

Si vous sentez le sol se dérober sous vos pieds, resterez-vous en place ou ferez-vous un bond en avant?

Principales questions sur le secteur du cannabis que vous devez vous poser maintenant

■ ■ ■
Meilleure la question, meilleure la réponse.
Pour un monde meilleur.



EY

Travailler ensemble
pour un monde meilleur

Principales questions sur le secteur du cannabis que vous devez vous poser maintenant

Si vous n'êtes pas au fait des tendances qui touchent le secteur du cannabis, vous avez peut-être le sentiment d'accuser déjà du retard. Mais ce secteur mondial en évolution n'en est qu'à ses débuts. Personne ne sait encore quelles entreprises seront les chefs de file de ce secteur dans dix ans. Les organisations qui s'appliquent à comprendre les possibilités du marché du cannabis en pleine transformation, et à y accorder une plus grande attention, peuvent faire preuve d'agilité dès maintenant pour se positionner, sur le long terme, comme chefs de file du secteur.

Quels sont les éléments qui façonnent le secteur à l'heure actuelle? Les secteurs adjacents, comme le tabac, l'alcool, les produits de santé et pharmaceutiques grand public, portent une attention accrue à ce secteur à mesure que la disruption imprègne leurs marchés et que de nouvelles possibilités de croissance élevée émergent. Une réforme réglementaire balaie la planète. De nouveaux acteurs examinent les possibilités. De plus en plus accepté, le marché du cannabis est de moins en moins un marché de créneau. Ce faisant, il s'avère beaucoup plus important que prévu initialement.

Bien que le marché se soit concentré davantage sur le CBD et le THC, soit les deux cannabinoïdes les plus courants et composants actifs de la plante de cannabis, il existe en fait plus de 100 cannabinoïdes et autres composés qui pourraient faire l'objet de recherches et d'exploration et dont les applications pourraient s'avérer polyvalentes. Les cannabinoïdes se retrouveront peut-être un jour dans nos régimes santé quotidiens, ainsi que dans différents cadres expérimentaux et sociaux, comme les bars et les restaurants. La prochaine génération de produits à base de cannabis, dont les propriétés seront corroborées par des données validées, fera partie intégrante de notre vie au quotidien et sera étroitement intégrée au tissu social, en particulier au moment où émergent de nouveaux facteurs de forme, de nouveaux formats et de nouvelles occasions de consommer.

Le cannabis est dans l'air du temps, et les figures de proue de la production de cannabis affichent une marge brute médiane annuelle estimative de 41 % ainsi qu'un taux de croissance annuel médian estimatif de leurs revenus de 63 %¹. Ce taux est considérablement plus élevé que celui des produits de consommation bien établis, qui enregistraient historiquement un taux de croissance de 2 % à 3 % par année.

Dans l'ensemble, ces facteurs génèrent des occasions viables qui méritent d'être examinées, et qui, pour bon nombre d'entre elles, n'auraient tout simplement pas existé il y a quelques années.

En posant ces questions maintenant, vous pourrez tirer parti de ce contexte pour vous tailler un rôle de premier plan dans le secteur du cannabis de demain :

- 1** Avons-nous un bon aperçu de l'envergure du marché exploitable?
- 2** Quelles sont les possibilités d'innovation susceptibles de nous offrir de nouveaux débouchés commerciaux?
- 3** Comment pouvons-nous intégrer de manière proactive plus d'options à notre stratégie?

“

Un marché mondial, à l'origine illégal, dont la valeur est estimée à l'heure actuelle à 300 milliards de dollars, est sur le point de faire son entrée dans la sphère des marchés réglementés et imposables. Ce marché se compose essentiellement de fleurs séchées et ne tient pas compte des divers biens de consommation courante du marché encore à venir. Alors que de plus en plus de marchés réglementés voient le jour, les taux de consommation devraient augmenter considérablement à mesure que les nouveaux consommateurs sont exposés aux cannabinoïdes de diverses formes (biens de consommation courante extraits) au moyen de nouveaux réseaux de distribution.



Todd Harrison

Chef des investissements,
CB1 Capital

1 Les prévisions de marge brute et de croissance annuelle des revenus des sociétés à la tête du secteur mondial des cannabinoïdes varient selon la région, le modèle d'affaires du segment, la participation à la chaîne de valeur, le niveau d'intégration verticale, le canal, la marque, l'efficacité opérationnelle, la manière dont le produit se démarque, la stratégie d'accès au marché et l'intensité de la concurrence. La marge brute pourrait également subir régulièrement l'incidence de la réglementation. Source : Capital IQ, analyse d'EY.

“

Le consommateur de cannabis évolue au quotidien. À l'origine, c'était un connaisseur qui est passé du cannabis du marché illégal à celui du marché légal. De nos jours, les marques de cannabis ciblent les clients potentiels qui font leurs premières expériences en consommant des aliments et boissons à faible dose de cannabis. C'est la clé pour combler le fossé et attirer le marché de masse.

**Narbe Alexandrian**

Chef de la direction, RIV Capital

Avez-vous un bon aperçu de l'envergure du marché exploitable?



Malgré le peu d'années écoulées depuis que Santé Canada a ouvert la voie à la légalisation du cannabis, beaucoup de choses ont changé. Les préjugés à l'égard du cannabis ont commencé à s'estomper, et la recherche et la formation des parties prenantes se sont intensifiées. À ce jour, plus de 40 pays ont légalisé le cannabis, le cannabis médicinal ou d'autres formes spécifiques à des fins médicales admissibles. Il y a environ de 190 millions à 250 millions [de consommateurs de cannabis dans le monde](#). Les secteurs adjacents qui cherchent à pénétrer de nouvelles régions ainsi que de nouveaux segments de marchés, de produits et de consommateurs sont intéressés par ce marché exploitable.

La recherche commence à révéler tout un [éventail d'interventions cliniques possibles](#), allant de la modulation de l'immunité, de l'inflammation, de la neuroprotection et de la douleur à celle de la faim, de l'alimentation et du métabolisme. La [centaine de cannabinoïdes moins connus](#), comme le CBG, le CBN, le THCV, ainsi que les quelque 150 terpènes (composés aromatiques) et d'autres composés potentiellement thérapeutiques pourraient permettre de multiplier les occasions d'affaires. Certains composants peuvent s'avérer non toxiques ou plus efficaces s'ils sont combinés à d'autres composés. Il faudra toutefois effectuer des recherches plus approfondies sur ces composants pour générer de la croissance. Ces recherches pourraient bien se traduire par d'importants débouchés innovants dans le secteur à mesure que des investisseurs avant-gardistes miseront sur les bienfaits de la plante sous d'autres formes possiblement aussi courantes qu'une vitamine ou un agent d'endormissement naturel.

Pour prendre les devants :





- ▶ Explorez les nouveaux facteurs de forme et formats et les nouvelles occasions de consommer ainsi que les effets souhaités des produits à base de cannabinoïdes.
- ▶ Évaluez comment ce que vous savez faire le mieux est relié à l'avenir du secteur. En raison de la nature de vos activités, de vos produits et de votre clientèle, vous pourriez être déjà en bonne position pour tirer parti de ce virage sectoriel.
- ▶ Évaluez les synergies que vous pouvez réaliser grâce à vos actifs existants et à votre capacité de pénétrer le marché des cannabinoïdes et demandez-vous si ces deux facteurs sont suffisamment alignés pour vous permettre de repérer les possibilités de croissance élevée.

“ Le patient ou le consommateur de cannabinoïdes de l'avenir en consommera à de multiples fins, allant du bien-être général à la gestion des symptômes, en passant par des problèmes de santé ciblés, toutes appuyées par les données et la recherche.



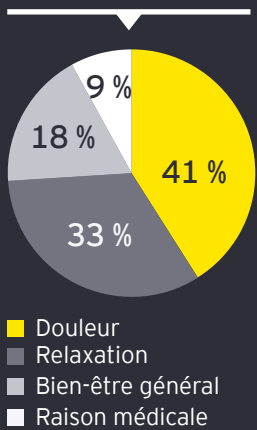
Deepak Anand
Chef de la direction,
Materia Ventures

Quels sont les problèmes de santé que les cannabinoïdes pourraient éventuellement permettre de traiter?

	Problèmes de santé	Cannabinoïde							
		CBC	CBD	CBDa	CBG	CBN	THC	THCa	THCv
 <p>Douleur/sommeil</p>	Crampes, migraines	○	●	○	○	○	●	○	○
	Insomnie	●	●	○	○	●	●	○	○
	Douleurs	●	●	○	○	●	●	○	●
	Arthrite, inflammation	●	●	○	●	●	●	●	○
 <p>Gastro-intestinal</p>	Perte d'appétit	○	○	○	○	○	●	○	○
	Nausées	○	●	○	○	○	●	○	○
	Diabète	○	●	○	○	○	○	○	●
	Maladie de Crohn	○	●	○	○	○	●	●	○
 <p>Humeur/comportement</p>	Anxiété	○	●	○	●	○	○	○	○
	TDA/TDAH, stress	○	●	○	○	○	●	○	○
	Trouble bipolaire, TOC, TSPT	○	●	○	●	○	●	○	○
	Dépression	●	●	○	●	●	●	○	○
 <p>Neurologique</p>	SLA	●	●	○	●	●	●	○	○
	Parkinson, Alzheimer	●	●	○	●	○	●	●	○
	Sclérose en plaques	○	●	○	○	●	●	●	○
	Épilepsie, crises épileptiques	○	●	○	○	●	○	●	●
<p>Autre</p>	Cancer	●	●	○	●	○	●	●	○
	Fatigue	○	○	○	○	○	●	○	○

Source : Leafly.

Quelles sont les principales raisons pour lesquelles on consomme le CBD aujourd'hui?



Source : New Frontier Data 2020 U.S. CBD Survey.

Selon Euromonitor, le cannabis légal peut être adapté pour traiter un vaste éventail d'états nécessitant une amélioration de la santé mentale et de l'humeur. Les cannabinoïdes et d'autres composés peuvent être inclus dans divers produits alimentaires et boissons, perturbant ainsi les secteurs adjacents à mesure que la consommation de cannabis est de plus en plus acceptée et qu'un plus vaste public reconnaît les possibilités qu'il offre pour des fins non médicales et de consommation par les adultes ou pour les marchés récréatifs, les consommateurs constitueront des groupes démographiques et socioéconomiques plus vastes ayant une variété de besoins.

“ De nouvelles formes, dont la stratégie de marque est mieux alignée sur le consommateur cible, font leur apparition au quotidien. Les sociétés de marque hyper ciblées qui ne dépendent pas de conseillers en cannabis pour vendre leurs produits, mais qui ont plutôt créé une proposition de valeur (comme une qualité exceptionnelle, une aide à la créativité et un agent d'endormissement) facile à comprendre et harmonieuse visant leur consommateur final, seront les grandes gagnantes.



Narbe Alexandrian
 Chef de la direction,
 RIV Capital

Quelles sont les possibilités d'innovation susceptibles de nous offrir de nouveaux débouchés commerciaux?

Les entreprises qui mènent déjà des activités dans le secteur du cannabis ont une vue d'ensemble du secteur et se servent de l'innovation pour accélérer la recherche et le développement de produits et mieux comprendre les consommateurs. D'un côté, la fleur de cannabis séchée est la principale forme de cannabis à ce jour et continuera d'être une catégorie importante. Mais, à mesure que le secteur gagne en maturité, les premiers à faire la transition recherchent déjà de nouvelles formes non combustibles.

La légalisation par le gouvernement fédéral aux États-Unis pourrait avoir une incidence importante sur la perception du secteur, la demande de nouveaux produits, les capitaux qui afflueront dans le secteur, et la recherche et l'innovation qui accéléreront le développement de produits et l'acceptation par les consommateurs.

“ La légalisation par le gouvernement fédéral aux États-Unis faciliterait les transactions bancaires et modifierait la dynamique de la disponibilité du crédit et des capitaux dans le secteur. Les industries adjacentes ne peuvent se permettre d'ignorer le cannabis.








Trina Fraser
Associée,
Brazeau Seller Law

Pour tirer parti de l'innovation, tenez compte de ce qui suit :

- ▶ Les formes non combustibles pourraient faire en sorte que de nouveaux consommateurs feront l'expérience du secteur du cannabis. Les données corroboratives et validées sur les produits et appareils fondés sur les cannabinoïdes de nouvelle génération permettront de prendre des décisions éclairées et serviront de source de différenciation au fil de l'évolution de la réglementation.
- ▶ En brisant les silos organisationnels qui nuisent à l'innovation, vous réalisez plus rapidement des progrès qui auront plus d'incidence. L'innovation s'épanouit lorsqu'elle est étroitement intégrée à la culture organisationnelle.
- ▶ La création d'un écosystème d'innovation au moyen d'incubateurs, d'accélérateurs et d'espaces d'innovation en collaboration peut donner aux entreprises à croissance élevée un accès aux ressources, à l'infrastructure et à l'expertise en matière de développement de produits et de commercialisation.

Quels sont les principaux domaines d'innovation sectorielle?

Dix principaux domaines d'innovation		Domaines notables d'innovation		
	Biologie humaine, médecine et données	Recherche sur le système endocannabinoïde	Identification de biomarqueurs et variabilité entre les personnes	Mise au point de médicaments, essais cliniques et données sur l'innocuité
	Génétique	Édition génomique	Reproduction sélective	Familles de semences féminisées stabilisées à floraison automatique
	Production	Biosynthèse et synthèse chimique	Optimisation du rendement	Production de dérivés après la récolte
	Affaires	Monétisation	Distribution	Image de marque et marketing
	Biens d'équipement	Ensemencement, entretien et récolte automatisés d'envergure industrielle	Extraction, isolation et purification	Fabrication de produits finis
	Numérique	Agriculture de précision	Chaîne d'approvisionnement et provenance des produits	Mise au point et formulation de produits
	Forme et format des produits	Nanoémulsion et encapsulation	Saveur, sapidité et formulation	Fonction ou utilisation
	Performance	Apparition et durée uniforme et contrôlée	Biodisponibilité et solubilité	Profil pharmacocinétique amélioré
	Appareils et modes d'administration	Posologie mesurée au moyen de l'IA	Inhalation nasale	Voie d'administration des produits non combustibles
	Clients	Formation, mobilisation et activation	Expériences	Services

Au bout du compte, les personnes peuvent consommer du cannabis à titre de supplément énergétique au petit déjeuner, l'appliquer localement en infusion pour calmer la douleur après une partie de golf, ou le prendre en boisson avant le coucher pour favoriser la relaxation. La création de ces substituts et l'investissement dans les ressources requises pour développer ces nouveaux marchés constituent des propositions attrayantes pour les secteurs adjacents qui y font leur entrée.

Le secteur pourrait être segmenté selon la composition, le format ou la voie d'administration, à l'image de la réglementation qui régit les secteurs adjacents. Les acteurs du secteur devront mieux comprendre le comportement des consommateurs pour élaborer de nouveaux produits à diverses fins ou pour divers besoins au fil de l'évolution du secteur.

“ Des contraintes légales ou réglementaires empêchent la grande majorité des investisseurs institutionnels et à valeur élevée d'investir dans le secteur du cannabis. À mesure que ces contraintes légales et bancaires s'atténueront, et que le secteur du cannabis s'ouvrira, il est probable que les institutions seront à l'affût des possibilités de croissance. En combinant tous les cas d'utilisation potentiels, il est probable que le marché générera des revenus annuels totaux d'environ 1 billion de dollars par rapport à la capitalisation boursière globale actuelle de quelque 140 milliards de dollars des sociétés ouvertes productrices de cannabis.



Todd Harrison
Chef des investissements,
CB1 Capital

Comment pouvons-nous intégrer de manière proactive plus d'options à notre stratégie?

Une grande partie des possibilités du marché repose sur l'évolution de la réglementation et la réalisation d'avancées scientifiques. Il est probable que les primes d'évaluation pour les bons exploitants, les investissements additionnels et la participation du secteur augmenteront si le gouvernement fédéral d'autres pays, comme les États-Unis, légalise le cannabis. Les investisseurs qui attendent que le secteur se consolide pourraient rater les possibilités qui se multiplient déjà à l'échelle du secteur.

Il peut toutefois être difficile de savoir où laisser sa marque et de déterminer le scénario qui donnera les meilleurs résultats. Pour faire une entrée précoce dans ce secteur en émergence, il faut investir considérablement dans l'infrastructure. Cependant, ceux qui tarderont à faire leur entrée pourraient rater des possibilités qui ne sont accessibles qu'au moyen de partenariats bien établis et fiables. Il est possible d'intégrer des options dans la stratégie en adoptant une approche itérative en matière de veille marketing, en élaborant des stratégies commerciales adaptatives, en analysant les scénarios et en participant à des projets pilotes structurés de manière à réduire le risque tout en favorisant une participation active.

“ C'est une chose d'élaborer une stratégie de pénétration du secteur et c'en est une autre de la mettre en œuvre. À certains égards, le secteur du cannabis a déjà achevé un cycle complet, mais il est aussi incroyablement immature ou non différencié à d'autres égards. La généralisation n'est pas possible.



Trina Fraser
Associée,
Brazeau Seller Law

Créer plus d'options :

- ▶ En utilisant des structures d'investissement et de partenariat souples et novatrices pour atténuer les risques et livrer concurrence efficacement et à long terme. Compte tenu des nombreux éléments inconnus que nous réserve l'avenir du secteur et de la dynamique en constante évolution de celui-ci, il faudra possiblement redéfinir le cadre traditionnel (développement, achat et coentreprise) d'entrée sur le marché.
- ▶ En réduisant le risque en prévoyant des éventualités à l'acquisition de participations minoritaires assorties d'une option de conversion en participations majoritaires ou donnant le contrôle moyennant la satisfaction de certaines conditions de marché ou de jalons économiques ou la concrétisation d'une réforme de la réglementation.
- ▶ En créant un portefeuille d'investissements à risque diversifié, semblable au capital de risque, qui permet aux sociétés de réaliser des investissements stratégiques d'envergure ou de mettre en place des structures de décaissement de capitaux par tranche.

Quelles sont les étapes à suivre pour intégrer plus d'options dans votre stratégie?



“

Les détenteurs de licence serviront de passerelle vers toutes ces nouvelles possibilités. L'accès accéléré au marché et le regroupement de forces complémentaires constituent les principaux avantages de former un partenariat stratégique avec un détenteur de licence. Qu'il s'agisse de biens de consommation courante ou de produits pharmaceutiques, ils amèneront à la table leur expertise en matière d'établissement de la marque, leur expertise technique et leurs actifs en complément de l'infrastructure, de la licence d'exploitation et de l'expérience en matière de mise au point de produits ou de réalisation de recherches du détenteur de licence.



Trina Fraser
Associée,
Brazeau Seller Law

Et maintenant?

En s'alignant convenablement, presque n'importe quelle société qui livre concurrence dans un secteur adjacent établi peut trouver la porte d'entrée au secteur et tirer parti des possibilités de croissance. À l'heure actuelle, le secteur offre d'innombrables possibilités qui méritent d'être explorées. La réalisation d'investissements judicieux aujourd'hui pourrait ouvrir la voie à plus d'options à mesure que la légalisation prend de l'ampleur, que la réglementation évolue et que l'innovation se traduit par de nouveaux débouchés en matière de produits, de marchés et de clientèle. En choisissant la stratégie la plus judicieuse pour vous à l'heure actuelle, entre un investissement, un partenariat, une coentreprise ou une transaction, vous augmentez la souplesse de votre stratégie à long terme et vous vous alignez davantage sur cette dernière. C'est primordial, compte tenu de l'évolution rapide du secteur.

Principaux points à retenir

- ▶ Le cannabis, qui était un secteur incompris, est en voie de devenir un produit courant. Les produits et les appareils fondés sur les cannabinoïdes de la prochaine génération seront corroborés par des données et accessibles au marché de masse.
- ▶ De nouvelles formes, de nouveaux formats et des applications polyvalentes répondront à un vaste éventail de besoins, d'effets souhaités et d'occasions de consommer qui changeront la façon dont les personnes interagissent et intègrent le cannabis à leur routine quotidienne.
- ▶ En raison du rythme rapide de l'innovation, il importe d'établir des relations stratégiques et un écosystème de parties prenantes de l'ensemble du secteur pour être au fait des tendances du secteur et de son évolution et s'y adapter.
- ▶ Chaque jour, de nouvelles possibilités voient le jour. Les entreprises doivent comprendre quelles sont leurs compétences de base et savoir comment quantifier les risques et le rendement découlant de divers scénarios ou possibilités. Le succès passe par une itération constante et l'intégration continue des leçons apprises.
- ▶ Les entreprises qui font leur entrée dans le secteur doivent s'adapter au paysage en évolution et comprendre comment se démarquer grâce à leur stratégie, leurs produits et leurs marques.
- ▶ La pénétration du marché et la stratégie d'investissement requièrent une approche personnalisée et à plusieurs volets. La mise en œuvre réussie nécessite une participation active.



Étude de cas : les cannabinoïdes deviennent des produits courants

Contexte :

2018

Molson Coors crée Truss Beverages en coentreprise avec HEXO, détenteur canadien de licence de production de cannabis, pour diversifier ses activités et saisir les occasions offertes par les boissons non alcoolisées.

- La coentreprise a conçu des boissons prêtes à boire infusées au CBD et au THC de divers arômes et de différentes doses (dose élevée ou faible de THC, moitié THC moitié CBD et CBD seulement). Truss a aussi élaboré des marques maison pour lancer sa gamme de boissons prêtes à boire à base de cannabinoïdes sur le marché canadien, y compris Veryvell, l'une des principales marques de Truss.

2020

Molson Coors lance son nouveau logo et sa nouvelle identité dans le cadre de sa stratégie dans le marché des boissons autres que la bière.

2021

Molson Coors annonce la formation d'une nouvelle coentreprise, Truss CBD USA, détenue majoritairement par Molson et exploitée en partenariat avec HEXO. La nouvelle coentreprise lance Veryvell au Colorado.

- L'eau pétillante au CBD sans alcool, sans calories et sans sucre de Veryvell a été revue pour inclure des adaptogènes pour cibler des consommateurs soucieux de leur santé. L'État du Colorado a été choisi pour ce projet pilote aux États-Unis qui vise à tester le marché, créer de nouvelles relations de vente au détail, tirer parti des comptes importants existants et bâtir le canal de vente directe aux consommateurs de Truss.

Principaux points à retenir

La coentreprise procure à Molson plus de souplesse et d'options pour l'avenir au moment où la société explore des produits, des régions, des marchés, des clients et des marques nouveaux. Molson fait bénéficier la coentreprise de ses nombreuses années d'expérience en matière d'exploitation, de ses capacités d'établissement de la marque et de marketing, de son réseau mondial de distribution et de ses principales relations, tandis que HEXO, à titre de détenteur de licence intégré verticalement, la fait bénéficier de son infrastructure bien établie, de sa licence d'exploitation et de son savoir-faire dans le secteur du cannabis.

Molson a mis au point sa gamme de produits prêts à boire afin de faire connaître à long terme la catégorie des boissons à base de cannabinoïdes non combustibles à de nouveaux consommateurs. Après avoir mis au point et testé ses produits sur le marché, Molson a pu recueillir les commentaires avant de prendre de l'expansion dans des régions, des canaux et des segments de clients nouveaux.

Les chefs de file dans ce marché :

- créeront un environnement qui atténue le risque lié à la pénétration du marché et permet d'accélérer la recherche, la conception de produits et l'accès au marché;
- obtiendront un accès à un réseau de distribution omnicanal et au marché;
- établiront des segments de consommateurs (actuels et futurs) bien pensés et comprendront les facteurs qui les poussent à acheter ainsi que leurs préférences d'achat;
- investiront dans les bonnes initiatives d'innovation pour offrir régulièrement des produits diversifiés qui se démarquent;
- évalueront constamment les nouvelles possibilités offertes par le marché.

EY | Travailler ensemble pour bâtir un monde meilleur

La raison d'être d'EY est de travailler ensemble pour bâtir un monde meilleur, de contribuer à créer de la valeur à long terme pour ses clients, ses gens et la société, et de renforcer la confiance à l'égard des marchés financiers.

S'appuyant sur les données et la technologie, les équipes diversifiées d'EY réparties dans plus de 150 pays instaurent la confiance grâce à des mécanismes de contrôle, et aident les clients à croître, à se transformer et à exercer leurs activités.

Que ce soit dans le cadre de leurs services de certification, de consultation, de stratégie, de fiscalité ou de transactions, ou encore de leurs services juridiques, les équipes d'EY posent de meilleures questions pour trouver de nouvelles réponses aux enjeux complexes du monde d'aujourd'hui.

EY désigne l'organisation mondiale des sociétés membres d'Ernst & Young Global Limited, lesquelles sont toutes des entités juridiques distinctes, et peut désigner une ou plusieurs de ces sociétés membres. Ernst & Young Global Limited, société à responsabilité limitée par garanties du Royaume-Uni, ne fournit aucun service aux clients. Des renseignements sur la façon dont EY collecte et utilise les données à caractère personnel ainsi qu'une description des droits individuels conférés par la réglementation en matière de protection des données sont disponibles sur le site ey.com/fr_ca/privacy-statement. Les sociétés membres d'EY ne pratiquent pas le droit là où la loi l'interdit. Pour en savoir davantage sur notre organisation, visitez le site ey.com.

© 2021 Ernst & Young s.r.l./s.e.n.c.r.l.

Tous droits réservés. Société membre d'Ernst & Young Global Limited

3778316

Aucune date d'expiration

La présente publication ne fournit que des renseignements sommaires, à jour à la date de publication seulement et à des fins d'information générale uniquement. Elle ne doit pas être considérée comme exhaustive et ne peut remplacer des conseils professionnels. Avant d'agir relativement aux questions abordées, communiquez avec EY ou un autre conseiller professionnel pour en discuter dans le cadre de votre situation personnelle. Nous déclinons toute responsabilité à l'égard des pertes ou dommages subis à la suite de l'utilisation des renseignements contenus dans la présente publication.

ey.com/ca/fr



Travailler ensemble
pour un monde meilleur

COLLABORATEURS



Joel Alden

Associé, EY Canada



Tim MacDonald

Associé, EY Canada,
Cannabis



Ashley Chiu

Chef d'équipe,
EY Canada, Cannabis



Jake Haskell

Chef d'équipe,
EY Canada, Cannabis



Amanda Pizio

Consultante senior,
EY Canada, Cannabis