



DALHOUSIE
UNIVERSITY

SLS
CONSULTING

CANNABIS ET PRODUITS DÉRIVÉS: PERCEPTIONS DU SECTEUR AGROALIMENTAIRE

Brian Sterling et Sylvain Charlebois

Octobre 2019

QUESTIONNAIRE

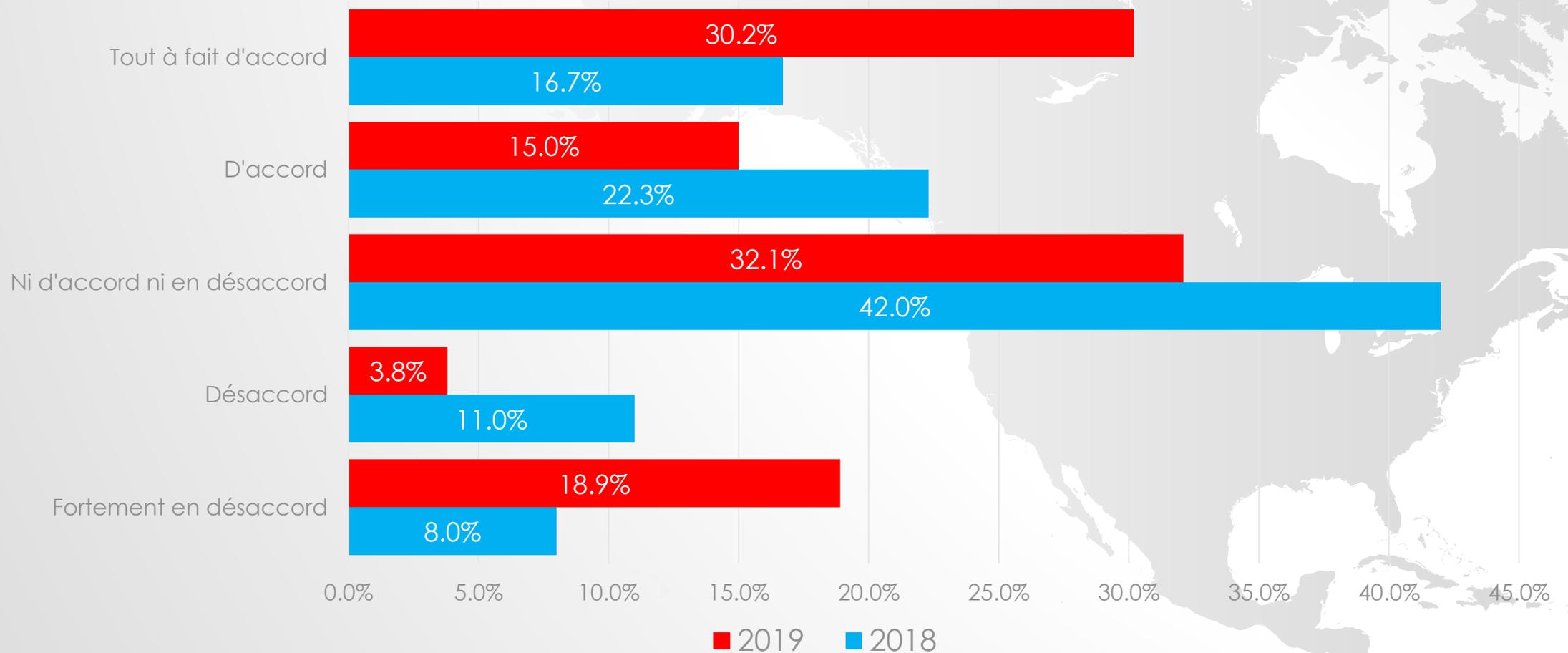
- But de l'enquête:
 - Mieux comprendre les perceptions et les plans des fabricants canadiens d'aliments et de boissons concernant le cannabis en tant qu'ingrédient alimentaire
 - Explorer les principaux défis que les transformateurs voient avec le cannabis et les cannabinoïdes
 - Comparer les résultats entre cette enquête et celle de 2018
- Durée de l'enquête:
 - 12 jours - octobre 2019
- Nombre de répondants:
 - 83 - Principalement des cadres et cadres supérieurs
 - Les répondants devaient être dans l'industrie des aliments et des boissons, avoir 18 ans et vivre au Canada depuis au moins 12 mois.
- Durée moyenne du questionnaire:
 - 8 minutes



RÉSULTATS SOMMAIRES

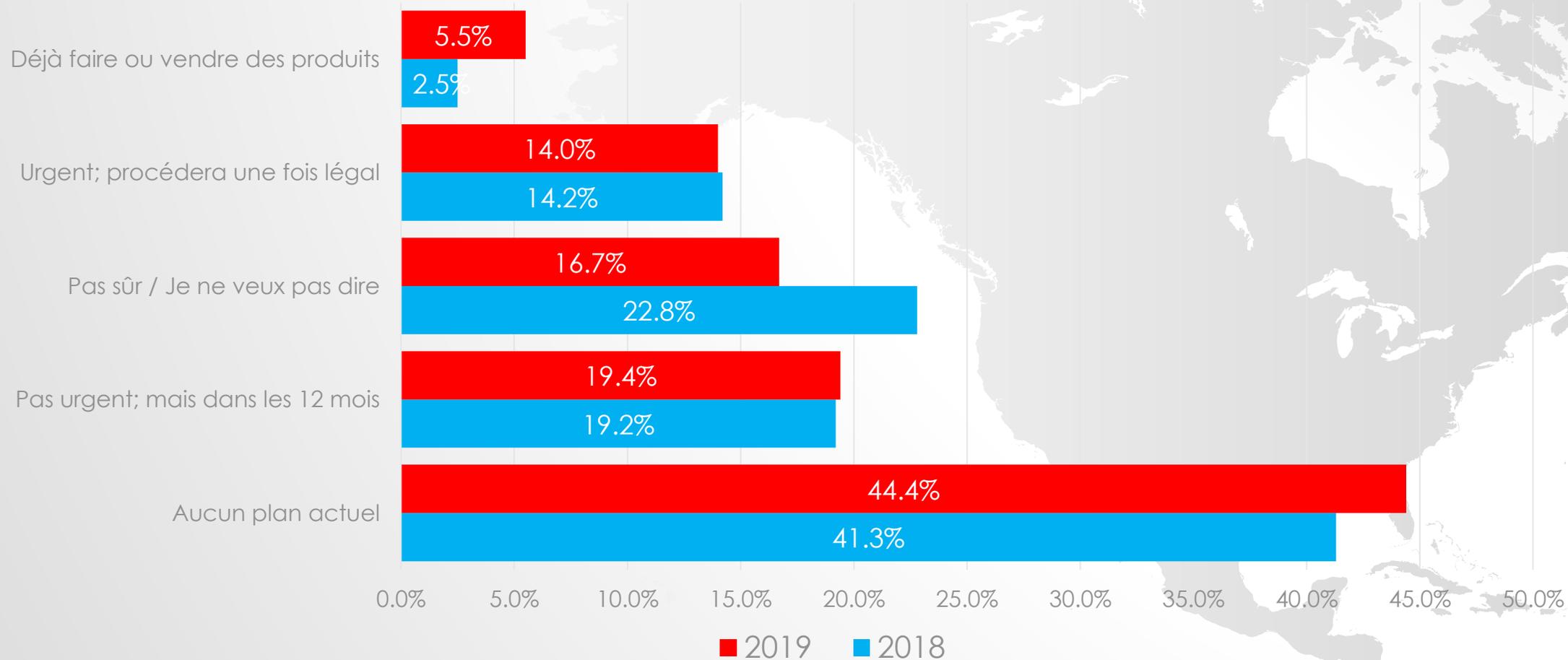
- Le pourcentage d'entreprises favorable à la légalisation du cannabis a augmenté de plus de 45% par rapport à 2018 (38%)
 - 32% des entreprises restent ambivalentes quant à la légalisation - contre 42% en 2018
 - 66% des entreprises s'inquiètent du risque d'accès des jeunes - Pas de changement depuis 2018
- Une entreprise sur cinq (19,5%) envisage commercialiser des produits comestibles ou est déjà sur le marché - légère augmentation par rapport à 2018
 - Près de la moitié (44% contre 41% en 2018) restent «en marge»
- La raison la plus courante pour ne pas pénétrer le marché des aliments / boissons à base de cannabis est la réglementation: 55% des répondants veulent des règles plus souples. Aussi . . .
 - Manque d'harmonisation avec la marque de l'entreprise
 - Manque général de compréhension sur le cannabis - Partenariats!
 - La stigmatisation sociale sous-jacente à de nombreux commentaires

QUEL EST LE NIVEAU DE SOUTIEN DE VOTRE ENTREPRISE POUR LA LÉGALISATION DU CANNABIS À DES FINS RÉCRÉATIVES?



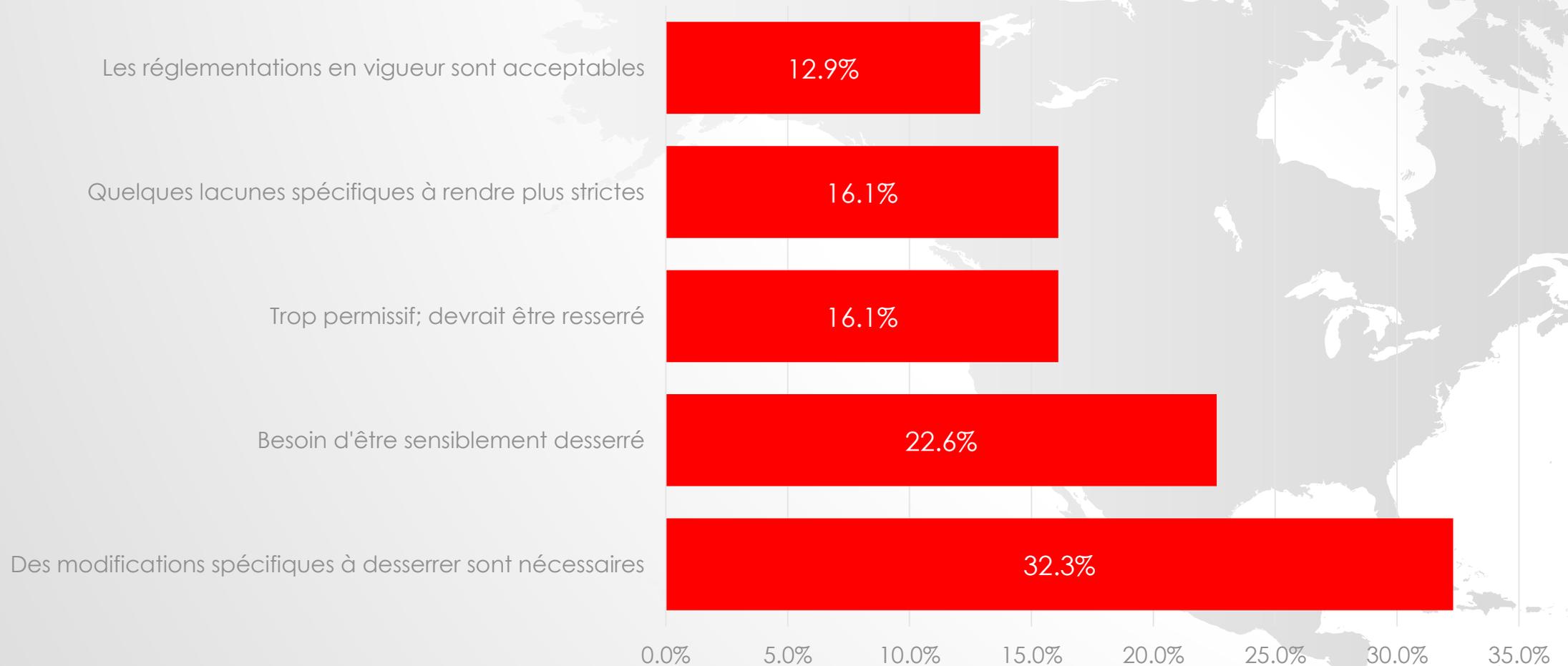
* Dalhousie University 2018/2019 surveys of Canadian processors perspectives on cannabis edibles

QUAND COMPTEZ-VOUS INTRODUIRE LES PRODUITS COMESTIBLES À BASE DE CANNABIS?



* Dalhousie University 2018/2019 surveys of Canadian processors perspectives on cannabis edibles

QUELLE EST VOTRE PERCEPTION DE LA RÉGLEMENTATION DE SANTÉ CANADA SUR LES PRODUITS COMESTIBLES À BASE DE CANNABIS?



* Dalhousie University 2018/2019 surveys of Canadian processors perspectives on cannabis edibles

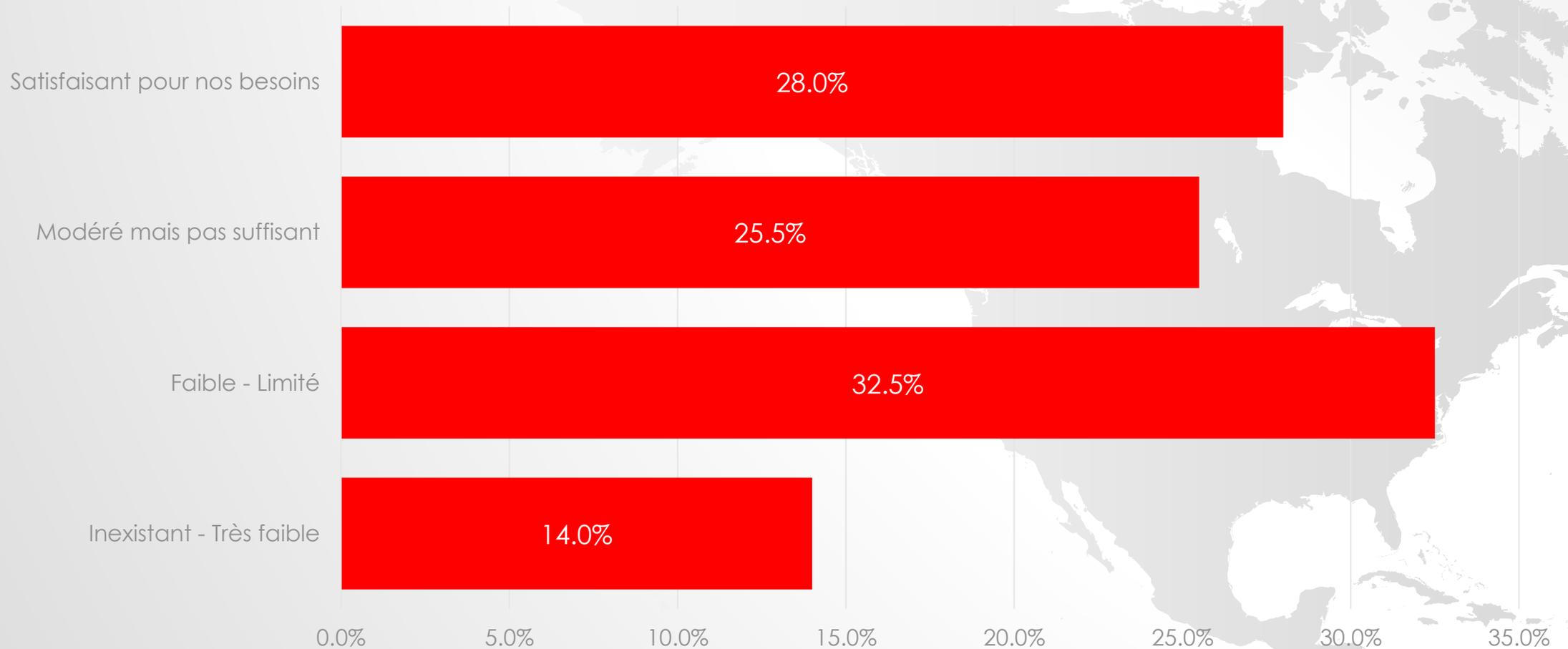
RÉSULTATS SOMMAIRES

- Sur la base des données de l'enquête de 2019, il y a cinq constats importants
 1. Restrictions / réglementations gouvernementales sur une gamme d'activités
 2. Manque d'éducation, peur de l'inconnu - besoin d'expertise
 3. La stigmatisation sociale reste une préoccupation pour une minorité notable
 4. Informations erronées sur le marché, le choix du consommateur et le cannabis en général (~ 20% des réponses)
 5. Manque d'alternatives en matière de distribution et de vente au détail à l'heure actuelle
- Les transformateurs ont cité 5 outils permettant de soutenir le marché entrant des produits comestibles
 1. Expertise de l'industrie en matière de sécurité alimentaire mondiale, de science alimentaire et de contrôle de la qualité (GFSI)
 2. Capacité à convertir les souhaits des consommateurs et la R & D en nouveaux produits - Capacités à l'échelle mondiale
 3. Large portée du marché et canaux de distribution
 4. Eduquer le consommateur et sensibiliser à la science de l'alimentation
 5. Relations avec les régulateurs et expérience du plaidoyer

RÉSULTATS SOMMAIRES

- Les entreprises de produits alimentaires et de boissons se sentent plus à l'aise pour discuter et planifier des produits comestibles à base de cannabis. . . .
- Cependant, 73% des répondants restent incertains sur leurs connaissances du cannabis et des cannabinoïdes dans les aliments.
- L'éducation en science alimentaire du cannabis et la réponse biologique humaine aux cannabinoïdes pourraient constituer une opportunité majeure de marketing et de promotion

COMMENT ÉVALUERIEZ-VOUS LA CONNAISSANCE DE VOTRE ENTREPRISE SUR LE CANNABIS EN TANT QU'INGRÉDIENT?



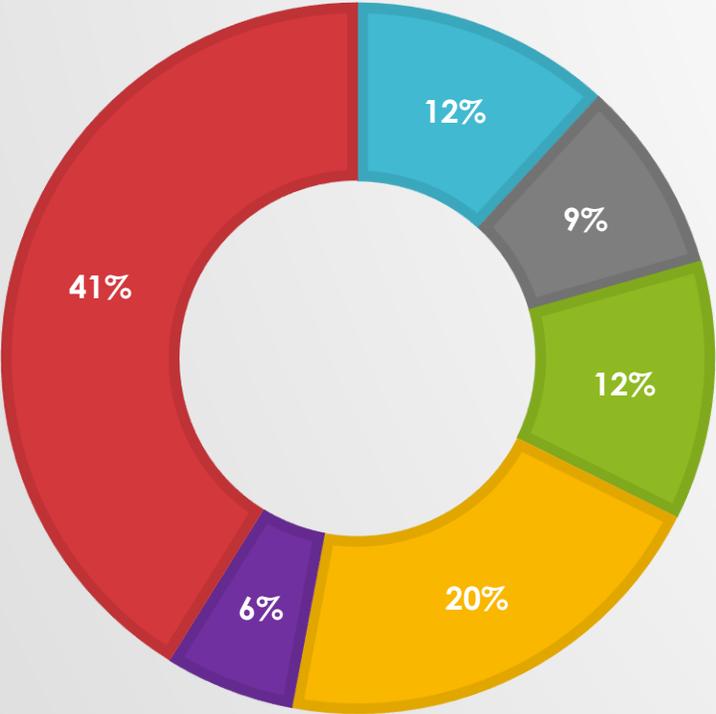
* Dalhousie University 2019 survey of Canadian processors perspectives on cannabis edibles

RÉSULTATS SOMMAIRES

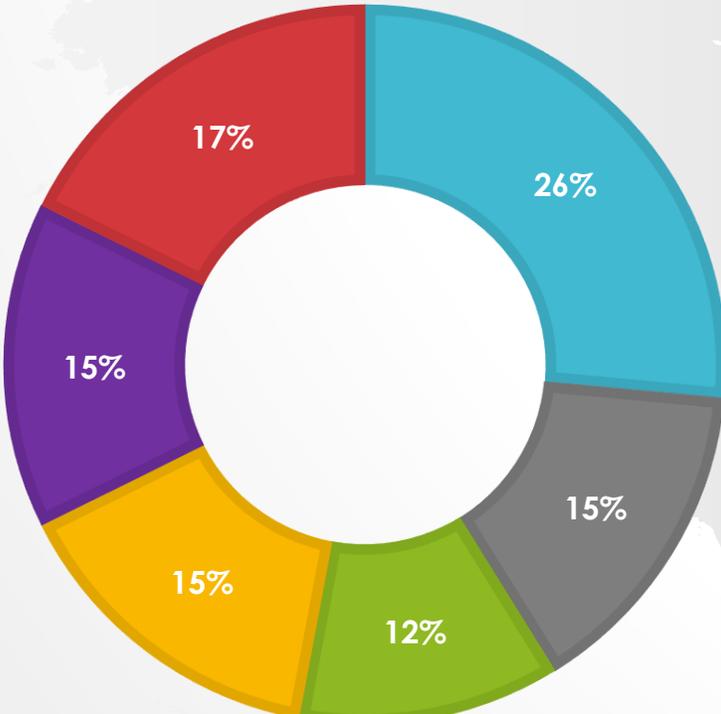
- 41% des répondants disent que le personnel interne est leur ressource de prédilection
- En hausse par rapport à 26% en 2018 - indique une confiance accrue avec l'expertise interne
- Les consultants spécialisés représentent toujours 20% du premier choix contre 25% en 2018
- Les consultants ont également fortement placé comme deuxième et troisième choix par de nombreuses entreprises
- Les transformateurs agréés sont considérés comme une seconde ressource solide par 26% des entreprises
- Les ressources gouvernementales comme premier choix ont chuté de 30% à 12%
- Les universités et les associations industrielles ne sont pas considérées comme le premier choix de ressources par la plupart des transformateurs.

CLASSEZ LES RESSOURCES QUE VOUS UTILISEREZ POUR DÉVELOPPER DES PRODUITS COMESTIBLES.

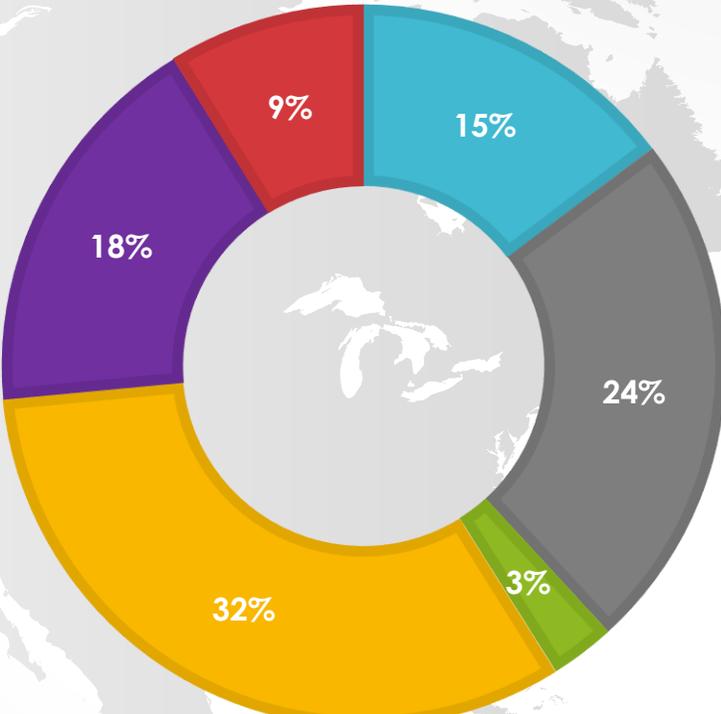
1ER CHOIX



2E CHOIX



3E CHOIX



- Producteurs licenciés
- Associations industrielles
- Gouvernement
- Des consultants
- Institutions académique
- Ressources internes

RECOMMANDATIONS

- Que pouvons-nous attendre des entreprises du secteur de l'alimentation et des boissons au cannabis en tant qu'ingrédient alimentaire?
 - Les partenariats sont considérés comme essentiels pour les entreprises du secteur alimentaire intéressées par les produits comestibles à base de cannabis
 - Les entreprises vont créer de nouvelles marques plutôt que d'utiliser celles existantes
 - Les produits de boulangerie et les collations / boissons prêtes à consommer sont probablement les premiers produits commerciaux.
 - Les restaurants et les établissements de restauration peuvent organiser des événements spéciaux - pas encore un marché important
- Que pourraient faire les gouvernements pour améliorer les règles applicables aux produits alimentaires légalisés?
 - Les aliments sont des aliments - réfléchissez à la manière de vous adapter à cette réalité
 - Les marchandises illicites vont entrer sur le marché des produits comestibles alors que la réglementation rend difficile l'accès aux produits légaux
 - Encourager une éducation du consommateur allant au-delà de la prohibition



DALHOUSIE
UNIVERSITY

SCS
CONSULTING