



**Les prix. C'est compliqué.**

Quelle est la différence entre la tarification du cannabis et celle d'autres biens de consommation?



Les dernières années se sont avérées florissantes pour le secteur du cannabis. Maintenant que ses produits sont considérés comme viables en Amérique du Nord, il est temps d'examiner le processus d'établissement des prix sur le marché. Est-il le même que pour les biens de consommation courante, ou existe-t-il d'autres facteurs qui entrent en jeu? Quelles mesures les entreprises peuvent-elles prendre?

Pour éclaircir la question, l'entreprise d'analyse du marché du cannabis, BDSA, la plateforme d'analyse de données de ventes Hifyre ainsi que Deloitte Canada ont collaboré dans le but de mieux comprendre les forces qui régissent la tarification sur le marché du cannabis récréatif au Canada et aux États-Unis. Nous avons examiné les données des ventes aux consommateurs du premier semestre de 2021 afin d'en dégager des perspectives et avons analysé l'étude sur les consommateurs de cannabis au Canada réalisé par Deloitte en 2021 afin d'éclairer notre opinion.

Nous avons découvert des similarités fondamentales entre le marché du cannabis et celui des biens de consommation courante. En effet, dans les deux cas, les consommateurs sont prêts à payer un prix plus élevé en contrepartie d'une qualité supérieure, et les lois de l'économie s'appliquent tout autant au marché du cannabis. Or, certains facteurs liés au prix indiquent aussi l'existence de plusieurs différences clés. Par exemple, pour ce qui est du cannabis, la relation qualité-prix (autrement dit, la valeur) peut prêter à confusion.

De plus, aucune tarification nationale n'a été mise en place, et l'image de marque ne joue pas (encore) un rôle crucial.

*Les prix. C'est compliqué.* se penche sur les conclusions tirées des données, formule quelques prévisions et analyse de façon plus approfondie les points communs et les différences entre le marché du cannabis et celui d'autres produits de consommation. Peut-être plus important encore, le rapport propose des mesures que peuvent prendre les marques de cannabis pour optimiser leurs résultats en dépit des conditions exigeantes de ce secteur encore jeune.

# Le marché du cannabis continue de progresser

À l'échelle mondiale, les ventes de cannabis légal se chiffraient à près de 21,6 G\$ US en 2020, représentant une augmentation de 50 % par rapport aux ventes de 2019, de 14,4 G\$ US. Cette hausse est largement attribuable à la légalisation. L'entreprise BDSA prévoit que ces ventes continueront de progresser rapidement et qu'elles devraient s'élever à 62,1 G\$ US en 2026, soit plus du double des 30,6 G\$ US estimés pour 2021, à un taux de croissance annuel composé (TCAC) de plus de 15 %.

Aux États-Unis, les magasins de cannabis ont enregistré à eux seuls des ventes totalisant plus de 18 G\$ US en 2020, et devraient générer 24,9 G\$ US en 2021. BDSA s'attend à ce que les ventes aux États-Unis atteignent 47,6 G\$ US en 2026, soit le résultat d'un TCAC de 13,8 %, et à ce que la croissance provienne de l'ouverture de nouveaux marchés et de l'expansion des marchés existants.

Au Canada, les ventes de cannabis légal se chiffraient à environ 2,6 G\$ US en 2020 et devraient atteindre près de 6,7 G\$ US en 2026, ce qui représente un TCAC de 10,9 %. Le Canada a commencé à légaliser la vente de produits pour adultes à la fin de 2018, et a autorisé à la fin de 2019 un élargissement considérable de l'offre de produits sur les marchés récréatif et thérapeutique pour y inclure des vaporisateurs, des produits comestibles et des produits à usage topique. Ces nouvelles catégories de produits combinées à une facilité d'accès accrue au cannabis récréatif — le résultat de l'ouverture de 828 magasins de cannabis, totalisant 1 868 en 2020 — ont accéléré la croissance.

Figure 1. Prévisions de BDSA à l'égard des ventes mondiales de cannabis légal (Mondial Septembre 2021, en G\$ US)



**21,6 G\$**

**Ventes mondiales de cannabis légal en 2020**

+50 % par rapport à 2019

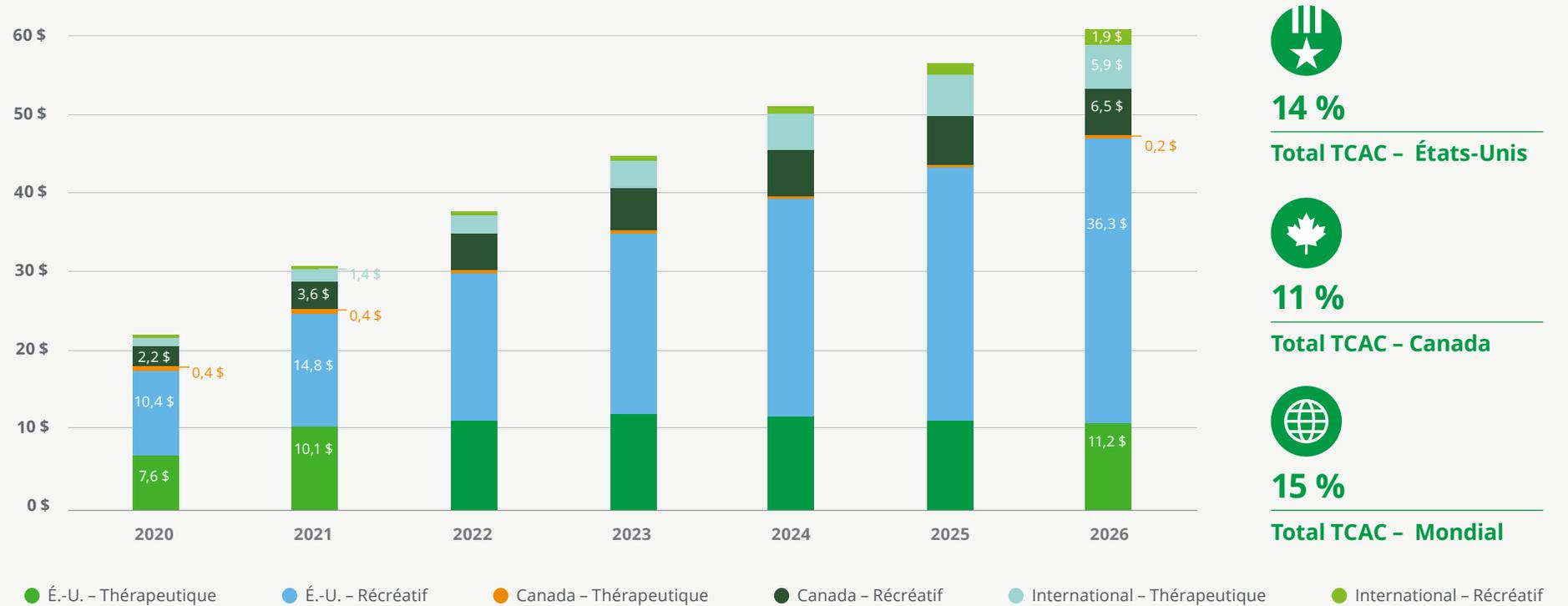


**62,1 G\$**

**Ventes mondiales de cannabis légal d'ici 2026**

+103 % par rapport à 2021

**Figure 2.** Prévisions de BDSA à l'égard des ventes mondiales de cannabis légal (Mondial Septembre 2021, en G\$ US)



Au Canada comme aux États-Unis, le marché du cannabis récréatif est le plus prometteur pour les entreprises nord-américaines de cannabis. En effet, d'ici 2026, les ventes dans ce segment devraient représenter 76 % des ventes totales aux États-Unis, et 97 % au Canada.

# Le prix compte

**Qu'est-ce qui est pareil que les autres marchés de biens de consommation courante? Le prix est important.**

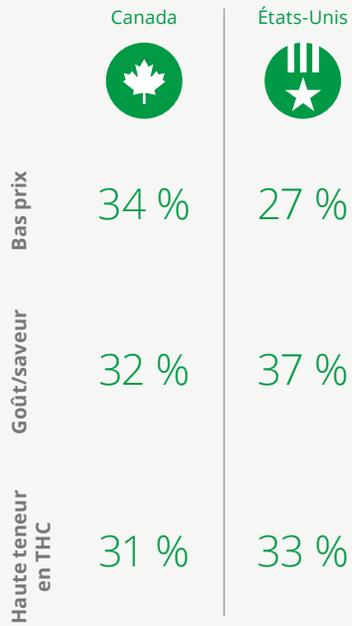
Au Canada comme aux États-Unis, les consommateurs indiquent invariablement que le prix est un facteur clé dans leur décision d'achat pour un produit de cannabis. L'entreprise BDSA réalise un sondage auprès de milliers de consommateurs tous les six mois pour connaître leur opinion. Le plus récent qu'elle a mené révèle ce qui suit (voir aussi la figure 3) :

- Dans les États où le cannabis est entièrement légal à des fins récréatives et thérapeutiques, les répondants ont systématiquement affirmé qu'un bas prix constitue l'un des trois facteurs qui influencent le plus leurs choix de produits. Plus d'un quart (27 %) des répondants ont déclaré que le prix influence leur décision d'achat. Ce facteur se classe derrière celui de goût/saveur et celui de haute teneur en THC.
- Au Canada, 34 % des répondants ont affirmé qu'un bas prix constitue le facteur qui influence le plus leurs choix.

De plus, l'étude sur les consommateurs de cannabis au Canada réalisée par Deloitte montre que 70 % des répondants qui s'approvisionnent sur le marché clandestin affirment qu'ils ont choisi ce marché en grande partie en raison des prix inférieurs ou plus avantageux qui y sont proposés.

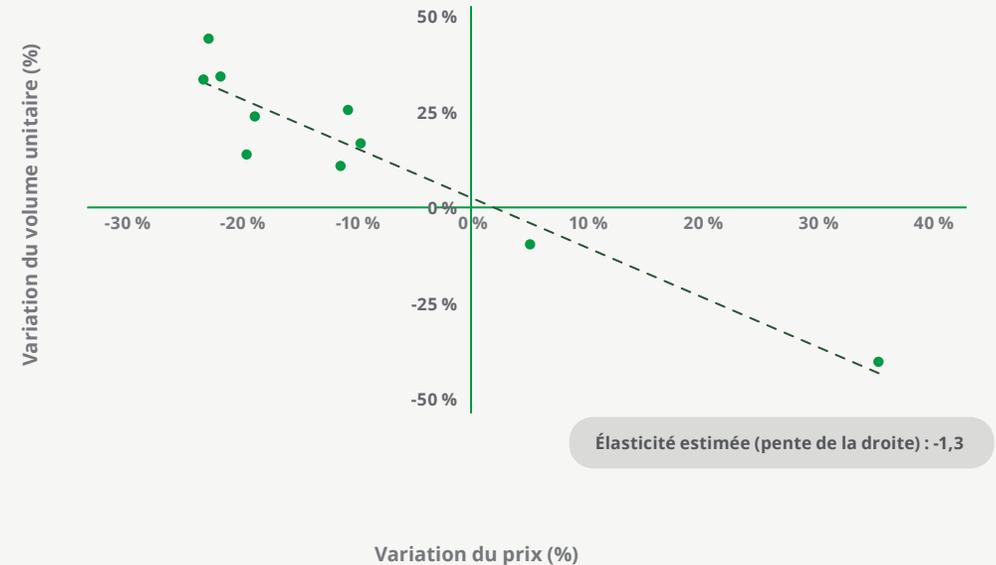
Des données sur le marché en Californie indiquent l'existence d'un lien étroit entre le prix et le volume unitaire dans la catégorie des produits comestibles. BDSA a analysé dix variations de prix et a systématiquement observé que l'augmentation du volume unitaire résultait d'une baisse des prix (voir la figure 4).

**Figure 3.** Sondage de BDSA sur l'opinion des consommateurs (avril 2021)



*Un bas prix constitue le facteur principal qui influence la décision d'achat*

**Figure 4.** Élasticité-prix estimée : produits comestibles de la Californie



Source : BDSA - Suivi des ventes au détail



*Dans une analyse de 10 variations de prix, il a été systématiquement observé que le volume unitaire augmentait lors d'une baisse des prix*

**Qu'est-ce qui diffère des autres marchés de biens de consommation courante? Déterminer la juste valeur d'un produit n'est pas chose facile pour les consommateurs, car le rapport qualité-prix habituel n'est pas uniforme.**

Pour les consommateurs, estimer la valeur d'un produit représente un défi, car la qualité en soi est difficile à évaluer. L'étude sur les consommateurs réalisée par Deloitte en 2021 révèle que les répondants tiennent compte de nombreux facteurs lorsqu'ils évaluent la qualité d'une fleur de cannabis, bien que le plus important soit manifestement la teneur en THC ou en CBD (voir la figure 5).



Figure 5. Facteurs de qualité | Étude sur les consommateurs de cannabis réalisée par Deloitte en 2021



57 %

Teneur en THC ou en CBD



35 %

Odeur



29 %

Saveur



48 %

Qualité de l'effet



34 %

Durée de l'effet



25 %

Facilité à fumer/vapoter



36 %

Goût



32 %

Absence d'effets négatifs



20 %

Densité de la fleur

En plus d'être confrontés à la complexité d'évaluer de multiples facteurs de qualité, les consommateurs doivent composer avec de larges fourchettes de prix. En effet, l'écart entre l'article le moins cher et le plus cher au sein d'une même catégorie de produit est parfois très grand (voir la figure 6).

Même le prix par milligramme de THC peut varier considérablement, comme l'illustre le tableau sur le prix de détail par milligramme de THC des boissons infusées au cannabis (voir la figure 7).

## Comment demeurer concurrentiel

- Surveiller continuellement les prix sur les marchés légal et clandestin
- Réduire les coûts d'exploitation pour permettre une souplesse tarifaire tout en assurant le maintien de la rentabilité
- Tirer parti des données sur l'exploitation et la culture pour se comparer aux indicateurs de rendement clés, mesurer la qualité et uniformiser les courbes de croissance pour augmenter l'efficacité
- Communiquer les qualités du produit pour en justifier le prix de vente

Figure 6. Fourchette de prix de détail, par marché et par segment

	Prix de détail		
	Moyen	Minimum	Maximum
 <b>Cartouches pour vaporisateur (1000 mg)</b>			
Californie - \$ US	43,68 \$	13,47 \$	124,56 \$
Canada - \$ CA	54,58 \$	39,01 \$	66,02 \$
 <b>Boissons</b>			
Californie - \$ US	15,34 \$	2,25 \$	53,11 \$
Canada - \$ CA	6,23 \$	3,41 \$	8,88 \$
 <b>Produits comestibles</b>			
Californie (100 mg de THC) - \$ US	16,40 \$	3,33 \$	50,33 \$
Canada (10 mg de THC) - \$ CA	6,89 \$	4,11 \$	16,49 \$

Figure 7. Boissons - \$/mg de THC

	Minimum	Maximum
 Californie - \$ US	0,03 \$	7,64 \$
Canada - \$ CA	0,65 \$	6,28 \$

Sources : BDSA et Hifyre - Suivi des ventes au détail, janvier-juin 2021



# Aucune tarification nationale n'existe

## Qu'est-ce qui est pareil? Très peu.

Bien qu'une grande quantité de marques et d'unités de gestion de stock (UGS) soient distribuées dans de nombreuses régions, les marques de cannabis n'ont pas établi de tarification nationale.

## Qu'est-ce qui diffère? Absolument tout.

Il existe de nombreuses divergences sur le plan de la tarification entre les régions d'un même pays. Les concurrents, les détaillants, la réglementation, les conditions et les coûts de culture et le système fiscal différent également. Cette situation entraîne d'importantes variations de prix entre les régions pour des UGS identiques (même produit, quantité, teneur en THC, variété, saveur), comme l'illustre la figure 8.

Figure 8. Comparaison des prix d'UGS identiques dans différentes régions

		Prix de détail moyen			
		Colorado	Illinois	Oregon	
États-Unis (\$ US)	 <b>Wana Sour Gummies</b> Hybrid mixed fruit 10x10 mg	18,01 \$	27,59 \$	8,03 \$	
	 <b>STIIIZY</b> Blue Dream distillate cartridge 1000 mg	61,43 \$	43,81 \$	59,25 \$	
Canada (\$ CA)		Saskatchewan	Alberta	C.-B.	Ontario
	 <b>Pineapple Express</b> Good Supply, 510 cartridge 1,0 ml	64,90 \$	56,12 \$	55,89 \$	61,94 \$
	 <b>Lemon Berry</b> Ness, 510 cartridge, 0,5 ml	34,36 \$	35,29 \$	35,45 \$	39,19 \$
	 <b>THC milk chocolate</b> Bhang, 4x2,5 mg	3,75 \$	4,34 \$	4,60 \$	4,94 \$
	 <b>Blueberry lavender gummies</b> Ace Valley, 2x5 mg	7,19 \$	7,29 \$	7,38 \$	8,18 \$

Sources : BDSA et Hifyre - Suivi des ventes au détail, janvier-juin 2021



## Comment demeurer concurrentiel

- Comprendre les répercussions de la réglementation, de la taxation et des marges de détail par région et en tenir compte dans la planification financière
- Analyser les prix concurrentiels de chaque marché pour établir une tarification par région

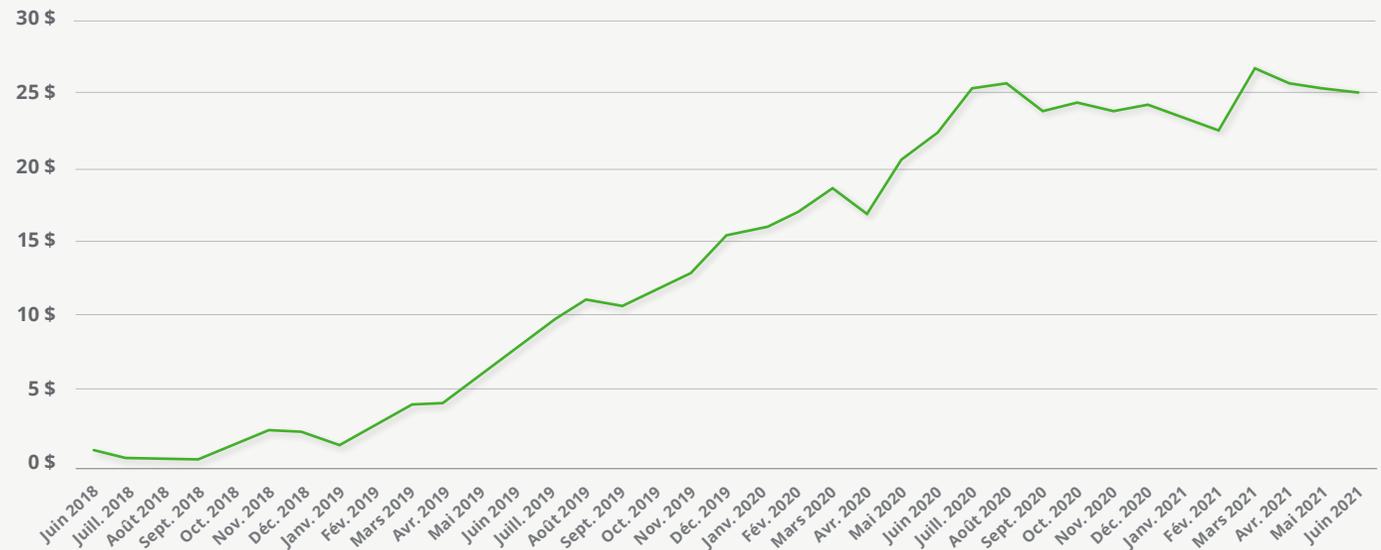
# Les consommateurs paieraient plus pour des produits qui en valent la peine

**Qu'est-ce qui est pareil? Les consommateurs avertis sont prêts à payer plus cher pour des produits supérieurs ou qui offrent des avantages.**

Le rapport sur les consommateurs de cannabis réalisé par Deloitte en 2021 fait référence à un sondage mené par Drop Technologies Inc. auprès des membres des générations Y et Z. Ce sondage révèle que 86 % des répondants sont susceptibles ou fortement susceptibles d'acheter des produits de cannabis supérieurs s'ils jugent leur valeur satisfaisante.

Les ventes de résine vivante dans la catégorie des cartouches pour vaporisateurs de 1000 mg en Californie illustrent que les consommateurs sont prêts à payer plus cher pour des produits supérieurs. La résine vivante, généralement perçue comme un produit de meilleure qualité que ceux obtenus par d'autres méthodes d'extraction, représente maintenant 33 % des ventes totales de produits de vapotage en Californie, une hausse de 8 % par rapport à 2019 (voir la figure 9). Dans le premier quintile des niveaux de prix, 75 % des articles sont des cartouches de résine vivante, bien que celles-ci constituent moins de 50 % de la totalité des UGS. Par ailleurs, ce premier quintile contient seulement 15 % de cartouches de distillat, lesquelles constituent toutefois près de 40 % de tous les articles sur le marché.

Figure 9. Croissance des ventes de cartouches de résine vivante en Californie (en millions de \$ US)



Source : BDSA - Suivi des ventes au détail

86 %

**Des membres des générations Y et Z sont susceptibles d'acheter des produits supérieurs**

Rapport sur les consommateurs de cannabis de Deloitte -2021



**La résine vivante domine dans la catégorie de prix supérieure**

75 % des articles sont des cartouches de résine vivante

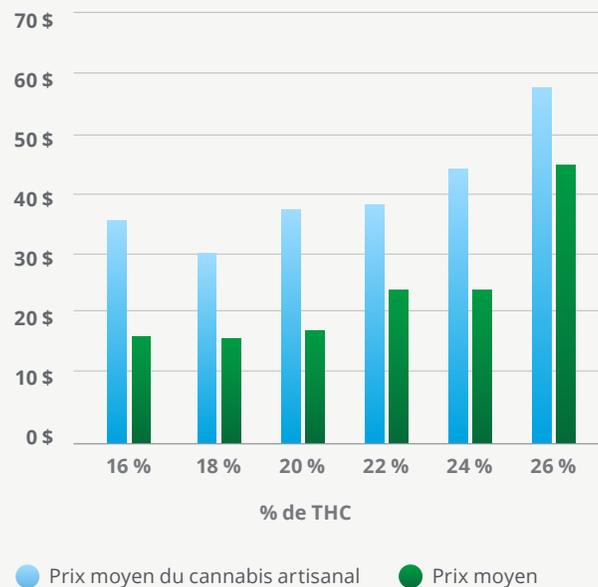
Il semblerait donc que le consommateur averti ait compris au fil du temps que la résine vivante offre un avantage par rapport au distillat. Cela dit, les responsables des marques devront probablement sensibiliser leur clientèle pour qu'elle reconnaisse qu'il peut valoir la peine de payer plus cher. On peut comparer cette situation au parcours d'un consommateur d'alcool qui commence à boire du whisky blended bas de gamme, puis qui se tourne graduellement vers du single malt de prestige.

De même, il semblerait que les consommateurs de produits comestibles soient prêts à payer plus cher si les bonbons gélifiés contiennent des ingrédients additionnels uniques. Par exemple, sur le marché californien, les bonbons gélifiés auxquels on a ajouté du CBD coûtent en moyenne 18 % plus cher. Les ventes de ce type de produit ont progressé de 41 % entre les deuxièmes trimestres de 2020 et de 2021.

Au Canada, par ailleurs, les fleurs séchées artisanales font l'objet d'une majoration de prix allant de 16 % à 41 %, selon leur teneur en THC (voir la figure 10).

Cette majoration n'a aucunement dissuadé les connaisseurs : le segment des fleurs artisanales profite d'une croissance considérable depuis deux ans, enregistrant un bond de 158 % au cours de la dernière année (voir la figure 11).

Figure 10. Majoration de prix pour 3,5 g de cannabis artisanal (\$ CA)

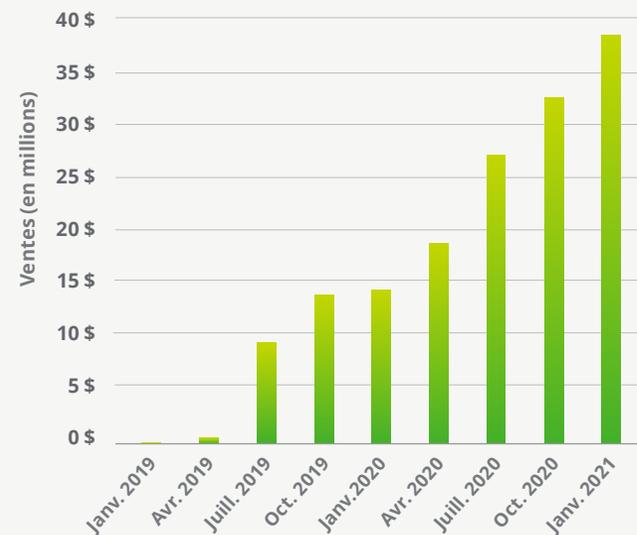


Source : Hifyre - Suivi des ventes au détail, janvier-juin 2021



*Les fleurs séchées artisanales font l'objet d'une majoration de prix allant de 16 % à 41 %, selon leur teneur en THC*

Figure 11. Croissance des ventes de cannabis artisanal (\$ CA)



Source : Hifyre - Suivi des ventes au détail



*Malgré une majoration de prix, les ventes de fleurs séchées artisanales ont fait un bond de 158 % au cours de la dernière année*



## Qu'est-ce qui diffère? Il peut être difficile de maintenir des normes de qualité d'une zone géographique à l'autre.

Aux États-Unis, la réglementation exige que le cannabis soit cultivé et transformé localement. La qualité des fleurs séchées varie selon les conditions de culture. Une marque pourrait donc offrir des fleurs séchées Bubba Kush cultivées en Californie et en Oregon qui seraient issues de la même variété, mais qui pourraient s'avérer bien différentes. La variation des exigences réglementaires peut entraîner des différences de produits et d'ingrédients.



*La qualité des fleurs séchées varie selon les conditions de culture*



*La variation des exigences réglementaires peut entraîner des différences de produits*



## Comment demeurer concurrentiel

- Déterminer précisément les produits pour lesquels les consommateurs sont prêts à payer plus cher en s'appuyant sur des analyses de marché, une connaissance approfondie des consommateurs et une surveillance des marchés (légal, clandestin et autres)
- Encourager les équipes de recherche et développement à mettre au point des produits exceptionnels ou uniques
- Mettre en place de solides processus d'assurance et de maintien de la qualité
- Établir et maintenir des normes de qualité élevées qui s'étendent à toutes les installations et zones géographiques
- Comprendre les différences réglementaires et trouver des moyens d'assurer l'uniformité
- Sensibiliser les consommateurs aux avantages des produits de prestige

# Une marque n'est pas encore synonyme de prix supérieur

**Qu'est-ce qui est pareil? Tant au Canada qu'aux États-Unis, les consommateurs cherchent une expérience produit satisfaisante axée sur le goût ou la saveur et l'effet procuré.**

Ils sont plus susceptibles de choisir un produit s'il provient d'une marque dont ils ont déjà fait l'essai (25 %), ou s'il a été recommandé par un ami ou un membre de la famille (20 %) ou par un conseiller en cannabis (21 %). Comme le secteur du cannabis est encore jeune, il n'est pas surprenant de constater que les consommateurs agissent comme des explorateurs, essayant de nouvelles marques et de nouveaux articles. Comme nous l'avons souligné précédemment, le segment des produits de prestige artisanaux connaît une explosion au Canada. L'expérience produit, combinée à l'identité de la marque, sera-t-elle en mesure de justifier un prix supérieur? Nous nous attendons à ce qu'au fil du temps, une forte image de marque constitue un élément distinctif qui justifie un prix supérieur, comme c'est le cas dans d'autres catégories de biens de consommation.

**Qu'est-ce qui diffère? À l'heure actuelle, les images de marque du secteur du cannabis demeurent relativement faibles, et n'ont donc pas une grande incidence sur le marché.**

Aux États-Unis, les consommateurs n'ont pas classé la « réputation d'une marque » parmi les dix principaux facteurs qui influencent leurs décisions d'achat. Seulement 18 % des répondants ont affirmé que ce facteur entre en ligne de compte lorsqu'ils choisissent un produit.

Cette faiblesse dans l'ensemble du secteur du cannabis présente néanmoins un avantage, soit une occasion de conquérir des parts de marché de premier ordre. En effet, sur le marché californien des produits comestibles et sur le marché canadien des vaporisateurs, on a observé un virage majeur de la part des chefs de file au cours des trois dernières années (voir la figure 12 et 13).



## Comment demeurer concurrentiel

- Créer des marques uniques, pertinentes et mémorables
- Comprendre la réglementation et cerner les occasions de rehausser sa marque tout en respectant cette réglementation
- Faire preuve d'innovation pour créer des expériences produits plaisantes et distinctives qui sont liées à la marque

Figure 12. Les 5 meilleurs vaporisateurs au Canada

	2019	2020	2021 (Janv-Juin)
1	San Rafael '71	Good Supply	Good Supply
2	Aurora Drift	Kolab	Back Forty
3	Phyto	Redecan	General Admission
4	Redecan	Foray	Kolab
5	Canaca	Trailblazer	Foray

Source : Hifyre - Suivi des ventes au détail

Figure 13. Les 5 meilleures marques de produits comestibles : le marché canadien au fil du temps

	2018	2019	2020	2021 (Janv-Juin)
1	Kiva Confections	→		
2	Plus Products	Plus Products	Wyld	Wyld
3	Big Pete's Treats	Sunderstorm	Sunderstorm	Sunderstorm
4	Sunderstorm	Smokiez	Plus Products	Plus Products
5	Flav	Wyld	Smokiez	Smokiez

Source : BDSA - Suivi des ventes au détail

# Les lois de l'économie demeurent les mêmes

**Qu'est-ce qui est pareil? L'offre et la demande ainsi que le coût des produits jouent un rôle dans la tarification.**

Le coût des produits est un facteur clé dans l'établissement des prix de gros, et diffère grandement d'un marché à l'autre. Par exemple, en août 2021, le prix moyen par livre de fleurs en Oregon s'établissait à 1 600 \$, mais à seulement 900 \$ au Colorado. Un éventail de facteurs influence le coût des produits, notamment les conditions de culture (à l'intérieur, à l'extérieur ou en serre), les cultivars, le rendement, l'envergure des installations, le milieu de culture et la méthode de taille employée.

Comme toujours, l'offre et la demande constituent également des facteurs fondamentaux. En Arizona, les ventes de cannabis récréatif ont commencé en janvier 2021, peu après sa légalisation. Les prix du cannabis thérapeutique, légal depuis longtemps, ont alors augmenté en réaction à la hausse de la demande globale (voir la figure 14) <sup>1</sup>.

**Figure 14.** Prix moyen des produits comestibles en Arizona (\$ US)

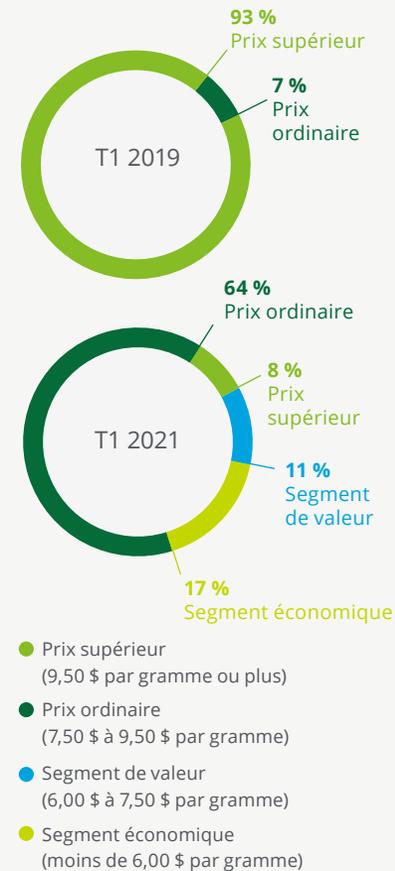


Source : RST, suivi des ventes jusqu'en avril 2021

**Qu'est-ce qui diffère? La volatilité des prix liée à l'offre et à la demande est considérable.**

Lorsque le cannabis récréatif légal est devenu accessible au Canada, l'offre de produits était faible, ce qui a entraîné des prix relativement élevés au départ. À mesure que l'offre a augmenté, les prix ont baissé. Le prix moyen par gramme des fleurs séchées est passé de 11,78 \$/g au premier semestre de 2019 (peu après le début des ventes légales) à 7,50 \$/g au premier semestre de 2021. La figure 15 illustre la transition spectaculaire qui s'est produite lorsque l'offre a augmenté : le segment des fleurs séchées à prix élevé a fait place à un segment de valeur (ou économique). De même, le prix moyen par équivalent-gramme des cartouches pour vaporisateurs a chuté de 41 %, passant de 32,02 \$/g au moment de la légalisation à 19 \$/g un an plus tard.

**Figure 15.** Part de marché des fleurs séchées selon le prix par gramme (unités vendues)



Les prix ci-dessus sont en dollars canadiens

Source : Hifyre - Suivi des ventes au détail



## Comment demeurer concurrentiel

- Évaluer les activités d'exploitation pour accroître l'efficacité et réduire au minimum le coût des produits
- Surveiller et évaluer l'offre et la demande afin de réagir rapidement aux fluctuations

<sup>1</sup> Valeriya Safronova, "How Arizona Won the Weed Legalization Race," *The New York Times*, 29 mars 2021

# En conclusion

Sur les marchés du cannabis, la tarification est hautement changeante. Elle se comporte parfois comme celle d'autres secteurs, mais elle peut également surprendre. Les entreprises et les marques de premier ordre doivent analyser les données attentivement pour éclairer leurs décisions et éviter de formuler des suppositions qui se basent sur d'autres secteurs de consommation. Compte tenu de la volatilité des prix, il leur sera essentiel de limiter les coûts pour faire face adéquatement au marché ainsi qu'aux activités concurrentielles tout en continuant d'atteindre leurs cibles de rentabilité.

L'adoption de solides pratiques commerciales placera les entreprises de cannabis sur la voie du succès. Cela se résume à trois éléments :

1

## Connaître le secteur

- Surveiller et analyser constamment les marchés
- Comprendre les prix concurrentiels (marchés légal et clandestin dans chaque région)
- Comprendre le rendement de son produit par rapport à celui d'un concurrent
- Comprendre les répercussions sur les activités de la réglementation, de la taxation et des marges de détail par région

2

## Optimiser l'efficacité opérationnelle de l'entreprise

- Établir et maintenir des normes de qualité qui s'harmonisent avec la promesse de la marque
- Optimiser l'efficacité pour réduire au minimum le coût des produits et permettre une souplesse tarifaire

3

## Connaître sa clientèle

- Connaître ses consommateurs cibles et en apprendre davantage sur eux afin de créer un avantage concurrentiel dans les offres de produits et les communications
- Trouver des innovations qui justifient des prix plus élevés
- Communiquer les avantages de votre marque pour aider les consommateurs à évaluer la valeur

La confiance excessive n'a pas sa place dans le secteur du cannabis. La tarification, comme d'autres leviers du secteur, continuera d'évoluer rapidement. Les entreprises qui visent le succès devront faire preuve d'agilité en tirant parti des données et des meilleures pratiques pour surmonter les défis que pose ce cadre complexe d'établissement des prix.

# Personnes-ressources

**Sid Hathiramani**

Associé, Conseils en gestion des risques  
Deloitte  
[shathiramani@deloitte.ca](mailto:shathiramani@deloitte.ca)

**Chris Bolivar**

Vice-président, Croissance stratégique  
Hifyre  
[sales@hifyre.com](mailto:sales@hifyre.com)

**Jessica Lukas**

Vice-présidente principale, Développement commercial  
BDSA  
[jessica@bdsa.com](mailto:jessica@bdsa.com)

# Collaborateurs

**Rishi Malkani**

Associé, Conseils financiers en F&A,  
leader du secteur du cannabis  
Deloitte

**Mary Beth Williamson**

Leader de la pratique, Conseils en gestion des risques  
Deloitte

**Matt Sinclair**

Directeur, Sciences de l'analytique et des données  
Hifyre

**Kelly Nielsen**

Vice-présidente, Perspectives et analytique  
BDSA

---

La présente publication ne contient que des renseignements généraux, et Deloitte n'y fournit aucun conseil ou service professionnel dans les domaines de la comptabilité, des affaires, des finances, des placements, du droit ou de la fiscalité, ni aucun autre type de service ou conseil. Ce document ne remplace pas les services ou conseils professionnels et ne devrait pas être utilisé pour prendre des décisions ou mettre en œuvre des mesures susceptibles d'avoir une incidence sur votre entreprise. Avant de prendre de telles décisions ou mesures, vous devriez consulter un conseiller professionnel compétent. Deloitte ne pourra être tenu responsable des pertes que pourrait subir une personne ou une entité qui se fie à la présente publication.



#### À propos de Deloitte

Deloitte offre des services dans les domaines de l'audit et de la certification, de la consultation, des conseils financiers, des conseils en gestion des risques, de la fiscalité et d'autres services connexes à de nombreuses sociétés ouvertes et fermées dans différents secteurs. Deloitte sert quatre entreprises sur cinq du palmarès Fortune Global 500<sup>MD</sup> par l'intermédiaire de son réseau mondial de cabinets membres dans plus de 150 pays et territoires, qui offre les compétences de renommée mondiale, le savoir et les services dont les clients ont besoin pour surmonter les défis d'entreprise les plus complexes. Deloitte S.E.N.C.R.L./s.r.l., société à responsabilité limitée constituée en vertu des lois de l'Ontario, est le cabinet membre canadien de Deloitte Touche Tohmatsu Limited. Deloitte désigne une ou plusieurs entités parmi Deloitte Touche Tohmatsu Limited, société fermée à responsabilité limitée par garanties du Royaume-Uni, ainsi que son réseau de cabinets membres dont chacun constitue une entité juridique distincte et indépendante. Pour une description détaillée de la structure juridique de Deloitte Touche Tohmatsu Limited et de ses sociétés membres, voir [www.deloitte.com/ca/apropos](http://www.deloitte.com/ca/apropos).

Notre raison d'être mondiale est d'avoir une influence marquante. Chez Deloitte Canada, cela se traduit par la création d'un avenir meilleur en accélérant et en élargissant l'accès au savoir. Nous croyons que nous pouvons concrétiser cette raison d'être en incarnant nos valeurs communes qui sont d'ouvrir la voie, de servir avec intégrité, de prendre soin les uns des autres, de favoriser l'inclusion et de collaborer pour avoir une influence mesurable.

Pour en apprendre davantage sur les quelque 330 000 professionnels de Deloitte, dont plus de 11 000 font partie du cabinet canadien, veuillez nous suivre sur LinkedIn, Twitter, Instagram ou Facebook.

© Deloitte S.E.N.C.R.L./s.r.l. et ses sociétés affiliées. Conçu et produit par L'Agence | Deloitte Canada.



#### À propos de Hifyre IQ<sup>MC</sup>

Hifyre IQMC est la principale plateforme d'analyse de données de ventes en temps réel du secteur. Grâce à des données sur les ventes, à des données démographiques sur les clients, à des perspectives d'achat et à des analyses des tendances du marché en temps réel, votre équipe peut plus facilement repérer des occasions de croissance stratégique. Nous vous aidons à comprendre le rendement d'un produit de même que les tendances liées au secteur et aux consommateurs, et nous vous fournissons un moteur de prédiction avancé pour prévoir les grands mouvements du marché. [hifyreretail.com](http://hifyreretail.com)



#### À propos de BDSA

Établi à Boulder, au Colorado, BDSA est le premier cabinet mondial d'études sur le marché du cannabis qui aide les entreprises à améliorer leurs revenus, à réduire les risques liés à l'innovation et à accorder la priorité à l'expansion du marché. Le cabinet offre une compréhension globale du marché du cannabis grâce aux données, à l'analytique et aux perspectives tirées des données sur les ventes au détail, des recherches sur les consommateurs et des prévisions du marché. Pour en savoir plus, visitez le site [www.bdsa.com](http://www.bdsa.com).