effets thérapeutiques du cannabis sont connus dans certains cas. Ils relèvent donc de la pratique et de la recherche médicales afin que les prescriptions reposent sur des situations cliniques bien définies et des compositions et des dosages standardisés. L'Agence Nationale de Sécurité du Médicament a ouvert la porte en décembre 2018 à l'utilisation de produits issus du cannabis à des fins thérapeutiques.

Mais si le soulagement des malades est indéniable dans certaines indications cliniques, cette utilisation pour des patients ne saurait servir d'argument pour une promotion du cannabis à titre récréatif. Cette distinction est d'autant plus importante que certains industriels qui se prépositionnent sur le cannabis, parmi lesquels de grandes marques d'alcool⁵, n'ont jamais hésité à prétendre contre toutes les données scientifiques que l'alcool serait bénéfique pour la santé. En clair, l'effet thérapeutique de certaines molécules issues du cannabis ne signifie nullement que le cannabis est bon pour la santé. Le consommateur de cannabis recherche, comme avec tous les produits psychoactifs, un plaisir, qui ne doit pas s'appuyer sur des arguments spécieux. Et le lobby commercial du cannabis devra être dissuadé de les utiliser. C'est pourquoi les activités pharmaceutiques sur les produits issus du cannabis devront être nettement séparées des activités commerciales du cannabis récréatif. Le conditionnement des produits issus du cannabis pour un usage thérapeutique doit être clairement différents des formes utilisées pour une visée récréative.

4 • Cf. ANPAA, Décryptages n° 33 : « Cannabis thérapeutique. Les lois de la science. », septembre 2018.

<https://www.anpaa.asso.fr/images/media/TELECHAR-2018/d-33-10-09-2018-Cannabis-et-therapeutique-actualis.pdf>

5 • <http://www.lefigaro.fr/international/2019/02/06/01003-20190206ARTFIG00221-en-israel-un-ex-chef-de-la-police-se-reconvertit-dans-le-cannabis.php>

6 • <http://www.lefigaro.fr/international/2019/02/06/01003-20190206ARTFIG00221-en-israel-un-ex-chef-de-la-police-se-reconvertit-dans-le-cannabis.php>

7 • http://www.lepoint.fr/societe/creuse-le-cannabis-pour-redynamiser-le-territoire-02-06-20182223566_23.php

Le soutien à l'emploi et à l'économie

Dans le contexte actuel, les opportunités de soutien à l'emploi sont d'abord évoquées à propos du cannabis à des fins thérapeutiques. Certains pays en ont fait une priorité de développement comme Israël où une firme a embauché un ancien premier ministre, Ehud Barak, un ancien ministre de la justice et un ancien chef de la police nationale⁶. Une quarantaine de pays à ce jour ont autorisé le cannabis à des fins thérapeutiques⁷.

C'est aussi pourquoi en France, les responsables du département de la Creuse ont demandé au gouvernement de soutenir l'innovation et le dynamisme local en créant une filière locale pour l'industrie du cannabis à visée thérapeutique. Il est vrai que la création d'une nouvelle activité économique, l'augmentation des recettes fiscales, voire le développement du tourisme grâce au commerce du cannabis, ne peuvent laisser indifférentes des collectivités locales aux abois. L'expérience du Colorado⁸ peut faire bien des envieux.

Mais, signe que les choses évoluent, le premier ministre du Luxembourg a annoncé en décembre 2018 qu'il envisageait que son pays dépénalise la production et l'usage récréatif du cannabis. Le Luxembourg étant connu pour son libéralisme économique débridé et sa créativité financière, il est évident que si cette politique était mise en œuvre au cœur de l'Union Européenne, elle ferait exploser tous les atermoiements et hypocrisies sur le sujet du cannabis. Elle poserait cependant immédiatement le problème de la régulation du marché d'un produit psychoactif qu'il est indispensable d'anticiper.

Récemment, deux économistes français réputés, Emmanuelle Auriol et Pierre-Yves Geoffard, membres du Conseil d'Analyse Economique, organisme placé au Premier ministre, se sont prononcés pour une légalisation régulée du cannabis⁹. Outre les arguments habituels sur l'échec de la politique actuelle, les deux économistes développent des hypothèses précises qui, tout en encadrant le commerce du produit et protégeant les mineurs, permettraient d'alimenter les caisses de l'Etat (2 milliards en hypothèse basse), de créer des emplois qui pourraient être rémunérés à hauteur de 1,2 SMIC (entre 27 000 et 57 000) et feraient entrer des cotisations sociales (230 à 530 millions d'euros). Nul doute que ces travaux, parfaitement argumentés, inspireront un certain nombre d'acteurs économiques et, on peut l'espérer, de responsables politiques dans la période actuelle de difficultés des finances publiques et de l'emploi.

Les industriels du cannabis

En attendant que le statut légal du cannabis soit plus permissif, les entreprises du secteur, essentiellement nord-américaines, se positionnent pour maîtriser le plus tôt possible leurs propres chaînes d'approvisionnement afin de ne pas faire défaut à une demande unanimement considérée comme potentiellement très importante.

8 • <https://www.lesechos.fr/2017/04/cannabis-les-premieres-lecons-de-la-legalisation-aux-etats-unis-165575>

9 • Cannabis : comment reprendre le contrôle, note n°52, juin 2019 <http://www.cae-eco.fr/IMG/pdf/cae-note052.pdf>

10 • <https://www.lesechos.fr/2017/04/cannabis-les-premieres-lecons-de-la-legalisation-aux-etats-unis-165575>

En Europe, le développement s'accélère et plusieurs entreprises se sont déjà implantées alors que le marché pourrait représenter plusieurs dizaines de milliards d'euros, à la fois sur le cannabis thérapeutique et récréatif. On peut citer dans les arrivées récentes (2018 et 2019) :

- **Tilray** : une société canadienne de produits pharmaceutiques et de cannabis, constituée aux États-Unis et dont les principales installations sont situées à Toronto, en Ontario. Tilray est également présente en Allemagne, au Portugal, en Australie et en Nouvelle-Zélande et en Amérique latine. L'action de cette entreprise avait dépassé les 100 % de cotation boursière en quelques semaines¹¹.
- **Canopy Growth** : une entreprise canadienne spécialisée dans la production et la distribution de cannabis à usage médical. Cette entreprise emblématique du secteur s'est installée en Espagne, en Allemagne, au Danemark, au Royaume-Uni ou encore en Pologne. Le groupe a vu son bénéfice exploser de 660 % en 2017.
- Mais on peut encore citer **Aurora cannabis** en Allemagne, **Supreme cannabis** à Malte, **ICC International Cannabis** au Portugal, **Aphria** au Danemark, **The Green Organic Deutchman** en Pologne.

Les industriels du tabac et de la vape

Même si le marché mondial des cigarettes est encore important (de l'ordre de 470 milliards d'euros), les cigarettiers doivent faire face au recul de la consommation de tabac. Le produit Tabac n'est plus défendable et les pratiques de ce secteur industriel marquées par les tromperies et la corruption ont totalement dévalorisé son image. De nombreux pays ont pris des mesures de restrictions pour protéger la santé et font des campagnes sur les risques de maladies liées à la consommation de cigarettes. Dès lors, pour survivre, les cigarettiers doivent adapter leur stratégie. La première réponse à ces difficultés est de diversifier sa gamme de produits. A l'offre de cigarettes classiques, les cigarettiers vont ajouter le tabac chauffé (marque IQOS), guère moins nocif, et le vapotage. Le premier cigarettier mondial, le groupe Altria (Marlboro), est ainsi entré au capital de Juul, une start-up du vapotage en plein essor, qui a raflé en moins d'un an les trois quarts du marché de la vapoteuse aux États-Unis¹².

L'autre axe de développement est celui de la conquête de nouveaux marchés. Il n'est pas difficile de comprendre que le savoir-faire des cigarettiers peut être transposé assez facilement dans la promotion de la consommation de cannabis. Altria-Marlboro a publiquement annoncé un investissement de 1,6 milliard d'euros pour la prise de participation de 45 % (avec la possibilité de monter jusqu'à 55 %) dans Cronos Group, une entreprise installée au Canada, spécialisée dans les produits à base de cannabis. Le patron d'Altria estime sans surprise qu'il "s'agit d'un secteur émergent au niveau mondial qui devrait connaître une croissance rapide au cours de la prochaine décennie".

11 • <https://www.24heures.ch/economie/cannabis-devient-enjeu-cigarettiers/story/24744904>

12 • <https://www.quechoisir.org/actualite-juul-une-cigarette-electronique-fortement-dosee-ar-rive-en-france-n61998/>

La stratégie des cigarettiers peut ainsi poursuivre plusieurs objectifs :

- compenser les pertes dues à la baisse de la consommation de tabac,
- investir de nouveaux marchés,
- mais aussi offrir une gamme de produits très étendue, que ce soit sur le tabac ou le cannabis, pour répondre à tous les types de consommation.

Les acteurs de la santé publique ont évidemment tout à craindre de l'arrivée dans ce secteur d'acteurs industriels qui ne se sont jamais signalés par une éthique exempte de tout reproche dans leurs activités passées, et qui utilisent leurs compétences de lobbying au service du futur marché du cannabis. "Auparavant, dans les colloques sur le cannabis, on croisait essentiellement des militants, maintenant on voit de plus en plus de professionnels en costards cravates", remarque l'économiste Pierre-Yves Geoffard .

Les industriels de l'alcool

Si les cigarettiers se saisissent de toutes les opportunités, les alcooliers avaient ouvert la voie. Le propriétaire de la bière Corona, le groupe américain de spiritueux Constellation Brands, avait fait sensation en 2018 en déboursant près de 4 milliards de dollars pour monter au capital de la société canadienne Canopy Growth et en détenir 38 %.

Il a été suivi par le géant de la bière AB Inbev (Budweiser, Stella Artois...) qui a dévoilé son partenariat avec Tilray.

L'entreprise britannique DIAGEO (Bailey's, Johnnie Walker, Smirnoff, Guinness...) a fait état de ses démarches pour rentrer sur le marché des boissons faites à partir de cannabis. L'entreprise aurait rencontré au moins trois sociétés canadiennes du cannabis pour discuter de la possibilité de créer de nouvelles boissons infusées .

Heineken a lancé une bière infusée au cannabis pour l'instant commercialisée uniquement aux Etats-Unis.

Bien que Pernod Ricard n'ait pas l'intention de s'impliquer dès aujourd'hui dans le cannabis, le géant français surveille les évolutions du marché : "Nous regardons de près ce marché. Même si, à ce stade, il est encore difficile de se prononcer. Mais il y a une vraie question à se poser", déclare Alexandre Ricard, PDG de l'entreprise .

Tout comme les cigarettiers, les alcooliers avancent leurs pions être pour dans la meilleure position possible lors de l'ouverture du marché du cannabis récréatif, ouverture qu'ils considèrent comme inévitable.

Le positionnement de santé publique

Rien ne serait plus dommageable pour la santé publique que de laisser les acteurs économiques décider seuls du cadre de la commercialisation du cannabis. Si les acteurs de l'addictologie et de la santé publique sont unanimement en faveur de la légalisation du produit – les inconvénients de

la prohibition étant bien supérieurs aux prétendus bénéfices d'une répression en réalité inefficace sinon inopérante –, il importe de ne pas être naïfs par rapport aux grandes manœuvres d'acteurs économiques, notamment les cigarettiers et les alcooliers, dont les pratiques ne sont pas marquées par un souci évident et premier de protéger la santé.

- C'est pourquoi, cette légalisation devra trancher plusieurs questions :
- la distinction nécessaire entre cannabis récréatif et cannabis thérapeutique, y compris pour la production et la distribution, celle du cannabis thérapeutique relevant de la médecine et de la pharmacie ;
- la régulation du marché du cannabis récréatif selon une logique identique pour tous les produits psychoactifs légaux, d'autant plus indispensable que les entreprises du cannabis seront identiques, ou fortement imbriquées, à celles commercialisant le tabac et l'alcool :
 - encadrement/interdiction de la publicité
 - encadrement de l'offre (production, réseaux de distribution, points de vente,...)
 - encadrement de la composition des produits mis en vente (taux de THC,...)
 - politique de prix encadrée par l'Etat (fiscalité / taxes / prix minimum)
 - interdiction de vente aux mineurs
 - interdiction du parrainage par les industriels du cannabis
 -

Les autorités de santé et les acteurs de santé publique doivent se préparer concrètement à répondre sur tous les plans pour proposer les conditions concrètes de la légalisation du cannabis afin d'éviter qu'elles ne soient définies selon des logiques uniquement économiques.

Conclusion : l'exigence d'un débat transparent

Alors que jusqu'à présent les gouvernements préfèrent s'enfoncer la tête dans le sable pour éviter un débat complexe mais nécessaire face à l'évolution inéluctable vers la légalisation du cannabis, le lobby économique s'est mis en branle avec une réactivité et une puissance que les acteurs de santé doivent analyser et auxquelles ils devront réagir, sauf à se voir opposer une logique qui n'est pas la leur et qu'ils ne pourront cautionner. L'implication des industriels du tabac et de l'alcool, dont ils connaissent les objectifs et les méthodes, dans la future économie du cannabis récréatif doit les inciter à se mobiliser sans moralisme ni naïveté pour la promotion et la défense de la santé. Ils doivent exiger un débat national sur ce sujet et y participer avec leurs valeurs et leurs exigences.

Décryptages N°36

French Paradox :

Histoire d'un conte à boire debout

Décryptages N°35

L'autorégulation des pratiques commerciales des alcooliers :
Efficacité ou leurre ?

Décryptages N°34

Baclofène : *Entre science et médias*

Décryptages N°33

Cannabis et thérapeutique :
Les lois de la science

Décryptages N°32

Un univers alcoolique :
La pression publicitaire au quotidien

Décryptages N°31

Les jeux : *Hasard, argent, vidéos et illusions*

Décryptages N°30

Colloque «décevant» de la FRA :
Les limites de l'ambiguïté

Décryptages N°29

Le coût des drogues pour la société :
Quel intérêt pour la politique publique ?

Décryptages N°28

Contraventionnalisation de l'usage des drogues illicites :
Un pari complexe et incertain

Décryptages N°27

Buraliste : *Un métier d'avenir*

Décryptages N°26

Alcool et grossesse :
Boire un peu ou pas du tout ?

Décryptages N°25

La chicha : *Culture, petit commerce et addiction*

Décryptages N°24

La bière : *Nouveaux visages, nouveaux risques*

Décryptages N°23

Risque Alcool :
Quelle politique mener ?

Décryptages N°22

Le vapotage : *De l'enthousiasme à la prudence*

Décryptages N°21

Alcools et information des consommateurs :
une exigence légitime

Décryptages N°20

Cannabis : *L'inévitable débat*

Décryptages N°19

La « nouvelle » façade scientifique des alcooliers : *la FRA : la Fondation pour la Recherche en Alcoolologie*

Décryptages N°18

Alcool : *Députés et sénateurs en mission*

Décryptages N°17

Terrorisme et tabagisme dans les lycées :
Les éléments du débat

Décryptages N°16

La bière championne de l'Euro :
Sport, sponsoring et publicité

Décryptages N°15

Alcool et Sport : *Les liaisons dangereuses*

Décryptages N°14

« Recettes Pompettes » :
Pochade ou incitation à l'ivresse ?

Décryptages N°14 bis

Le bidonnage dangereux :
« Recettes Pompettes » (Suite)

Décryptages N°13

Alcool : *Désinformation et fausses allégations*

Décryptages N°12

« Education au goût » et Educ'Alcool :
Les miroirs aux alouettes du lobby de l'alcool

Décryptages N°11

Vin & Société :
L'offensive contre la santé

Décryptages N°10

Dépistage du cannabis au lycée :
Les questions posées

Décryptages N° 9

Retour sur un fiasco médiatique :
La campagne publicitaire de Vin & Société

Décryptages N° 8

Décryptage de la com' des alcooliers :
Avec Modération !

Décryptages N° 7

La façade scientifique des alcooliers :
L'IREB

Décryptages N° 6

Alcool et santé :
Une préoccupation internationale

Décryptages N° 5

Les méthodes du lobby de l'alcool :
Où comment inciter les jeunes à boire

Décryptages N° 4

La cible du lobby de l'alcool :
Les jeunes - Les raisons de la mise en cause de la loi Evin

Décryptages N° 3

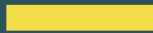
Publicité sur les boissons alcooliques :
Les véritables objectifs du lobby de l'alcool

Décryptages N° 2

La loi Evin sur les boissons alcooliques :
de quoi parle-t-on ?

Décryptages N° 1

Le débat actuel de la loi Evin



Le statut (il)légal du cannabis fait de plus en plus débat sous l'effet de la légalisation sous différentes formes dans plusieurs pays occidentaux (Canada, Uruguay, Etats-Unis), et surtout du fait de l'échec patent de la prohibition, notamment en France. Le secteur économique, toujours plus réactif aux tendances que les gouvernements, a lancé de grandes manœuvres pour se positionner sur un marché prometteur. Parier sur la légalisation du cannabis et les profits futurs qui en découleront est actuellement l'un des exercices préférés d'une partie des marchés financiers et des acteurs économiques du tabac et de l'alcool. Il serait illusoire de considérer que ce débat, purement économique, restera circonscrit à l'Amérique du Nord. Les acteurs de santé publique qui, pour d'autres raisons, sont favorables à une légalisation, doivent s'y préparer sauf à subir les seules lois du marché.



RECONNUE D'UTILITÉ PUBLIQUE
FONDÉE EN 1872 PAR LOUIS PASTEUR ET CLAUDE BERNARD
www.addictions-france.org • contact@addictions-france.org
ANPAA - 20 rue Saint-Fiacre, 75002 Paris • Tél. : 01 42 33 51 04

Suivez-nous sur :

 @AddictionsFr

 Association Addictions France

 Association Addictions France