

UNIVERSITÉ DU QUÉBEC À MONTRÉAL

LA RÉGLEMENTATION DU CANNABIS AU NOUVEAU-BRUNSWICK : CONCEPTUALISATION ET
OPÉRATIONNALISATION D'UN MODÈLE D'ENCADREMENT AXÉ SUR LA SANTÉ ET LA SÉCURITÉ
PUBLIQUES

TRAVAIL DIRIGÉ

PRÉSENTÉ

COMME EXIGENCE PARTIELLE

DE LA MAÎTRISE EN SCIENCE POLITIQUE

PAR

VINCENT MERCIER

JUIN 2025

UNIVERSITÉ DU QUÉBEC À MONTRÉAL
Service des bibliothèques

Avertissement

La diffusion de ce document diplômant se fait dans le respect des droits de son auteur, qui a signé le formulaire *Autorisation de reproduire et de diffuser un travail de recherche de cycles supérieurs* (SDU-522 – Rév. 04-2020). Cette autorisation stipule que «conformément à l'article 11 du Règlement no 8 des études de cycles supérieurs, [l'auteur] concède à l'Université du Québec à Montréal une licence non exclusive d'utilisation et de publication de la totalité ou d'une partie importante de [son] travail de recherche pour des fins pédagogiques et non commerciales. Plus précisément, [l'auteur] autorise l'Université du Québec à Montréal à reproduire, diffuser, prêter, distribuer ou vendre des copies de [son] travail de recherche à des fins non commerciales sur quelque support que ce soit, y compris l'Internet. Cette licence et cette autorisation n'entraînent pas une renonciation de [la] part [de l'auteur] à [ses] droits moraux ni à [ses] droits de propriété intellectuelle. Sauf entente contraire, [l'auteur] conserve la liberté de diffuser et de commercialiser ou non ce travail dont [il] possède un exemplaire.»

UNIVERSITÉ DU QUÉBEC À MONTRÉAL
Faculté de science politique et de droit
Département de science politique

Le présent mémoire intitulé
*La réglementation du cannabis au Nouveau-Brunswick : conceptualisation et opérationnalisation
d'un modèle d'encadrement axé sur la santé et la sécurité publiques*

Présenté par
Vincent Mercier

A été évalué par le jury composé de

Maude Benoit
Direction de recherche

Carole Clavier
Évaluateur/Évaluatrice

REMERCIEMENTS

Je souhaite tout d'abord remercier mes parents, Sylvie et Pierre, qui m'ont encouragé et soutenu tout au long de mon parcours académique. Sans vous, je n'aurais jamais eu le courage et la confiance de poursuivre mes études à la maîtrise après mon baccalauréat. Merci pour votre aide et vos conseils pour lesquels je vous serai à jamais reconnaissant.

Merci à ma conjointe, Mia, avec qui j'ai eu la chance de partager cette expérience. Merci de m'avoir accompagné tout au long de ce projet et d'avoir cru en mes capacités dans les moments où l'incertitude et le doute m'envahissaient. Merci pour ton aide, tes conseils et ton écoute.

Surtout, je tiens à remercier ma directrice, Maude Benoit, sans qui ce projet n'aurait assurément jamais vu le jour. Merci de m'avoir introduit au milieu de la recherche dès le début de mon parcours au deuxième cycle. Merci pour ta disponibilité et tes révisions des nombreuses versions qu'a connues ce travail.

TABLE DES MATIÈRES

REMERCIEMENTS	ii
LISTE DES FIGURES.....	vi
LISTE DES TABLEAUX	viii
RÉSUMÉ	ix
INTRODUCTION	1
CHAPITRE 1 CONCEPTUALISER UN MODÈLE D’ENCADREMENT POUR UNE LÉGALISATION DU CANNABIS AXÉE SUR LA SANTÉ ET LA SÉCURITÉ PUBLIQUES	6
1.1 Une conceptualisation de la légalisation sensible aux enjeux méthodologiques.....	6
1.1.1 Goertz et l’analyse conceptuelle à trois niveaux	8
1.2 L’état de la littérature sur les modèles d’encadrement du cannabis	9
1.2.1 Données et période étudiée	9
1.2.2 Sélection de la littérature	10
1.2.3 Résultats.....	10
1.3 Le modèle de légalisation axé sur la santé et la sécurité publiques	12
1.3.1 Limiter les facteurs de risque des produits à base de cannabis	14
1.3.2 Sensibiliser et prévenir la population des risques de la consommation de cannabis	16
1.3.3 Prévenir une hausse de la consommation de cannabis.....	19
1.3.4 Réduire l’attractivité du cannabis en tant que marchandise.....	22
1.3.5 Encadrer strictement l’industrie légale.....	25
1.3.6 Encourager les consommateurs à migrer vers le marché légal et lutter contre le marché illégal 28	
1.4 Conclusion	31
CHAPITRE 2 L’ENCADREMENT DU CANNABIS AU NOUVEAU-BRUNSWICK	34
2.1 Analyse de contenu médiatique et organisationnelle	34
2.1.1 Démarche de recherche pour l’analyse de contenu médiatique	34
2.1.2 Démarche de recherche pour l’analyse de contenu de Cannabis NB	35
2.2 Présentation du modèle d’encadrement du cannabis au Nouveau-Brunswick	36
2.2.1 La naissance du modèle néo-brunswickois.....	36
2.2.2 Débuts difficiles et remise en question du modèle étatique.....	38
2.2.3 Redressement et métamorphose de Cannabis NB.....	41
2.2.4 Conclusion.....	43
2.3 Stimuler les ventes au moyen de la promotion	43
2.3.1 Commercialisation	44
2.3.2 Offres promotionnelles.....	47
2.3.3 Publicités.....	48

2.3.4 Conclusion.....	50
2.4 Diversifier sans privatiser : l'ajout de succursales privées et de la vente <i>farmgate</i>	50
2.4.1 <i>Farmgate</i>	51
2.4.2 Réseau de succursales privées.....	53
2.4.3 Conclusion.....	54
2.5 Lutter contre le marché illégal : une occasion d'éduquer, satisfaire et d'impliquer les consommateurs.....	54
2.5.1 Campagne « Bon à savoir ».....	55
2.5.2 La diversification de l'offre : des fleurs séchées aux calendriers de l'avent.....	56
2.5.3 Cannabis Est, Expo Cannabis et Coupe Cannabis NB : des événements pour les consommateurs	57
2.5.4 Les évaluations de produits : un moyen pour les consommateurs de partager leurs expériences	59
2.5.5 Conclusion.....	61
2.6 Conclusion.....	62
CONCLUSION ET RECOMMANDATIONS	64
2.7 Recommandation #1 : éviter de tomber dans le piège de la commercialisation	65
2.8 Recommandation #2 : le monopole public, un idéal, mais pas une nécessité	66
2.9 Recommandation #3 : permettre aux consommateurs de s'exprimer et d'échanger à travers un système d'avis	67
ANNEXE A DONNÉES COMPLÉMENTAIRES SUR LES PRATIQUES COMMERCIALES DE CANNABIS NB	69
ANNEXE B DONNÉES COMPLÉMENTAIRES SUR LA DIVERSIFICATION DU MODÈLE DE VENTE DE CANNABIS NB	76
ANNEXE C DONNÉES COMPLÉMENTAIRES SUR LES STRATÉGIES DE CANNABIS NB POUR ÉDUCER, SATISFAIRE ET IMPLIQUER LES CONSOMMATEURS.....	78
BIBLIOGRAPHIE.....	91

LISTE DES FIGURES

Figure 1.1 Spectre des politiques en matière de drogues.....	7
Figure 1.2 Dimensions constitutives d'une légalisation axée sur la santé et la sécurité publiques.....	13
Figure 1.3 Première dimension constitutive et ses indicateurs	14
Figure 1.4 Deuxième dimension constitutive et ses indicateurs.....	17
Figure 1.5 Troisième dimension constitutive et ses indicateurs	20
Figure 1.6 Quatrième dimension constitutive et ses indicateurs	23
Figure 1.7 Cinquième dimension constitutive et ses indicateurs.....	26
Figure 1.8 Sixième dimension constitutive et ses indicateurs	29
Figure 1.9 Diagramme complet du modèle axé sur la santé et la sécurité publiques	32
Figure 2.1 Intérieur d'une succursale de Cannabis NB au mois d'octobre 2018.....	45
Figure 2.2 Intérieur d'une succursale de Cannabis NB au mois d'août 2023.....	46
Figure 2.3 Images de la boutique éphémère de Cannabis NB située au village des conteneurs de St-John	47
Figure 2.4 Capture d'écran du magasin en ligne de Cannabis NB affichant un rabais à l'achat de 7g de cannabis.....	69
Figure 2.5 Capture d'écran du magasin en ligne de Cannabis NB affichant des rabais qui s'appliquent à l'achat d'une once (28 g) de cannabis	70
Figure 2.6 Infolettres envoyées aux clients de Cannabis NB dans le cadre de la Saint-Valentin et de l'Halloween	71
Figure 2.7 Messages promotionnels publiés sur la page Facebook de Cannabis NB, publiés dans le cadre de la fête des mères et des pères.....	72
Figure 2.8 Publicité des produits à base de cannabis à saveur de fraise sur le compte Instagram de Cannabis NB	73
Figure 2.9 Publicité des produits à base de cannabis à saveur de melon d'eau sur le compte de Instagram de Cannabis NB.....	74
Figure 2.10 Exemple d'une publication de Cannabis NB mettant en valeur une destination touristique du Nouveau-Brunswick.....	75
Figure 2.11 Première succursale de cannabis privée à ouvrir au Nouveau-Brunswick	76

Figure 2.12 Sceau de conformité émis par Cannabis NB aux détaillants privés	77
Figure 2.13 Deux affiches publicitaires de la campagne « Bon à savoir ».....	78
Figure 2.14 Images du cours en ligne et interactif offert par Cannabis NB dans le cadre de la campagne « Bon à savoir »	79
Figure 2.15 Calendrier de l’avent vendu par Cannabis NB.....	80
Figure 2.16 Producteurs invités et kiosques d’exposition à Cannabis Est	81
Figure 2.17 Accessoires distribués aux participants de Cannabis Est	82
Figure 2.18 Maquette de l’évènement Cannabis Est	83
Figure 2.19 Annonce d’un rabais à l’achat de deux billets pour l’Expo cannabis	83
Figure 2.20 Image de la trousse des juges de la Coupe Cannabis NB	84
Figure 2.21 Formulaire d’évaluation pour les juges de la Coupe Cannabis NB.....	85
Figure 2.22 Captures d’écran d’un reportage de Global News sur l’Expo cannabis	86
Figure 2.23 Évaluations de produits qui mettent de l'emphase sur les effets intoxicants du cannabis.....	87
Figure 2.24 Évaluations de produits où les consommateurs préviennent que les produits achetés ont généré un sentiment d’angoisse	88
Figure 2.25 Évaluations de produits où les consommateurs attribuent des propriétés thérapeutiques aux produits achetés chez Cannabis NB.....	89
Figure 2.26 Évaluations de produits où les consommateurs font part de leurs activités de consommation	90

LISTE DES TABLEAUX

Tableau 1.1 Synthèse de la revue de la littérature	10
Tableau 2.1 États financiers de Cannabis NB pour les exercices de 2018-2019 à 2022-2023 (en milliers)	41
Tableau 2.2 Ventes brutes de Cannabis NB par type de produit (en milliers) et taux de croissance annuel des ventes par type de produit (%)	42

RÉSUMÉ

Les expériences de légalisation du cannabis se multiplient à travers de nombreuses juridictions depuis maintenant plus d'une décennie. Ce tournant politique majeur est à l'origine de l'élaboration et de la mise en œuvre de modèles d'encadrement aux politiques et objectifs diversifiés. Or, le fait de légaliser ne constitue pas en soi une politique axée sur la santé et la sécurité publiques. Dans ce contexte, comment pouvons-nous garantir qu'un modèle de légalisation s'inscrive et respecte de tels objectifs? Ce travail de recherche porte donc sur la systématisation des instruments politiques nécessaires pour encadrer le cannabis dans une perspective de santé et de sécurité publiques dans le cadre d'une légalisation à des fins récréatives. Dans un premier temps, nous mobilisons la démarche conceptuelle à trois niveaux de Goertz afin d'établir un idéal-type d'une légalisation qui poursuit des objectifs de santé et de sécurité publiques. Cette étape repose sur une revue de la littérature scientifique et institutionnelle des diverses réflexions et propositions réglementaires pour l'encadrement du cannabis selon une perspective d'intérêt public. Dans un deuxième temps, nous appliquons cette conceptualisation idéaltypique à un cas d'étude concret, celui de l'encadrement du cannabis au Nouveau-Brunswick, avec une attention particulière portée à son modèle de vente. Cet exercice s'appuie sur une analyse de contenu médiatique et institutionnel, laquelle permet de rendre compte de la réalité empirique de l'élaboration et la mise en œuvre des régimes de légalisation.

Mots clés : cannabis, légalisation, Nouveau-Brunswick, conceptualisation, politiques publiques, santé publique, sécurité publique, réglementation, réduction des méfaits, monopole public, modèles de vente

INTRODUCTION

Au tournant des années 2010, plusieurs référendums et changements législatifs ont mené avec succès à la légalisation du cannabis à des fins récréatives à travers diverses juridictions d'Amérique du Nord et du Sud, dont 24 États américains (depuis 2012 dans les États du Colorado et de Washington), l'Uruguay (depuis 2013) et le Canada (depuis 2018). Ces réformes constituent une véritable rupture avec les approches réglementaires classiques en matière de drogues qui, au 20^e siècle, étaient très largement centrées sur la prohibition des substances psychoactives et la judiciarisation de ceux qui les consomment. Ce débat occupe une place importante dans le secteur de la santé publique, où des initiatives telles que la décriminalisation¹, la réduction des méfaits² et la légalisation du cannabis³ trouvent l'appui d'un nombre croissant d'experts (Csete *et al.*, 2016 ; Godlee et Hurley, 2016 ; Malinowska-Sempruch et Lohman, 2022 ; The Lancet Global Health, 2025). En effet, les gouvernements sont de plus en plus confrontés aux conséquences des approches prohibitives et punitives sur la santé et la sécurité de leurs citoyens. Outre son incapacité de mettre fin à la production, la distribution, la vente et la consommation de drogues illégales (Levine, 2003 ; Saloner *et al.*, 2018), le régime mondial de la prohibition contribue également à la stigmatisation, la discrimination, la judiciarisation et la mise en danger des consommateurs de drogues en général (Bernstein *et al.*, 2021 ; Csete *et al.*, 2016 ; Godlee et Hurley, 2016) et des populations racisées en particulier (Cooper, 2015 ; Owusu-Bempah et Luscombe, 2021).

¹ La décriminalisation est un modèle d'encadrement axé sur la réduction ou le retrait des sanctions criminelles liées à la possession simple et la consommation de substances illégales (Greer *et al.*, 2022 ; Rouhani *et al.*, 2024), tout en maintenant l'interdiction de leur production et leur distribution. Elle découle soit de politiques officielles ou de lois (décriminalisation de droit), soit de directives informelles qui ne requièrent aucune modification législative (dépénalisation ou décriminalisation de fait) (Jesseman et Payer, 2018, p. 2). Outre la déjudiciarisation des consommateurs, la décriminalisation peut également élargir leur accès à des services éducatifs, thérapeutiques et sociaux, à l'image du régime portugais (Stevens *et al.*, 2022, p. 31).

² Développée afin de combattre la propagation du VIH chez les consommateurs de drogues par injection (Erickson *et al.*, 1997, p. 10 ; Roe, 2005, p. 243), la réduction des méfaits privilégie la diminution des conséquences négatives liées à la consommation de drogues plutôt qu'à punir et à éradiquer le comportement en soi (Single, 1995, p. 288). Cette approche considère que la consommation de drogues constitue un comportement comme les autres, un « fait inéluctable » (Hathaway et Erickson, 2003, p. 471) dont les implications ne s'avèrent pas forcément problématiques, tout en reconnaissant qu'elles peuvent le devenir (Erickson *et al.*, 1997, p. 8). La réduction des méfaits repose sur des interventions sociales (Fonseca et Van Wingerden, 2020) et sanitaires (Obradovic, 2021) pragmatiques, dont la fourniture de matériel de consommation, de services d'injection supervisée et de services d'information, d'éducation et d'auto-soutien (Brisson, 2012).

³ La légalisation rejette les approches répressives et punitives de la prohibition. En effet, il s'agit d'une réforme législative qui autorise et régit la production, la distribution, la vente et la consommation d'une substance donnée (Lévesque, 2020).

Pour ces raisons, l'Uruguay et le Canada se sont tournés vers la légalisation du cannabis à des fins récréatives en privilégiant une approche axée sur la santé et la sécurité publiques (Cruz *et al.*, 2016 ; Ministère de la Justice Canada, 2021). Pourtant, la nature exacte de ce en quoi consiste concrètement un modèle de légalisation axé sur la santé et la sécurité publiques demeure floue. En effet, bien que de nombreux travaux abordent la question, une définition communément acceptée de cette approche n'existe pas dans la littérature scientifique et institutionnelle (Crépault, 2018, p. 1). Parmi les auteurs qui s'y sont intéressés, plusieurs ont avancé qu'une légalisation axée sur la santé et la sécurité publiques implique une intervention accrue de l'État, allant jusqu'à la création d'un monopole public chargé de la distribution et de la vente des produits à base de cannabis (Barry et Glantz, 2016, 2018 ; Cox, 2018 ; Crépault, 2014, 2018 ; Shover et Humphreys, 2019). Cette orientation part du principe qu'un monopole public permettrait de limiter les risques d'une augmentation de la consommation de cannabis en offrant à l'État un contrôle plus strict sur l'accessibilité des produits (Orenstein et Glantz, 2020, p. 1343 ; Rehm et Fischer, 2015, p. 543) et en éliminant la logique de profit propre aux entreprises privées (Haden et Emerson, 2014, p. e74 ; Patenaude *et al.*, 2018, p. 216 ; Room et Cisneros Örnberg, 2019, p. 226).

Cela dit, l'idée qu'un monopole public constitue une caractéristique fondamentale pour la mise en œuvre d'un modèle axé sur la santé publique nous semble insatisfaisante. Sous l'effet de la déréglementation et des pressions exercées en vue d'augmenter les redevances remises au trésor public, plusieurs monopoles étatiques chargés de la gestion de l'alcool et des jeux de hasard se sont éloignés de leur mandat initial de simplement répondre à la demande pour se tourner vers la promotion et l'augmentation de leurs services (Binde, 2014 ; Grieshaber-Otto *et al.*, 2000 ; Ludwig *et al.*, 2013 ; Örnberg et Ólafsdóttir, 2008). La Société des alcools du Québec (SAQ), avec ses nombreuses pratiques promotionnelles telles que les rabais, les publicités et le programme de récompense « Inspire » (Dessureault *et al.*, 2021), n'échappe pas à cette tendance. Ainsi, l'hypothèse selon laquelle un modèle public constitue une approche de santé publique offre une vision quelque peu réductrice, ou du moins incomplète, des caractéristiques qu'un tel modèle doit détenir afin de réaliser sa mission.

Cela nous mène donc à la question suivante : en quoi consiste un modèle de légalisation axé sur la santé et la sécurité publiques ? Ce travail cherchera à apporter des éléments de réponse à cette question, tant sur le plan conceptuel que sur le plan opérationnel. Dans un premier temps, en mobilisant la démarche méthodologique de la conceptualisation développée par Goertz (2006), nous procéderons à la construction d'un idéal-type du modèle de légalisation axé sur la santé et la sécurité publiques à partir

d'une revue de la littérature scientifique et institutionnelle pertinente. La revue de la littérature est un outil de recherche qui permet de synthétiser et d'évaluer l'état des connaissances d'un sujet donné. Sa réalisation permet de mettre en relation les contributions d'une recherche avec la littérature existante (Knopf, 2006, p. 128). Par conséquent, notre revue de la littérature établira d'abord un bilan des connaissances scientifiques et institutionnelles concernant les modèles d'encadrement du cannabis axés sur la santé publique. Cette étape nous permettra d'identifier les mesures politiques faisant partie d'un tel modèle. Par la suite, nous proposerons un idéal-type du modèle axé sur la santé publique. Par idéal-type, nous faisons référence à la conception d'un phénomène dans sa forme la plus « pure », à savoir une représentation parfaite, et donc pratiquement inatteignable, de l'objet que l'on tente d'étudier (Goertz, 2020, p. 249 ; Swedberg, 2018, p. 184). En ce sens, l'idéal ne cherche pas à être le reflet de la réalité, il s'agit plutôt d'une « norme » à partir de laquelle les phénomènes réels que l'on observe peuvent être comparés et évalués (Goertz, 2020, p. 249). Toutefois, une partie de la documentation étudiée a été publiée avant ou pendant le processus de légalisation du cannabis au Canada, c'est-à-dire à un moment où peu de modèles de légalisation poursuivaient explicitement de tels objectifs.

Dans une deuxième partie de ce travail, nous appliquerons la conceptualisation du modèle axé sur la santé publique développé dans notre premier chapitre au cas de la légalisation du cannabis au Canada en nous concentrant sur un régime provincial en particulier, soit celui du Nouveau-Brunswick. Cette étape sera appuyée par une analyse de contenu médiatique et institutionnel qui examinera l'évolution et les différents instruments politiques du modèle d'encadrement néo-brunswickois du cannabis. Cette deuxième étape du travail est pertinente, car elle permet d'une part d'observer les différentes formes que l'idéal-type d'une légalisation peut adopter dans la pratique et, d'autre part, d'identifier les caractéristiques du modèle qui sont indispensables à poursuivre de celles qui peuvent être présentes à des degrés moindres sans compromettre les objectifs de santé et de sécurité publiques. C'est dans ce contexte que l'étude du cas de la légalisation au Canada est intéressante. Du fait de son organisation fédérale, le pays compte en réalité plus d'une dizaine de modèles de légalisation distincts qui se côtoient depuis l'entrée en vigueur de la légalisation en 2018. En effet, en vertu de la *Loi sur le cannabis*, les secteurs de la production et de la transformation de cannabis relèvent de la compétence du gouvernement fédéral, tandis que les secteurs de la distribution et de la vente au détail sont la responsabilité des gouvernements des provinces et des territoires (Ministère de la Justice du Canada, 2021). Ce partage des compétences a donné naissance à une multitude de modèles tant publics (Île-du-Prince-Édouard, Nouvelle-Écosse, Nouveau-Brunswick et Québec), privés (Alberta, Manitoba et Saskatchewan) que mixtes (Colombie-

Britannique, Ontario, Terre-Neuve-et-Labrador) (Cox, 2018, p. 208 ; Lévesque et Benoit, 2020, p. 372), tous conçus pourtant sous l'égide de la santé et de la sécurité publiques. Autrement dit, l'association automatique entre modèle public de vente du cannabis et approche de santé publique gagnerait à être prise avec plus de nuance.

En outre, la typologie publique/privée/mixte masque d'importantes variations entre les modèles d'encadrement appartenant à une même catégorie. Par exemple, les modèles publics du Québec et du Nouveau-Brunswick (du moins jusqu'en 2023, nous y reviendrons) diffèrent considérablement l'un de l'autre. Ainsi, le modèle d'encadrement québécois du cannabis est considéré comme étant le plus contraignant au pays par ses règles en matière de culture à domicile, d'âge légal et de consommation dans les lieux publics (Benoit, 2023). À l'inverse, le modèle néo-brunswickois est moins restrictif, que ce soit en imitant les pratiques du secteur privé en matière de promotion et de marketing, de la prise en compte des préférences des consommateurs, ou en privatisant partiellement son réseau de vente au détail.

Ce travail offre une contribution à la fois théorique et pratique. D'abord, dans un contexte où le tournant politique majeur qu'est la légalisation du cannabis est appelé à prendre de l'ampleur, l'élaboration d'une conceptualisation ontologique d'un modèle axé sur la santé et la sécurité publiques et son application à un cas concret contribue à surmonter le caractère éclaté et sommaire des conceptions évoquées dans les débats en cours. Ensuite, d'un point de vue pratique, cette conceptualisation et opérationnalisation du modèle pourra constituer une « feuille de route » des options possible à tout gouvernement qui songe à légaliser le cannabis dans une perspective d'intérêt public. Elle pourra également aider et appuyer la prise de décision au sein des États et provinces qui ont déjà légalisé le cannabis, mais qui souhaiteraient apporter des modifications ou des ajustements à leur modèle. Après tout, la légalisation est un phénomène récent qui se distance des fondements bien ancrés du cadre prédominant de la prohibition des drogues. Cette transition d'un paradigme à un autre sera inévitablement confrontée à des défis que les décideurs et les administrations publiques devront anticiper et auxquels ils devront s'adapter.

Finalement, la portée de ce travail ne se limite pas qu'au cas de la légalisation du cannabis. Nous espérons que la définition proposée aidera aussi bien les chercheurs que les législateurs dans l'analyse, le développement et l'évaluation d'approches axée sur la santé et la sécurité publiques dans le cadre du cannabis, mais également de l'alcool, des jeux de hasard ou toute autre substance ou activité impliquant un certain niveau de risque. Ainsi, nous jugeons qu'il est pertinent d'adresser ce document d'orientation

politique à Santé Canada, au ministère de la Santé et des Services sociaux, au Comité de vigilance sur le cannabis, à la Société québécoise du cannabis ainsi qu'à l'Institut national de santé publique du Québec (INSPQ).

CHAPITRE 1

CONCEPTUALISER UN MODÈLE D'ENCADREMENT POUR UNE LÉGALISATION DU CANNABIS AXÉE SUR LA SANTÉ ET LA SÉCURITÉ PUBLIQUES

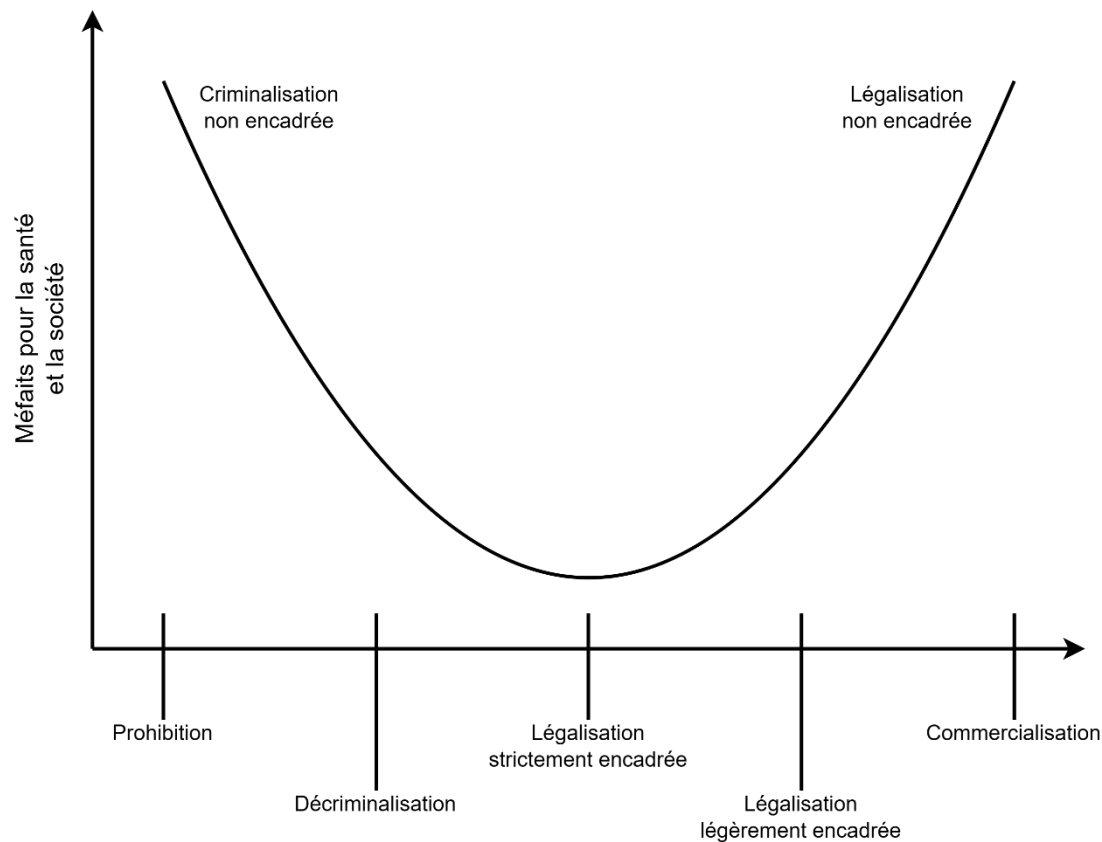
Ce chapitre est consacré à l'élaboration d'un idéal-type d'une légalisation axée sur la santé publique et la sécurité publiques. Celui-ci est divisé en trois sections. La première (1.1) expose l'enjeu méthodologique au cœur de notre problématique de départ avant de présenter l'analyse conceptuelle à trois niveaux de Goertz (2006) et expliciter son emploi dans le cadre de ce travail. Ensuite, dans la deuxième section (1.2), nous faisons le point sur les recherches qui traitent des différentes approches pour réglementer le cannabis à des fins récréatives selon une perspective de santé et de sécurité publiques. Enfin, la troisième section (1.3) introduit l'idéal-type que nous avons conçu en suivant la démarche de Goertz (2006) et en nous appuyant sur les informations compilées lors de la revue de la littérature. Elle met en lumière les dimensions constitutives du modèle proposé ainsi que les indicateurs qui servent à les mesurer.

1.1 Une conceptualisation de la légalisation sensible aux enjeux méthodologiques

Avant de poursuivre, rappelons brièvement la problématique entourant la conception actuelle d'un modèle de légalisation axé sur la santé et la sécurité publiques. Lors des dernières années, de nombreuses typologies ont été développées afin de catégoriser les différentes approches pour réglementer la production, la distribution et la consommation de cannabis à des fins récréatives (Lévesque, 2023). Ces typologies sont généralement tirées du spectre des politiques en matière de drogues (voir la Figure 1.1), lequel regroupe les cinq grandes catégories suivantes : 1) la prohibition; 2) la décriminalisation; 3) la légalisation strictement encadrée (ou modèle axé santé publique); 4) la légalisation légèrement encadrée; 5) la légalisation non encadrée (ou le modèle commercial) (Apfel, 2014 ; Association canadienne de santé publique, 2014 ; Beauchesne, 2020 ; Cox, 2018 ; Crépault, 2014 ; Rogeberg *et al.*, 2018). L'hypothèse posée par ce spectre est que l'ampleur des méfaits liés à la consommation d'une substance varie selon la sévérité des règles qui l'encadrent, indépendamment de son statut légal. Ainsi, des régimes comme la prohibition et la commercialisation sont, en théorie, tout aussi néfastes pour la santé, car aucun des deux n'encadre strictement la production, la distribution, la vente et la consommation d'une substance donnée. Autrement dit, dans ces modèles, il est présumé que le but des producteurs et des vendeurs de la substance serait d'augmenter la consommation de façon à engendrer davantage de profits, au sein du marché illégal dans le premier cas et légal pour le second. À l'inverse, une légalisation strictement

encadrée serait l'approche la moins nocive pour la santé publique puisque la logique économique ne constituerait pas une priorité et que d'autres objectifs y seraient pris en compte.

Figure 1.1 Spectre des politiques en matière de drogues



Adapté de Cannabis – From Prohibition to Regulation: "When the music changes so does the dance" (p. 10), par F. Apfel, 2014, ALICE RAP; et de Cadre stratégique pour le contrôle du cannabis (p. 14), par J.-F. Crépault, 2014, Centre de toxicomanie et de santé mentale.

Bien qu'utiles, ces typologies sont souvent insuffisamment développées, ce qui entraîne un manque d'homogénéité dans la définition des différentes catégorisations qu'elles proposent (Greer *et al.*, 2022, p. 1). Le spectre des politiques en matière de drogues demeure abstrait et ne traite pas de façon systématique des instruments politiques liés à chacune des approches qu'il présente. Par exemple, quelles sont les politiques nécessaires à l'élaboration d'un modèle axé sur la santé publique ou, dans un modèle réglementé, de quelle manière la promotion, la vente au détail et la consommation devraient-elles être encadrées pour s'éloigner des considérations purement économiques? Cette situation donne lieu à des modèles imprécis et qui ne rendent pas compte de la réalité complexe et plurielle des politiques en matière de drogues. C'est dans le but de répondre à ces questions et ainsi combler les lacunes des

typologies actuelles qu'une conceptualisation approfondie du modèle de légalisation axé sur la santé publique s'avère indispensable. À cette fin, nous avons recours à l'analyse conceptuelle à trois niveaux de Goertz (2006).

1.1.1 Goertz et l'analyse conceptuelle à trois niveaux

Dans son livre fondateur *Social Science Concepts: A User's Guide*, Gary Goertz (2006) avance que la construction de concepts en sciences sociales doit se faire à partir de leurs dimensions constitutives. En effet, la conceptualisation est un exercice qui cherche à définir un phénomène, certes, mais surtout à déterminer ce qui est important à propos de celui-ci (Goertz, 2006, p. 27). En abordant la conceptualisation de cette manière, Goertz (2006) souligne que les concepts sont souvent complexes, étant à la fois multidimensionnels (l'existence d'un concept dépend de plus d'une dimension constitutive) et multi-niveaux (l'existence d'une dimension constitutive repose sur différents indicateurs). À cet effet, Goertz (2006) propose une analyse conceptuelle qui s'articule sur trois niveaux, soit le niveau de base, le niveau des dimensions et le niveau des indicateurs.

Le niveau de base fait référence au phénomène que l'on cherche à conceptualiser (Benoit, 2012, p. 225-226). Dans notre cas, il s'agit du modèle d'encadrement du cannabis axé sur la santé et la sécurité publiques. Le deuxième niveau correspond aux dimensions constitutives du concept ou, autrement dit, des composantes nécessaires et suffisantes pour établir son existence (Goertz, 2006). Finalement, le troisième niveau comprend les indicateurs par lesquels les dimensions constitutives du concept deviennent réelles, c'est-à-dire comment elles se manifestent et se mesurent dans la réalité. Contrairement au niveau précédent, la présence de tous les indicateurs identifiés n'est pas nécessaire pour conclure qu'une dimension constitutive existe. Plutôt, ce niveau peut répondre à une logique de substituabilité, ce qui signifie que l'absence d'un indicateur peut être compensée par la présence d'un autre (Benoit, 2012, p. 226). Toutefois, comme l'indique Benoit (2012), il convient de préciser le seuil qui détermine le nombre suffisant d'indicateurs pour notre analyse (p. 226). Dans notre cas, nous voulons éviter d'attribuer un chiffre fixe à ce seuil puisque le nombre d'indicateurs est susceptible de varier d'une dimension à l'autre. Ainsi, nous jugeons que l'observation d'une majorité absolue des indicateurs associés à une dimension est suffisante pour confirmer sa présence.

La démarche que propose Goertz (2006) est utile sur plusieurs fronts. Dans un premier temps, elle fournit des lignes directrices adaptées à la création de concepts dans le domaine de sciences sociales (Pazienza et

al., 2022, p. 3). Ainsi, il est possible de recourir à cette méthode dans le but d'étudier et de caractériser un phénomène émergent. Par exemple, la méthode d'analyse conceptuelle de Goertz (2006) a été mobilisée par Pazienza *et al.* (2022) afin de définir la notion de la durabilité des entreprises. Ces éclaircissements permettent de réorienter les efforts de recherche vers une mise en œuvre plus efficace des objectifs de développement durable au sein des entreprises (Pazienza *et al.*, 2022, p. 17). Dans un deuxième temps, cette approche permet de formuler une définition précise et structurée à des concepts qui, parfois en raison de leur popularité, demeurent polysémiques et ambigus (Benoit, 2012). L'analyse conceptuelle peut donc servir à des fins de cohérence et de « rigueur théorique et méthodologique » (Daigneault, 2014) à travers plusieurs études d'un même phénomène. C'est notamment ce qu'a fait Benoit (2012) en extrayant le concept du méso-corporatisme de ses assises fragmentées afin de lui assigner une structure conceptuelle précise qu'on peut réutiliser, valider, améliorer ou contester (p. 234). Enfin, l'approche de Goertz (2006) permet d'opérationnaliser des concepts à des cas concrets afin de décrire la réalité. En s'appuyant sur cette approche, Wuttke *et al.* (2020) ont développé une manière de mesurer et d'évaluer les attitudes populistes (p. 370).

C'est pour les raisons évoquées ci-dessus que nous avons choisi une analyse conceptuelle à trois niveaux afin de définir les caractéristiques d'une légalisation axée sur la santé publique et d'en permettre l'opérationnalisation ultérieure. Cette conceptualisation repose sur une synthèse de la littérature scientifique et institutionnelle qui aborde les approches axées sur la santé et la sécurité publiques dans le cadre de la légalisation du cannabis. La prochaine section présente la démarche et les résultats de cette revue.

1.2 L'état de la littérature sur les modèles d'encadrement du cannabis

1.2.1 Données et période étudiée

Notre revue est composée d'articles scientifiques évalués par les pairs ainsi que de documents d'orientation politique. Les documents sélectionnés ont été publiés entre 2014 et 2023. Nous avons choisi cette décennie puisqu'elle marque le début de la légalisation du cannabis à des fins récréatives en Amérique du Nord. Alors que différentes juridictions ont commencé à considérer la légalisation du cannabis comme une politique envisageable, plusieurs ouvrages institutionnels et scientifiques se sont penchés durant cette période sur les instruments requis pour la réaliser.

1.2.2 Sélection de la littérature

Les documents ont été recueillis à partir de recherches menées dans la base de données bibliographiques *Worldwide Political Science Abstracts*, le moteur de recherche *Google Scholar* et le catalogue numérique de la bibliothèque de l'Université du Québec à Montréal (UQAM) *Sofia*. Il convient de rappeler que ceci n'est pas une revue systématique de la littérature. L'objectif de cette revue n'est pas de présenter un portrait complet et exhaustif de l'ensemble des données et études qui portent sur la légalisation du cannabis. Il s'agit plutôt d'identifier la littérature qui développe et propose des modèles d'encadrement du cannabis axé sur la santé publique. Nous avons donc lancé des requêtes sur ces plateformes en utilisant les mots-clés « *legalization*, *cannabis*, *public health*, et *policy* ». Nous avons ensuite choisi les articles en fonction de leur pertinence par rapport au sujet. Ce processus nous a permis d'identifier douze articles, dont dix articles scientifiques et deux documents d'orientation politique, à partir desquels construire l'idéal type.

1.2.3 Résultats

Parmi les douze documents à l'étude, nous avons identifié neuf conceptualisations distinctes (Apfel, 2014 ; Barry et Glantz, 2016, 2018 ; Crépault, 2014 ; Crépault *et al.*, 2016 ; Haden et Emerson, 2014 ; Kilmer, 2014 ; Orenstein et Glantz, 2020 ; Pacula *et al.*, 2014 ; Room et Cisneros Örnberg, 2019 ; Shover et Humphreys, 2019 ; Spithoff *et al.*, 2015). Le Tableau 1.1 synthétise les objectifs, les principaux éléments et les conclusions de chacun des articles analysés lors de la revue. Nous avons ensuite identifié les dimensions ontologiques relevées par chacun et compilé les différents instruments qui se rapportent à chacune d'entre elles afin de créer un modèle idéaltypique composé à la fois des dimensions conceptuelles et opérationnelles.

À la lumière de cet exercice, on constate que la conceptualisation d'une légalisation axée sur la santé et la sécurité publiques est éclatée, bien qu'un certain consensus concernant les objectifs qu'une telle approche doit remplir existe (Crépault, 2018). En effet, un bon nombre des modèles proposés s'appuient directement sur les meilleures pratiques de santé publique qui encadrent l'alcool et le tabac. Avec plusieurs décennies d'expérience de lutte contre le tabagisme et les méfaits de la consommation excessive d'alcool, la santé publique en tant que modèle d'encadrement est donc loin d'être un concept nouveau parmi les experts et les chercheurs en santé publique. Toutefois, la manière d'atteindre les objectifs de

Tableau 1.1 Synthèse de la revue de la littérature

Références	Objectif(s) de l'article	Principaux éléments et conclusions de l'article
<i>Apfel, (2014)</i>	Expliquer comment la légalisation du cannabis peut être conçue de manière à protéger la santé publique en s'inspirant de la réglementation de l'alcool et du tabac.	Identifie une série d'objectifs et d'instruments politiques s'adressant aux enjeux de la production, l'approvisionnement et la consommation du cannabis.
<i>Crépault, (2014) ; Crépault et al., (2016)</i>	Démontrer que la légalisation du cannabis est une condition nécessaire, bien qu'insuffisante, pour réduire les méfaits liés à sa consommation.	Propose dix principes formant la base d'un modèle d'encadrement du cannabis axé sur la santé publique.
<i>Haden et Emerson, (2014) ; Spithoff et al., (2015)</i>	Examiner comment les politiques de santé publique encadrant l'alcool et le tabac pourraient être appliquées à la légalisation du cannabis.	Propose un modèle d'encadrement du cannabis axé sur la disponibilité, l'accessibilité, l'achat, la consommation, l'approvisionnement et la demande.
<i>Kilmer, (2014)</i>	Orienter les gouvernements qui envisagent de réformer leur politique en matière de cannabis.	Développe un modèle d'encadrement du cannabis fondé sur les « huit P » : production, profits, promotion, prévention, puissance (<i>potency</i>), pureté, prix et permanence.
<i>Pacula et al., (2014)</i>	Guider la conception d'un régime de cannabis légal à partir des leçons tirées des politiques de santé publique encadrant l'alcool et le tabac pour concevoir.	Propose divers instruments politiques visant à réduire la consommation chez les jeunes, la conduite sous l'influence, la dépendance, la consommation de produits à risques élevés et la consommation concomitante de cannabis et d'alcool.
<i>Barry et Glantz, (2016 ; 2018)</i>	Démontrer que la légalisation du cannabis doit s'inspirer davantage des meilleures pratiques de santé publique issues de la lutte contre le tabagisme.	Élabore un modèle d'encadrement du cannabis dérivé directement des normes de santé publique régissant le tabac et, dans une moindre mesure, l'alcool.
<i>Orentstein et Glantz, (2018)</i>	Développer un modèle d'encadrement du cannabis axé sur la santé publique qui s'appuie sur les réussites et échecs de l'encadrement de l'alcool et du tabac.	Énumère 16 instruments de santé publique pouvant s'appliquer à la légalisation du cannabis. Chacun d'entre eux s'adresse à l'un des trois grands enjeux suivants : 1) la structure réglementaire du marché légal, 2) la vente au détail et 3) le risque de dénormalisation du cannabis chez les jeunes.
<i>Room et Cisneros Örnberg, (2019)</i>	Démontrer qu'un monopole étatique du cannabis permettrait de servir au mieux les intérêts de la santé publique en s'appuyant sur les expériences de gestion étatique de l'alcool.	Conclu qu'un modèle étatique peut réduire les méfaits liés à la consommation excessive de cannabis en limitant son accès et en mettant les consommateurs à l'abri des intérêts commerciaux.
<i>Shover et Humphreys, (2019)</i>	Informier l'élaboration d'un modèle d'encadrement du cannabis axé sur la santé publique à partir d'enseignements tirés de la réglementation de l'alcool, du tabac et des produits pharmaceutiques.	Identifie six leçons pertinentes à l'élaboration d'un modèle d'encadrement du cannabis axé sur la santé publique, dont contrer l'influence exercée par l'industrie et limiter la puissance des produits légaux.

Inspiré du format utilisé par Pazienza *et al.*, (2022) également mené dans le cadre d'une revue de la littérature conceptuelle.

santé publique demeure floue. D'abord, la littérature sur les modèles de santé publique pour la légalisation du cannabis se divise généralement en deux camps. D'un côté, le modèle de santé publique qui est développé par les auteurs sert de point de départ conçu pour orienter la prise de décision des gouvernements cherchant à légaliser le cannabis (Apfel, 2014 ; Crépault, 2014 ; Crépault *et al.*, 2016 ; Kilmer, 2014 ; Pacula *et al.*, 2014 ; Room et Cisneros Örnberg, 2019 ; Shover et Humphreys, 2019). Ces modèles ne prétendent pas à l'exhaustivité et le nombre d'instruments politiques qu'ils proposent pour

encadrer le cannabis est généralement limité. De plus, ces derniers varient grandement d'un auteur à l'autre, menant à une conceptualisation plutôt éclatée du modèle axée sur la santé et la sécurité publiques.

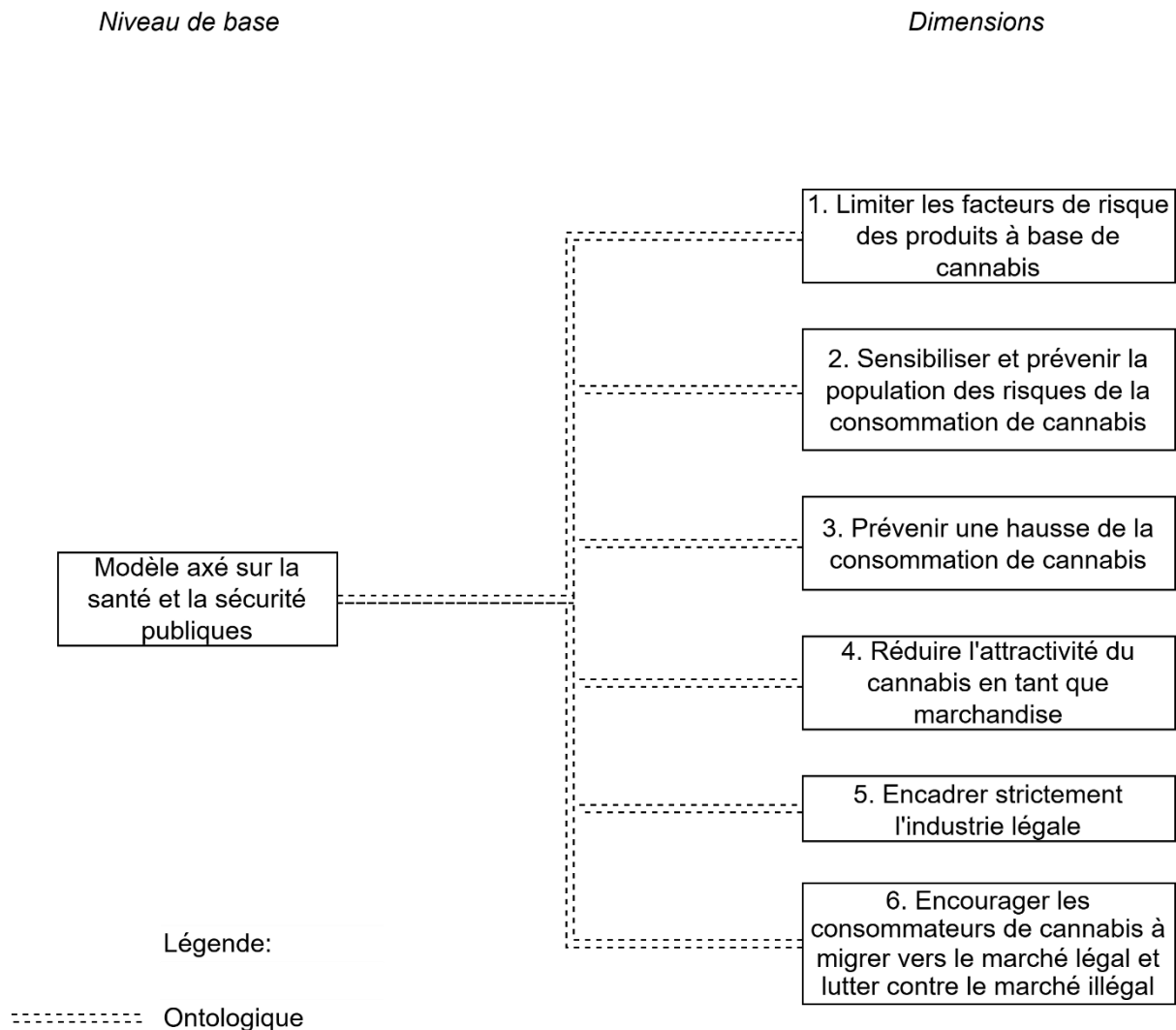
De l'autre, les auteurs développent des modèles complets, lesquels proposent une série exhaustive de règlements qui s'appliquent au cannabis (Barry et Glantz, 2016, 2018 ; Haden et Emerson, 2014 ; Orenstein et Glantz, 2020 ; Spithoff *et al.*, 2015). Dans ces travaux, les auteurs appliquent souvent leurs modèles à la législation existante sur le cannabis aux États-Unis, en Uruguay et aux Pays-Bas. Ici, nous remarquons qu'il y a moins de variations entre les modèles proposés, bien que quelques différences mineures demeurent. Le véritable enjeu est qu'il n'existe pas de réel moyen de les mesurer. En examinant la législation sur le cannabis à des fins récréatives dans les États de l'Oregon, de Washington, de l'Alaska et du Colorado, Barry et Glantz (2018) ont constaté qu'entre 34% et 51 % des modèles de ces États adhéraient aux meilleures pratiques de santé publique décrites dans leur modèle (p. 915). Bien entendu, les auteurs concluent qu'il y a des lacunes notables en matière de santé publique dans l'encadrement du cannabis dans les États analysés. Cependant, cela soulève la question de l'établissement du seuil nécessaire pour que l'on soit en présence d'un modèle axé sur la santé et la sécurité publiques (dans le contexte de l'étude de Barry et Glantz (2018), aurait-il fallu qu'au minimum 75%, 80% ou 90% des politiques qui encadrent le cannabis adhèrent aux meilleures pratiques de santé publique pour qualifier le modèle ainsi?). Par ailleurs, tous les instruments politiques ne sont pas équivalents dans la mise en place d'un modèle axé sur la santé et la sécurité publiques, c'est-à-dire que certains instruments apparaissent d'une importance plus grande que d'autres. Par exemple, un modèle d'encadrement peut adhérer à la grande majorité des meilleures pratiques de santé publique, sans pour autant comporter une mesure visant à réduire l'attractivité du cannabis, telle que des restrictions en matière de promotion et de marketing pour les produits à base de cannabis. Il serait difficile de prétendre qu'il s'agit alors d'un modèle axé sur la santé publique s'il n'inclut pas ce type de restrictions. En bref, les conceptualisations actuelles ne parviennent pas à préciser les critères de nécessité et de suffisance pour les dimensions constitutives d'un modèle de légalisation axé sur la santé publique. Le modèle que nous proposons dans la section suivante vise à pallier ce manque.

1.3 Le modèle de légalisation axé sur la santé et la sécurité publiques

La Figure 1.2 présente les six dimensions constitutives de notre conceptualisation du modèle de légalisation axé sur la santé et la sécurité publiques. Les dimensions constitutives sont les suivantes : 1) limiter les facteurs de risque associés aux produits à base de cannabis et à leur consommation ; 2) éduquer les consommateurs et non-consommateurs, prévenir les risques et traiter la dépendance ; 3) décourager

la hausse de la consommation et retarder l'âge de la première consommation ; 4) réduire l'attractivité du cannabis en tant que marchandise ; 5) encadrer strictement l'industrie légale de production et de vente de cannabis ; et 6) encourager les consommateurs de cannabis à migrer vers le marché légal et lutter contre le marché illégal. Chacune de ces dimensions comporte une série d'indicateurs que nous allons présenter et expliquer dans les prochaines sections. Les dimensions et leurs indicateurs respectifs constituent une compilation des principaux éléments provenant de la littérature étudiée. Une version complète du diagramme contenant les dimensions reliées à tous leurs indicateurs est disponible à la Figure 1.9 située à la fin de ce chapitre.

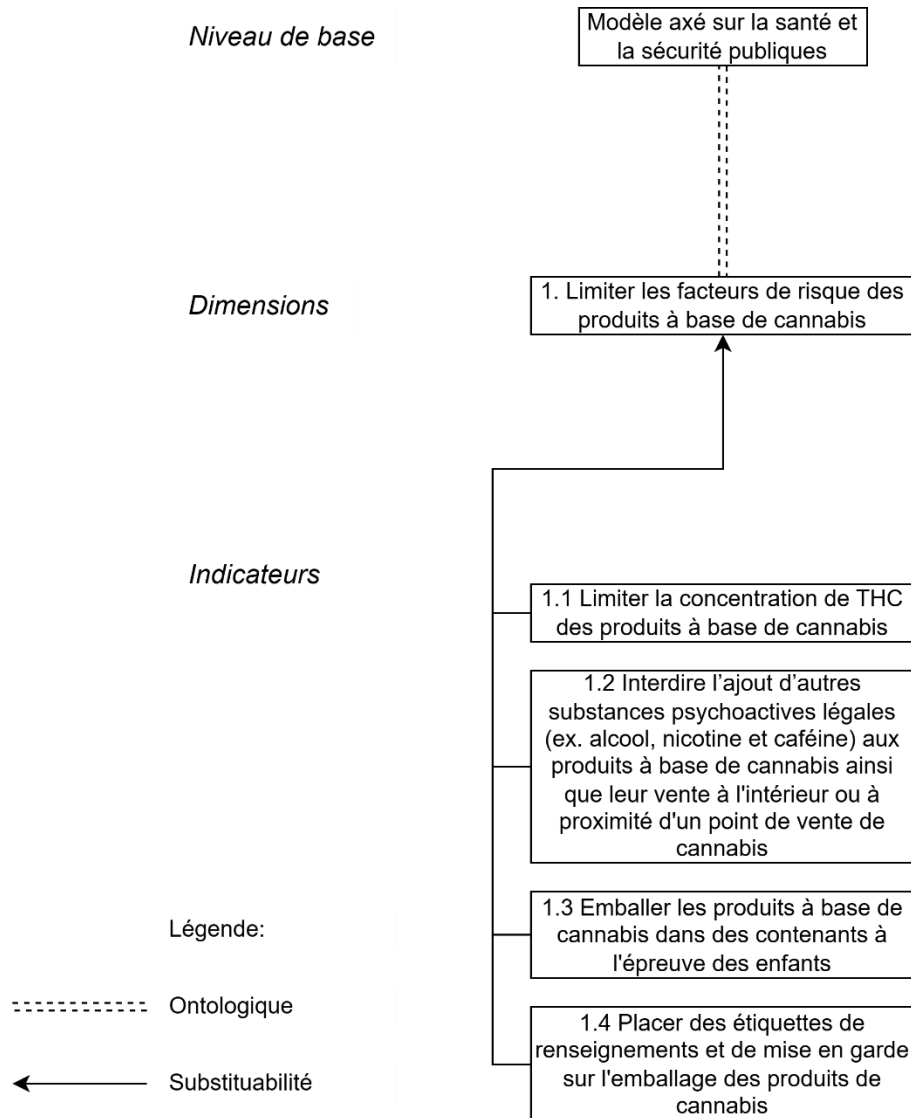
Figure 1.2 Dimensions constitutives d'une légalisation axée sur la santé et la sécurité publiques



1.3.1 Limiter les facteurs de risque des produits à base de cannabis

La première dimension constitutive du modèle consiste à réglementer les produits à base de cannabis de manière à limiter les méfaits qu'entraîne leur consommation. Même s'il est généralement admis que l'impact du cannabis sur la santé publique est moins significatif que celui de l'alcool, du tabac ou d'autres drogues illégales, il n'en demeure pas moins que sa consommation peut mener entre autres au

Figure 1.3 Première dimension constitutive et ses indicateurs



développement de déficiences cognitives et psychomotrices, de troubles psychotiques (p. ex. psychoses) et de problèmes de dépendance (Fischer *et al.*, 2017, p. e2). Sachant cela, un État qui choisit de légaliser le cannabis doit intervenir sur les facteurs susceptibles d'augmenter la dangerosité des produits vendus

aux consommateurs. Nous avons identifié quatre indicateurs permettant de mesurer cette dimension, lesquels ont été abordés par neuf des douze travaux analysés.

D'abord, de nombreux articles suggèrent de limiter la concentration maximale de THC contenue dans les produits à base de cannabis qui sont vendus sur le marché légal (Apfel, 2014 ; Barry et Glantz, 2016 ; Crépault, 2014 ; Crépault *et al.*, 2016 ; Kilmer, 2014 ; Pacula *et al.*, 2014 ; Shover et Humphreys, 2019). En effet, la consommation de produits à teneur élevée en THC du cannabis est l'un des principaux facteurs de risque de développement de problèmes de santé mentale et de dépendance (Fischer *et al.*, 2017, p. e3). Mais en quoi consiste une teneur élevée en THC? La réponse varie en fonction des types de produits. Pour les fleurs de cannabis séchées, celles-ci peuvent atteindre une concentration maximale de 35% en THC (Pardal et Wadsworth, 2023). Cependant, les extraits de cannabis tels que les concentrés (haschisch, résine, huiles, etc.) peuvent atteindre des concentrations beaucoup plus élevées, allant jusqu'à 90% (Fischer *et al.*, 2017, p. e3). Par conséquent, les gouvernements peuvent décider d'imposer un plafond variable sur le THC en fonction des différents produits. Certains auteurs privilégient cette approche, prévenant qu'une interdiction totale des produits à teneur élevée en THC ne ferait que pousser les consommateurs vers le marché illégal (Kilmer, 2014 ; Shover et Humphreys, 2019).

Un autre facteur de risque lié au cannabis est sa consommation concomitante avec d'autres substances psychoactives légales comme l'alcool, la nicotine et la caféine. Cela peut être fait en interdisant carrément la production et la vente de produits à base de cannabis contenant l'une de ces substances (Barry et Glantz, 2016 ; Kilmer, 2014 ; Orenstein et Glantz, 2020 ; Pacula *et al.*, 2014 ; Shover et Humphreys, 2019). Dans le même ordre d'idées, un modèle axé sur la santé publique devrait également interdire la vente de produits à base d'alcool et de nicotine dans les points de vente de cannabis ou à proximité de ceux-ci (Apfel, 2014 ; Barry et Glantz, 2016 ; Haden et Emerson, 2014).

Les modèles de santé publique doivent également prendre en compte le risque d'intoxication accidentelle au cannabis, particulièrement chez les enfants. À mesure que le cannabis devient légal, les enfants sont de plus en plus à risque d'en consommer accidentellement. La grande majorité des intoxications accidentelles au cannabis chez les enfants surviennent en milieu résidentiel et peuvent entraîner des troubles neurologiques, cardiovasculaires, gastro-intestinaux, oculaires et respiratoires (Claudet *et al.*, 2017 ; Tweet *et al.*, 2023). Pour atténuer ce risque, il est important que tous les produits à base de cannabis soient vendus dans des contenants à l'épreuve des enfants (Apfel, 2014 ; Haden et Emerson, 2014). Les

contenants pour les produits conçus pour des usages multiples doivent être refermables tout en restant à l'épreuve des enfants (Orenstein et Glantz, 2018, p. 24).

Une autre mesure souvent mentionnée est d'exiger que des étiquettes de renseignements et de mise en garde soient placées sur les emballages de cannabis (Apfel, 2014 ; Barry et Glantz, 2016 ; Crépault, 2014 ; Haden et Emerson, 2014 ; Kilmer, 2014 ; Orenstein et Glantz, 2020 ; Shover et Humphreys, 2019). Les étiquettes de mise en garde peuvent être comprises d'un symbole visible et reconnaissable indiquant qu'un produit est à base de cannabis, en plus de comporter des avis textuels énumérant les risques associés à la consommation de cannabis (ex. pour les enfants et les femmes enceintes ou lors de la conduite d'un véhicule automobile) (Orenstein et Glantz, 2018). Les étiquettes de renseignement cherchent plutôt à informer les consommateurs des contenus d'un produit à base de cannabis, notamment la concentration en THC, la quantité et les ingrédients au besoin.

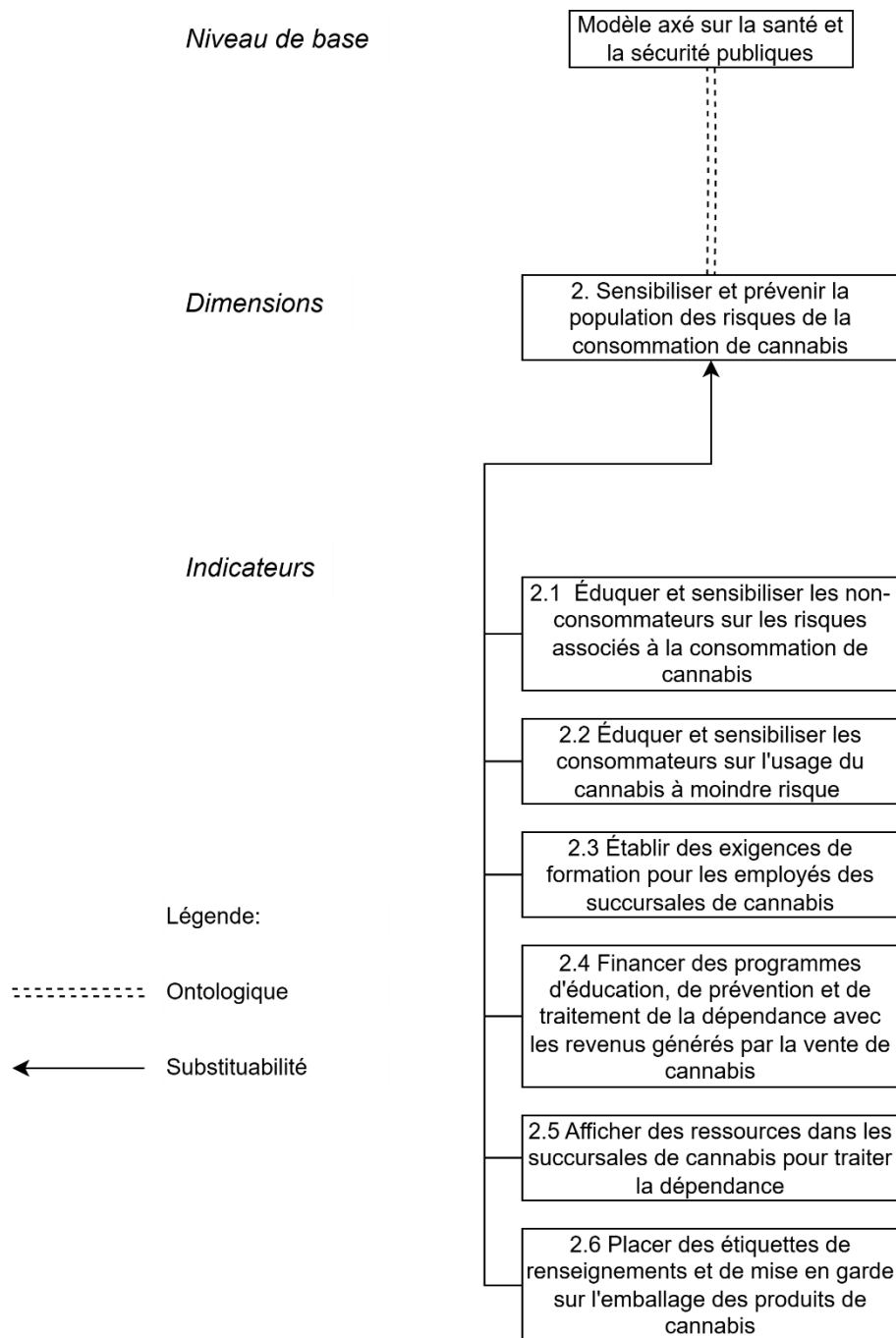
1.3.2 Sensibiliser et prévenir la population des risques de la consommation de cannabis

La deuxième dimension constitutive de notre modèle revient à informer la population des risques liés à la consommation de cannabis. Les objectifs de cette dimension sont de promouvoir les habitudes de consommation responsables, de prévenir la consommation chez les groupes à risque et de traiter la dépendance si elle a lieu. Un État qui légalise le cannabis dans une perspective de santé publique doit mettre en œuvre les moyens pour réaliser ces objectifs, sans quoi sa politique pourrait contribuer à une augmentation des méfaits liés à la consommation excessive. Malgré ces mesures préventives, certains consommateurs vont néanmoins développer une dépendance au cannabis du fait de son statut légal. Pour cette raison, un régime axé sur la santé et la sécurité publique doit également appuyer les démarches visant à traiter la dépendance. La moitié (6) des travaux étudiés ont abordé des éléments de cette dimension, parmi lesquels nous avons retenu six indicateurs.

Un moyen de prévention efficace est de mener des campagnes d'éducation et de sensibilisation. Afin de maximiser leur efficacité, les messages que celles-ci véhiculent doivent être adaptés en fonction des différents publics ciblés (Kilmer, 2014, p. 260). Pour les non-consommateurs, les campagnes doivent être axées sur l'éducation et la prévention. Crépault (2014) affirme qu'il est nécessaire d'avoir des initiatives qui s'adressent aux non-consommateurs ainsi qu'aux groupes à risques de développer des troubles de consommation, tels que les adolescents et les personnes ayant des antécédents personnels ou familiaux de troubles de santé mentale (p. 16). Dans tous les cas, les campagnes doivent informer les non-

consommateurs des effets et méfaits du cannabis de manière à en décourager la consommation. Les gouvernements doivent toutefois faire preuve de prudence lorsqu'ils lancent des campagnes de santé publique ciblant le cannabis. D'une part, si elles exagèrent les risques de la consommation, elles perdent

Figure 1.4 Deuxième dimension constitutive et ses indicateurs



leur crédibilité (Shover et Humphreys, 2019, p. 700). De l'autre, si elles sont diffusées à trop grande échelle, elles peuvent involontairement générer de l'intérêt pour le cannabis et augmenter sa consommation (Haden et Emerson, 2014, p. e78).

En revanche, les programmes s'adressant aux consommateurs seraient plutôt conçus pour les éduquer et les sensibiliser sur l'usage du cannabis à moindre risque. Plus précisément, il s'agirait d'encourager les consommateurs à opter pour des produits plus sûrs (ex. contenant une faible teneur en THC), à éviter les méthodes et pratiques de consommation plus nocives (ex. éviter les méthodes impliquant la combustion et l'inhalation) et à éviter la consommation fréquente ou intensive (Agence de la santé publique du Canada, 2019).

Un autre moyen d'éduquer les consommateurs consiste à établir des exigences de formation pour les employés des succursales de cannabis (Apfel, 2014). Un personnel qualifié est en mesure d'informer et d'éduquer les consommateurs sur les produits qu'ils achètent et les risques associés à leur concentration en cannabinoïdes (THC, CBD) et méthodes de consommation (Lange *et al.*, 2023). Comme pour d'autres indicateurs dont nous discuterons plus tard, les exigences en matière de formation du personnel sont plus faciles à mettre en œuvre et à faire respecter lorsqu'il existe un monopole public sur la vente au détail. Les employés des succursales détenues par un monopole étatique sont généralement des travailleurs de carrière syndiqués, tandis que les emplois dans les succursales privées sont moins bien payés et sont souvent occupés par des employés plus jeunes et temporaires (Room et Cisneros Örnberg, 2019, p. 226). Les normes en matière de formation peuvent ainsi être plus difficiles à respecter dans les succursales où le taux de roulement est plus élevé.

Malgré ces mesures préventives, certains consommateurs développeront une dépendance au cannabis. Un modèle axé sur la santé publique doit être en mesure de répondre à cet enjeu en s'assurant que les personnes souffrant d'une dépendance au cannabis reçoivent les soins dont ils ont besoin. Dans un premier temps, des ressources d'aide doivent être mises à la disposition des consommateurs souffrant d'une dépendance. À cet effet, il est nécessaire d'élargir l'accessibilité et l'offre des soins (Crépault, 2014, p. 16). Un moyen d'y parvenir consiste à financer des programmes d'éducation, de prévention et de traitement de la dépendance avec les revenus générés par la vente de cannabis (Haden et Emerson, 2014, p. e79). Dans un deuxième temps, la visibilité des ressources d'aide doit être augmentée. Il est possible d'exiger que des ressources pour traiter la dépendance soient affichées à l'intérieur des points de vente

de cannabis ou dans les campagnes d'éducation et de sensibilisation s'adressant aux consommateurs (Haden et Emerson, 2014, p. e75).

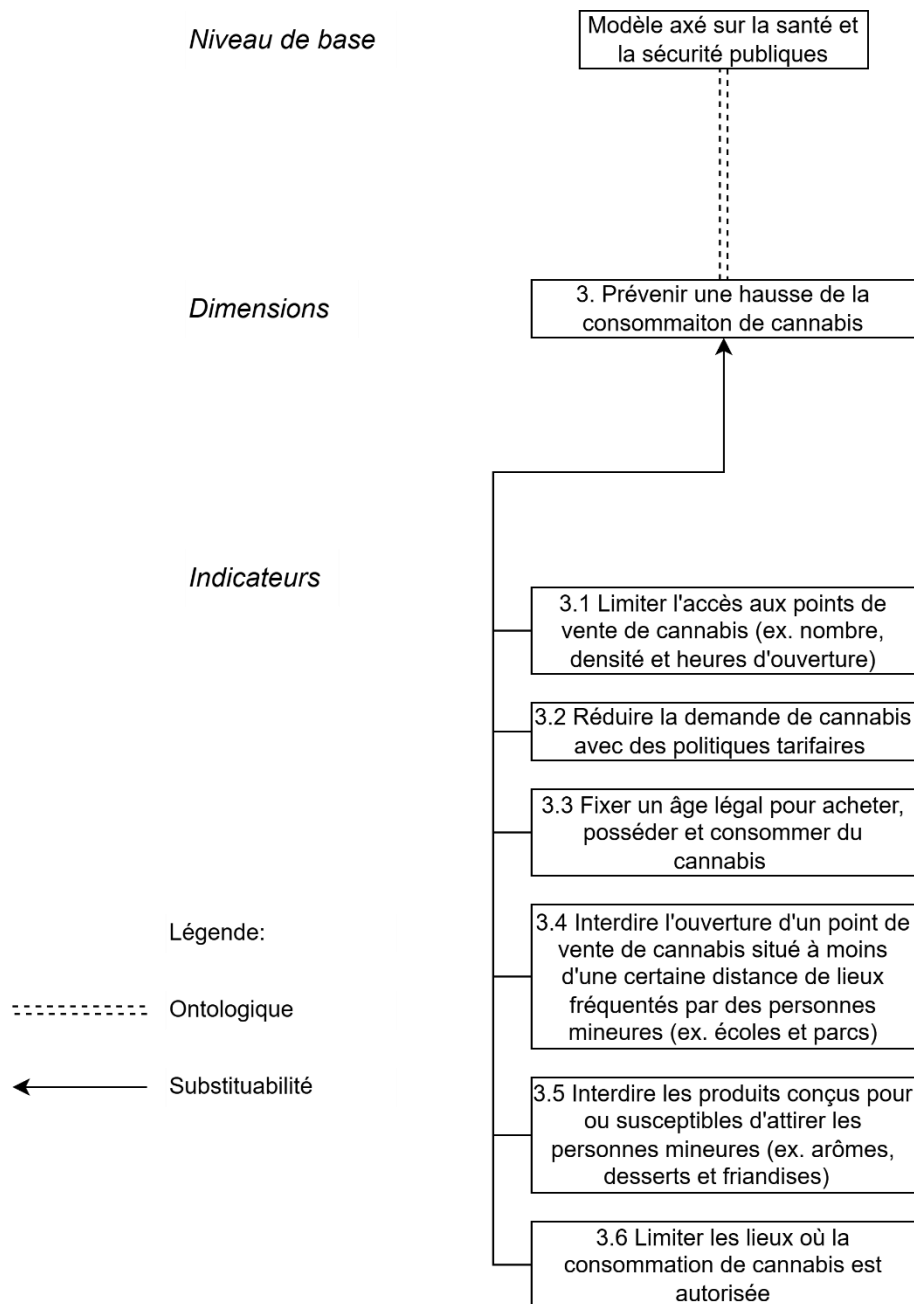
Finalement, le dernier indicateur consiste à afficher des étiquettes de renseignements et de mise en garde sur les emballages de cannabis. Cet indicateur est en commun avec la dimension précédente, mais il se rapporte également à la présente dimension, car c'est essentiellement une mesure qui vise à éduquer les consommateurs des risques liés au cannabis (Orenstein et Glantz, 2018). Ayant pris connaissance des différentes caractéristiques des produits qu'ils achètent, les consommateurs disposent des informations nécessaires pour adopter des habitudes de consommation responsables.

1.3.3 Prévenir une hausse de la consommation de cannabis

La troisième dimension constitutive est d'empêcher que la consommation de cannabis augmente. La légalisation réduira le prix du cannabis et l'ouverture de points de vente augmentera sa disponibilité. Par conséquent, sa consommation est susceptible d'augmenter à long terme (Hall et Lynskey, 2016). En effet, des études récentes démontrent que la consommation de cannabis a légèrement augmenté au Canada depuis la légalisation, notamment chez les jeunes adultes (Hall *et al.*, 2023 ; Imtiaz *et al.*, 2023 ; Lachance *et al.*, 2022). Afin d'éviter une augmentation considérable de la consommation, un modèle d'encadrement axé sur la santé et la sécurité implique la mise en œuvre de mesures qui visent, d'une part, à réduire la demande chez les consommateurs et, d'autre part, à retarder l'initiation au cannabis chez les groupes à risques (p. ex. les personnes mineures). Cette dimension a été abordée par l'ensemble des travaux étudiés. Dans les paragraphes plus bas, nous développerons les six indicateurs identifiés pour celle-ci.

Les politiques de réduction de la demande agissent essentiellement sur l'accessibilité et le prix du cannabis. Concernant l'accessibilité, la majorité des travaux étudiés suggèrent de limiter le nombre, la densité et les heures d'ouverture des points de vente de cannabis (Apfel, 2014 ; Barry et Glantz, 2016 ; Crépault, 2014 ; Haden et Emerson, 2014 ; Kilmer, 2014 ; Orenstein et Glantz, 2020 ; Pacula *et al.*, 2014 ; Room et Cisneros Örnberg, 2019). La possibilité d'acheter des produits à base de cannabis à proximité de chez soi et à tout moment de la journée sont des facteurs qui favorisent la consommation. La réduction de la demande consiste donc à imposer un certain degré d'inconfort à l'achat du cannabis. Dans le cas de l'alcool et du tabac, les exigences relatives à un espacement plus grand entre les points de vente, augmentant ainsi le temps et le coût du transport, ainsi que leur fermeture aux heures tardives, lorsque les abus ont

Figure 1.5 Troisième dimension constitutive et ses indicateurs



tendance à se produire, ont été des stratégies efficaces pour réduire les taux de consommation et devraient donc être envisagées pour la légalisation du cannabis (Orenstein et Glantz, 2020 ; Pacula *et al.*, 2014 ; Room et Cisneros Örnberg, 2019).

Le prix des produits à base de cannabis est un autre déterminant important de la demande que les gouvernements doivent encadrer dans le but de prévenir une hausse de la consommation. Une

conséquence de la légalisation est qu'elle entraîne une chute considérable des coûts de production du cannabis qui réduit à son tour son prix au détail (Pacula *et al.*, 2014, p. 1022 ; Shover et Humphreys, 2019, p. 701). Cependant, les consommateurs sont sensibles aux prix, raison pour laquelle le recours à des politiques tarifaires qui empêchent que le prix des produits à base de cannabis ne devienne trop bas est souvent cité dans la littérature comme un moyen efficace de contrôler la demande (Apfel, 2014 ; Crépault, 2014 ; Haden et Emerson, 2014 ; Kilmer, 2014 ; Orenstein et Glantz, 2020 ; Pacula *et al.*, 2014 ; Room et Cisneros Örnberg, 2019 ; Shover et Humphreys, 2019). Par exemple, l'application de taxes supplémentaires sur les produits à base de cannabis augmenterait leur prix pour les consommateurs tout en générant des recettes supplémentaires pour l'État. Certains auteurs recommandent également la mise en place d'un prix unitaire minimum. Toutefois, les experts préviennent que les consommateurs pourraient se tourner vers le marché illégal si les prix sont trop élevés sur le marché légal (Apfel, 2014 ; Crépault, 2014 ; Haden et Emerson, 2014 ; Kilmer, 2014 ; Orenstein et Glantz, 2020), ce qui irait à l'encontre des objectifs de santé publique que ce modèle tente de réaliser.

Ensuite, de nombreuses études ont démontré que la consommation précoce de cannabis est associée au développement de troubles de santé mentale et de dépendance (Behrendt *et al.*, 2012 ; Hawke *et al.*, 2020 ; Sung *et al.*, 2004). Il est donc nécessaire de repousser l'âge auquel les individus, notamment les personnes mineures, sont initiés à la consommation de cannabis. Les politiques visant à réduire l'accessibilité du cannabis sont, une fois de plus, un moyen efficace de s'attaquer à ceci selon plusieurs auteurs. La plus importante est d'interdire l'accès des jeunes aux produits à base de cannabis en fixant un âge minimum pour leur achat et consommation (Haden et Emerson, 2014). Toutefois, les points de vue diffèrent sur l'âge qu'il faudrait privilégier du point de vue de la santé publique. Selon les professionnels de la santé, l'âge minimum devrait être fixé entre 21 et 25 ans puisqu'avant cela, le cerveau n'est pas complètement développé, ce qui le rend particulièrement sensible aux dommages causés par la consommation de drogues (Nguyen *et al.*, 2020, p. 1). En revanche, un âge minimum trop élevé empêche une part importante des consommateurs de cannabis d'avoir accès à des produits réglementés, ce qui est contraire aux objectifs de santé publique (Chapados *et al.*, 2019). Par conséquent, les décideurs doivent soigneusement évaluer les avantages et les inconvénients des différentes approches en fonction de leurs propres besoins.

Un autre moyen efficace de limiter l'accès des jeunes au cannabis est d'interdire l'ouverture de points de vente situés à moins d'une certaine distance des lieux qu'ils fréquentent, tels que les écoles primaires,

secondaires et les aires de jeux (Apfel, 2014 ; Barry et Glantz, 2016 ; Haden et Emerson, 2014 ; Pacula *et al.*, 2014). Les recherches sur la lutte contre le tabagisme ont démontré que la densité et la proximité des points de vente autour des écoles contribuent à l'augmentation de la consommation de nicotine chez les jeunes (Giovenco *et al.*, 2016 ; Henriksen *et al.*, 2008). Certaines publications recommandent donc d'interdire aux détaillants de s'installer à moins de 300 mètres (1000 pieds) des lieux fréquentés par les jeunes dans le but de réduire l'accessibilité et la visibilité des produits à base de tabac (Ackerman *et al.*, 2017 ; Obinwa *et al.*, 2022a, 2022b). Une politique similaire à l'endroit des points de vente de cannabis pourrait être un moyen efficace de réduire l'accès des jeunes à cette substance.

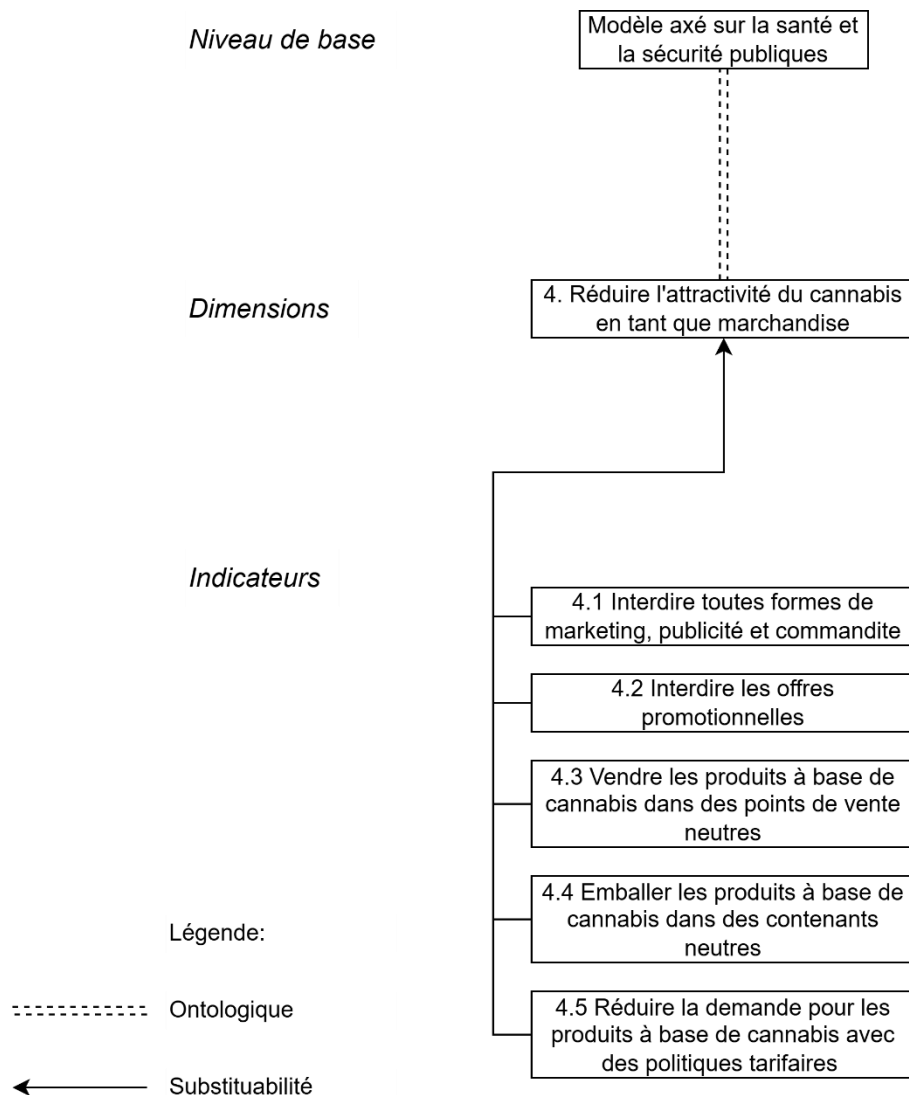
Également importante est l'interdiction de la vente de produits susceptibles d'attirer les personnes mineures. Cela inclut notamment les produits inhalés contenant des arômes ajoutés (p. ex. le menthol dans les cigarettes) (Orenstein et Glantz, 2020, p. 1372-1373) et les produits comestibles vendus sous forme de desserts ou friandises. Cela vaut particulièrement pour les produits comestibles, lesquels sont plus susceptibles d'être consommés accidentellement par les jeunes vu leur ressemblance avec les aliments ordinaires (Orenstein et Glantz, 2018).

En dernier lieu, il convient de limiter les lieux où il est autorisé de consommer du cannabis. Des restrictions semblables à celles en vigueur pour la consommation de tabac permettraient de réduire les risques d'exposition à la fumée secondaire (Apfel, 2014 ; Haden et Emerson, 2014 ; Orenstein et Glantz, 2020). Un objectif tout aussi important de ces restrictions, mais moins fréquemment abordé dans la littérature est celui de dénormaliser la consommation de cannabis auprès des jeunes (Pacula *et al.*, 2014, p. 1024-1025). Certaines recherches suggèrent que, contrairement au tabac, la consommation de cannabis est largement considérée comme inoffensive, voire bonne pour la santé (Glantz *et al.*, 2018, p. 2). De plus, nous assistons à ce que Steinberg *et al.* (2020) qualifient d'une « expansion rapide de la polyconsommation de substances [inhalées] chez les jeunes (le tabac, les cigarettes électroniques et le cannabis) » (p. 206). Dans ce contexte, les gouvernements doivent sérieusement considérer la mise en place de restrictions à l'endroit de la consommation de cannabis dans les lieux publics afin de réduire l'exposition de jeunes à celui-ci, de réduire son acceptabilité sociale et de servir d'obstacle à l'initiation (Steinberg *et al.*, 2020, p. 206).

1.3.4 Réduire l'attractivité du cannabis en tant que marchandise

La quatrième dimension vise à réduire l'attractivité des produits à base de cannabis. Celle-ci comprend principalement des mesures qui s'attaquent à la capacité des secteurs de la production et de la vente au

Figure 1.6 Quatrième dimension constitutive et ses indicateurs



détail du cannabis de se livrer à des activités de marketing et de promotion. Certains chercheurs recommandent que la légalisation du cannabis adopte des lois similaires à celles utilisées pour lutter contre le tabagisme plutôt que celles qui encadrent la production et la vente d'alcool (Barry et Glantz, 2016, p. 2). Actuellement, les boissons alcoolisées font l'objet d'un marketing intensif, ce qui augmente leur consommation (Barry et Glantz, 2016, p. 2). Afin d'éviter de se retrouver dans une situation similaire avec l'industrie du cannabis, les autorités publiques ont intérêt à limiter dès le départ sa capacité de mener des activités visant à encourager la consommation (Orenstein et Glantz, 2020, p. 1376). À cet effet, nous avons recensé cinq indicateurs évoqués dans cinq des douze travaux étudiés.

Le premier indicateur a pour objet l'interdiction des activités de marketing pour l'industrie du cannabis. Une réglementation complète interdirait la diffusion de toutes formes de publicité et de commandite à la télévision, à la radio, sur les panneaux d'affichage et sur les réseaux sociaux (Barry et Glantz, 2016 ; Pacula *et al.*, 2014). Ces restrictions sont d'autant plus pertinentes lorsqu'il est question des réseaux sociaux en raison de leur portée et de la forte présence des jeunes sur ces plateformes. Les adolescents qui sont exposés à du contenu faisant la promotion du cannabis sur les réseaux sociaux sont plus à risque d'en consommer davantage (Whitehill *et al.*, 2020). Il est donc essentiel pour un modèle axé sur la santé et la sécurité publique de limiter autant que possible la diffusion de tout contenu promotionnel.

Dans le même ordre d'idée, il est important d'interdire les offres promotionnelles (Barry et Glantz, 2016 ; Pacula *et al.*, 2014). Cela signifierait que les détaillants de cannabis, qu'ils soient publics ou privés, ne seraient pas autorisés à offrir des rabais sur la valeur marchande des produits à base de cannabis, en fonction de la quantité de cannabis achetée (p. ex. 2 pour 1) et en vertu de programmes de fidélité. Ces pratiques peuvent inciter les consommateurs à acheter et à consommer davantage de cannabis.

Un indicateur peu abordé dans la littérature, mais qui demeure important, est que les produits à base de cannabis doivent être vendus dans des magasins dont l'apparence est neutre et fade (Haden et Emerson, 2014, p. e75). En effet, un point de vente doit offrir un environnement fonctionnel plutôt que promotionnel (Apfel, 2014, p. 15), c'est-à-dire qu'il doit répondre aux besoins des consommateurs sans chercher à en créer des nouveaux. Les détaillants, lorsqu'ils y sont autorisés, utilisent diverses tactiques pour augmenter les ventes, notamment en ce qui concerne les techniques marchandes (p. ex. les affiches publicitaires et la présentation des produits à l'intérieur des points de vente). Pour contrer ce genre de pratiques, les autorités publiques peuvent exiger que les produits à base de cannabis soient cachés de la vue des consommateurs, comme c'est le cas pour le tabac au Canada.

Suivant une logique similaire, les produits à base de cannabis devraient être emballés dans des contenants neutres. Comme le notent Orenstein et Glantz (2020), « l'emballage est essentiellement un outil de marketing » qui permet aux entreprises de bâtir et promouvoir leur image de marque, un phénomène qui s'accroît lorsque d'autres formes de marketing sont interdites (p. 1357). Les gouvernements peuvent se référer aux directives de l'OMS sur l'emballage du tabac, lesquelles exigent un « emballage neutre standardisé, exempt de logos, de couleurs et tout autre élément de marque, autorisant uniquement les informations sur la marque en texte brut » (Orenstein et Glantz, 2018, p. 24).

Enfin, pour les mêmes raisons évoquées plus haut, la gestion des prix des produits à base de cannabis est également une mesure qui s'applique à cette dimension. Le prix est l'un des principaux critères d'achat pour les consommateurs de cannabis (Donnan *et al.*, 2022, p. 4). Dans ce contexte, un modèle axé sur la santé publique serait renforcé par une politique tarifaire qui empêche le prix des produits à base de cannabis de chuter afin d'éviter que la demande pour ceux-ci n'augmente. Or, comme nous l'avons déjà mentionné, cet indicateur est une arme à double tranchant. Si les prix du marché légal sont trop élevés, les consommateurs iront s'approvisionner auprès de détaillants illégaux, ce qui contribue à les maintenir à flot. Inversement, si les détaillants légaux peuvent vendre du cannabis à des prix relativement bas, ces derniers seraient en mesure de concurrencer le marché illégal. Une considération importante pour les gouvernements est de fixer le prix du cannabis en fonction des objectifs qu'ils souhaitent réaliser, sans toutefois pencher vers les extrêmes.

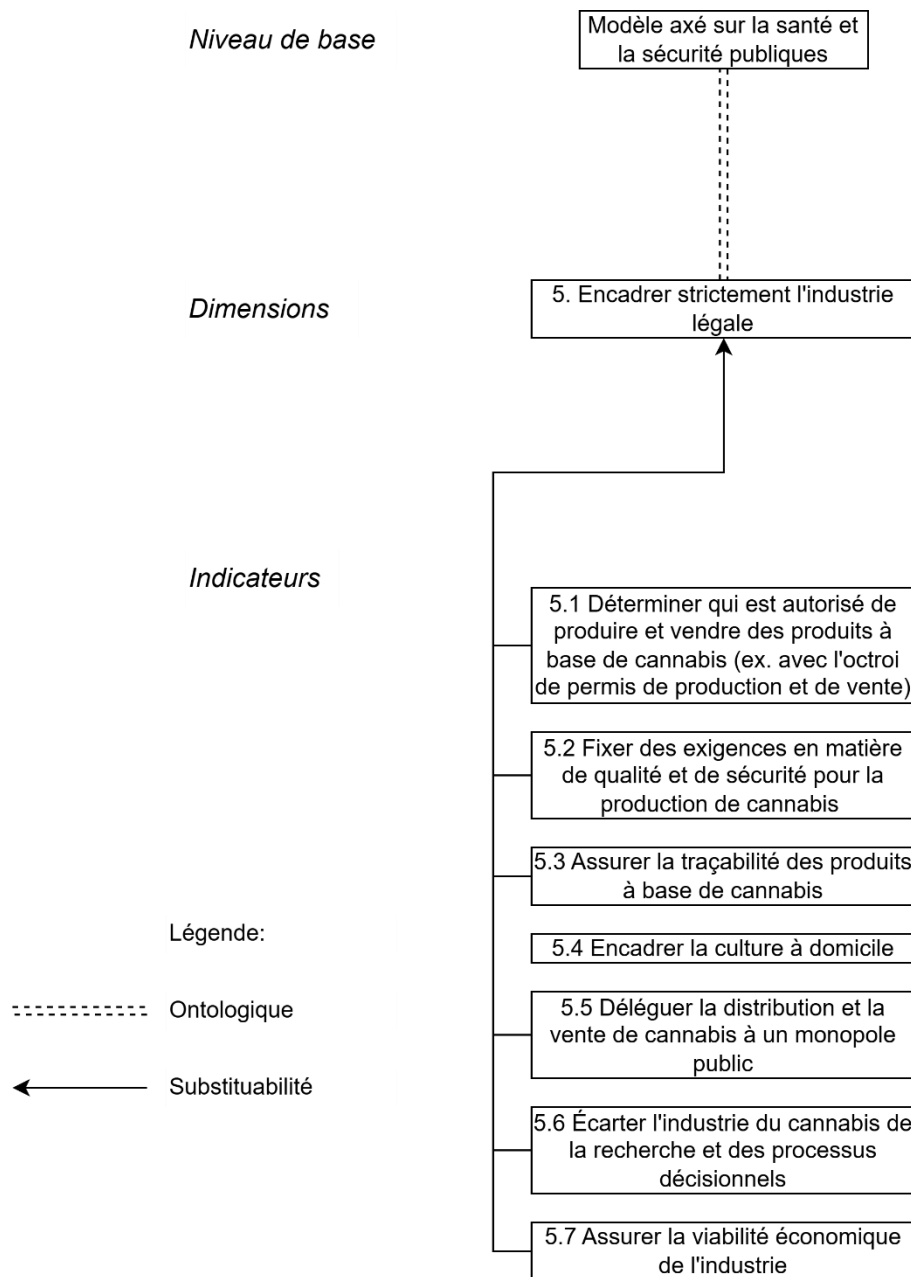
1.3.5 Encadrer strictement l'industrie légale

La cinquième dimension constitutive du modèle axé sur la santé et la sécurité publiques consiste à strictement encadrer l'industrie légale, sans quoi cette dernière tentera d'engendrer davantage de profits au détriment de l'intérêt public. Cela comprend une série de mesures s'adressant aux secteurs de la production, de la distribution et de la vente au détail. Plus bas, nous examinons les sept indicateurs relatifs à cette dimension, lesquels ont été recueillis à travers neuf des douze travaux retenus pour cette étude.

L'encadrement de la production de cannabis remplit deux fonctions essentielles. La première est de délimiter qui est autorisé à produire du cannabis à des fins récréatives sur un territoire donné. Cela peut se faire, notamment, au moyen de l'octroi de licences de production (Apfel, 2014 ; Haden et Emerson, 2014 ; Pacula *et al.*, 2014). Ainsi, seules les entreprises certifiées par une organisation gouvernementale compétente peuvent cultiver et transformer du cannabis à des fins récréatives.

La deuxième fonction est de veiller à ce que les produits puissent être consommés en toute sécurité. À cet effet, les gouvernements peuvent exiger que les produits à base de cannabis soient soumis à des contrôles rigoureux de qualité et de sécurité avant d'être distribués aux détaillants (Pacula *et al.*, 2014, p. 1023). Des échantillons de cannabis peuvent être soumis à des examens en laboratoire afin de déterminer la concentration en cannabinoïdes des produits (Crépault, 2014) et pour vérifier la présence de contaminants tels que les pesticides, les excréments et les moisissures (Kilmer, 2014, p. 260). Il est également important

Figure 1.7 Cinquième dimension constitutive et ses indicateurs



d'instaurer un système de traçabilité dans le cas où des produits doivent être rappelés une fois qu'ils sont mis en vente (Apfel, 2014, p. 14).

Toujours en lien avec la production, les gouvernements doivent déterminer s'ils autorisent la production de cannabis à domicile. Dans le cas où celle-ci serait autorisée, certains enjeux doivent être traités. Avant tout, il est nécessaire d'interdire la vente de cannabis issue d'une production à domicile (Haden et Emerson,

2014, p. e77). L'absence d'une telle mesure compromettrait la capacité de l'État à lutter contre le marché illégal et à contrôler le flux de produits non-réglementés à base de cannabis qui se retrouvent sur le marché. Pour en simplifier l'application, nous croyons également que la quantité maximale de plants de cannabis qu'un ménage peut cultiver doit être limitée.

Ensuite, confier la distribution et la vente au détail de cannabis à des fins récréatives à un monopole public permet de réunir plusieurs conditions favorables à la mise en œuvre d'un encadrement axé sur la santé publique. Les expériences passées avec l'alcool démontrent que la privatisation des modèles de vente publics entraîne généralement une augmentation importante de la consommation et des méfaits qui y sont associés (Hahn *et al.*, 2012 ; Her *et al.*, 1999 ; Holder et Wagenaar, 1990 ; Wagenaar et Holder, 1995). Cela est dû au fait que la gestion par l'État des secteurs de la distribution et de la vente lui permet d'exercer un contrôle accru sur divers déterminants de la consommation, dont l'accessibilité (ex. via la fixation des prix, l'emplacement et les heures d'ouverture des points de vente), le marketing et les caractéristiques des produits vendus (ex. la concentration en cannabinoïdes) (Barry et Glantz, 2016, p. 6 ; Orenstein et Glantz, 2020, p. 1343 ; Pacula *et al.*, 2014, p. 1023 ; Room et Cisneros Örnberg, 2019, p. 226).

Les activités de lobbying et de financement sont de puissants outils qui permettent aux intérêts privés d'influencer la recherche et la prise de décision. On peut présumer que l'industrie légale du cannabis, tout comme les fabricants de tabac et d'alcool l'ayant précédée, n'hésitera pas à les utiliser dans le but d'affaiblir le fardeau réglementaire qui pèse sur ses épaules (Shover et Humphreys, 2019, p. 700). Cela se ferait, entre autres, au détriment des mesures de santé publique que propose le présent modèle. Pour cette raison, un modèle axé sur la santé publique doit empêcher la capture réglementaire et scientifique par l'industrie du cannabis. Les États peuvent suivre les directives de l'Organisation mondiale de la santé (OMS) sur la lutte contre le tabagisme selon lesquelles les intérêts de l'industrie et des organismes de réglementations sont inconciliables et donc que leurs relations « devraient se limiter à des interactions transparentes et indépendantes » (Orenstein et Glantz, 2020, p. 1345). La capture scientifique par l'industrie peut être contrée grâce au financement public de la recherche sur le cannabis (Shover et Humphreys, 2019, p. 700).

Cependant, s'il est important de contrer les tentatives de l'industrie du cannabis d'alléger leurs responsabilités réglementaires, ces dernières ne doivent pas être lourdes au point de compromettre la viabilité du secteur. En effet, si les producteurs et les détaillants de cannabis sont contraints de fermer

leurs portes parce que l'industrie n'est pas viable, les consommateurs n'auront d'autre choix que de se tourner vers le marché illégal, ce qui va à l'encontre des objectifs de santé publique de la légalisation. L'État doit donc favoriser la viabilité économique de l'industrie du cannabis sans toutefois se désengager de la réglementation du secteur.

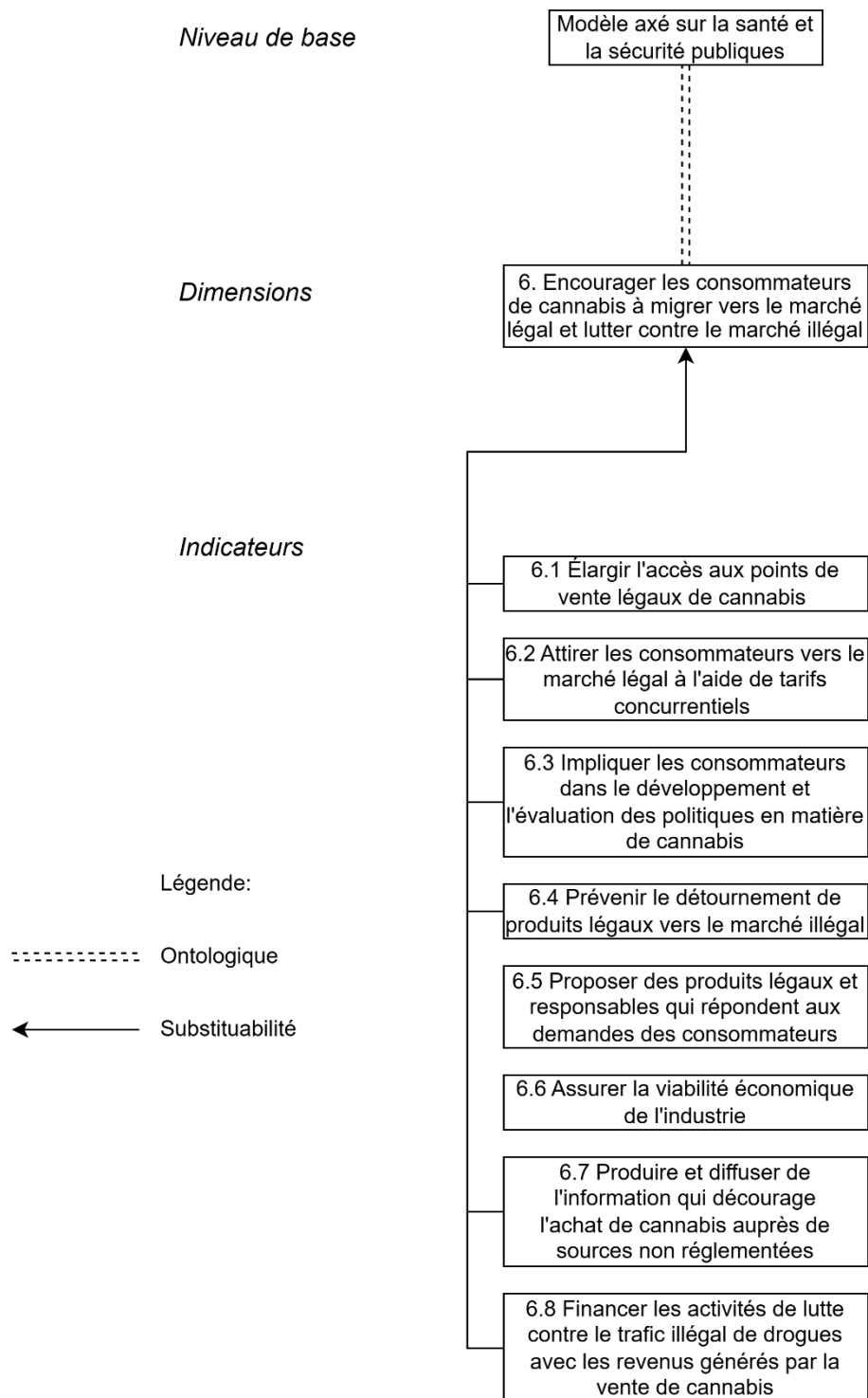
1.3.6 Encourager les consommateurs à migrer vers le marché légal et lutter contre le marché illégal

Enfin, la sixième et dernière dimension constitutive vise à supplanter le marché illégal. Pour ce faire, il est nécessaire d'encourager les consommateurs de cannabis à migrer vers le marché légal tout en luttant directement contre le marché illégal. En effet, l'un des principaux objectifs derrière une légalisation axée sur la santé et la sécurité publiques consiste à offrir aux consommateurs un accès à des produits à base de cannabis encadrés et sécuritaires (*safe supply*) (Pusiak *et al.*, 2021, p. 2). Bien que peu abordés dans la littérature étudiée, nous avons néanmoins identifié huit indicateurs, dont la moitié sont issus de notre propre réflexion.

Le premier est le besoin de contrebalancer les politiques de réduction de la demande en élargissant l'accès aux points de vente de cannabis et en offrant des produits à des prix concurrentiels par rapport à ceux sur le marché noir. Comme mentionné plus haut, la littérature souligne à plusieurs reprises l'importance d'avoir de telles politiques de réduction de la demande, mais prévient que celles-ci ne doivent pas être trop contraignantes, sans quoi elles encourageront les consommateurs à se tourner vers le marché illégal (Apfel, 2014 ; Crépault, 2014 ; Haden et Emerson, 2014 ; Kilmer, 2014 ; Orenstein et Glantz, 2020). Si ces objectifs semblent contradictoires à première vue, ils peuvent dans les faits coexister. Élargir l'accès aux points de vente de cannabis ne signifie pas qu'il faut augmenter le nombre et la densité des succursales. Par exemple, il peut s'agir tout simplement de s'assurer de desservir les consommateurs des régions où l'offre tend à être plus limitée. Du côté des prix, ceux-ci doivent être suffisamment bas pour que les consommateurs en tiennent compte au moment de choisir entre le cannabis légal et illégal, tout en étant suffisamment élevés pour décourager la consommation excessive (Crépault, 2014, p. 15).

Dans son document d'orientation, Apfel (2014) affirme qu'un modèle de légalisation axé sur la santé et la sécurité publiques devrait chercher à impliquer les consommateurs dans le développement et l'évaluation des politiques en matière de cannabis, sans toutefois expliquer pourquoi. Or, nous avons décidé d'inclure cet indicateur, car il s'inscrit dans une logique de réduction des méfaits. En effet, la réduction des méfaits est une approche ascendante (*bottom-up*) dont les programmes sont issus de mobilisations populaires et

Figure 1.8 Sixième dimension constitutive et ses indicateurs



militantes menées par les groupes impliqués dans la réception et la prestation de ces services (Marlatt, 1996, p. 786). Les *cannabis social clubs* (CSC) constituent un exemple d'approches ascendantes en lien avec le cannabis. Les CSC sont des modèles de production et de distribution à but non lucratif de cannabis

gérés par des associations légalement constituées de consommateurs (Decorte *et al.*, 2017). Les membres des CSC échangent souvent des informations concernant leurs expériences de consommation. Entre autres, ils se conseillent sur les effets causés par un produit, sur le degré d'intoxication qu'induit une souche spécifique et sur les différentes méthodes de consommation sûres et responsables (Belackova *et al.*, 2016 ; Belackova et Wilkins, 2018 ; Jansseune *et al.*, 2019). Ultimement, les consommateurs de cannabis ont un intérêt commun à veiller à ce que leurs expériences avec les produits auxquels ils ont accès soient sécuritaires et agréables. Leur engagement dans le développement et l'évaluation des politiques en matière de cannabis peut donc favoriser l'atteinte des objectifs de santé et de sécurité publiques visées par le modèle.

Un autre indicateur important est d'empêcher le détournement de cannabis issu d'une production légale vers le marché illégal. Il est possible de réduire ce risque en limitant la quantité de cannabis que les individus peuvent acheter et posséder (Apfel, 2014, p. 16 ; Haden et Emerson, 2014, p. e75) et en exigeant que les entreprises adoptent de mesures de sécurité et de surveillance des lieux de productions, d'entreposage et de vente.

Les prochains indicateurs ne proviennent pas de la littérature analysée, mais plutôt de notre propre travail de réflexion. Il s'agit de notre contribution au modèle que nous proposons. D'abord, le marché légal doit être en mesure d'offrir des produits responsables qui répondent à la demande des consommateurs. Si ces derniers ne sont pas satisfaits de l'offre légale, cela crée une demande pour les produits du marché illégal. Pour cette raison, les gouvernements doivent veiller à ne pas être trop restrictifs lorsqu'ils choisissent d'interdire la vente de certains produits en fonction de leur format ou de leur contenu en cannabinoïdes.

De plus, toutes ces mesures sont plus faciles à mettre en œuvre lorsque l'industrie légale est viable pour les entreprises. Dans le cas contraire, nous assisterions à la fermeture de plusieurs producteurs et détaillants, ce qui réduirait évidemment l'offre et l'accessibilité des produits légaux. Le cas échéant, le marché illégal serait en mesure de récolter une part importante des consommateurs dont l'industrie ne parvient plus à combler les besoins.

Enfin, un modèle axé sur la santé publique pourrait également produire et diffuser de l'information qui décourage l'achat de cannabis non réglementé. Il peut s'agir de publicités et d'études mettant en évidence les risques associés à la consommation de cannabis provenant de sources non réglementées, tel que le risque d'y retrouver des contaminants. Finalement, un modèle axé sur la santé publique doit lutter contre

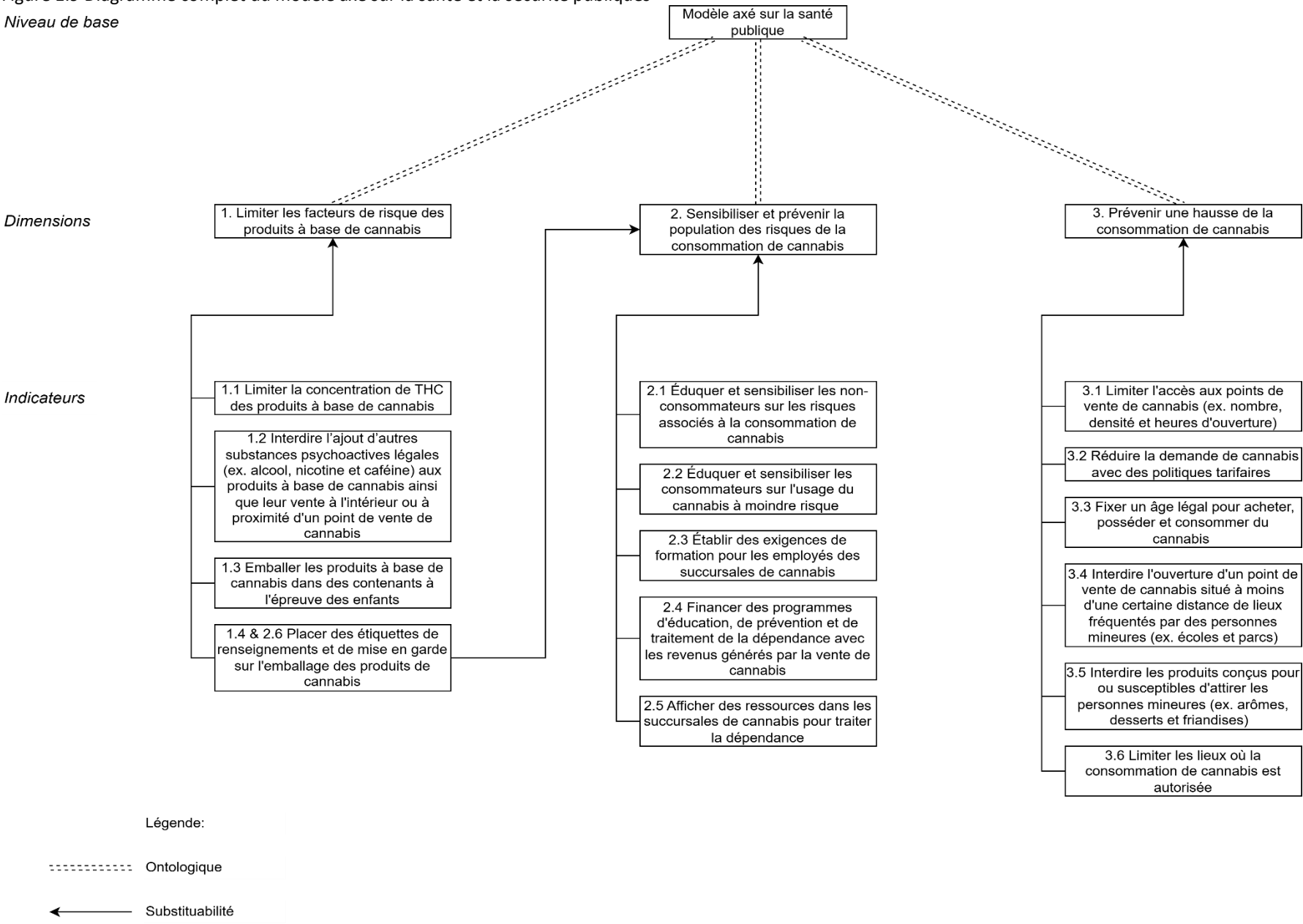
le marché illégal. La vente légale de cannabis génère des recettes fiscales supplémentaires pour l'État par la taxation de ces produits. Celles-ci devraient en partie financer les activités de lutte contre le trafic illégal de drogues.

1.4 Conclusion

Ce chapitre s'est penché sur la construction d'un idéal-type d'un modèle de légalisation du cannabis axée sur la santé et la sécurité publiques. Pour aborder cette problématique, nous avons mobilisé la démarche méthodologique de la conceptualisation à trois niveaux de Goertz (2006) et l'avons jumelée à une revue de la littérature scientifique et institutionnelle qui aborde l'encadrement du cannabis. Ce travail d'analyse et de réflexion nous a permis de formuler un idéal-type du modèle axé sur la santé et la sécurité publiques qui s'appuie sur six dimensions constitutives et de leurs indicateurs respectifs. Ces dimensions sont 1) limiter les facteurs de risques des produits à base de cannabis ; 2) sensibiliser et prévenir la population des risques de la consommation du cannabis ; 3) prévenir une hausse de la consommation ; 4) réduire l'attractivité du cannabis en tant que marchandise ; 5) encadrer strictement l'industrie légale ; et 6) encourager les consommateurs à migrer vers le marché légal et lutter contre le marché illégal. Chacune de ses dimensions constitutives comporte des indicateurs qui permettent de mesurer et d'évaluer celles-ci. Nous espérons que ce modèle pourra servir tant les chercheurs que les législateurs dans l'élaboration, l'analyse et l'évaluation des régimes d'encadrement du cannabis. Dans le prochain chapitre, nous démontrons comment opérationnaliser ce modèle en l'appliquant au cas de l'encadrement du cannabis au Nouveau-Brunswick.

Figure 1.9 Diagramme complet du modèle axé sur la santé et la sécurité publiques

Niveau de base



Niveau de base

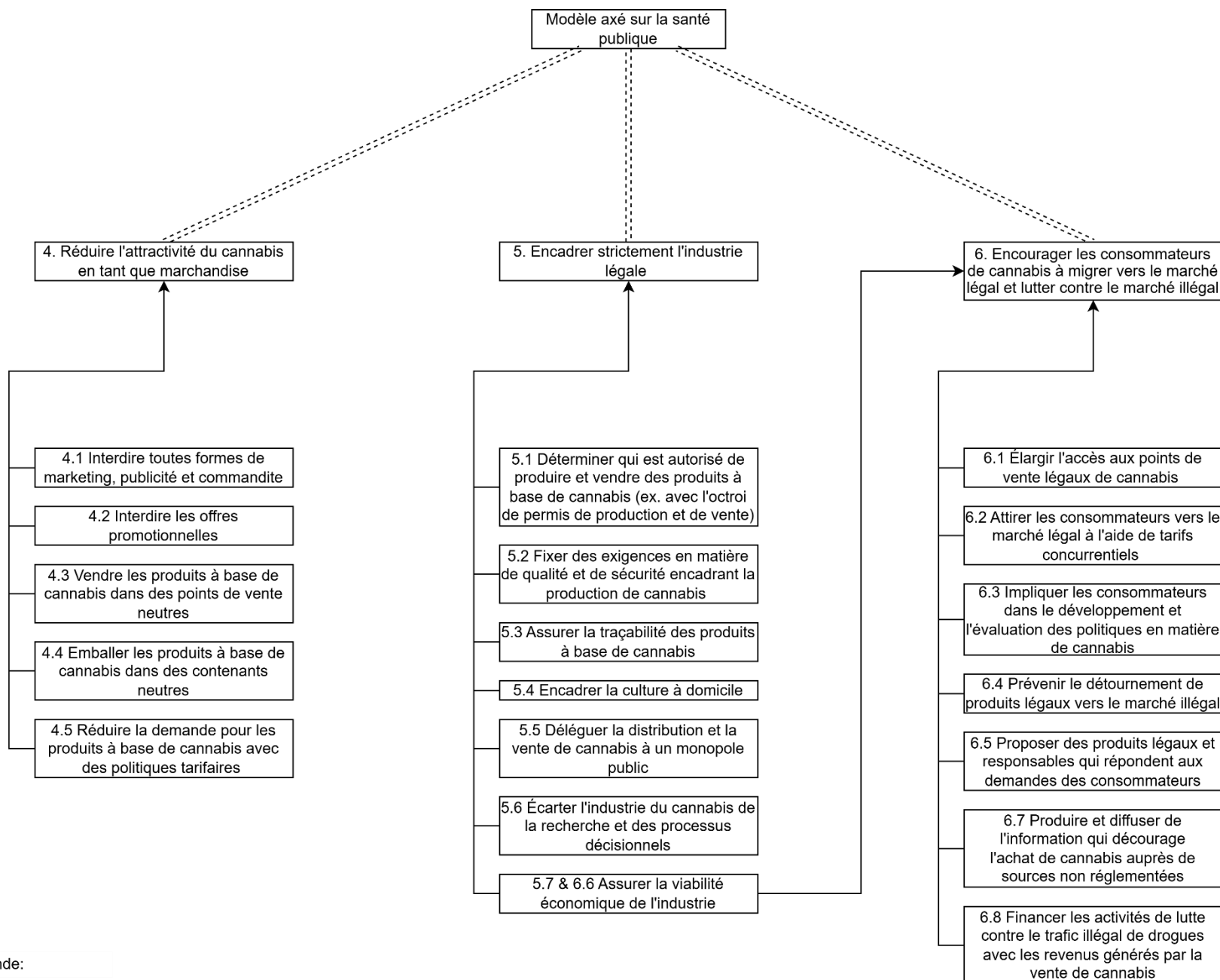
Dimensions

Indicateurs

Légende:

..... Ontologique

← Substituabilité



CHAPITRE 2

L'ENCADREMENT DU CANNABIS AU NOUVEAU-BRUNSWICK

La structure conceptuelle d'une légalisation axée sur la santé et la sécurité publiques étant désormais établie, ce deuxième chapitre se tourne vers son application à un cas concret, celui du cadre réglementaire néo-brunswickois pour le cannabis à des fins récréatives. Cette partie du travail est divisée en cinq sections. La première explique notre démarche pour la réalisation de l'analyse de contenu médiatique et organisationnelle. La deuxième section décrit l'évolution de l'encadrement du cannabis au Nouveau-Brunswick, laquelle est caractérisée par le passage d'un monopole public à un modèle hybride. Enfin, les trois dernières sections de ce chapitre s'intéressent aux principales caractéristiques de la réglementation du cannabis au Nouveau-Brunswick qui s'écartent du modèle idéal d'une légalisation axée sur la santé et la sécurité publiques. Elles portent plus spécifiquement sur les dimensions constitutives que sont l'attractivité du cannabis, l'encadrement de l'industrie légale et la lutte contre le marché illégal.

2.1 Analyse de contenu médiatique et organisationnelle

Pour considérer le cas empirique du Nouveau-Brunswick et ses caractéristiques par rapport à notre idéal-type, nous nous tournons désormais vers des sources médiatiques et institutionnelles plutôt que scientifiques. Dans cette section, nous présentons la démarche méthodologique utilisée pour réaliser l'analyse de contenu. Le volet médiatique comprend le contenu d'articles publiés par les principaux journaux de la province et par les médias numériques spécialisés dans la couverture de sujets d'actualités en lien avec l'industrie canadienne du cannabis. Le volet organisationnel repose plutôt sur l'analyse du contenu publié par Cannabis NB sur son site internet et sur ses différents comptes sur les réseaux sociaux. La période étudiée, la provenance des données ainsi que leurs critères de sélection sont détaillés dans les paragraphes suivants.

2.1.1 Démarche de recherche pour l'analyse de contenu médiatique

Les articles de presse que nous avons analysés ont été publiés entre le 1^{er} janvier 2017 et le 31 décembre 2023. Bien que le cannabis ait été officiellement légalisé le 17 octobre 2018, les pourparlers politiques et la préparation législative et administrative en vue de cette politique ont débuté en amont, ce qui explique le choix de commencer l'analyse en 2017. Le Nouveau-Brunswick étant la seule province officiellement bilingue au Canada, nous avons jugé important d'intégrer dans notre analyse des sources médiatiques de

langue anglaise et française. Nous avons donc sélectionné des articles publiés par le quotidien anglophone *Telegraph-Journal* et le quotidien francophone *Acadie Nouvelle*. Ces deux médias discutent principalement de l'actualité provinciale. La collecte de donnée a été effectuée à l'aide de la base de données juridique *Lexis Advance Quicklaw* pour le *Telegraph Journal* et de la base de données médiatique francophone *Eureka* pour l'*Acadie Nouvelle*. Nous avons recueilli les articles pertinents dans *Eureka* à l'aide d'une requête contenant les mots-clés « cannabis OU pot OU marijuana OU Cannabis NB ET légal* ». Nous avons ajouté le mot « weed » pour la requête lancée en anglais sur *Lexis Advance Quicklaw*. Nos requêtes ont identifié 392 articles pour le *Telegraph Journal* et 304 articles pour l'*Acadie Nouvelle*. Les articles ont ensuite été filtrés en fonction de leur format et de leur contenu. Pour ce qui est du format, notre analyse comprend uniquement les articles d'actualité, les éditoriaux et les chroniques. En ce qui concerne le contenu, nous avons retenu les articles qui abordent la légalisation et ses enjeux au Nouveau-Brunswick spécifiquement (et non qui aborde la légalisation plus généralement au Canada par exemple). Une fois ces paramètres appliqués, notre échantillon final était composé de 266 articles pour le *Telegraph-Journal* et de 149 pour l'*Acadie Nouvelle*.

Notre analyse de contenu comprend également des articles provenant de sites d'actualités qui couvrent l'industrie du cannabis. Les médias traditionnels comme le *Telegraph-Journal* et l'*Acadie Nouvelle* s'adressent à un public plus large et abordent donc la légalisation du cannabis dans son contexte politique, économique et social, sans nécessairement discuter des événements qui concernent spécifiquement les parties prenantes de l'industrie. L'inclusion de médias spécialisés permet donc de contourner cet angle mort des médias traditionnels. Les médias choisis, à savoir *StratCann* et *Cannabis Retailer*, traitent principalement de l'industrie canadienne du cannabis. Les articles ont été récupérés directement sur leurs sites web. Dans la barre de recherche, les mots-clés « New-Brunswick » et « Cannabis NB » ont été utilisés pour identifier les articles pertinents. Nos requêtes nous ont permis d'identifier et d'analyser 53 articles publiés par *StratCann* et 31 articles publiés par *Cannabis Retailer*.

2.1.2 Démarche de recherche pour l'analyse de contenu de Cannabis NB

Le volet organisationnel de cette analyse s'applique à tout le contenu produit et publié par Cannabis NB. Une partie de cette analyse est donc composée de l'ensemble de la documentation grise disponible sur le site web de Cannabis NB, ce qui inclut notamment les rapports annuels, les communiqués de presse et les plans stratégiques. Ces documents apportent un éclairage quant aux différents politiques et programmes que la société a mis en place dans le but de remplir sa mission. Pour un aperçu des pratiques commerciales

du détaillant public, nous avons eu recours à diverses sources de données. D’abord, nous nous sommes abonnés à l’infolettre hebdomadaire de Cannabis NB ainsi qu’à ses comptes *Instagram* et *Facebook*, lesquels servent principalement à informer les consommateurs des dernières promotions et nouveautés. La boutique en ligne de Cannabis NB a également été étudiée pour cette analyse de contenu afin de récolter des informations concernant l’interface du site, la présentation des produits, les promotions des produits et les commentaires des clients.

2.2 Présentation du modèle d’encadrement du cannabis au Nouveau-Brunswick

2.2.1 La naissance du modèle néo-brunswickois

À l’automne 2017, le gouvernement libéral, alors dirigé par le premier ministre Brian Gallant, adopte le cadre législatif et réglementaire régissant la distribution, la vente, la possession et la consommation de cannabis au Nouveau-Brunswick. L’une des mesures les plus marquantes en matière de santé publique introduite par cette législation est la création d’un modèle public pour la distribution et la vente du cannabis à des fins récréatives. Cette approche s’aligne largement sur les recommandations émises dans le rapport final du Groupe de travail du Nouveau-Brunswick sur la légalisation du cannabis (2017) quelques mois plus tôt. Ce modèle est constitué de deux nouvelles sociétés d’État, à savoir la Société de gestion du cannabis (SGC) et Cannabis Nouveau-Brunswick (Cannabis NB). La principale fonction de la SGC consiste à superviser et gérer l’achat, la distribution et la vente au détail du cannabis à des fins récréatives, dans le respect des lois fédérales et provinciales (*Loi constituant la Société de gestion du cannabis*, LNB 2018, c 3). Toutefois, l’exploitation d’un réseau de distribution et de vente au détail revient à Cannabis NB, une nouvelle filiale de la Société des alcools du Nouveau-Brunswick (SANB). Son réseau initial compte vingt points de vente de cannabis qui ressemblent aux succursales de la SQDC. L’aménagement intérieur des points de vente de Cannabis NB est sobre et professionnel, dépourvu de couleurs et de décorations évoquant le cannabis (Lacelle, 2018). L’accès est interdit aux personnes mineures et les produits sont affichés de manière qu’ils ne peuvent être vus depuis l’extérieur (*Loi sur la réglementation du cannabis*, LNB 2018, c 2).

Les profits nets générés par Cannabis NB sont gérés par la SGC, qui s’occupe ensuite de leur redistribution aux comptes publics prévus à cet effet. La grande majorité des profits sont versés dans le Fonds consolidé de la province. Cependant, la SGC doit également transférer une part des revenus de Cannabis NB au Fonds de prévention et de recherche en matière de cannabis (le Fonds). Chaque année, la SGC verse au Fonds 2% de son chiffre d’affaires (Société de gestion du cannabis, 2024, p. 19) en plus d’un montant fixe de 250 000

§ (*Règlement général – Loi constituant la Société de gestion du cannabis*, D.C. 2018-216). Ces sommes servent à financer des programmes d'éducation, de sensibilisation, de réduction des méfaits et des projets de recherche en lien avec le cannabis (*Loi sur le Fonds d'éducation et de sensibilisation en matière de cannabis*, LNB 2018, c 4).

Les mesures encadrant la possession et la consommation de cannabis rappellent également les normes de santé publique évoquées dans le chapitre précédent. Suivant les recommandations du Groupe de travail du Nouveau-Brunswick sur la légalisation du cannabis (2017), l'âge minimum pour l'achat, la possession et la consommation de cannabis est fixé à 19 ans, le même que pour l'alcool, afin d'empêcher qu'une part importante des consommateurs ne se tournent vers les produits non réglementés du marché illégal (p. 8). Des règles strictes s'appliquent également à l'entreposage de cannabis à domicile. La *Loi sur la réglementation du cannabis* (LNB 2018, c 2) prévoit que les produits à base de cannabis doivent être entreposés hors de la portée des personnes mineures. De plus, la culture à domicile est autorisée, mais les plants doivent être situés dans des espaces verrouillés. Finalement, le ministre de la Santé peut nommer des inspecteurs qui veillent à l'application de la *Loi sur la réglementation du cannabis* et qui, dans le cadre de leurs fonctions, détiennent l'ensemble des droits et pouvoirs d'un agent de la paix (LNB 2018, c 2).

Ce survol, bien qu'abrégé, souligne l'importance accordée à la santé publique lors de l'élaboration et la mise en œuvre de la réglementation du cannabis au Nouveau-Brunswick. Le recours à un modèle de distribution et de vente au détail public permet à l'État d'exercer un contrôle accru sur la demande et l'accessibilité des produits à base de cannabis. Le Nouveau-Brunswick se joint également au Québec en tant que seules provinces à disposer d'un fonds dédié au financement de programmes de prévention et de recherche en lien avec le cannabis. Les règlements concernant la possession et la consommation figurent également parmi les plus strictes du pays. Or, de telles mesures ne peuvent, aussi strictes soient-elles, garantir l'atteinte des objectifs de santé et de sécurité publiques visés par la légalisation. De plus, elles peuvent se heurter aux intérêts pécuniaires sous-jacents qui incitent les gouvernements à recourir à un modèle étatique. La section suivante aborde ces enjeux en examinant les difficultés qu'a rencontrées Cannabis NB dans les mois qui ont suivi la légalisation.

2.2.2 Débuts difficiles et remise en question du modèle étatique

À peine quelques jours après l'entrée en vigueur de la légalisation en octobre 2018, une crise d'approvisionnement secoue l'industrie canadienne du cannabis. Cette situation entraîne une pénurie à l'échelle nationale qui persiste jusqu'au printemps 2019. Cannabis NB n'y échappe pas et doit composer avec des stocks limités, des fermetures temporaires de ses succursales et des mises à pied au cours de sa première année d'exploitation. Par conséquent, la société d'État n'est ni rentable ni capable de concurrencer les détaillants illégaux de cannabis. Au même moment, un gouvernement minoritaire progressiste-conservateur, dirigé par Blaine Higgs, est élu. Insatisfait de la performance de Cannabis NB jusqu'à présent, le nouveau gouvernement s'efforce de privatiser le détaillant public dans la première année de son mandat. Dans les prochains paragraphes, nous examinons de plus près les facteurs ayant mené à la soudaine remise en question du modèle étatique au Nouveau-Brunswick.

L'ouverture des premières succursales de Cannabis NB est minée par un manque récurrent de produits. N'ayant plus rien à vendre, la société est contrainte de fermer temporairement la moitié de ses succursales trois semaines seulement après leur ouverture (Boisvert, 2018). Certains produits, notamment les huiles et les gélules à base de CBD et à faible teneur en THC, sont fortement touchés et souffrent de pénuries récurrentes (Raiche-Nogue, 2019b). Cette tendance persiste pendant toute la durée du premier exercice financier de Cannabis NB. Dans les mois précédant la légalisation, le gouvernement de Brian Gallant a conclu des ententes d'approvisionnement avec les principaux producteurs de la province en prévision d'un tel scénario.⁴ Or, Cannabis NB n'a reçu que 10% de la quantité de cannabis que les producteurs avaient promis de fournir, soit 1,5 million de grammes sur 15,5 (Telegraph-Journal, 2019c). Cela signifie plus précisément que le détaillant public a reçu moins de 25% des unités de gestion de stocks (UGS) requises pour approvisionner ses points de vente au cours de l'exercice 2018-2019 (Cannabis NB, 2019, p. 12). De leur côté, les représentants de l'industrie imputent leurs difficultés d'approvisionnement à la réglementation fédérale, pointant du doigt les retards dans l'octroi des permis de production, le temps de traitement des analyses en laboratoire et la lourdeur du processus d'étiquetage des produits (Boudreau, 2019a ; Delattre, 2019). Aux prises avec des horaires d'ouverture fluctuants et des stocks insuffisants, Cannabis NB est contrainte de restructurer ses activités. La société annonce une première vague de mises à pied en janvier 2019 qui affecte un total de 55 commis au service à la clientèle, la plupart des travailleurs

⁴ Le gouvernement provincial a conclu des ententes d'approvisionnement pour cinq millions de grammes par an avec *Organigram* (Organigram Holdings Inc., 2017), quatre millions avec *Zenabis* (Boisvert, 2017) et *Canopy Growth* (Canopy Growth Corporation, 2017) et 2,5 millions avec *Nuuvera Corp* (Radio-Canada, 2018).

contractuels (Telegraph-Journal, 2019a). Quelques mois plus tard, huit autres postes de gestion de succursale sont supprimés (Boudreau, 2019b).

Les pénuries récurrentes limitent également la capacité de Cannabis NB à concurrencer le marché illégal. L'offre de la société ne suffit pas à répondre à la demande des consommateurs, tandis que les produits qui aboutissent sur ses étagères sont bien plus chers que ceux vendus par les détaillants illégaux. En 2019, le prix du cannabis légal au Nouveau-Brunswick est le plus élevé au pays, coûtant en moyenne 11,36\$ par gramme, alors que le cannabis non réglementé est le plus abordable à seulement 4,90\$ par gramme (Statistique Canada, 2020, p. 2). À cela s'ajoute le fait que le cannabis illégal demeure facilement accessible. Patrick Parent, alors PDG de Cannabis NB, confirme qu'une cinquantaine de points de vente illégaux sont présents sur le territoire de la province (Roy-Comeau, 2019). Dans ce contexte, le cannabis légal présente peu d'attrait pour les consommateurs néo-brunswickois, comme l'explique l'un d'entre eux :

T'arrives chez Cannabis NB et t'as parfois pas beaucoup de choix, tu veux quelque chose donc tu prends des petits contenants qui sont plus chers. Ça me coûte à peu près la moitié du prix d'aller chez mon dealer. C'est du stock de bonne qualité, ce n'est pas du pot cultivé à l'extérieur. C'est du bon stock, je trouve que c'est aussi bon si pas mieux que ce que j'achète chez Cannabis NB. (Raiche-Nogue, 2019a)

L'effet combiné de ces facteurs occasionne un manque à gagner de plusieurs millions de dollars pour Cannabis NB et, ultimement, pour l'État. Au terme d'un exercice financier 2018-2019 décevant, la société enregistre des pertes de 12,5 M\$ (Cannabis NB, 2019, p. 24). Il s'agit d'un montant considérable par rapport aux autres sociétés d'État responsables de la vente de cannabis. À titre de comparaison, la SQDC et la Société de gestion du cannabis de l'Île-du-Prince-Édouard (PEICMC) essuient respectivement des pertes de 4,9 M\$ (Société québécoise du cannabis, 2019, p. 23) et 0,5 M\$ (PEI Cannabis Management Corporation, 2019, p. 36). Par ailleurs, ces dernières ont reçu des subventions pour compenser leurs pertes initiales, leur permettant ainsi d'atteindre le seuil de rentabilité dès le début de l'exercice suivant. Cannabis NB n'a pas droit à une telle contribution de la part du gouvernement du Nouveau-Brunswick et se retrouve donc avec un solde déficitaire majeur à combler. La situation financière de la société empire au cours de l'exercice suivant, alors que des pertes nettes de 4,2 M\$ portent le déficit à plus de 17 M\$ (Cannabis NB, 2020a, p. 19). De plus, Cannabis NB a obtenu des prêts de la part de sa société mère, Alcool NB, pour couvrir ses frais de démarrage et pour maintenir un flux de trésorerie dû à sa situation déficitaire. À la fin de l'exercice 2019-2020, le montant total des prêts atteint la somme de 34,6 M\$ (Cannabis NB, 2020a, p.

33). Cela signifie que lorsque la société commencera à réaliser des profits, elle devra d'abord rembourser sa dette avant de verser des dividendes à l'État.

C'est à la lumière de ces résultats financiers décevants que les progressistes-conservateurs évoquent la possibilité d'une éventuelle réforme du modèle de vente conçu par le gouvernement libéral précédent. Ce sont d'abord les députés de l'Alliance des gens, avec qui les progressistes-conservateurs forment une coalition pour conserver le pouvoir, qui revendiquent la privatisation complète de Cannabis NB. Les progressistes-conservateurs n'écartent pas l'idée de l'Alliance, mais préfèrent attendre l'arrivée des produits de la seconde vague prévue au mois d'octobre 2019 avant de trancher sur l'avenir de la nouvelle société d'État. Questionné par les médias, le ministre des Finances et du Conseil du Trésor, Ernie Steeves, confirme que trois options sont à l'étude pour rééquilibrer les finances de Cannabis NB : 1) fermer les succursales à faible rendement, 2) octroyer un contrat de licence pour l'exploitation du réseau de distribution et de vente et 3) privatiser l'entreprise (Telegraph-Journal, 2019b). En septembre 2019, avant qu'une annonce officielle ne soit faite au sujet de l'avenir de Cannabis NB, le *Telegraph-Journal* obtient des documents confidentiels montrant que les progressistes-conservateurs souhaitent transférer la gestion de la distribution et de la vente de cannabis à une entreprise privée. Dans le cadre de cette initiative, dénommée à l'interne « *Project Acorn* », le gouvernement a discrètement approché certaines entreprises afin d'évaluer leur intérêt pour la reprise des activités de distribution et de vente de Cannabis NB pour au moins dix ans (Telegraph-Journal, 2019d). Deux mois plus tard, un appel d'offres pour le rachat du réseau public de distribution et de vente de cannabis est finalement lancée par les progressistes-conservateurs. Un communiqué précise qu'un exploitant privé unique sera sélectionné au printemps 2020 pour l'exploitation des activités en lien avec le cannabis (Ministère des Finances et du Conseil du Trésor, 2019). En somme, le gouvernement Higgs propose de remplacer le monopole public par un monopole privé.

En janvier 2020, huit soumissionnaires répondent à l'appel d'offres des progressistes-conservateurs. Ces derniers sont constitués du distributeur alimentaire et pharmaceutique *Loblaw*, du producteur de cannabis *Canopy Growth*, des distributeurs albertains *Fire & Flower* et *YSS Corp*, du distributeur britanno-colombien *Kiara Brands*, de l'entreprise néo-écossaise *Green Stop Cannabis*, de l'entreprise néo-brunswickoise *Regional Storage and Logistics* et de l'Association du Nouveau-Brunswick des distributeurs de cannabis (Delattre, 2020). L'étude des soumissions, prévue au printemps, est repoussée, d'abord en raison de la pandémie de Covid-19 et ensuite des élections provinciales déclenchées durant l'été, que les

progressistes-conservateurs remportent à la majorité. Alors que le dossier n'évolue pas, le gouvernement Higgs s'engage à rendre une décision sur l'avenir de Cannabis NB d'ici le 31 décembre. Pendant ce temps, le vent tourne chez Cannabis NB. Ces délais s'avèrent très précieux pour l'entreprise, car ils lui donnent le temps d'ajuster sa stratégie et, surtout, de faire valoir les résultats de son travail.

2.2.3 Redressement et métamorphose de Cannabis NB

Après un départ difficile marqué par des pertes et un déficit croissant, Cannabis NB termine l'exercice 2019-2020 avec un premier trimestre rentable, réalisant un bénéfice non vérifié de 0,5 M\$ (Cannabis NB, 2020b). Bien que modestes, ces résultats représentent un tournant décisif pour le détaillant public qui, par la suite, connaît une croissance soutenue qui permet de combler son déficit. La privatisation de Cannabis NB, déjà dans une impasse depuis plus d'un an, est finalement écartée par les progressistes-conservateurs. Or, l'issue de cette confrontation entre privatisation et étatisation s'apparente à un compromis, alors que la province bascule vers un modèle de distribution et de vente de cannabis hybride. Nous terminons cette présentation de la réglementation du cannabis au Nouveau-Brunswick en expliquant pourquoi et comment cette métamorphose de Cannabis NB a eu lieu.

Tableau 2.1 États financiers de Cannabis NB pour les exercices de 2018-2019 à 2022-2023 (en milliers)

Exercices financiers	2018-2019	2019-2020	2020-2021	2021-2022	2022-2023
Ventes nettes	18 629 \$	44 029 \$	70 096 \$	74 348 \$	76 300 \$
Coûts des ventes	12 024 \$	27 807 \$	42 035 \$	39 224 \$	36 693 \$
Autres produits	168 \$	1 165 \$	1 207 \$	862 \$	738 \$
Revenus	6 773 \$	17 387 \$	29 268 \$	35 986 \$	40 345 \$
Frais d'exploitation	19 287 \$	21 660 \$	18 458 \$	19 466 \$	22 021 \$
Bénéfices/(pertes)	(12 514) \$	(4 273) \$	10 810 \$	16 520 \$	18 324 \$
Actifs	12 682 \$	53 680 \$	43 952 \$	41 917 \$	40 706 \$
Passifs	25 196 \$	70 703 \$	50 165 \$	32 721 \$	29 716 \$
Capital/(déficit)	(12 514) \$	(17 023) \$	(6 213) \$	9 196 \$	10 990 \$

Les données proviennent des rapports annuels de Cannabis NB pour les exercices 2018-2019 à 2022-2023. Les chiffres entre parenthèses ont une valeur négative.

L'exercice 2020-2021 est déterminant pour Cannabis NB. Comme le montre le Tableau 2.1, la société termine l'année financière en réalisant des ventes nettes de 70 M\$, ce qui se traduit par un bénéfice de 10,8 M\$. Ce redressement permet à Cannabis NB d'effacer plus de la moitié du déficit qu'elle a accumulé durant ses premières années d'activité. Au Tableau 2.2, on constate que ces ventes représentent une augmentation de 68% par rapport à l'exercice précédent. Cette croissance se rapporte à l'ensemble des catégories de produit offert par Cannabis NB. Les produits introduits en octobre 2019 dans le cadre de la

seconde phase de la légalisation ont également fortement contribué à l'augmentation du chiffre d'affaires. Les ventes des comestibles et des concentrés génèrent 18 M\$ en revenu de ventes brutes. Ces performances deviennent la norme pour Cannabis NB, alors qu'elle réalise des profits de 16,5 M\$ et 18,3 M\$ pour les exercices de 2021-2022 et de 2022-2023. En février 2022, elle rembourse la totalité de sa dette à la SANB (Boisvert, 2022) et peut désormais verser ses profits au Fonds consolidé de la province.

Tableau 2.2 Ventes brutes de Cannabis NB par type de produit (en milliers) et taux de croissance annuel des ventes par type de produit (%)

Exercices financiers	2018-2019	2019-2020	2020-2021	2021-2022	2022-2023
Fleurs séchées	15 986 \$	36 064 \$	49 942 \$	49 406 \$	43 804 \$
<i>T. de cr. (%)</i>	-	126%	38%	-1%	-11%
Concentrés	-	1 844 \$	13 821 \$	20 705 \$	24 901 \$
<i>T. de cr. (%)</i>	-	-	650%	50%	20%
Comestibles	-	675 \$	4 408 \$	6 316 \$	7 927 \$
<i>T. de cr. (%)</i>	-	-	553%	43%	26%
Extraits	1 997 \$	4 583 \$	4 433 \$	3 800 \$	3 079 \$
<i>T. de cr. (%)</i>	-	129%	-3%	-14%	-19%
Accessoires	628 \$	1 708 \$	2 634 \$	3 036 \$	2 927 \$
<i>T. de cr. (%)</i>	-	172%	54%	15%	-4%
Topiques	-	-	224 \$	415 \$	703 \$
<i>T. de cr. (%)</i>	-	-	-	85%	69%
Graines	18 \$	31 \$	76 \$	150 \$	145 \$
<i>T. de cr. (%)</i>	-	72%	145%	97%	-3%
Clones	-	-	-	-	6 \$
<i>T. de cr. (%)</i>	-	-	-	-	-
Total (\$ brut)	18 629 \$	44 905 \$	75 538 \$	83 828 \$	83 492 \$
Total T. de cr. (%)	-	141%	68%	11%	0%

Les données proviennent des rapports annuels de Cannabis NB pour les exercices 2018-2019 à 2022-2023

Plusieurs facteurs peuvent expliquer le redressement soudain de Cannabis NB. D'abord, la société négocie à la baisse les ententes d'approvisionnement conclues avec ses premiers partenaires et en signe des nouvelles avec des fournisseurs supplémentaires. Ceci permet de stabiliser l'offre des produits à base de cannabis et de les vendre à des prix compétitifs (Awde, 2020 ; Cannabis NB, 2020c, 2021a, p. 7). L'arrivée des comestibles et des concentrés de cannabis contribue à diversifier la gamme de produits offerts par Cannabis NB et donc de mieux concurrencer le marché illégal.

Ce revirement ne passe pas inaperçu dans la province. Alors que la vente de Cannabis NB est à nouveau repoussée au printemps 2021⁵, certains intervenants, parmi lesquels on retrouve l'Association des cités du Nouveau-Brunswick (ACBN), l'Assemblée des Premières Nations ainsi que les dirigeants des entreprises *Zenabis* et *Organigram*, se mobilisent rapidement afin de dénoncer le projet de privatisation. Dans des lettres ouvertes, ces derniers réclament l'arrêt immédiat des négociations, faisant valoir le manque de concertation dans le processus et le fait que Cannabis NB a remédié aux enjeux qui justifiaient sa vente (Boudreau, 2021 ; Lordon, 2021). Quelques jours après ces interventions, le gouvernement Higgs annonce finalement qu'il renonce à la privatisation de Cannabis NB. Cette décision, bien qu'elle consolide la prédominance de l'État dans la distribution et la vente au détail du cannabis au Nouveau-Brunswick, ouvre la voie à de nouvelles perspectives pour le secteur privé et des producteurs d'intégrer le marché (nous y reviendrons).

2.2.4 Conclusion

Nous pouvons donc constater que l'encadrement du cannabis au Nouveau-Brunswick a grandement évolué depuis l'entrée en vigueur de la légalisation, tout en demeurant dans un modèle fortement public. Néanmoins, plusieurs de ses caractéristiques le distinguent de l'idéal-type conçu dans le premier chapitre. Dans les prochaines sections, trois de ces caractéristiques seront particulièrement étudiées. Celles-ci sont les pratiques commerciales employées par Cannabis NB pour stimuler les ventes, la diversification de son modèle de vente et les différentes stratégies utilisées pour attirer et impliquer les consommateurs. L'analyse s'articulera autour des dimensions constitutives et des indicateurs associés à chacune d'entre elles.

2.3 Stimuler les ventes au moyen de la promotion

Aux prises avec d'importantes difficultés financières et l'ombre d'une privatisation imminente, Cannabis NB élabore une stratégie de marketing articulée autour de la commercialisation, des offres promotionnelles et de la publicité, afin de stimuler les ventes.⁶ Ces pratiques contreviennent à la

⁵ En février 2021, après plusieurs mois de silence, la sous-ministre du Conseil du Trésor, Cheryl Hansen, annonce que le gouvernement finalise les négociations pour la vente de Cannabis NB (Huras, 2021).

⁶ La *Loi sur le cannabis* du Canada (LC 2018, c 16) interdit de promouvoir le cannabis en communiquant des renseignements sur son prix ou sur sa distribution 1) d'une manière qui est attrayante pour les jeunes ; 2) en ayant recours à des témoignages ; 3) en ayant recours à des personnes, personnages ou animaux réels ou fictifs ; et 4) en associant le cannabis à un mode de vie attrayant. Les commandites et les incitatifs en lien avec le cannabis (par ex. fournir du cannabis à titre gratuit ou en contrepartie de l'achat de toute chose ou de tout service) sont également

dimension constitutive d'un modèle de légalisation axé sur la santé et la sécurité publiques qui consiste à réduire l'attractivité du cannabis. Cette section examine les activités de marketing de Cannabis NB et recense les indicateurs de cette dimension qui ne sont pas respectés pour chacune d'entre elles.

2.3.1 Commercialisation

La sobriété des points de vente de cannabis est l'un des indicateurs permettant de réduire l'attractivité du cannabis. Ces derniers doivent se contenter de répondre aux besoins existants sans chercher à créer une nouvelle demande. Les points de ventes de cannabis doivent être fonctionnels, dépourvus de tout matériel susceptible d'en faire la promotion (Apfel, 2014, p. 15). Ce n'est plus le cas de Cannabis NB qui, depuis l'exercice 2019-2020, emploie des techniques de merchandising dans ses succursales (Cannabis NB, 2020a, p. 7). Le merchandising renvoie aux méthodes utilisées à l'intérieur des points de vente pour inciter à l'achat, notamment par un étalage attrayant et stratégique des produits (Office québécois de la langue française, 2024). Dans le cadre de sa stratégie de marketing, Cannabis NB a revu l'aménagement de ses succursales, délaissant le décor neutre au profit d'une esthétique commerciale qui met l'emphasis sur les produits et leur image de marque. Des « espaces de merchandising » distincts, tels que des présentoirs et vitrines, peuvent être achetés par les producteurs de cannabis pour présenter leurs produits. À l'achat de ces espaces, les producteurs reçoivent un guide des normes à respecter pour créer des présentoirs que la société d'État qualifie de créatifs et pédagogiques (Cannabis NB, 2020a, p. 7). Cannabis NB permet également aux producteurs d'installer des kiosques d'exposition dans ses succursales afin de rencontrer et d'échanger avec les consommateurs (Cannabis NB, 2022a, p. 7). Les Figures 2.1 et 2.2 permettent de comparer l'intérieur d'une succursale de Cannabis NB en octobre 2018 et au mois d'août 2023. La première montre une boutique avec des couleurs sobres et un décor minimaliste. Dans la seconde, des couleurs vives enveloppent les étagères des produits à base de cannabis et les logos de certaines entreprises sont visibles sur des affiches et des téléviseurs. Par exemple, les affiches orange et roses montrent le logo de la marque de cannabis *Fuego*. Rappelons que dans la première image, les affiches « Découvrir », « Connecter » et « Rafrâichir » ont fait l'objet d'une enquête par Santé Canada (Caron, 2018), car elles

interdits. En revanche, certaines pratiques promotionnelles sont autorisées en raison de leur exclusion de la Loi. Par exemple, il est permis pour un détaillant d'offrir des rabais sur les produits à base de cannabis. Les gouvernements provinciaux ont toutefois la capacité de restreindre la promotion du cannabis au-delà de ce qui est prévu par la réglementation fédérale. Au Québec, la *Loi encadrant le cannabis* empêche notamment la SQDC d'offrir des rabais sur la valeur marchande du cannabis ou en fonction de la quantité achetée (*Loi encadrant le cannabis*, RLRQ, c. C-5.3). Pour sa part, le Nouveau-Brunswick n'a aucune restriction supplémentaire. Au contraire, la *Loi sur la réglementation du cannabis*, à son 22^e article, permet explicitement aux détaillants de cannabis d'en faire la promotion dans le respect de la Loi fédérale (*Loi sur la réglementation du cannabis*, LNB 2018, c 2).

montraient des individus s'adonnant à un mode de vie ou à des activités (p. ex. l'affiche « Rafrâichir » montre une femme faisant du yoga), forçant Cannabis NB à les retirer de ses succursales et de son site web (La Presse Canadienne, 2018).

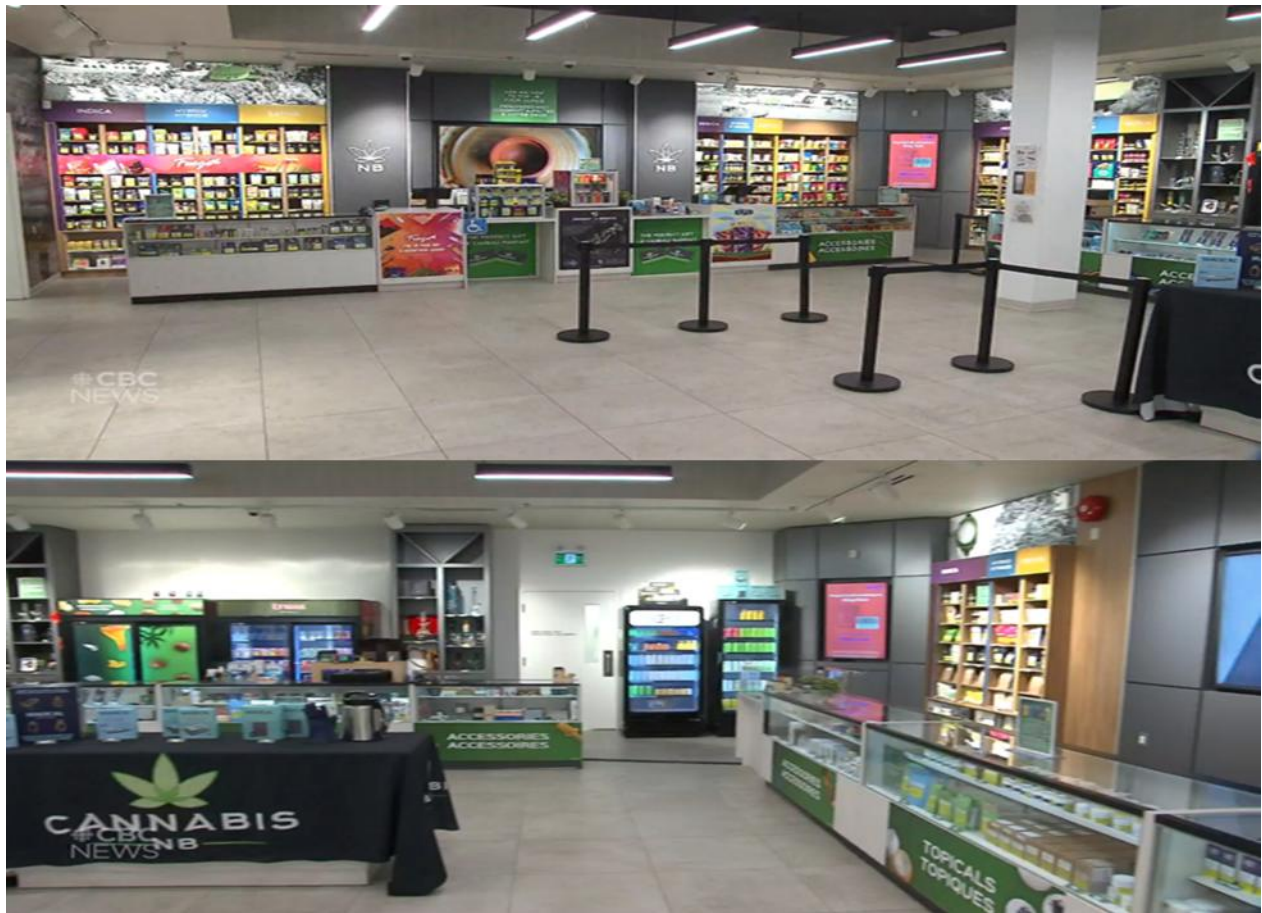
Figure 2.1 Intérieur d'une succursale de Cannabis NB au mois d'octobre 2018



Tiré de Step inside a Cannabis NB store, par M.J. Burgos, 2018, CBC News (<https://www.cbc.ca/news/canada/new-brunswick/a-look-inside-cannabis-nb-1.4865490>)

Un autre aspect de la stratégie de merchandising de Cannabis NB consiste à ouvrir des boutiques éphémères durant la saison estivale et lors d'événements liés au cannabis. Depuis 2022, le terminal de croisière de St-John accueille le « *Area 506 Waterfront Container Village* », un espace marchand où les commerces sont aménagés dans des conteneurs maritimes recyclés, ainsi que divers concerts et spectacles. Ces événements sont organisés par le promoteur néo-brunswickois *Area 506* qui est présidé par Ray Gracewood, l'ancien vice-président directeur marketing et communications du producteur de cannabis OrganiGram. Cannabis NB exploite un point de vente dans l'un des conteneurs du village depuis le mois

Figure 2.2 Intérieur d'une succursale de Cannabis NB au mois d'août 2023



Tiré de Cannabis N.B. is ready for a new era, par R. Huizinga, 2023, CBC News (<https://www.cbc.ca/player/play/video/1.6939656>).

de juin 2022. Il s'agit, selon l'entreprise publique, du premier point de vente éphémère au Canada (Cannabis NB, 2023a, p. 11). Le village accueille près de 500 000 visiteurs par année (Area 506, s.d.), offrant ainsi à Cannabis NB l'occasion de promouvoir son image de marque à un grand nombre de résidents et de touristes. Comme le montre la Figure 2.3, la société d'État vend des casquettes et des bouteilles d'eau qui affichent son logo. Cet emplacement au village des conteneurs a permis à Cannabis NB d'être sélectionnée en tant que finaliste aux Prix d'excellence dans le commerce de détail 2023 pour la catégorie « Conception et expérience en boutique éphémère » (Cannabis NB, 2023a, p. 11). L'entreprise publique considère également ce concept comme un moyen d'augmenter sa clientèle. Dans un communiqué de presse, Cannabis NB affirme que la boutique éphémère située au village a permis à l'entreprise « de servir plus de 5 500 personnes au cours de l'été, de combattre les stéréotypes et la stigmatisation au sujet du marché légal du cannabis et de créer une excellente expérience de service à la clientèle à un nouveau public » (Cannabis NB, 2023c).

Figure 2.3 Images de la boutique éphémère de Cannabis NB située au village des conteneurs de St-John



Tiré de *Cannabis NB étend son réseau de magasins*, Cannabis NB, 2022b (<https://www.cannabis-nb.com/fr-CA/a-propos/?q=%22promotion%22>).

2.3.2 Offres promotionnelles

L'attrait du cannabis dépend également de son prix. Le fait de le réduire permet d'encourager les consommateurs à migrer vers le marché légal, certes, mais une réduction trop importante risque d'accroître la demande. C'est pour cette raison que l'un des indicateurs du modèle axé sur la santé et la sécurité publiques consiste à interdire toutes les formes de rabais sur les produits à base de cannabis. Si les offres promotionnelles aident les détaillants à rivaliser avec le marché illégal, elles ont aussi pour effet d'augmenter la demande de cannabis, en particulier lorsque les remises sont calculées en fonction du volume acheté. De plus, étant temporaires, les rabais encouragent les consommateurs à acheter de manière impulsive, de peur de rater une offre avantageuse. Malgré cela, les offres promotionnelles sont régulièrement utilisées par Cannabis NB. Les rabais sont affichés sur son site web et s'appliquent aussi bien aux achats en magasin qu'aux achats en ligne. Sur le magasin en ligne de Cannabis NB, les consommateurs ont l'option de filtrer les produits en fonctions des différentes promotions offertes. Au moment d'écrire ces lignes, le détaillant propose des réductions sur 577 de ses 1268 produits et accessoires, ce qui représente 45% de son inventaire. De nombreuses promotions sont liées à la quantité

de cannabis achetés, ce qui incite les consommateurs à acheter au-delà de leurs besoins dans le but de réaliser des économies. La Figure 2.4 en annexe montre l'une de ces offres où les consommateurs ont le choix d'acheter le produit « *Good Supply Jean Guy* » à son prix régulier de 30\$ pour 3,5g ou de doubler la quantité à 7g pour un prix réduit de 50\$. Comme les individus ne peuvent pas être en possession de plus de 30 g de cannabis dans un lieu public, ce type de rabais est limité aux achats de petites quantités. Pour des commandes plus importantes, Cannabis NB propose aux clients de compléter leurs achats en y ajoutant de petites quantités de cannabis à prix réduit. Certaines de ces offres sont même conçues pour permettre aux clients d'atteindre la limite légale de 30 g. À l'achat d'une once de cannabis (soit 28 g), les clients ont l'option d'ajouter deux fleurs séchées d'un gramme chacune à leur commande pour un prix réduit (voir un exemple de cette offre promotionnelle à la [Figure 2.5](#) en annexe).

2.3.3 Publicités

Le dernier indicateur que nous allons aborder pour la dimension constitutive concernant la réduction de l'attractivité du cannabis est l'interdiction de la publicité, du marketing et des commandites. La loi fédérale semble répondre à cet enjeu. La *Loi sur le cannabis* (LC 2018, c 16) interdit entre autres toute promotion qui est susceptible d'attirer les jeunes, qui utilise des témoignages, qui utilise des représentations de personnes ou personnages et qui associe le cannabis à un mode de vie. Toutefois, elle prévoit certaines exceptions pour la promotion informative, notamment dans les communications adressées aux adultes nommément identifiés, dans les lieux où l'accès aux mineurs est interdit et par les moyens de télécommunication, à condition de mesures empêchant leur accès aux personnes mineures.⁷ Ainsi, la loi fédérale, malgré ses restrictions, laisse une certaine marge de manœuvre aux détaillants pour promouvoir leurs services et leurs produits.

Cannabis NB annonce régulièrement ses offres promotionnelles à l'aide d'une infolettre et de publications sur des réseaux sociaux populaires comme *Instagram* et *Facebook*. Selon l'entreprise publique, cette stratégie lui permet de promouvoir et de développer [sa] marque, dans le respect de la stricte réglementation de l'industrie en matière de publicité » (Cannabis NB, 2023a, p. 9). Bien que conformes à la loi, les pratiques de Cannabis NB contribuent néanmoins à accroître la demande en cannabis. L'infolettre, diffusée chaque semaine, informe les consommateurs des dernières aubaines ainsi que de l'arrivée de nouveaux produits. Pour y avoir accès, il suffit d'ouvrir un compte sur le magasin en ligne de Cannabis NB

⁷ La *Loi sur le cannabis* définit la promotion informative comme la communication de renseignements factuels sur le cannabis, ses accessoires, les services qui y sont liés ainsi que leur disponibilité et leur prix (LC 2018, c 16).

et d'accepter l'option de recevoir des courriels promotionnels (Cannabis NB, 2020a, p. 9). Afin d'augmenter le nombre d'inscriptions à l'infolettre, un concours a été tenu en 2023 durant lequel les nouveaux usagers inscrits couraient la chance de remporter une carte cadeau prépayée de 100\$ ainsi qu'une carte cadeau de Cannabis NB de la même valeur (Cannabis NB, 2023d). En 2023, 33 348 consommateurs sont abonnés à l'infolettre (Cannabis NB, 2023a, p. 9). Celle-ci contient également un « espace publicitaire payant » que les producteurs de cannabis peuvent acheter pour promouvoir leur marque et leurs produits (Cannabis NB, 2021a, p. 9). Certaines infolettres sont publiées dans le cadre de fêtes annuelles. La Figure 2.6, présentée en annexe, montre les infolettres envoyées par Cannabis NB pour l'Halloween et la Saint-Valentin. Celles-ci font la promotion de produits thématiques tels que des arômes de vapotage dans des cartouches de couleurs orange et noires pour l'Halloween et des papiers à rouler avec des motifs de pétales de roses pour la Saint-Valentin.

Cannabis NB possède également des comptes *Facebook* et *Instagram* qui sont très actifs depuis la légalisation du cannabis. Conformément à la *Loi sur le cannabis*, les pages de Cannabis NB sur ces réseaux sociaux ne sont pas accessibles pour les utilisateurs dont le profil indique qu'ils sont âgés de moins de 19 ans. Maintenir une présence sur les réseaux sociaux est une pratique courante pour les détaillants publics de cannabis. Ces derniers s'en servent régulièrement afin de diffuser du matériel visant à éduquer et sensibiliser les consommateurs ou tout simplement annoncer des modifications aux horaires d'ouverture. C'est à cela que servent, par exemple, les comptes *Facebook* et *Twitter* de la SQDC. Or, les comptes de Cannabis NB sont principalement utilisés à des fins de marketing et de publicité. En effet, la société d'État affirme dans son rapport annuel 2021-2022 que « Pour favoriser davantage l'engagement des clients, CNB s'est efforcée d'accroître sa présence sur les médias sociaux et de publier un contenu plus créatif et plus ciblé » (Cannabis NB, 2022a, p. 7). Nous pouvons trouver par exemple des messages sur la page *Facebook* de Cannabis NB en l'honneur de la fête des mères et des pères, lesquels contiennent les accroches suivantes : « Ça n'a pas besoin d'être juste des fleurs cette année. Nous avons tous ce que votre mère désire [...] » et « Vous n'avez pas besoin d'aller à la quincaillerie cette année. [...] Vous n'êtes pas sûr quoi acheter? Laisser papa décider en lui offrant une carte cadeau CNB » (voir la [Figure 2.7](#) en annexe). Sur son compte *Instagram*, qui au moment de la rédaction de cet article compte 424 publications et 3231 abonnés, la société d'État diffuse des images et des vidéos mettant en valeur les différentes marques et produits vendus dans ses succursales. Ces publications ressemblent à des publicités conventionnelles, présentant des marques et des produits de cannabis aux côtés d'illustrations colorées, d'images attrayantes et de titres accrocheurs (voir la [Figure 2.8](#) et la [Figure 2.9](#) en annexe). Une récente campagne publicitaire de

Cannabis NB consistait à publier sur son compte *Instagram* une série d'images présentant différentes destinations touristiques à travers le Nouveau-Brunswick situées à proximité d'un point de vente de cannabis (voir la [Figure 2.10](#) en annexe).

2.3.4 Conclusion

À la lumière de notre analyse des pratiques commerciales de Cannabis NB, on constate que la dimension constitutive qui vise à réduire l'attractivité du cannabis n'est pas respectée. Le réaménagement des succursales, les rabais en continu et les publicités en ligne sont des stratégies conçues et adoptées par la société d'État afin de stimuler ses ventes. Ensemble, ces stratégies contreviennent à trois indicateurs sur cinq pour la dimension analysée. Conséquemment, le régime d'encadrement du cannabis néo-brunswickois ne répond pas aux critères d'un modèle axé sur la santé et la sécurité publiques. La prochaine section aborde la dimension constitutive portant sur l'encadrement strict de l'industrie légale et examine plus précisément le poids de l'indicateur en lien avec le besoin de déléguer la distribution et la vente de cannabis à un monopole public.

2.4 Diversifier sans privatiser : l'ajout de succursales privées et de la vente *farmgate*

Selon plusieurs auteurs identifiés dans le premier chapitre, déléguer la distribution et la vente de cannabis à un monopole public permet à l'État de contrôler plus efficacement les différents facteurs influençant la consommation, notamment en matière d'accessibilité, de promotion et des types de produits qui sont vendus (Barry et Glantz, 2016, p. 6 ; Orenstein et Glantz, 2020, p. 1343 ; Pacula *et al.*, 2014, p. 1023 ; Room et Cisneros Örnberg, 2019, p. 226). Or, notre analyse de contenu révèle que, bien qu'hybride, le modèle du Nouveau-Brunswick alliant différents points de vente publics et privés demeure étroitement supervisé et contrôlé par Cannabis NB. Ainsi, cette section permettra d'évaluer si la transition vers un modèle mixte entraîne inévitablement un retrait de l'État vis-à-vis les objectifs de santé publique visés par la légalisation ou s'il peut, malgré tout, demeurer aussi engagé qu'en situation de monopole.

Cannabis NB justifie sa transition vers un modèle de vente hybride en affirmant qu'elle vise à accroître l'accès au marché légal du cannabis et ainsi lutter contre les vendeurs clandestins (Cannabis NB, 2022b). Les premiers revers de l'entreprise publique face au marché illicite ont fortement contribué aux appels à la privatiser. Bien que sa rentabilité ait pu lui épargner ce sort, elle ne parvient pas à enrayer la prolifération des détaillants illégaux à travers la province. Pour que Cannabis NB puisse y arriver, il lui fallait plus de canaux pour rejoindre les consommateurs. À cette fin, les progressistes-conservateurs adoptent en 2021

le *Projet de loi 79 : loi concernant la vente au détail du cannabis* qui introduit la *Loi sur les permis de détaillants de cannabis* et apporte des modifications à la *Loi constituant la Société de gestion du cannabis* (*Projet de loi 79*, 2021). Essentiellement, la *Loi sur les permis de détaillants de cannabis* (LNB 2022, c 5) et son règlement général (D.C. 2022-185) encadrent l’octroi de deux types de permis qui autorisent leurs titulaires à vendre du cannabis à des fins récréatives dans la province. Le permis de catégorie 1 permet à une personne d’exploiter un point de vente de cannabis, pourvu qu’elle s’approvisionne auprès de Cannabis NB. Le règlement spécifie que toute personne est en mesure de présenter une demande pour l’obtention d’un permis de catégorie 1 (D.C. 2022-185)⁸. En d’autres termes, cela signifie que Cannabis NB conserve son monopole sur la distribution de cannabis, mais perd son monopole sur la vente. Le permis de catégorie 2, pour sa part, est réservé aux producteurs de cannabis et leur permet de vendre des produits cultivés et transformés sur place, ce que l’industrie appelle la vente *farmgate* (D.C. 2022-185).

2.4.1 *Farmgate*

Le terme « *farmgate* » (ou vente à la ferme) provient du secteur agroalimentaire et est couramment utilisé dans le secteur du cannabis pour décrire la pratique selon laquelle une entreprise vend ses produits directement aux particuliers depuis son site de production. Requérant moins de capital que les canaux de distribution traditionnels, la vente à la ferme constitue une source de revenus plus stable, surtout pour les entreprises agroalimentaires sensibles aux variations des prix et des rendements agricoles (Key, 2016). Cependant, dans la majorité des provinces, les entreprises de production et de transformation du cannabis ne sont pas autorisées de vendre leurs produits directement aux consommateurs. Les produits sont d’abord achetés auprès de ces entreprises par un grossiste public qui les revend ensuite aux détaillants à travers la province. C’est le cas des provinces dotées d’un régime de vente au détail mixte (l’OCS en Ontario et les BC Cannabis Stores en Colombie-Britannique) ou public (la SQDC au Québec).⁹ Jusqu’à présent, peu de provinces autorisent les producteurs à vendre du cannabis à des fins récréatives directement aux

⁸ Les modifications apportées à la *Loi constituant la Société de gestion du cannabis* par le *Projet de loi 79* autorisent la SGC et Cannabis NB à distribuer du cannabis à des titulaires de permis de catégorie 1 (*Loi constituant la Société de gestion du cannabis*, LNB 2018, c 3).

⁹ Il faut préciser que tous les modèles, publics ou mixtes, ne fonctionnent pas de la même manière et que le rôle des grossistes publics ainsi que leurs relations avec les détaillants varient d’une province à l’autre. À titre d’exemple, en Ontario et en Colombie-Britannique, les grossistes se livrent également à la vente au détail de cannabis et sont donc en concurrence directe avec les détaillants privés qui doivent s’approvisionner auprès d’eux (l’OCS en Ontario ne vend que sur son magasin en ligne, alors que le BC Cannabis Store gère des succursales). En revanche, le grossiste albertain, la Alberta Gaming, Liquor and Cannabis Commission, a cessé toutes ses activités de ventes au détail en 2022 (AGLC, s.d.). Dans les régimes publics comme au Québec, le grossiste et le détaillant sont la même entité.

consommateurs. L'Ontario a été la première province à le faire en 2021 avec le lancement de son programme *farmgate*. Depuis, le Nouveau-Brunswick et la Colombie-Britannique sont les seules autres provinces à avoir mis en place leurs propres programmes qui autorisent les producteurs à vendre directement aux consommateurs (Brown, 2024a).

Cannabis NB a annoncé le lancement de son propre programme *farmgate* en août 2021, devenant ainsi la deuxième province à disposer d'un tel programme après l'Ontario (Brown, 2021). Dans son annonce, Cannabis NB a précisé que « tous les produits du cannabis vendus dans un magasin *farmgate* approuvé devront être cultivés, produits et emballés sur place » par le producteur, interdisant ainsi la vente de produits provenant d'une autre entreprise (Cannabis NB, 2021b). Cela empêche toutefois les microcultivateurs de cannabis qui sous-traitent la transformation et l'emballage de leurs produits de participer au programme (CBC News, 2021). Pour participer, les producteurs de cannabis doivent d'abord soumettre une demande auprès de Cannabis NB, après quoi ils seront évalués afin de vérifier leur éligibilité (Cannabis NB, s. d.-b). En date du mois de février 2025, sept producteurs ont ouvert un comptoir de vente, faisant du Nouveau-Brunswick la province canadienne avec le plus grand nombre de points de vente *farmgate* au Canada selon l'entreprise publique (Cannabis NB, 2024b). Le dernier à ouvrir ses portes est *The Flowr Shop* du producteur *Wildwood Flowr Inc*, le 11 octobre 2024 (Cannabis NB, 2024c). Selon Santé Canada, 25 producteurs et transformateurs de cannabis sont titulaires d'une licence de production au Nouveau-Brunswick (Santé Canada, 2025). C'est donc plus d'un quart des producteurs de la province qui exploitent une succursale *farmgate*. À titre comparatif, le Nouveau-Brunswick, une province de moins d'un million d'habitants, a plus de points de vente *farmgate* que l'Ontario, qui n'en compte que quatre (Ontario Cannabis Store, 2025), alors qu'il s'agit du marché de cannabis le plus important au pays.

Le programme *FarmGate* a également été développé dans une optique touristique. Cannabis NB explique dans son rapport annuel 2021-2022 que « l'objectif du programme est d'accroître la visibilité des producteurs locaux titulaires de licence et de leur donner davantage d'occasions de renseigner les clients sur leurs propres produits tout en créant des retombées touristiques potentielles » (Cannabis NB, 2022a, p. 8). Certains producteurs titulaires d'une licence d'exploitation *farmgate* ont même adapté leurs services dans le but d'attirer des touristes en proposant des ateliers éducatifs et des visites de leurs sites de production (Brown, 2021, 2023). L'entreprise *Eco Canadian Organic* indique sur son site que son point de vente *farmgate*, le *Trading Post*, est accessible depuis le Sentier Nouveau-Brunswick, une destination populaire de randonnée (Eco Canadian Organic, s. d.). Le programme *FarmGate* n'est qu'un élément de la

stratégie de Cannabis NB visant à répondre à la demande de la clientèle touristique. Le magasin éphémère situé au village des conteneurs de St-John, dont nous avons traité précédemment, a également été conçu pour s'adresser « aux passagers de navires de croisières et aux touristes » (Cannabis NB, 2022b).

2.4.2 Réseau de succursales privées

Depuis l'adoption de la *loi 79* en avril 2022, Cannabis NB planifie l'expansion de son modèle de vente au détail en incluant désormais des succursales privées. Lorsqu'il a été annoncé pour la première fois que des détaillants privés de cannabis seraient introduits, ils ont été présentés comme des franchises ou agences de Cannabis NB. Comme l'a déclaré le ministre des Finances et du Conseil du Trésor Ernie Steeves : « *It'll be like a mini-CNB store, so it's an agency location, just a small version of what we already have. It won't be in corner stores... it will be a standalone store* » (Waugh, 2021). Ces magasins étaient censés mener leurs activités sous la marque « Cannabis NB », tout en étant localisés loin des succursales CNB existantes afin de servir les municipalités ayant un accès limité au cannabis légal (Waugh, 2021).

Plus tard, Cannabis NB confirme que les nouvelles succursales privées seront « détenues et exploitées par des commerçants privés sous leur propre marque » (Cannabis NB, 2022c). Leur emplacement est toutefois déterminé par l'État. Dix municipalités à travers la province ont été retenues pour le développement d'un canal de magasins privés.¹⁰ Ces municipalités ont été sélectionnées en raison de la disponibilité limitée du cannabis légal dans celles-ci (Cannabis NB, 2022c). En automne 2022, Cannabis NB a lancé un processus d'appel d'offres afin de sélectionner les détaillants autorisés à exploiter un point de vente dans les municipalités retenues. Cette démarche prouve qu'un modèle hybride peut rester sous le contrôle étroit de l'État. L'approche néo-brunswickoise ne constitue pas un véritable libre marché mixte, tel qu'on le retrouve dans d'autres provinces canadiennes. Par exemple, en Colombie-Britannique, tout détaillant privé peut ouvrir un point de vente de cannabis pour lequel il a obtenu un permis (Gouvernement de la Colombie-Britannique, 2024). Les succursales peuvent être installées à tout endroit conforme aux règlements provinciaux et municipaux. Ce n'est pas ce que l'on voit au Nouveau-Brunswick alors que le nombre de points de vente privés est limité et leurs emplacements soigneusement sélectionnés par la société d'État.

¹⁰ Les villes retenues sont Hampton, St-Andrews, Grand Bay, Bouctouche, Caraquet, Dalhousie, St-Quentin, Blackville, Chipman et Salisbury.

Présentement, toutes les municipalités ciblées par Cannabis NB détiennent un point de vente de cannabis exploité par un détaillant privé. Le premier a ouvert ses portes en juin 2023 dans la municipalité de Grand Bay et appartient à l'entreprise ontarienne *Cannabis Xpress* (Moore, 2023) (voir la [Figure 2.11](#) en annexe). Cette dernière gère également des succursales dans les villes de Hampton et St-Andrews. Les autres détaillants privés œuvrant dans la province sont *Cost Cannabis* (2), *Green Timber Cannabis* (1), *Le marchand du cannabis* (1), *McCannabis* (1) et *Pinnacle* (1). Un sceau de conformité sous forme d'autocollant est émis par Cannabis à chaque succursale privée, lequel affiche un code QR accompagné d'un numéro d'identification permettant aux clients de confirmer leur authenticité (voir la [Figure 2.12](#) en annexe). Pour le moment, Cannabis NB ne prévoit pas d'expansion supplémentaire de son réseau de vente au détail privé.

2.4.3 Conclusion

En somme, le passage d'un monopole public à un modèle de vente mixte ne témoigne pas forcément un désengagement de l'État. À la lumière de ce qui précède, il serait difficile de prétendre que Cannabis NB, en diversifiant de son modèle, cède sa place au secteur privé. Bien au contraire, le modèle hybride demeure largement piloté par l'État. Les détaillants privés y sont introduits au compte-gouttes et leur emplacement est choisi à l'avance en fonction des besoins de la province. Il convient également de mentionner que le nombre total de ces succursales demeure modeste par rapport aux points de vente publics, lesquels ont continué d'augmenter depuis l'entrée en vigueur de la légalisation. Cannabis NB compte désormais 27 succursales, dont sept qui se sont ajoutées depuis juin 2022, contre dix détaillants privés et sept points de vente *farmgate*. Dans ce contexte, la diversification de Cannabis NB s'apparente davantage à un prolongement, plutôt que d'un recul, de l'État dans sa mission de fournir des produits à base de cannabis sécuritaires et réglementés. Le fait d'élargir l'accessibilité du cannabis légal permet également à Cannabis NB de déloger le marché illégal. Or, quant à cette dimension, la société d'État a également recours à diverses stratégies qui visent à inclure et à éduquer davantage les consommateurs, lesquelles seront détaillées dans la section qui suit.

2.5 Lutter contre le marché illégal : une occasion d'éduquer, satisfaire et d'impliquer les consommateurs

Un des défis majeurs de la légalisation, et la dernière dimension du modèle axé sur la santé et la sécurité publiques que nous aborderons, réside dans la nécessité d'inciter les consommateurs à migrer vers le marché légal et de lutter contre le marché illégal. Afin de rivaliser avec ce dernier, les détaillants légaux

doivent se démarquer sans pour autant renforcer leurs efforts en matière de promotion et de marketing, lesquels favorisent une hausse de la consommation. Bien que Cannabis NB ait intensifié ses pratiques commerciales, elle a également exploré de nouvelles approches pour rivaliser avec le marché illégal. Celles-ci sont axées sur la production et la diffusion d'informations visant à dissuader l'achat de cannabis auprès de sources illégales, la diversification de l'offre pour répondre aux besoins des consommateurs, ainsi que leur participation dans le développement et l'évaluation des politiques en matière de cannabis.

2.5.1 Campagne « Bon à savoir »

Depuis 2022, Cannabis NB a mis sur pied une campagne d'éducation et de sensibilisation intitulée « Bon à savoir » qui « met l'accent sur les dangers des produits de cannabis illégaux au Nouveau-Brunswick et partage des faits sur ce que les consommateurs obtiennent en réalité lorsqu'ils achètent des produits auprès de magasins illégaux » (Cannabis NB, 2023a, p. 9). Ces activités sont financées par le Fonds d'éducation et de sensibilisation en matière de cannabis (Finances et Conseil du Trésor, 2022). Au départ, la campagne reposait sur la diffusion d'affiches publicitaires en ligne et dans les succursales de Cannabis NB visant à encourager les consommateurs à acheter leur cannabis auprès de sources légales. La [Figure 2.13](#), présentée en annexe, montre des publicités qui s'en prennent aux détaillants illégaux en soulignant la présence de contaminants, dont des excréments, dans les produits vendus dans ces emplacements. Pour cette campagne, Cannabis NB a collaboré avec le Conseil de la recherche et de la productivité du Nouveau-Brunswick (RPC) et son laboratoire d'analyse de cannabis dans la réalisation d'une étude comparant les propriétés des produits réglementés et non réglementés (Cannabis NB, 2022d). Le RPC a ensuite publié les résultats de cette étude, lesquels démontrent que, contrairement aux produits réglementés, les produits non réglementés affichent souvent des teneurs en THC erronées et sont plus susceptibles de contenir des traces de contaminants tels que des pesticides et des micro-organismes (Botelho *et al.*, 2021).

Plus récemment, un cours interactif en ligne a été développé dans le cadre de la campagne « Bon à savoir ». Ce nouveau cours élargit l'objectif initial de la campagne, qui consistait d'abord à sensibiliser les consommateurs aux problèmes de sécurité associés aux produits non réglementés, afin d'inclure des mises en situation interactives portant sur les pratiques de rangement sécuritaire ainsi que les indices permettant de distinguer les points de ventes et produits réglementés de ceux qui ne le sont pas (voir la [Figure 2.14](#) en annexe). Certaines des mises en situation de la campagne présentent des individus qui sont soit des consommateurs novices, soit des personnes ayant des connaissances très limitées sur le cannabis.

Dans l'une d'entre elles, une personne achète de l'huile à base de CBD auprès d'un détaillant non réglementé après avoir entendu parler des bienfaits potentiels associés à la consommation de ce type de produit.¹¹ Alors que les versions précédentes de la campagne avaient comme objectif principal à décourager les consommateurs existants d'acheter sciemment leurs produits auprès de détaillants non réglementés, sa version la plus récente vise désormais à aider les nouveaux consommateurs à intégrer le marché légal en distinguant ce qui est légal de ce qui ne l'est pas.

2.5.2 La diversification de l'offre : des fleurs séchées aux calendriers de l'avent

Outre les prix, les détaillants de cannabis doivent également se distinguer du marché illégal en offrant une gamme de produits diversifiés. Pour Cannabis NB, cela n'a pas toujours été le cas. L'offre de la société d'État était limitée en raison des problèmes d'approvisionnement qui ont marqué la première année de la légalisation. Dans ce contexte, il était difficile pour Cannabis NB d'attirer et de fidéliser les consommateurs qui avaient déjà l'habitude de s'approvisionner auprès de détaillants illégaux. En dépit de ces premiers obstacles, Cannabis NB offre désormais l'un des assortiments de produits les plus variés parmi les détaillants publics canadiens. Au moment d'écrire ces lignes, son magasin en ligne affiche plus de 1200 unités de gestion de stocks (UGS) réparties à travers neuf catégories de produits : 1) cannabis séché, 2) préroulés, 3) extraits et concentrés¹², 4) stylos vapoiseurs et cartouches, 5) topiques, 6) comestibles, 7) boissons, 8) graines et 9) accessoires. À titre de comparaison, la SQDC affiche 792 UGS sur son magasin en ligne. Sa sélection d'accessoires, d'extraits et de concentrés est également considérablement réduite par rapport à Cannabis NB, sans compter l'absence des produits et accessoires de vapotage.¹³

Dans le but de diversifier davantage sa gamme de produits, Cannabis NB a aussi commencé à vendre des produits exclusifs pour une durée limitée dans le cadre d'événements et de périodes festives. Un exemple notable correspond aux « trousseaux » de juges que la société vend à l'occasion de la Coupe Cannabis NB,

¹¹ Le cours de la campagne « bon à savoir » constitue une présentation de trois mises en situation au cours desquelles les participants doivent répondre à des questions à choix multiples. La mise en situation à laquelle nous faisons référence est l'histoire de Marie et peut être écoutée sur le site suivant (<https://cours.bonasavoir-nb.ca/>).

¹² La catégorie des extraits de cannabis désigne l'ensemble des produits obtenus par l'extraction de certains cannabinoïdes (notamment le THC et le CBD) avec ou sans l'utilisation de solvants (Gouvernement du Québec, 2024a). Certains extraits sont qualifiés en tant que concentrés en raison de leur concentration élevée en THC ou CBD. Les extraits et concentrés englobent une grande variété de produits à base de cannabis dont le haschisch, le kief, la rosine, les huiles, les capsules et les timbres oraux.

¹³ Notons que la SQDC proposera des produits et des accessoires de vapotage de cannabis d'ici l'automne 2025 (Brown, 2024b).

un concours sur lequel nous reviendrons sous peu. Cannabis NB est également l'un des premiers détaillants canadiens à offrir des clones de plants de cannabis afin de répondre à la demande des consommateurs souhaitant faire leur propre culture à domicile (Cannabis NB, 2023a). Ces derniers ont notamment été vendus dans le cadre de l'événement Expo cannabis organisé par l'entreprise. Pour Noël, Cannabis NB vend également un calendrier de l'avent d'une valeur de 250\$ dont les compartiments révèlent divers produits à base de cannabis (voir la [Figure 2.15](#) en annexe).

2.5.3 Cannabis Est, Expo Cannabis et Coupe Cannabis NB : des événements pour les consommateurs

Chaque année, des dizaines d'événements sur le thème du cannabis destinés aux acteurs de l'industrie et au grand public sont organisés à travers le Canada. La plupart de ces événements sont organisés et parrainés par l'industrie elle-même et se déroulent dans les provinces ayant des modèles de vente privés ou mixtes, comme l'Ontario, l'Alberta et la Colombie-Britannique (StratCann, 2024a ; the oz., 2024). En revanche, bien que rien n'empêche les provinces dotées de modèles de distribution et de vente publics d'accueillir des événements en lien avec le cannabis, le manque de détaillants privés en fait des destinations généralement moins prisées par l'industrie. Pour remédier à cette situation, Cannabis NB, au cours des dernières années, s'est mis à parrainer et à organiser des événements sur le thème du cannabis à travers la province. De plus, contrairement aux événements qui ont typiquement lieu au Québec, comme l'Expo de cannabis de Montréal et la Conférence canadienne sur le cannabis, ceux organisés par Cannabis NB sont conçus pour attirer et faire participer les consommateurs de cannabis. Ces derniers sont « Cannabis Est » et « Expo cannabis ».

Cannabis Est, produit par *Whitecap Entertainment* et organisé par Cannabis NB¹⁴, est un salon commercial qui s'est déroulé les 3 et 4 février 2023 au Colisée de Moncton. L'événement a accueilli les représentants de quatorze entreprises qui cultivent et transforment le cannabis, dont près de la moitié sont établis dans les provinces de l'Atlantique. Les kiosques d'exposition auxquels avaient droit les entreprises participantes sont affichés à la [Figure 2.16](#) et la [Figure 2.17](#) en annexe. Ces kiosques permettent aux producteurs de présenter leurs produits en plus d'offrir divers accessoires de marque comme des tuques, briquets et porte-clés. Des échantillons de produits comestibles non infusés sont également offerts aux kiosques d'exposition des entreprises (Cannabis Est, 2025). Les participants qui souhaitaient acheter les produits

¹⁴ L'édition de 2025 de Cannabis Est se tiendra en avril à Charlottetown, la capitale de l'Île-du-Prince-Édouard. À l'image de Cannabis NB, l'entreprise publique chargée de la vente de cannabis dans la province, Cannabis Î.-P.-É., commande l'événement et exploite une boutique éphémère sur place.

qui leur étaient présentés pouvaient le faire à la boutique éphémère de Cannabis NB situé à même la salle où se tenait l'événement (voir la maquette de l'événement à la [Figure 2.18](#) en annexe).

Le 16 mars 2024, c'est au tour de la ville de Fredericton d'accueillir l'Expo Cannabis, un salon commercial qui est le premier événement entièrement produit et organisé par Cannabis NB (StratCann, 2024b). Le détaillant public a annoncé la tenue de l'Expo en début d'année 2024 sur son compte *Instagram* avec une série de publications affichant le slogan de l'événement « *Lets be buds* – Un espace où bourgeonnent les amitiés » (Cannabis NB, 2024a). Au cours des semaines suivantes, plusieurs publications visant à promouvoir l'événement ont été diffusées sur les comptes *Instagram* et *Facebook* de Cannabis NB. Parmi celles-ci se trouvent des tirages et rabais sur les billets d'entrée (voir la [Figure 2.19](#) en annexe) ainsi que des vidéos mettant en vedette les entreprises participantes. À l'achat d'un billet d'une valeur de 10\$, l'Expo offre le même éventail d'activité que Cannabis Est, dont des kiosques interactifs, des conférences, des échantillons de produits non infusés et l'installation d'une boutique éphémère de Cannabis NB (Cannabis NB, 2024a).

La Coupe Cannabis NB est un concours organisé depuis 2021 par Cannabis NB afin de mettre en valeur les meilleurs producteurs et microproducteurs de la région. Le concours se distingue des autres événements similaires dans le domaine du cannabis légal en étant le premier à permettre aux consommateurs de voter pour les produits à la lumière de différentes catégories (p. ex. le produit qui offre la meilleure expérience et celui qui est le plus attrayant sur le plan visuel) (Cannabis NB, 2023b). Le concours a d'abord été lancé uniquement pour les producteurs des provinces de l'Atlantique (Cannabis NB, 2021a), mais a finalement commencé à inclure des producteurs à travers le Canada pour l'édition de 2023 (Cannabis NB, 2023b). Pour participer, les consommateurs doivent d'abord se procurer une « trousse de juge » d'une valeur de \$250 auprès d'une succursale Cannabis NB. Cette trousse, affichée à la [Figure 2.20](#) en annexe, contient des échantillons de cannabis séché de 3,5 g provenant de chaque producteur inscrit à la compétition. Cannabis NB précise que certains des produits en vedette ne sont pas encore disponibles en magasin au moment du concours, indiquant que celui-ci représente une opportunité pour les consommateurs de découvrir « en avant-première de superbes nouveaux produits » (Cannabis NB, 2023b). La trousse contient également un « manuel de juge » (voir la [Figure 2.21](#) en annexe) dans lequel les participants sont appelés à noter l'apparence, l'arôme et l'expérience de consommation des différents produits (Cannabis NB, 2023b). Le produit qui reçoit la note la plus élevée est mis en avant dans un présentoir distinct des succursales de Cannabis NB.

Les événements organisés par Cannabis NB se distinguent par leur public cible. Ailleurs au Canada, la majorité des événements sur le thème du cannabis sont organisés par et pour les membres de l'industrie, avec une programmation axée sur les enjeux et les innovations du secteur, des salons de commerce interentreprises et des cocktails réseautage. En revanche, Cannabis NB présente Cannabis Est et Cannabis Expo comme des événements conçus pour les consommateurs. Un communiqué de presse publié par le détaillant public décrit Cannabis Est comme étant « le premier événement à portée éducative axé sur le consommateur se déroulant en présence de fournisseurs et où les participants peuvent acheter du cannabis légal sur place » (Cannabis NB, 2023e). Sur la chaîne *Global News*, la vice-présidente du marketing et des communications de Cannabis NB Lara Wood explique que l'Expo cannabis représente une « opportunité pour les consommateurs d'en apprendre davantage sur les produits, la réglementation sur le cannabis et sur nous, Cannabis NB » (Global News, 2024). Dans le même reportage, on peut voir des kiosques qui présentent des contenants de produits à base de cannabis ouverts que les participants peuvent regarder et sentir. Comme le montre la [Figure 2.22](#), présentée en annexe, les participants peuvent également se procurer des produits exclusifs à la boutique éphémère sur les lieux de l'événement, notamment des clones de plants de cannabis.

2.5.4 Les évaluations de produits : un moyen pour les consommateurs de partager leurs expériences

Au Canada, il existe peu de canaux formels permettant de publier et d'obtenir des avis sur les produits à base de cannabis achetés légalement. Parmi les détaillants publics, Cannabis NB est le seul qui permet aux acheteurs de publier des avis sur les produits. Les magasins en ligne de la SQDC, la Société ontarienne du cannabis (OCS), BC Cannabis Stores, Cannabis Î.-P.-É et *Nova Scotia Liquor Corporation – Cannabis* ne permettent pas aux consommateurs d'exprimer leur appréciation ou de commenter leur expérience. Pourtant, dans un monde connecté, les choix des consommateurs sont de plus en plus influencés par les commentaires et les expériences partagées sur les plateformes en ligne, un phénomène connu sous le nom de « bouche-à-oreille électronique » (de l'expression anglaise *electronic word of mouth* ou eWOM) (Floyd *et al.*, 2014 ; Park *et al.*, 2007 ; Zhu et Zhang, 2010). Cela vaut également pour les consommateurs de cannabis. Nombre d'entre eux consultent et se fient sur les avis publiés en ligne pour effectuer leurs achats de cannabis (Cavazos-Rehg *et al.*, 2018). À court d'options, ces derniers doivent souvent recourir à des plateformes de partage de vidéos, des forums, des réseaux sociaux ou même les sites de détaillants non autorisés où, en l'absence de règlements, certaines des publications s'inscrivent davantage dans une logique promotionnelle qu'éducative (Cavazos-Rehg *et al.*, 2018 ; Krauss *et al.*, 2015 ; Lim *et al.*, 2021).

Parmi tous les détaillants publics de cannabis au Canada, Cannabis NB est le seul à offrir un système sur sa plateforme en ligne où les consommateurs peuvent donner leur avis sur les produits qu'ils ont achetés. L'évaluation d'un produit sur sa plateforme inclut une note sur cinq étoiles, suivi d'un titre et de commentaires. Ce système est propre à Cannabis NB. Sa société mère, la SANB, ne permet pas la publication d'avis pour les boissons alcoolisées. Sur son site web, Cannabis NB explique que de permettre la publication d'avis contribue à éduquer et sensibiliser les consommateurs à l'endroit des produits qu'ils achètent. Elle invite donc les consommateurs à publier des avis authentiques axés sur leur expérience de consommation (Cannabis NB, s. d.-a). Ces derniers sont donc libres de s'exprimer sur la qualité, l'arôme et le prix du produit, certes, mais également les effets qu'ils ont ressentis. En effet, il suffit d'un coup d'œil rapide sur le site de Cannabis NB pour retrouver plusieurs commentaires d'utilisateurs décrivant leur état d'intoxication (voir des exemples à la [Figure 2.23](#) en annexe). Dans son évaluation, un client écrit : « J'ai vu des étoiles. J'ai essayé une fois ce cannabis et j'ai senti ses effets euphoriques pour plus de 5 heures. Excellent produit sur le plan visuel, les arômes sont au rendez-vous. Je ne le recommanderais pas au novice comme moi, mais j'ai beaucoup apprécié mon expérience ». Il arrive également à plusieurs reprises que les consommateurs utilisent des termes comme « *good high* » ou « *great high* » pour décrire leur état d'intoxication.

Cela dit, la publication d'avis sur le magasin en ligne de Cannabis NB est également un moyen pour les consommateurs de partager des informations contribuant à réduire les risques liés à la consommation de cannabis. Par exemple, il arrive que ces consommateurs partagent leurs expériences négatives avec un produit dans le but d'aider leurs pairs à éviter une expérience similaire. Nous avons trouvé plusieurs avis mentionnant que l'utilisation d'un produit pourrait entraîner des sentiments d'anxiété (voir la [Figure 2.24](#) en annexe), comme dans l'exemple suivant : « Triggered me anxiety everytime I smoked it be it rolled or vaping. Ended up giving it away ».

Toutefois, on ne retrouve aucune indication sur le site de Cannabis NB concernant l'attribution de propriétés thérapeutiques dans les évaluations de produits. Cette absence est notable, car le *Règlement sur le cannabis* (DORS/2018-144) interdit expressément toute promotion du cannabis reliant sa consommation à des bienfaits pour la santé. Les évaluations de produits qui attribuent des vertus thérapeutiques au cannabis ne devraient pas être permises, mais l'absence d'un règlement en ce sens sur le site de Cannabis NB revient à les tolérer. En effet, nous avons identifié plusieurs de ces évaluations au cours de notre analyse (voir des exemples à la [Figure 2.25](#) en annexe). Il y a des commentaires dans

lesquels des consommateurs affirment qu'un produit les aide à soulager la douleur. Dans un cas, une personne a écrit qu'un produit est « excellent pour gérer les douleurs musculosquelettiques ». De tels témoignages ne devraient pas figurer sur un site de vente de cannabis, car ils pourraient inciter certains consommateurs à s'automédiquer avec des produits récréatifs au lieu de consulter un professionnel de la santé.

Nous avons également trouvé des avis où les consommateurs décrivent le type d'intoxication qu'ils ont ressenti (voir des exemples à la [Figure 2.26](#) en annexe). Certains vont décrire avoir ressenti un « *head high* », une intoxication qui provoque des sensations d'euphorie et d'énergie, à l'opposition d'un « *body high* », une intoxication qui provoque des sensations de détente et de soulagement de la douleur (Reiff Ellis, 2024). Dans le même ordre d'idée, des personnes utilisent les évaluations de produit pour décrire les activités qui leur conviennent le mieux après avoir consommé. Certains produits sont « mieux appréciés en regardant la télévision ou en jouant à un jeu vidéo », alors que d'autres donnent suffisamment d'énergie et de concentration pour se livrer à des tâches ménagères. La personne ayant rédigé le dernier avis discute également du dosage idéal, indiquant qu'une seule capsule lui suffit pour ressentir les effets désirés, alors que deux capsules la rendent complètement épuisée et immobile (voir des exemples à la Figure D-14 en annexe). De tels commentaires sont d'une certaine utilité, car ils indiquent aux acheteurs potentiels à quoi s'attendre comme expérience de consommation avec quelle quantité approximative. Ces derniers peuvent donc planifier leurs expériences en conséquence et éviter de se mettre dans des situations inconfortables.

2.5.5 Conclusion

Cette section a traité des différentes stratégies qu'utilise Cannabis NB afin de lutter contre le marché illégal en attirant les consommateurs vers le marché légal. Notre analyse a exploré trois indicateurs en lien avec cette dimension. Le premier concerne la production et la diffusion d'information qui a pour but de décourager l'achat de cannabis auprès de sources illégales. À cet effet, Cannabis NB adopte des pratiques courantes de sensibilisation et d'information, notamment à travers la campagne « Bon à savoir ». Ce sont plutôt les deux autres indicateurs qui mettent en lumière le caractère innovant de certaines pratiques de la société d'État. La diversification de l'offre comprend des produits exclusifs à ses succursales, telles que les calendriers de l'avent et les trousse de juge pour le concours de la Coupe Cannabis NB. On constate que Cannabis NB ne souhaite pas seulement égaler l'offre du marché illégal dans le but de lui faire concurrence. Plutôt, le détaillant public vend des produits que l'on retrouve uniquement dans ses

succursales. Enfin, Cannabis NB est la seule entreprise publique du cannabis au Canada qui sollicite la participation des consommateurs par l'organisation d'événements à leur attention et en leur donnant la possibilité d'évaluer les produits qu'ils achètent. La mise en œuvre de cette dernière mesure en particulier a retenu notre attention. En effet, l'absence de règlements rigoureux entourant la publication de ces avis peut les transformer en véritables outils de promotion, lesquels banalisent les effets du cannabis et prêtent des vertus thérapeutiques à sa consommation. D'un autre côté, permettre aux consommateurs de partager leurs expériences de consommation dans un environnement encadré peut être bénéfique pour la santé publique. Les avis peuvent constituer un moyen pour les consommateurs de communiquer et de partager des informations qui peuvent réduire les méfaits associés à la consommation de cannabis. Plus bas, dans nos recommandations, nous explorons comment implémenter cette mesure de manière à maximiser ses bénéfices pour la santé publique.

2.6 Conclusion

À la lumière de cette analyse, nous pouvons affirmer que sous certains aspects, l'encadrement du cannabis au Nouveau-Brunswick ne satisfait pas aux exigences d'une légalisation axée sur la santé publique et la sécurité publiques. Les stratégies de marketing de Cannabis NB, incluant la commercialisation, les offres promotionnelles et les campagnes publicitaires, vont à l'encontre de la majorité des indicateurs pour la dimension en lien avec la réduction de l'attractivité du cannabis. Toutes ces pratiques sont conçues pour stimuler la demande en cannabis, ce qui est susceptible d'entraîner une hausse de sa consommation et des méfaits qui en découlent.

En revanche, les résultats pour la deuxième et troisième dimension sont plus nuancés. En ce qui concerne l'encadrement de l'industrie, notre analyse s'est principalement concentrée sur le besoin de déléguer la distribution et la vente de cannabis à un monopole public. En étudiant l'évolution de Cannabis NB, nous avons pu établir qu'un modèle de vente hybride piloté par l'État s'inscrit dans une approche de santé et de sécurité publiques. L'ajout d'un canal de vente privé, composé d'un nombre limité de détaillants implantés dans des endroits stratégiques, a permis à l'entreprise publique d'améliorer l'accès au cannabis légal. Cette observation suggère qu'un monopole public n'est pas l'unique modèle de vente pouvant contribuer à la réalisation des objectifs de santé publique. À l'avenir, il serait pertinent d'élargir la portée de cet indicateur afin d'y inclure des modèles de vente supplémentaires.

Finalement, le cas de la réglementation du cannabis au Nouveau-Brunswick répond aux indicateurs étudiés dans le cadre de la troisième dimension, mais avec quelques réserves. En particulier, les initiatives visant à impliquer les consommateurs de cannabis dans l'élaboration et l'évaluation des politiques devraient être mieux régulées. Permettre aux consommateurs de publier des évaluations de produits sur le magasin en ligne de Cannabis NB est un bon moyen pour eux de s'éduquer mutuellement et de réduire les risques associés au cannabis. Toutefois, le manque d'encadrement qui accompagne cette fonctionnalité fait en sorte que plusieurs commentaires contiennent des conseils médicaux non vérifiés et peuvent banaliser les effets du cannabis.

CONCLUSION ET RECOMMANDATIONS

Ce travail s'est intéressé à la légalisation du cannabis à des fins récréatives en tant que politique axée sur la santé et la sécurité publiques. En réponse aux échecs des approches punitives de la prohibition, de plus en plus de juridictions se tournent désormais vers des politiques alternatives pour l'encadrement des drogues. Les réformes législatives ayant mené à la légalisation du cannabis au Canada, en Uruguay et dans près de la moitié des États américains au cours de la dernière décennie constituent d'importants progrès vers l'adoption d'une politique responsable en matière de drogue. Cependant, la légalisation, bien qu'elle représente une rupture totale avec l'esprit de la prohibition, n'est pas en soi une politique axée sur la santé et la sécurité publiques. Qui plus est, une définition claire de ce en quoi consiste une approche de légalisation axée sur la santé et la sécurité publiques n'existe pas. Suivant l'analyse conceptuelle à trois niveaux de Goertz (2006), ce travail offre une réponse théorique et une réponse empirique à cette question.

D'abord, notre contribution théorique repose sur la création d'un idéal-type du modèle de légalisation axé sur la santé et la sécurité publiques. Ce dernier a été conçu à partir d'une revue de la littérature scientifique et institutionnelle. Cet exercice nous a permis de systématiser l'apport de plusieurs auteurs en la matière en un seul schéma applicable à la recherche empirique. Il peut servir aux chercheurs qui souhaitent comparer les différents régimes de légalisation du cannabis et évaluer leur adhésion aux meilleures pratiques en matière de santé et de sécurité publiques. Son utilité s'étend aussi aux décideurs, législateurs et analystes politiques qui cherchent soit à légaliser le cannabis dans une perspective de santé et de sécurité publiques, soit à modifier un régime existant sans s'éloigner de ces principes. Nous avons également espoir que ce modèle pourra servir à l'étude et au développement de politiques en lien avec l'alcool, les jeux de hasard ou quelque substance ou activité comportant des risques.

Enfin, la contribution empirique de ce travail consiste à opérationnaliser le modèle proposé en l'appliquant à un cas concret. À cet effet, nous avons choisi l'encadrement du cannabis dans la province du Nouveau-Brunswick. En combinant la théorie à l'empirique, nous avons mis en lumière la réalité complexe et parfois fluctuante de la mise en œuvre d'une politique de légalisation. Premièrement, cet exercice nous a permis de vérifier la capacité de notre modèle à évaluer la prise en compte des enjeux de santé publique dans un régime de légalisation. Nous avons donc démontré que le régime néo-brunswickois, en raison des pratiques marchandes, publicitaires et promotionnelles de Cannabis NB, ne répond pas aux exigences

d'une approche axée sur la santé et la sécurité publiques. Deuxièmement, l'application de notre modèle offre des pistes pour l'améliorer. Elle permet entre autres de préciser certains des indicateurs proposés. Par exemple, la prédominance des monopoles publics devrait être abordée avec plus de nuance, sachant que la transformation de Cannabis NB en modèle de vente hybride a permis à la société d'État d'élargir l'accès au cannabis légal et permet de lutter contre le marché illégal, ce qui rejoint les objectifs de santé et de sécurité publiques visés par la légalisation canadienne. Finalement, nous avons eu l'occasion d'observer comment les indicateurs du modèle se traduisent dans les politiques publiques. Par conséquent, il s'agit d'un moyen de tirer des enseignements, tant positifs que négatifs, des politiques en vigueur à travers les différents régimes d'encadrement du cannabis. Nous terminons donc ce travail en présentant trois recommandations découlant des principales leçons que nous avons tirées de notre étude empirique de l'approche néo-brunswickoise en matière de cannabis. Ces recommandations visent en priorité le modèle québécois du cannabis, mais peuvent également servir de repères essentiels pour toute juridiction soucieuse d'adhérer aux meilleures pratiques en matière de santé et de sécurité publiques.

2.7 Recommandation #1 : éviter de tomber dans le piège de la commercialisation

La légalisation du cannabis comprend la conciliation d'objectifs parfois contradictoires. Par exemple, le besoin de réduire la demande de cannabis tout en trouvant des moyens d'attirer les consommateurs vers le marché légal. Ce dernier se sent parfois désavantagé dans sa concurrence contre les détaillants illégaux qui font fi des règlements en place. Ainsi, il peut être tentant pour l'État et les détaillants de cannabis de recourir à des stratégies de marketing et de promotion afin d'attirer les consommateurs et de stimuler les ventes. Or, l'État ne doit pas tomber dans le piège de la commercialisation, car celle-ci augmenterait la demande et la consommation de cannabis, et potentiellement contrebalancerait les bienfaits d'éliminer le marché illégal.

Comme nous l'avons démontré dans ce travail, Cannabis NB s'est laissé séduire par l'attrait du marketing et de la promotion du cannabis pour combler son déficit, stimuler ses ventes et lutter contre le marché illégal. Les différentes stratégies que nous avons mises en lumière, allant de la publicité sur les réseaux sociaux aux offres promotionnelles, sont incompatibles avec les dimensions de santé et de sécurité publiques soulignées dans ce travail.

Ainsi, nous recommandons à la Société québécoise du cannabis (SDCQ) d'éviter de renforcer ses pratiques commerciales comme l'a fait Cannabis NB. Notons que la SQDC n'offre pas de rabais conformément à la

Loi encadrant le cannabis (RLRQ, c. C-5.3), et que ses publications sur les réseaux sociaux se limitent principalement à des informations concernant les horaires d'ouverture des boutiques et la diffusion de matériel pédagogique. Il convient que cela reste en l'état. Dans le cadre de l'ouverture de sa 100^e succursale, la SQDC tente désormais d'offrir une « nouvelle expérience de magasinage » caractérisée par un décor moins sobre, des îlots de présentation, des écrans qui affichent les produits ainsi que l'abandon de certaines pratiques jugées austères comme l'obligation pour les clients de présenter une pièce d'identité dès leur entrée dans un point de vente (Morissette, 2024). Bien que cela constitue une stratégie efficace pour améliorer l'expérience des consommateurs et ainsi les encourager à migrer vers le marché légal, la SQDC doit veiller à ne pas suivre les traces de Cannabis NB en optant pour un décor qui mise sur le développement de l'image de marque des producteurs et une mise en place stratégique des produits conçue pour augmenter les ventes.

2.8 Recommandation #2 : le monopole public, un idéal, mais pas une nécessité

Les gouvernements qui étudient la possibilité de légaliser le cannabis dans une perspective d'intérêt public pourraient conclure que déléguer sa vente à un monopole public est nécessaire pour réaliser des objectifs de santé et de sécurité publiques. Tout en reconnaissant l'importance d'une telle mesure, nous croyons qu'elle gagnerait à être nuancée à la lumière de notre recherche.

Le passage de Cannabis NB d'un monopole public vers un modèle mixte démontre qu'il est possible de diversifier un modèle de vente sans qu'il cède sa place au secteur privé. D'autres modèles de vente hybrides comme ceux de la Colombie-Britannique et de l'Ontario sont principalement, voire uniquement, constitués de points de vente physiques exploités par des détaillants privés. En revanche, le développement du réseau de vente au détail privé pour le cannabis au Nouveau-Brunswick, lequel comprend 10 succursales, a été entièrement orchestré par Cannabis NB afin d'augmenter l'accès aux produits légaux à travers la province. Qui plus est, Cannabis NB a continué d'élargir son propre réseau de vente public, ouvrant 7 succursales supplémentaires depuis juin 2022, pour un total de 27. Dans ce cas-ci, la société d'État continue d'occuper un rôle prépondérant dans la distribution et la vente de cannabis en dépit du démantèlement de son monopole et l'inclusion contrôlée de détaillants privés contribue à l'atteinte des objectifs de santé et de sécurité publiques visés par la légalisation.

Dans ce contexte, nous recommandons aux chercheurs et aux législateurs d'éviter d'idéaliser de manière excessive le monopole public comme modèle de distribution et de vente pour le cannabis. Comme le

démontre le cas du Nouveau-Brunswick, il y a moyen d'inclure le secteur privé sans porter atteinte à la santé publique. Un modèle mixte qui est piloté par l'État peut bénéficier d'une plus grande flexibilité qu'un monopole rigide. Bien entendu, pour ce qui est du Québec, nous ne recommandons pas que la SQDC démantèle son monopole. Plutôt, le gouvernement pourrait considérer de permettre à certains producteurs d'exploiter un point de vente de type *farmgate* à même leur site de production. Une telle mesure constituerait un prolongement de la politique de responsabilité sociale de la SQDC puisqu'elle permettrait d'encourager l'industrie locale sans remettre en question la légitimité de son monopole.

2.9 Recommandation #3 : permettre aux consommateurs de s'exprimer et d'échanger à travers un système d'avis

Les modèles de santé publique pour la légalisation du cannabis, notamment celui utilisé par le Canada et celui qui est proposé dans ce travail, sont des approches descendantes (*top-down*). Pourtant, ceux-ci ont pour principal objectif la réduction des méfaits, une approche qui, comme nous l'avons mentionné, est historiquement ascendante (*bottom-up*) (Marlatt, 1996, p. 786). Ainsi, une légalisation du cannabis axée sur la santé et la sécurité publiques bénéficierait d'une implication plus prononcée des consommateurs (Belackova *et al.*, 2023). Jusqu'à présent, le rôle joué par les consommateurs québécois dans la mise en œuvre de la politique provinciale en matière de cannabis est plutôt limité et ne permet pas de maximiser les bénéfices que celle-ci peut offrir en termes de santé et de sécurité publiques. Pour ces raisons, nous recommandons à la SQDC d'accroître la participation des consommateurs de cannabis en leur permettant de publier et de consulter des évaluations de produits sur son magasin en ligne.

Pour ce faire, la société d'État québécoise doit prendre en considération les expériences positives et négatives découlant du seul système d'avis au pays, celui de Cannabis NB. D'une part, les évaluations de produits permettent aux consommateurs d'être plus informés et de faire des achats responsables. En effet, elles les aident à planifier et à évaluer les risques de la consommation en fournissant des renseignements plus personnalisés concernant les différents effets du cannabis. De l'autre, nous avons constaté que la publication d'avis sur le magasin en ligne de Cannabis NB n'était pas suffisamment encadrée et surveillée. Par conséquent, nous avons retrouvé de nombreux commentaires qui banalisent la consommation de cannabis et qui associent sa consommation à des bienfaits thérapeutiques.

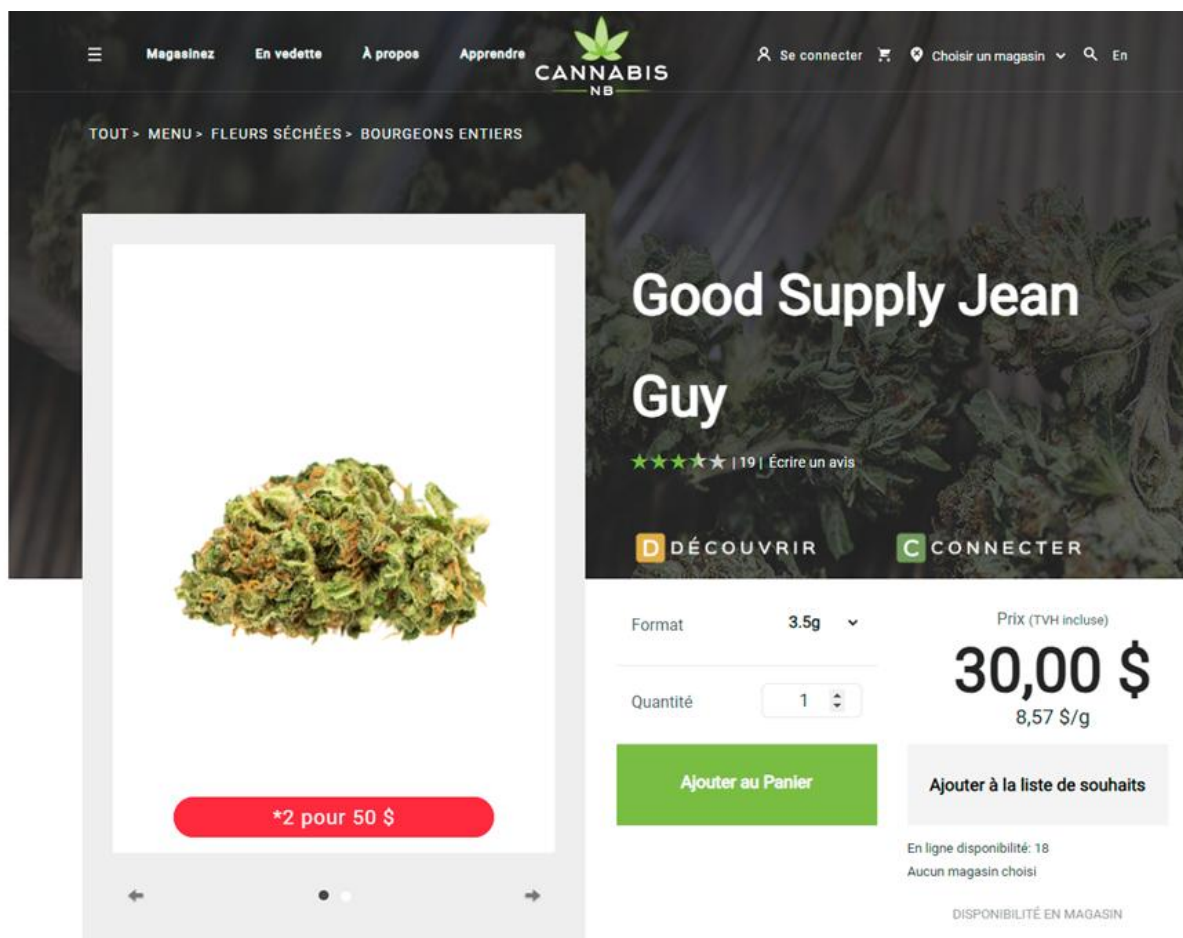
Nous insistons donc sur l'importance d'une modération stricte pour éviter les dérives dans les avis publiés par les consommateurs. Toutes les évaluations devraient être manuellement vérifiées par un employé de la SQDC afin d'assurer leur conformité à la politique de modération. D'ailleurs, cette dernière devrait

clairement interdire, contrairement à Cannabis NB, les commentaires qui associent la consommation du cannabis à des bienfaits thérapeutiques. Toutefois, afin d'être efficace, la politique de modération devrait autoriser les consommateurs à témoigner de leurs expériences avec les produits, et non se limiter uniquement à leur niveau de satisfaction, comme l'exige la politique de la SAQ (Société des alcools du Québec, 2025). La SQDC pourrait également imposer un format d'évaluation prédéterminé qui inviterait les consommateurs à commenter sur divers aspects des produits tels que son apparence, ses arômes et ses effets. Enfin, nous croyons qu'un message de mise en garde devrait également accompagner la section des évaluations de produit afin d'éviter que celle-ci n'encourage la consommation.

ANNEXE A

DONNÉES COMPLÉMENTAIRES SUR LES PRATIQUES COMMERCIALES DE CANNABIS NB

Figure 2.4 Capture d'écran du magasin en ligne de Cannabis NB affichant un rabais à l'achat de 7g de cannabis



Tiré de En vedette – Promotions spéciales, par Cannabis NB, s.d. (<https://www.cannabis-nb.com/fr-CA/rechercher/?q=%22promotion%22>)

Figure 2.5 Capture d'écran du magasin en ligne de Cannabis NB affichant des rabais qui s'appliquent à l'achat d'une once (28 g) de cannabis



Ce produit fait partie des promotions suivantes:

- Achetez une once et ajoutez deux fleurs séchées 1 g sélectionnées pour 15 \$.
- Achetez une once et ajoutez une cartouche 0,5 g sélectionnée pour 25 \$
- Top up your ounce with 4 Select Edibles for \$15
- Top up your ounce with 1 0.5g RedPill Delta 8 for \$10

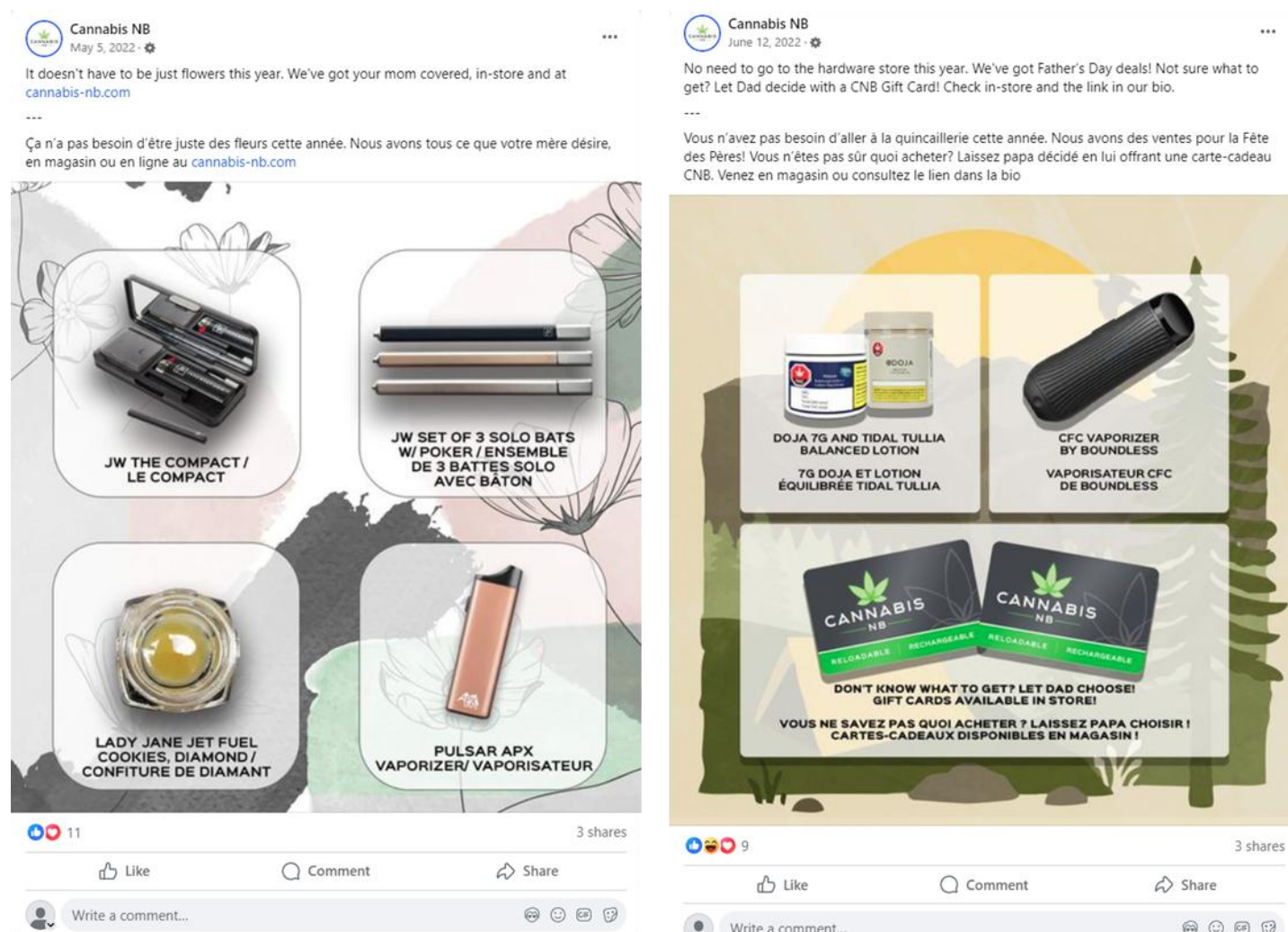
La promotion comprend un prix réduit sur l'ajout de petites quantités de cannabis à l'achat d'une once. Tiré de *En vedette – Promotions spéciales*, par Cannabis NB, s.d. (<https://www.cannabis-nb.com/fr-CA/01/all/menu/dried-flower/whole-buds/big-bag-obuds-ultra-sour/>)

Figure 2.6 Infolettres envoyées aux clients de Cannabis NB dans le cadre de la Saint-Valentin et de l'Halloween



L'infolettre à gauche a été envoyée le 2 février 2024 dans le cadre de la Saint-Valentin, alors que celle à droite le 26 octobre 2023 dans le cadre de l'Halloween. Les infolettres sont archivées et peuvent être vues aux liens suivants : à gauche (<https://us1.campaign-archive.com/?e=18eb107d53&u=44eff02b849337bcef66bdae3&id=263db9cd27>) ; à droite (<https://us1.campaign-archive.com/?e=18eb107d53&u=44eff02b849337bcef66bdae3&id=c073671ac4>).

Figure 2.7 Messages promotionnels publiés sur la page Facebook de Cannabis NB, publiés dans le cadre de la fête des mères et des pères



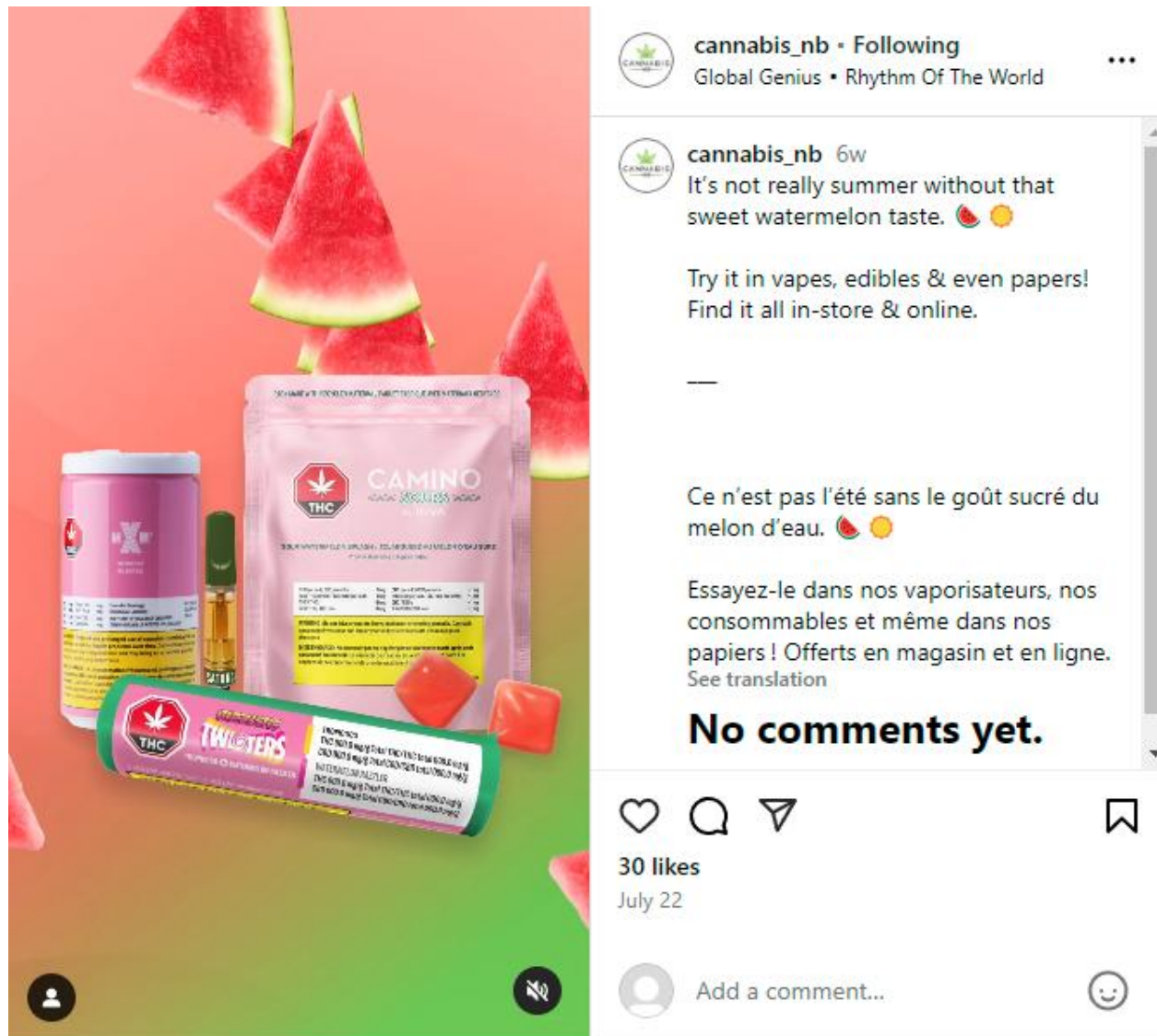
Les deux captures d'écran font la promotion de certains produits en lien avec ou à base de cannabis pour la fête des mères et des pères. Captures d'écran tirées de Cannabis NB, 2022 (<https://www.facebook.com/cannabisnb>).

Figure 2.8 Publicité des produits à base de cannabis à saveur de fraise sur le compte Instagram de Cannabis NB



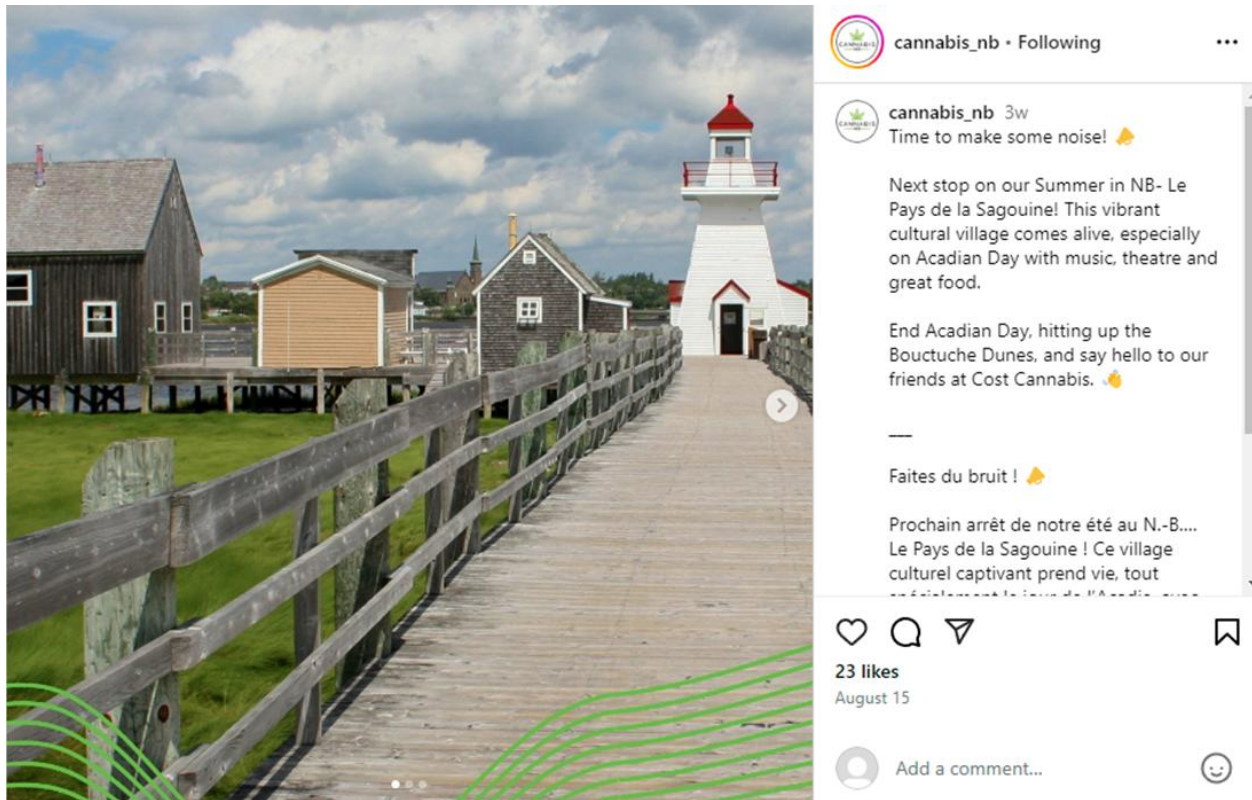
Capture d'écran tirée de Cannabis NB, 2024 (<https://www.instagram.com/reel/C9KmtQTPSXn/>)

Figure 2.9 Publicité des produits à base de cannabis à saveur de melon d'eau sur le compte de Instagram de Cannabis NB



Capture d'écran tirée de Cannabis NB, 2024 (https://www.instagram.com/reel/C9vCA_xx4cE/)

Figure 2.10 Exemple d'une publication de Cannabis NB mettant en valeur une destination touristique du Nouveau-Brunswick



Dans son titre, la publication mentionne une succursale de cannabis privée située à proximité de la région présentée dans l'image : « Terminez le 15 août en vous baladant sur les dunes de Bouctouche, et venez saluer nos amis à Cost Cannabis ». Image tirée de Cannabis NB, 2024 (https://www.instagram.com/p/C-saKv6tKII/?img_index=1)

ANNEXE B

DONNÉES COMPLÉMENTAIRES SUR LA DIVERSIFICATION DU MODÈLE DE VENTE DE CANNABIS NB

Figure 2.11 Première succursale de cannabis privée à ouvrir au Nouveau-Brunswick



Première succursale du détaillant *Cannais Xpress* situé dans la municipalité de Grand Bay. Image tirée de Moore, 2023 (<https://atlantic.ctvnews.ca/n-b-s-first-private-cannabis-store-is-now-open-1.6441716>)

Figure 2.12 Sceau de conformité émis par Cannabis NB aux détaillants privés



Note 1 Note. Autocollant affiché sur la vitrine de la porte d'entrée du détaillant *Pinnacle*, dans la municipalité de Saint-Quentin. Le code QR redirige les clients vers le site Web de Cannabis NB et confirme l'authenticité de la succursale en tant que point de vente légal. Image tirée de Cannabis NB, 2023
(<https://www.linkedin.com/posts/cannabis-nb-congratulations-to-pinnacle-on-the-opening-activity-7128820835628249088-vKBi/?originalSubdomain=fr>)

ANNEXE C

DONNÉES COMPLÉMENTAIRES SUR LES STRATÉGIES DE CANNABIS NB POUR ÉDUCUER, SATISFAIRE ET IMPLIQUER LES CONSOMMATEURS

Figure 2.13 Deux affiches publicitaires de la campagne « Bon à savoir »



Publicités de la campagne « Bon à savoir » conçues pour être affichées à l'intérieur des succursales de Cannabis NB. Les images peuvent être consultées à l'adresse suivante (<https://www.cannabis-nb.com/globalassets/pdf-attachments/window-decals---good-to-know-en-fr-final.pdf>).

Figure 2.14 Images du cours en ligne et interactif offert par Cannabis NB dans le cadre de la campagne « Bon à savoir »

Pourquoi choisir le cannabis légal ?

Pourquoi choisir le cannabis légal ?

- Une meilleure qualité
- Une meilleure valeur
- Une meilleure expérience d'achat
- Une plus grande variété de produits
- Un meilleur emballage
- De meilleures communautés

Retour aux Histoires

Pourquoi choisir le cannabis légal ?

Identifier les endroits légaux

Points de vente légaux

- Avis de vérification de l'identité et avis de vérification de l'âge (19 ans et plus pour entrer)
- Produits à base de cannabis exposés indépendamment des autres produits
- Adresses et identifiants des points de vente répertoriés sur Cannabis-nb.com
- Étiquetage et emballage appropriés de Santé Canada

Retour aux Histoires

Pourquoi choisir le cannabis légal ?

Rangement sécuritaire

Vous devez toujours ranger votre cannabis dans un endroit verrouillé à l'épreuve des enfants, tel que dans un coffre-fort, un coffre, un placard ou une armoire, séparé des aliments et des boissons.

Ne laissez pas de produits dans les endroits faciles d'accès, comme des sacs à main, les comptoirs de cuisine ou les garde-mangers.

Retour aux Histoires

Pourquoi choisir le cannabis légal ?

Qu'est-ce que Jason aurait dû faire pour empêcher Milou de manger les biscuits ?

Sélectionnez la meilleure réponse, puis cliquez sur Vérifiez votre réponse.

- ☐ Il aurait dû mettre Milou dans sa cage
- ☐ Il aurait dû mettre les biscuits sur une étagère
- ☐ Il aurait dû mettre les biscuits dans une armoire verrouillée
- ☐ Il aurait dû adopter un chat

Vérifiez votre réponse

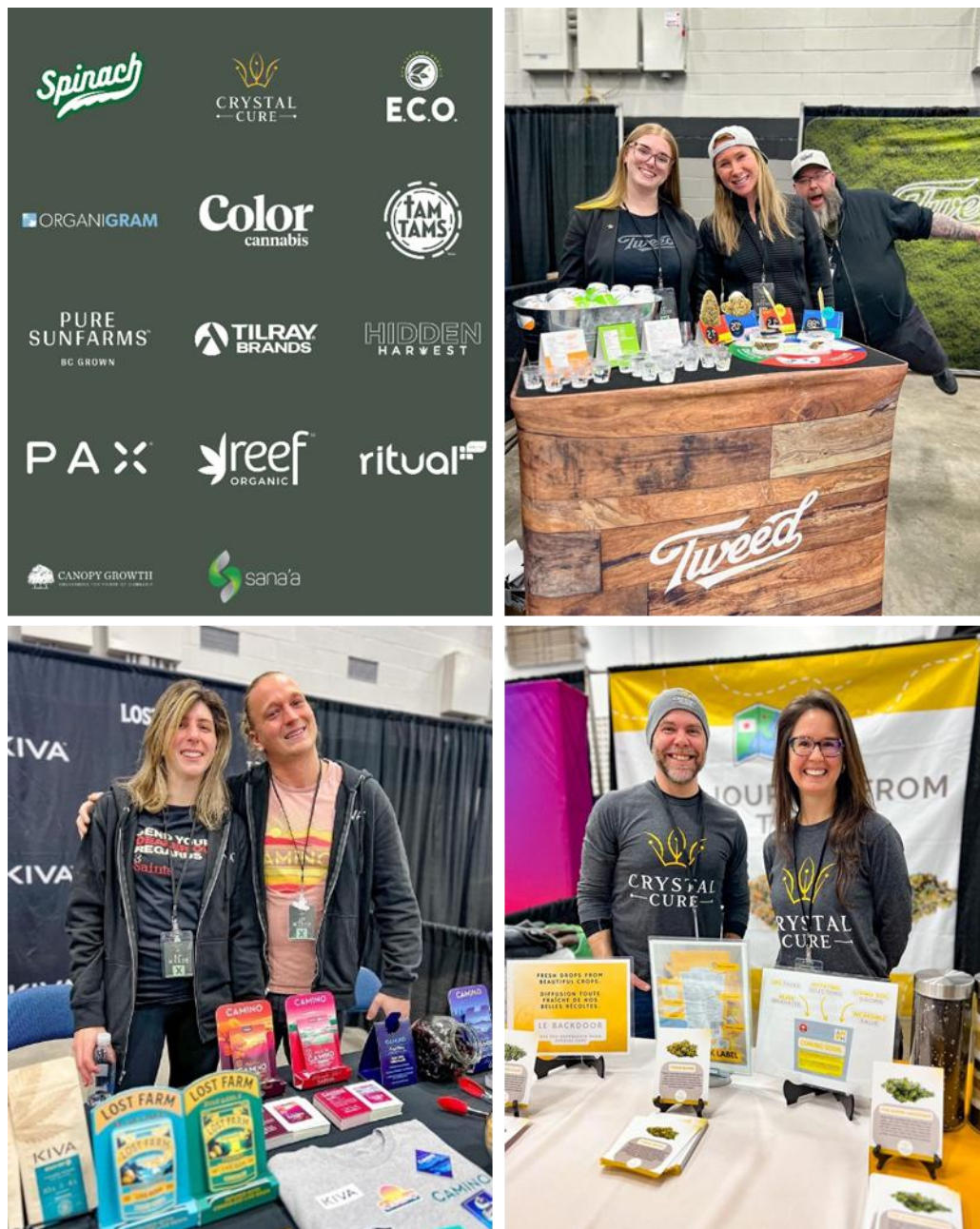
Les captures d'écran montrent certaines diapositives du cours « Bon à savoir ». L'image en bas à droite est un exemple des questions à choix multiples qui sont posées aux participants lors des mises en situation. Captures d'écran tirées de Cannabis NB, s.d. (<https://www.goodtoknownb.ca/>).

Figure 2.15 Calendrier de l'avent vendu par Cannabis NB



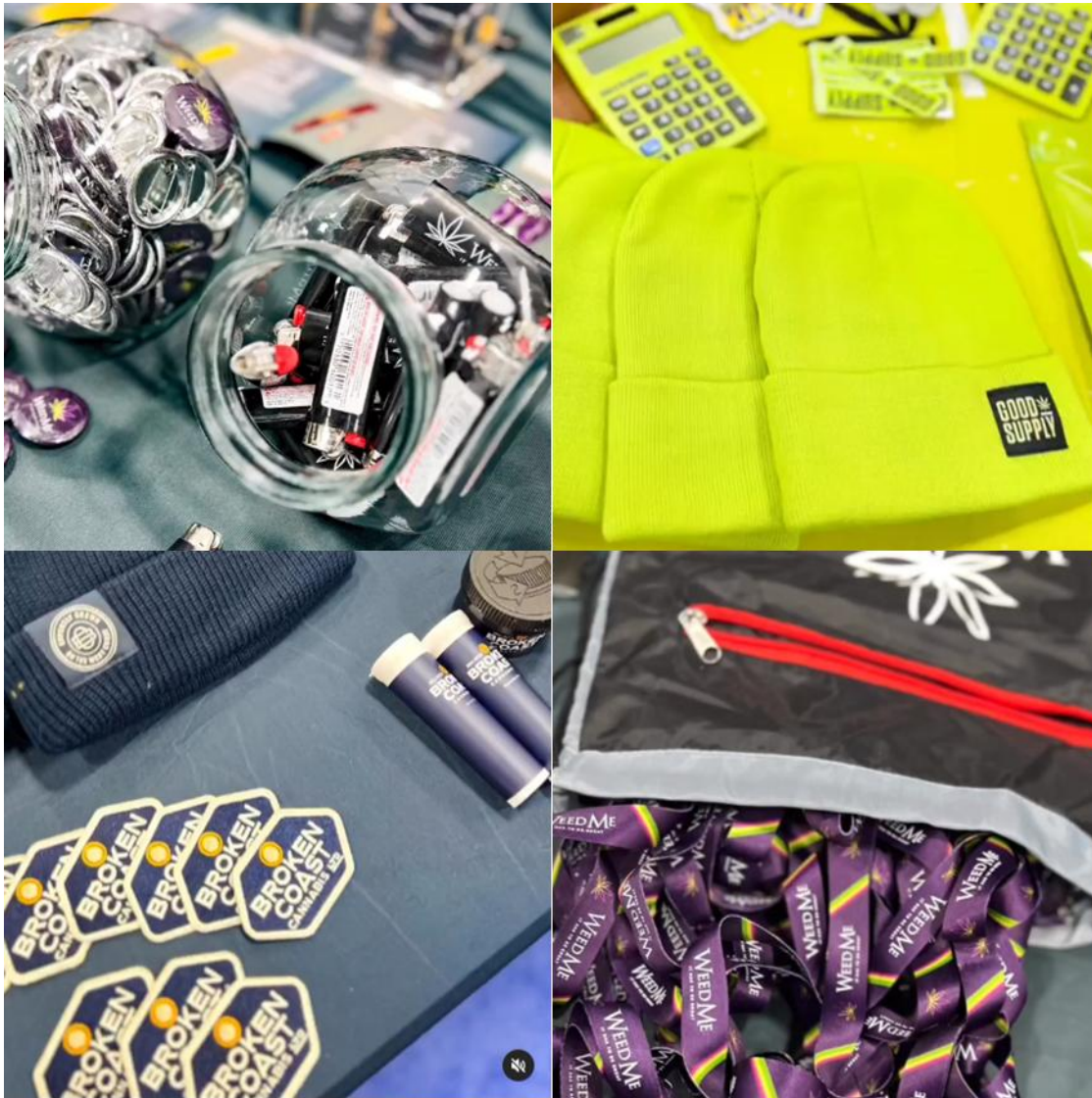
Image tirée de Cannabis NB, 2023 (<https://www.instagram.com/p/COUdjn4LI2z/m>)

Figure 2.16 Producteurs invités et kiosques d'exposition à Cannabis Est



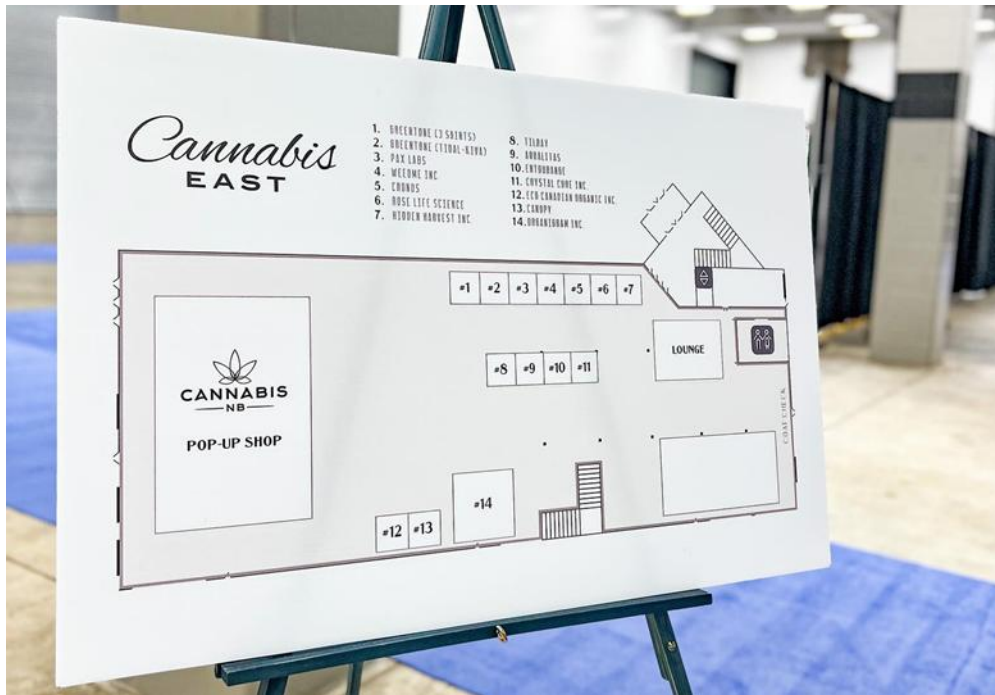
L'image en haut à gauche affiche la liste des producteurs participant à l'évènement Cannabis Est. Les autres images présentent les kiosques des producteurs *Tweed*, *Kiva Confections* et *Crystal Cure*. Image en haut à gauche tirée de Cannabis East, 2023b (<https://cannabiseast.ca/fr/vendors/>). Autres images tirées de Cannabis East, 2023c (https://www.instagram.com/p/CoOLUMZITJO/?img_index=1).

Figure 2.17 Accessoires distribués aux participants de Cannabis Est



Exemples d'accessoires de marque distribués aux kiosques des producteurs participant à Cannabis Est. Image tirée de Cannabis East, 2023d (<https://www.instagram.com/p/CoOGcSppR5j/>).

Figure 2.18 Maquette de l'évènement Cannabis Est



Maquette de l'intérieur de la salle où s'est tenue l'évènement Cannabis Est. Celle-ci affiche l'emplacement de la boutique éphémère de Cannabis NB. Image tirée de Cannabis East, 2023e (<https://www.instagram.com/p/CoOGPhaJOaa/>).

Figure 2.19 Annonce d'un rabais à l'achat de deux billets pour l'Expo cannabis



Image tirée de Cannabis NB, 2023 (<https://www.instagram.com/p/C4f32eusprN/>)

Figure 2.20 Image de la trousse des juges de la Coupe Cannabis NB



Image tirée StratCann, 2022 (<https://stratcann.com/news/new-brunswickers-now-voting-in-second-annual-cannabis-nb-cup/>).

Figure 2.21 Formulaire d'évaluation pour les juges de la Coupe Cannabis NB

FORMULAIRE DE JUGEMENT:

Les 4 premières catégories valent 1 point par sous-catégorie.

APPARENCE:

LA STRUCTURE DE LA FLEUR - La fleur est-elle dense et pleine?
Plaine et dense (5 points) – Dispersée et aérée (1 point)

OOOOO

LA PRÉSENCE DE TRICHOME ET DE PISTILS - Il y a-t-il une abondance de trichomes scintillants?
Abondance (5 points) – Peu abondant (1 point)

OOOOO

LA COUPE - Il y a-t-il une coupe excessive ou des feuilles qui restent?
Non présent (5 points) – Très présent (1 point)

OOOOO

L'ASPECT VISUEL ET LA RICHESSE DES COULEURS
Il y a-t-il des décolorations?
Non présente (5 points) – Très présente (1 point)

OOOOO

VOTRE PREMIÈRE IMPRESSION GÉNÉRALE - Est-ce c'est agréable à regarder, la structure est pleine, il n'y a pas de graines et il y a une multitude de trichomes.
Aspect visuel impeccable (5 points) – Aspect visuel qui laisse à désirer (1 point)

OOOOO

ARÔME:

L'ODEUR INITIALE EN OUVRANT LE CONTENANT - Votre première impression
Agréable (5 points) – Désagréable (1 point)

OOOOO

LIBÉRATION DE L'ARÔME ET SON INTENSITÉ
Une forte odeur de cannabis (5 points) - Aucune odeur (1 point)

OOOOO

UNE EXPÉRIENCE TERPÉNIQUE - Il y a-t-il une odeur de moisi, étrangère ou douteuse?
Pas présente (5 points) – présente (1 point)

OOOOO

LE SÉCHAGE - Il y a-t-il une odeur de gazon mouillé ou de foin?
Pas présente (5 points) – présente (1 point)

OOOOO

TENEUR EN HUMIDITÉ - Lorsque vous mettez de la pression sur la fleur, prend-elle lentement sa forme? Sa densité vous donne de la résistance. Avez-vous les doigts résineux?
Dense, collant et ne s'effrite pas (5 points) Sec, s'effrite et n'est pas collant (1 point)

OOOOO

Le classement global valant 5 points (sur 10) Basé sur l'expérience complète de l'ouverture du contenant à la conclusion : Une des meilleures expériences de cannabis à vie (10 points) – Je ne veux plus jamais répéter l'expérience (1 point)

OOOOOOOOOO

COMMENTS AND IMPRESSIONS: _____

SA CONSOMMATION:

FUMÉE - Premières impressions?
Agréable (5 points) - Indésirable (1 point)

OOOOO

CENDRE - Est-ce que cela brûle en ayant des cendres blanches ou des cendres noires?
Cendres blanches (5 points) – Cendres noires (1 point)

OOOOO

SA DOUCEUR - Comment qualifieriez-vous la douceur des inhalations?
Doux (5 points) – Irritant (1 point)

OOOOO

GOUT - Est-ce que la saveur correspond aux attentes de l'arôme?
Correspond et est agréable (5 points) – Ne correspond pas et est désagréable (1 point)

OOOOO

UN RÉSUMÉ SUR LA FUMÉE - Est-ce que cela produit une fumée agréable? Est-ce que les attentes correspondent à la description de la variété concernant l'arôme? N'est pas irritant et n'a pas un goût étrange.
Agréable et plaisant (5 points) – Indésirable et désagréable (1 point)

OOOOO

EXPÉRIENCE:

PHÉNOTYPE D'UNE SATIVA, D'UNE INDICA OU D'UNE HYBRIDE - Est-ce que l'expérience a les effets que vous vous attendiez?
Parfaitement (5 points) pas vraiment (1 point)

OOOOO

EFFETS IMMÉDIATS - Force des effets?
Fort (5 points) – Faible (1 point)

OOOOO

LA DURÉE - Les effets ont-ils duré longtemps?
Longue durée (5 points) - courte durée (1 point)

OOOOO

LES EFFETS ULTÉRIEURS - Vous sentez-vous épuisé?
Cette sensation n'est pas présente (5 points) – Cette sensation est présente (1 point)

OOOOO

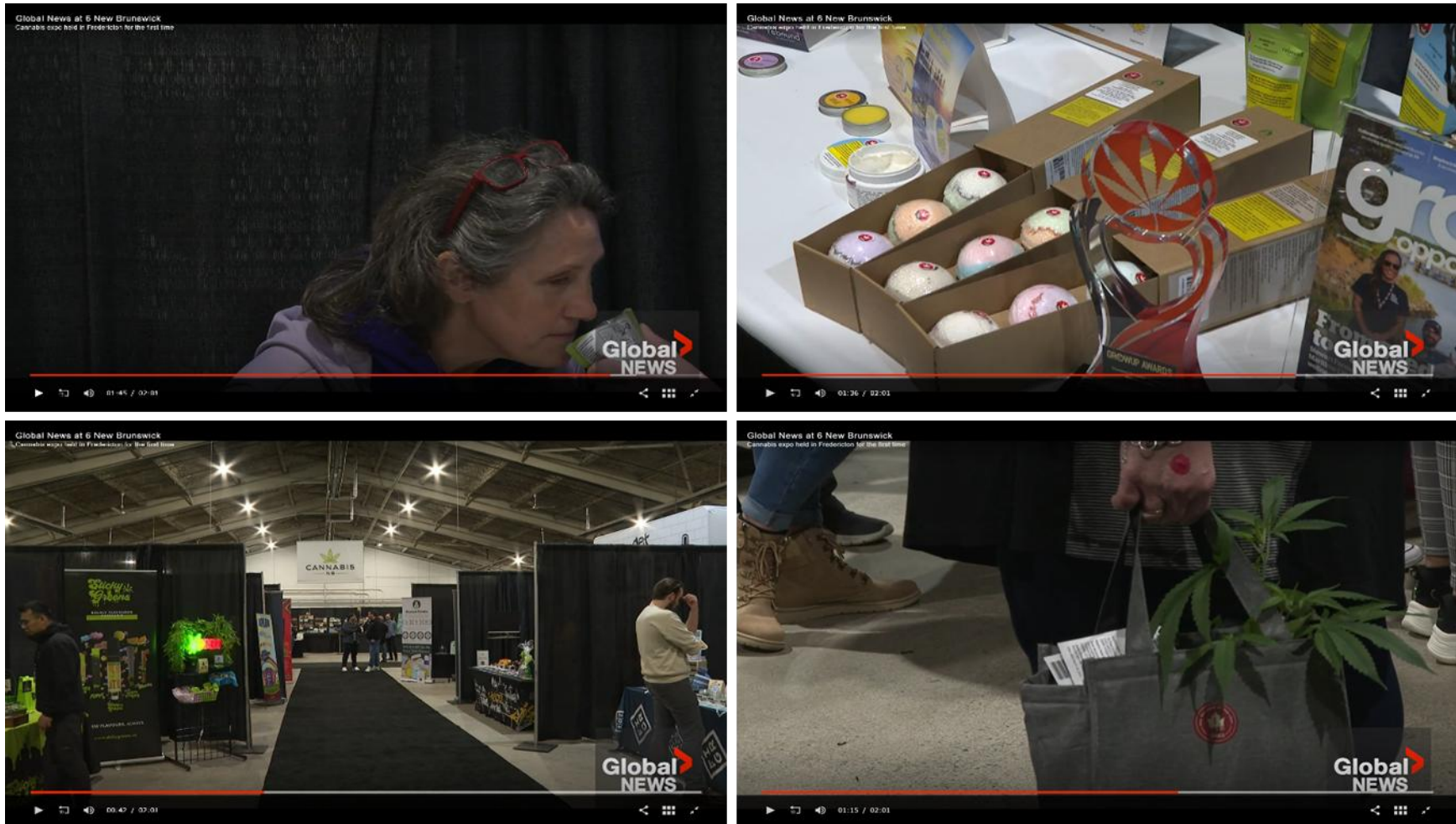
L'EXPÉRIENCE GÉNÉRALE - En se basant sur les phénotypes, est-ce que l'expérience était ce que vous vous attendiez? Est-ce que les effets étaient de longue durée?
L'apparence du sac, son odeur et sa fumée.
Bonne expérience (5 points) – Mauvaise expérience (1 point)

OOOOO

RÉSULTAT SUR 25 POINTS / _____

Une page du formulaire d'évaluation que doivent remplir et soumettre les juges de la Coupe Cannabis NB. Les juges sont demandés d'évaluer différents critères en lien avec l'apparence de la fleur, ses arômes, l'expérience de consommation (fumée, cendre, douceur etc.) et les effets ressentis. Image tirée de Brown, 2021c (<https://stratcann.com/news/new-brunswick-launches-first-annual-cannabis-nb-cup/>)

Figure 2.22 Captures d'écran d'un reportage de Global News sur l'Expo cannabis



Captures d'écran d'un reportage de la chaîne Global News qui montre l'intérieur de la salle où se tenait l'Expo cannabis. On peut voir que les participants avaient l'occasion de visualiser et sentir les produits. Dans la capture d'écran en bas à droite, nous avons un exemple d'un client s'étant procuré les clones de cannabis disponibles en quantité limitée à la boutique éphémère de Cannabis NB sur les lieux de l'évènement. Captures d'écran tirées de Global News, 2024 (<https://globalnews.ca/video/10365648/cannabis-expo-held-in-fredericton-for-the-first-time>)

Figure 2.23 Évaluations de produits qui mettent de l'emphase sur les effets intoxicants du cannabis



J'ai vu des étoiles

Par [redacted] de Moncton, NB le 24 septembre 2019

J'ai essayé une fois ce cannabis et j'ai senti ses effets euphoriques pour plus de 5 heures. Excellent produit sur le plan visuel, les arômes sont au rendez-vous. Je ne le recommanderais pas au novice comme moi, mais j'ai beaucoup appréciée mon expérience.



Taste taste burn taste taste burn and repeat

Par [redacted] de Rexton, NB le 5 décembre 2020

So happy with this. Great high, super taste, nice to see a different company making this taste and strain. Will for sure buy again.



All in the head

Par [redacted] de Dieppe, NB le 27 septembre 2019

This one gets the wheels going! If I want a sativa that's going to get me creative and energized, this one is the one I go for! Small amounts of this one is all it takes for me

Les captures d'écran sont tirées des adresses suivantes sur le magasin en ligne de Cannabis NB (<https://www.cannabis-nb.com/fr-CA/01/all/menu/dried-flower/whole-buds/mtl-cannabis-sage-n-sour/> ; <https://www.cannabis-nb.com/fr-CA/01/all/menu/dried-flower/whole-buds/broken-coast-sour-og-ruxton/>)

Figure 2.24 Évaluations de produits où les consommateurs préviennent que les produits achetés ont généré un sentiment d'anxiété



Figure 2.25 Évaluations de produits où les consommateurs attribuent des propriétés thérapeutiques aux produits achetés chez Cannabis NB



PURELY AMAZING.

Par de Rothesay, NB le 15 janvier 2022

I too am on the spectrum and find that this vape helps me so much when I am feeling overwhelmed and the anxiety & stress take over. It is strong enough to quickly help me calm down and stop an anxiety attack, slow my thoughts, and give me just a lovely hint of an effect from the THC that doesn't affect my ability to continue with my day, just a slight amount that is calming. I had cancer in 2020 and then a stem cell transplant. The procedure (while successful), left lasting effects of neuropathy and joint pain. I have found that this vape really helps to dull the pain. It doesn't go away completely, but it is so far in the "background" that I am only vaguely aware of it and I am able to move normally again. I agree with the person that rated this 5 stars too....I didn't want to leave a great review because everytime I find one I like, everyone follows suit and then they are out of stock! But this cartridge is so amazing, I had to give credit where it was due. I tried this cartridge because of the other review. I am glad I did. They were 110% correct in their review. This stuff is amazing. I sure hope it gets kept in stock.

Les captures d'écran sont tirées des adresses suivantes sur le magasin en ligne de Cannabis NB (<https://www.cannabis-nb.com/fr-CA/01/all/menu/vape-pens--cartridges/foray-balance-510-vape-cartridge/> ; <https://www.cannabis-nb.com/fr-CA/01/all/menu/vape-pens--cartridges/back-forty-hybrid-kush-mint-510-vape-cartridge/>; <https://www.cannabis-nb.com/fr-CA/01/all/menu/oils--capsules/infused-edible-oils/tweed-bakerstreet-oral-spray/>)



Best cart so far

Par de Moncton, NB le 28 avril 2023

Nice high, pain reliever, and doesn't clog!



Relaxer et gestion de la douleur

Par de Edmundston, NB le 26 mars 2021

Les effets sont très physique, permet de relaxer, bien dormir et excellent pour gérer les douleurs musculosquelettiques chroniques. Allez-y doucement, c'est puissant! En trop grande quantité, j'ai observé des maux de tête. Bonne relaxation et faite de beaux rêves!

Figure 2.26 Évaluations de produits où les consommateurs font part de leurs activités de consommation



Great tasting, great effects

Par : de Belleisle Creek, NB le 24 avril 2020

I have purchased this twice and both times I enjoyed it. The flavour isn't very tropical; instead it tastes very lemony, but still a nice flavour with very little cannabis taste. I find it to have very nice, relaxing effects, best enjoyed watching tv or playing a video game. Will definitely purchase again in the future.



this is my house cleaning pill

Par : de Rogersville, NB le 28 janvier 2021

Doesn't get me quite head high, but gives me a ton of energy and incredible focus. I use it to clean house and it lasts up to 1.5 hours. If i take another dose afterwards though, super big crash, i can't move.



Low tol user

Par : de Pointe-Verte, NB le 1 octobre 2021

I asked for something that I could program and play video games. I'm an adult kid lol. Very pleased, WILL buy again.



Shred The Day Away

Par : de Petitcodiac, NB le 3 juin 2021

What a wonderful product with a wonderful price point. Upon opening the jar you smell a lovely citrus/floral scent. The smoke is nice and smooth with a quick high that stays nice and mellow. Perfect for puttering around the house and doing chores!

Les captures d'écran sont tirées des adresses suivantes sur le magasin en ligne de Cannabis NB (<https://www.cannabis-nb.com/fr-CA/01/all/menu/vape-pens--cartridges/good-supply-pineapple-express-510-vape-cartridge/> ; <https://www.cannabis-nb.com/fr-CA/01/all/menu/dried-flower/whole-buds/ritual-green-lemon-haze/> ; <https://www.cannabis-nb.com/fr-CA/01/all/menu/oils--capsules/capsules/tweed-penelope-capsules/> ; <https://www.cannabis-nb.com/fr-CA/01/all/menu/dried-flower/pre-rolled/shred-tropic-thunder-js/>

BIBLIOGRAPHIE

- Ackerman, A., Etow, A., Bartel, S. et Ribisl, K. M. (2017). Reducing the Density and Number of Tobacco Retailers: Policy Solutions and Legal Issues. *Nicotine & Tobacco Research*, 19(2), 133-140. <https://doi.org/10.1093/ntr/ntw124>
- Agence de la santé publique du Canada. (2019, 10 mai). *Recommandations canadiennes pour l'usage du cannabis à moindre risque*. Gouvernement du Canada. <https://www.canada.ca/content/dam/themes/health/carousel/LRCUG%20Evidence%20Brief%20Final%20French.pdf>
- Apfel, F. (2014). *Cannabis – From Prohibition to Regulation: « When the music changes so does the dance »*. ALICE RAP.
- Area 506. (s.d.). *Waterfront Container Village*. Area 506. <https://www.area506.ca/container-village>
- Association canadienne de santé publique. (2014). *Nouvelle démarche de gestion des substances psychotropes illégales au Canada : document de travail*. https://www.cpha.ca/sites/default/files/assets/policy/ips_2014-05-15_f.pdf
- Awde, S. (2020, 2 octobre). Pot corp. turns \$3.3m profit; Provincial government continues to pursue outsourcing, despite 'record-breaking' quarter. *Telegraph-Journal*, A1.
- Barry, R. A. et Glantz, S. (2016). A Public Health Framework for Legalized Retail Marijuana Based on the US Experience: Avoiding a New Tobacco Industry. *PLOS Medicine*, 13(9), e1002131. <https://doi.org/10.1371/journal.pmed.1002131>
- Barry, R. A. et Glantz, S. A. (2018). Marijuana Regulatory Frameworks in Four US States: An Analysis Against a Public Health Standard. *American Journal of Public Health*, 108(7), 914-923. <https://doi.org/10.2105/AJPH.2018.304401>
- Beauchesne, L. (2020). *La légalisation du cannabis au Canada: entre commercialisation et prohibition 2.0*. Bayard Canada.
- Behrendt, S., Beesdo-Baum, K., Höfler, M., Perkonigg, A., Bühringer, G., Lieb, R. et Wittchen, H.-U. (2012). The relevance of age at first alcohol and nicotine use for initiation of cannabis use and progression to cannabis use disorders. *Drug and Alcohol Dependence*, 123(1-3), 48-56. <https://doi.org/10.1016/j.drugalcdep.2011.10.013>
- Belackova, V., Rychert, M., Wilkins, C. et Pardal, M. (2023). Cannabis Social Clubs in Contemporary Legalization Reforms: Talking Consumption Sites and Social Justice. *Clinical Therapeutics*, 45(6), 551-559. <https://doi.org/10.1016/j.clinthera.2023.03.017>
- Belackova, V., Tomkova, A. et Zabransky, T. (2016). Qualitative research in Spanish cannabis social clubs: "The moment you enter the door, you are minimising the risks". *International Journal of Drug Policy*, 34, 49-57. <https://doi.org/10.1016/j.drugpo.2016.04.009>

- Belackova, V. et Wilkins, C. (2018). Consumer agency in cannabis supply – Exploring auto-regulatory documents of the cannabis social clubs in Spain. *International Journal of Drug Policy*, 54, 26-34. <https://doi.org/10.1016/j.drugpo.2017.12.018>
- Benoit, M. (2012). Qu'est-ce que le corporatisme? Conceptualisation et opérationnalisation du méso-corporatisme. *Social Science Information*, 51(2), 217-237. <https://doi.org/10.1177/0539018412437109>
- Benoit, M. (2023, avril). *Bilan de la mise en œuvre de la légalisation du cannabis au Québec, 2018-2022*. Observatoire français des drogues et des tendances addictives. <https://www.ofdt.fr/publication/2023/la-regulation-du-cannabis-au-canada-etudes-de-cas-bilan-de-la-mise-en-oeuvre-de-la>
- Bernstein, S. E., Amirkhani, E., Werb, D. et MacPherson, D. (2021). Reprint of: The regulation project: Tools for engaging the public in the legal regulation of drugs. *International Journal of Drug Policy*, 91, 103279. <https://doi.org/10.1016/j.drugpo.2021.103279>
- Binde, P. (2014). Gambling in Sweden: the cultural and socio-political context. *Addiction*, 109(2), 193-198. <https://doi.org/10.1111/add.12103>
- Boisvert, J.-F. (2017, 20 novembre). Zenabis: le N.-B. commande 4 millions de grammes de cannabis. *Acadie Nouvelle*, Actualités. <https://www.acadienouvelle.com/actualites/2017/11/20/zenabis-fournira-cannabis-gouvernement-provincial/>
- Boisvert, J.-F. (2018, 6 novembre). Cannabis NB: fermeture temporaire de près de la moitié des succursales. *Acadie Nouvelle*, Actualités, 1, 4.
- Boisvert, J.-F. (2022, 18 mars). Cannabis NB a remboursé toutes ses dettes aux contribuables. *Acadie Nouvelle*, Actualités. <https://www.acadienouvelle.com/actualites/2022/03/18/cannabis-nb-a-rembourse-toutes-ses-dettes-aux-contribuables/>
- Botelho, D., Boudreau, A., Rackov, A., Rehman, A., Phillips, B., Hay, C., Broad, K., Crowhurst, P., Cockburn, S., Smith, T. et Balonova, B. (2021). *Analysis of Illicit and Legal Cannabis Products for a Suite of Chemical and Microbial Contaminants*. New Brunswick Research and Productivity Council. <https://rpc.ca/english/press/Comparison%20of%20Illicit%20and%20Legal%20Cannabis%20Samples.pdf>
- Boudreau, A. (2019a, 30 avril). Cannabis NB: 11,7 millions \$ partis en fumée. *Acadie Nouvelle*, Actualités. <https://www.acadienouvelle.com/actualites/2019/04/30/des-pertes-de-117-millions-pour-cannabis-nb/>
- Boudreau, A. (2019b, 25 octobre). Huit postes de gestion éliminés chez Cannabis NB. *Acadie Nouvelle*, Actualités. <https://www.acadienouvelle.com/actualites/2019/10/25/huit-postes-de-gestion-coupees-a-cannabis-nb/>
- Boudreau, A. (2021, 9 mars). Vente de Cannabis NB: l'industrie veut avoir son mot à dire. *Acadie Nouvelle*, Actualités. <https://www.acadienouvelle.com/actualites/2021/03/09/vente-de-cannabis-nb-lindustrie-veut-avoir-son-mot-a-dire/>

- Brisson, P. (2012, avril). *L'approche de réduction des méfaits*. Institut national de santé publique du Québec. <https://www.inspq.qc.ca/espace-itss/l-approche-de-reduction-des-mefaits>
- Brown, D. (2021, 18 novembre). New Brunswick producer announces province's first cannabis farmgate store. *StratCann*. <https://stratcann.com/news/new-brunswick-producer-announces-provinces-first-cannabis-farmgate-store/>
- Brown, D. (2023, 13 juin). New Brunswick's sixth cannabis farmgate set to open soon. *StratCann*. <https://stratcann.com/news/new-brunswicks-sixth-cannabis-farmgate-set-to-open-soon/>
- Brown, D. (2024a, 13 septembre). Cannabis farmgate in Canada: From farm to joint. *StratCann*. <https://stratcann.com/news/cannabis-farmgate-in-canada-from-farm-to-joint/>
- Brown, D. (2024b, 29 novembre). Cannabis vapes coming to SQDC by fall 2025. *StratCann*. <https://stratcann.com/news/cannabis-vapes-coming-to-sqdc-by-fall-2025/>
- Cannabis Est. (2025). *Apprenez, découvrez et innovez avec cannabis*. Cannabis Est. <https://cannabiseast.ca/fr/>
- Cannabis NB. (2019). *Rapport annuel 2018-2019*. Gouvernement du Nouveau-Brunswick. <https://www.cannabis-nb.com/globalassets/pdf-attachments/cannabisnb-annualreport-fr-2018-2019.pdf>
- Cannabis NB. (2020a). *Rapport annuel 2019-2020*. Gouvernement du Nouveau-Brunswick. <https://www.cannabis-nb.com/contentassets/b3d688defea240bab1f5c3e39e8d5a5f/older-releases/cannabisnb-annualreport-2020-fr-web.pdf>
- Cannabis NB. (2020b, 28 avril). *Cannabis NB présente ses résultats non vérifiés pour le quatrième trimestre et la fin de l'année - 2019-2020*. Gouvernement du Nouveau-Brunswick. <https://www.cannabis-nb.com/contentassets/b3d688defea240bab1f5c3e39e8d5a5f/cnb-2019--2020-q4-results-fr.pdf>
- Cannabis NB. (2020c, 8 juillet). *Cannabis NB annonce un bénéfice de 1,4 million de dollars au premier trimestre*. Gouvernement du Nouveau-Brunswick. https://www.cannabis-nb.com/contentassets/b3d688defea240bab1f5c3e39e8d5a5f/cnb_q1_fr_final-2020---2021.pdf
- Cannabis NB. (2021a). *Rapport annuel 2020-2021*. Gouvernement du Nouveau-Brunswick. <https://www.cannabis-nb.com/contentassets/b3d688defea240bab1f5c3e39e8d5a5f/older-releases/cannabisnb-annualreport-2021-fr-webfinal.pdf>
- Cannabis NB. (2021b, 20 août). *Cannabis NB annonce la création du programme FarmGate* [Communiqué]. Gouvernement du Nouveau-Brunswick. <https://www.cannabis-nb.com/fr-CA/a-propos/?q=%22promotion%22>
- Cannabis NB. (2022a). *Rapport annuel 2021-2022*. Gouvernement du Nouveau-Brunswick. <https://www.cannabis-nb.com/contentassets/b3d688defea240bab1f5c3e39e8d5a5f/older-releases/cannabisnb-annualreport-2022-fr-web.pdf>

Cannabis NB. (2022b, 8 juin). *Cannabis NB étend son réseau de magasins*. Gouvernement du Nouveau-Brunswick. <https://www.cannabis-nb.com/fr-CA/a-propos/?q=%22promotion%22>

Cannabis NB. (2022c, 7 septembre). *Cannabis NB lance un appel d'offres à l'attention des détaillants privés*. Gouvernement du Nouveau-Brunswick. <https://www.cannabis-nb.com/fr-CA/a-propos/?q=%22promotion%22>

Cannabis NB. (2022d, 16 novembre). *Difficile à entendre, mais bon à savoir : la campagne « Bon à savoir » de Cannabis NB présente les faits sur les produits de cannabis illégaux* [Communiqué]. Gouvernement du Nouveau-Brunswick. <https://www.cannabis-nb.com/fr-CA/a-propos/?q=%22promotion%22>

Cannabis NB. (2023a). *Rapport annuel 2022-2023*. Gouvernement du Nouveau-Brunswick. <https://www.cannabis-nb.com/contentassets/b3d688defea240bab1f5c3e39e8d5a5f/older-releases/cannabisnb-annualreport-2023-fr-web.pdf>

Cannabis NB. (2023b, 19 avril). *La coupe Cannabis NB Cup est de retour!* [Communiqué]. Gouvernement du Nouveau-Brunswick. <https://www.cannabis-nb.com/fr-CA/a-propos/>

Cannabis NB. (2023c, 17 mai). *ANBL et Cannabis NB ont été retenues comme finalistes des Prix d'excellence dans le commerce de détail 2023 du Conseil canadien du commerce de détail*. Gouvernement du Nouveau-Brunswick. <https://www.cannabis-nb.com/fr-CA/a-propos/?q=%22promotion%22>

Cannabis NB. (2023d, 30 juillet). *Gagner un cadeau: concours pour s'inscrire aux courriels*. Gouvernement du Nouveau-Brunswick. <https://www.cannabis-nb.com/fr-CA/concours/sinscrire2023/>

Cannabis NB. (2023e, 17 octobre). *Les cinq ans de Cannabis NB : Réflexion sur notre parcours et regard sur l'avenir* [Communiqué]. Gouvernement du Nouveau-Brunswick. <https://www.cannabis-nb.com/fr-CA/a-propos/?q=%22promotion%22>

Cannabis NB. (2024a). *À propos de Expo Cannabis*. Cannabis Expo NB. <https://www.cannabisexponb.com/fr>

Cannabis NB. (2024b). *Rapport annuel 2023-2024*. Gouvernement du Nouveau-Brunswick. <https://www.cannabis-nb.com/contentassets/b3d688defea240bab1f5c3e39e8d5a5f/older-releases/cannabisnb-annualreport-2024-fr-web.pdf>

Cannabis NB. (2024c, 22 novembre). *Cannabis NB avertit des risques du cannabis illégal dans sa nouvelle campagne de responsabilité sociale*. Gouvernement du Nouveau-Brunswick. <https://www.cannabis-nb.com/fr-CA/a-propos/?q=%22promotion%22>

Cannabis NB. (s. d.-a). *Évaluations de produits: Règles et FAQ*. Gouvernement du Nouveau-Brunswick. Récupéré le de <https://www.cannabis-nb.com/fr-CA/mes-pages/evaluations-de-produits-regles-et-faq/>

Cannabis NB. (s. d.-b). *Ressources de l'industrie*. Gouvernement du Nouveau-Brunswick. Récupéré le de <https://www.cannabis-nb.com/fr-CA/Industrie/>

- Canopy Growth Corporation. (2017, 15 septembre). *Canopy Growth and New Brunswick Sign Historic Supply MOU* [Communiqué]. Newswire. <https://www.newswire.ca/news-releases/canopy-growth-and-new-brunswick-sign-historic-supply-mou-644633153.html>
- Caron, D. (2018, 19 octobre). L'approche adoptée par le N.-B. remise en question par un sénateur du Québec. *Acadie Nouvelle*, Légalisation du cannabis, 4.
- Cavazos-Rehg, P. A., Krauss, M. J., Sowles, S. J., Murphy, G. M. et Bierut, L. J. (2018). Exposure to and Content of Marijuana Product Reviews. *Prevention Science*, 19(2), 127-137. <https://doi.org/10.1007/s11121-017-0818-9>
- CBC News. (2021, 26 août). Cannabis N.B. to let local producers set up retail shops. *CBC News*. <https://www.cbc.ca/news/canada/new-brunswick/cannabis-nb-launches-farmgate-program-1.6152860>
- Chapados, M., Gagnon, F., Montreuil, A., Morin, R., Dubé, P.-A., Levasseur, M.-E. et Alain, P. (2019, 13 février). *Projet de loi 2 : Loi resserrant l'encadrement du cannabis*. Institut national de santé publique du Québec. https://www.inspq.qc.ca/sites/default/files/publications/2503_loi_encadrement_cannabis.pdf
- Claudet, I., Le Breton, M., Bréhin, C. et Franchitto, N. (2017). A 10-year review of cannabis exposure in children under 3-years of age: do we need a more global approach? *European Journal of Pediatrics*, 176(4), 553-556. <https://doi.org/10.1007/s00431-017-2872-5>
- Cooper, H. L. (2015). War on Drugs Policing and Police Brutality. *Substance Use & Misuse*, 50(8-9), 1188-1194. <https://doi.org/10.3109/10826084.2015.1007669>
- Cox, C. (2018). The Canadian Cannabis Act legalizes and regulates recreational cannabis use in 2018. *Health Policy*, 122(3), 205-209. <https://doi.org/10.1016/j.healthpol.2018.01.009>
- Crépault, J.-F. (2014). *Cadre stratégique pour le contrôle du cannabis*. Centre de toxicomanie et de santé mentale. <https://www.camh.ca/-/media/files/pdfs---public-policy-submissions/cannabispolicyframework-fr-pdf.pdf>
- Crépault, J.-F. (2018). Cannabis Legalization in Canada: Reflections on Public Health and the Governance of Legal Psychoactive Substances. *Frontiers in Public Health*, 6, 220. <https://doi.org/10.3389/fpubh.2018.00220>
- Crépault, J.-F., Rehm, J. et Fischer, B. (2016). The Cannabis Policy Framework by the Centre for Addiction and Mental Health: A proposal for a public health approach to cannabis policy in Canada. *International Journal of Drug Policy*, 34, 1-4. <https://doi.org/10.1016/j.drugpo.2016.04.013>
- Cruz, J. M., Queirolo, R. et Boidi, M. F. (2016). Determinants of Public Support for Marijuana Legalization in Uruguay, the United States, and El Salvador. *Journal of Drug Issues*, 46(4), 308-325. <https://doi.org/10.1177/0022042616649005>
- Csete, J., Kamarulzaman, A., Kazatchkine, M., Altice, F., Balicki, M., Buxton, J., Cepeda, J., Comfort, M., Goosby, E., Goulão, J., Hart, C., Kerr, T., Lajous, A. M., Lewis, S., Martin, N., Mejía, D., Camacho,

- A., Mathieson, D., Obot, I., ... Beyrer, C. (2016). Public health and international drug policy. *The Lancet*, 387(10026), 1427-1480. [https://doi.org/10.1016/S0140-6736\(16\)00619-X](https://doi.org/10.1016/S0140-6736(16)00619-X)
- Daigneault, P.-M. (2014). Reassessing the concept of policy paradigm: aligning ontology and methodology in policy studies. *Journal of European Public Policy*, 21(3), 453-469. <https://doi.org/10.1080/13501763.2013.834071>
- Decorte, T., Pardal, M., Queirolo, R., Boidi, M. F., Sánchez Avilés, C. et Parés Franquero, Ò. (2017). Regulating Cannabis Social Clubs: A comparative analysis of legal and self-regulatory practices in Spain, Belgium and Uruguay. *International Journal of Drug Policy*, 43, 44-56. <https://doi.org/10.1016/j.drugpo.2016.12.020>
- Delattre, S. (2019, 27 février). La légalisation du cannabis est-elle un échec commercial? *Acadie Nouvelle*, Actualités. <https://www.acadienouvelle.com/actualites/2019/02/27/la-legalisation-de-la-marijuana-est-elle-un-echec-commercial/>
- Delattre, S. (2020, 13 janvier). Huit candidats au remplacement de Cannabis NB. *Acadie Nouvelle*, Actualités. <https://www.acadienouvelle.com/actualites/2020/01/13/huit-candidats-au-remplacement-de-cannabis-nb/>
- Dessureault, M., Alexandre, J., Morel, A.-M. et Bastien, T. Portrait du marketing de l'alcool au Québec : des stratégies pour tous les goûts. Association pour la santé publique du Québec. https://www.aspq.org/app/uploads/2021/06/2020_rapport_4p_alcool_aspq_z.pdf 2021.
- Donnan, J., Shogan, O., Bishop, L. et Najafizada, M. (2022). Drivers of purchase decisions for cannabis products among consumers in a legalized market: a qualitative study. *BMC Public Health*, 22(1), 368. <https://doi.org/10.1186/s12889-021-12399-9>
- Eco Canadian Organic. (s. d.). *Eco Canadian Organic Inc. Opens Cannabis "Farmgate" Linked to New Brunswick Trail* [Communiqué]. Eco Canadian Organic. Récupéré le de <https://www.ecocanadianorganic.com/news-item/eco-canadian-organic-inc-opens-cannabis-farmgate-linked-to-new-brunswick-trail>
- Erickson, P. G., Riley, D. M., Cheung, Y. W. et O'Hare, P. A. (1997). Introduction: The Search for Harm Reduction. Dans *Harm Reduction: A New Direction for Drug Policies and Programs* (p. 3-14). University of Toronto Press. <http://www.jstor.org/stable/10.3138/j.ctt1287zhr.5>
- Finances et Conseil du Trésor. (2022, 4 avril). *Le Fonds d'éducation et de sensibilisation en matière de cannabis annonce de nouveaux projets et lance un appel aux candidatures* [Communiqué]. Gouvernement du Nouveau-Brunswick. <https://www2.gnb.ca/content/gnb/fr/ministeres/finances/nouvelles/communiqu.2022.04.0183.html>
- Fischer, B., Russell, C., Sabioni, P., Van Den Brink, W., Le Foll, B., Hall, W., Rehm, J. et Room, R. (2017). Lower-Risk Cannabis Use Guidelines: A Comprehensive Update of Evidence and Recommendations. *American Journal of Public Health*, 107(8), e1-e12. <https://doi.org/10.2105/AJPH.2017.303818>

- Floyd, K., Freling, R., Alhoqail, S., Cho, H. Y. et Freling, T. (2014). How Online Product Reviews Affect Retail Sales: A Meta-analysis. *Journal of Retailing*, 90(2), 217-232. <https://doi.org/10.1016/j.jretai.2014.04.004>
- Fonseca, M. D. et Van Wingerden, S. G. C. (2020). From prohibition to harm reduction? An analysis of the adoption of the Dutch harm reduction approach in Brazilian drug laws and practice. *International Journal of Drug Policy*, 83, 102842. <https://doi.org/10.1016/j.drugpo.2020.102842>
- Giovenco, D. P., Casseus, M., Duncan, D. T., Coups, E. J., Lewis, M. J. et Delnevo, C. D. (2016). Association Between Electronic Cigarette Marketing Near Schools and E-cigarette Use Among Youth. *Journal of Adolescent Health*, 59(6), 627-634. <https://doi.org/10.1016/j.jadohealth.2016.08.007>
- Glantz, S. A., Halpern-Felsher, B. et Springer, M. L. (2018). Marijuana, Secondhand Smoke, and Social Acceptability. *JAMA Internal Medicine*, 178(1), 13. <https://doi.org/10.1001/jamainternmed.2017.5301>
- Global News. (2024, 16 mars). *Cannabis expo held in Fredericton for the first time* [Video]. Global News. <https://globalnews.ca/video/10365648/cannabis-expo-held-in-fredericton-for-the-first-time/>
- Godlee, F. et Hurley, R. (2016). The war on drugs has failed: doctors should lead calls for drug policy reform. *BMJ*, i6067. <https://doi.org/10.1136/bmj.i6067>
- Goertz, G. (2006). *Social Science Concepts: A User's Guide*. Princeton University Press.
- Goertz, G. (2020). *Social Science Concepts and Measurement: New and Completely Revised Edition*. Princeton University Press.
- Gouvernement de la Colombie-Britannique. (2024). *Apply for a Cannabis Retail Store licence: For businesses that want to open a cannabis retail store*. Government of British Columbia. <https://www2.gov.bc.ca/gov/content/employment-business/business/liquor-regulation-licensing/cannabis-licences/apply-cannabis-licence/apply-for-a-cannabis-retail-store-licence>
- Greer, A., Bonn, M., Shane, C., Stevens, A., Tousevard, N. et Ritter, A. (2022). The details of decriminalization: Designing a non-criminal response to the possession of drugs for personal use. *International Journal of Drug Policy*, 102, 103605. <https://doi.org/10.1016/j.drugpo.2022.103605>
- Grieshaber-Otto, J., Sinclair, S. et Schacter, N. (2000). Impacts of international trade, services and investment treaties on alcohol regulation. *Addiction*, 95(12), 491-504. <https://doi.org/10.1080/09652140020013737>
- Groupe de travail du Nouveau-Brunswick sur la légalisation du cannabis. (2017, juin). *Rapport du Groupe de travail du Nouveau-Brunswick sur la légalisation du cannabis*. <https://www2.gnb.ca/content/dam/gnb/Departments/h-s/pdf/fr/Publications/RapportGroupeDeTravailNouveauBrunswickLegalisationDuCannabisJuin2017.pdf>
- Haden, M. et Emerson, B. (2014). *A vision for cannabis regulation: a public health approach based on lessons learned from the regulation of alcohol and tobacco*.

- Hahn, R. A., Middleton, J. C., Elder, R., Brewer, R., Fielding, J., Naimi, T. S., Toomey, T. L., Chattopadhyay, S., Lawrence, B. et Campbell, C. A. (2012). Effects of Alcohol Retail Privatization on Excessive Alcohol Consumption and Related Harms. *American Journal of Preventive Medicine*, 42(4), 418-427. <https://doi.org/10.1016/j.amepre.2012.01.002>
- Hall, W. et Lynskey, M. (2016). Evaluating the public health impacts of legalizing recreational cannabis use in the United States: Impacts of legalizing recreational cannabis use. *Addiction*, 111(10), 1764-1773. <https://doi.org/10.1111/add.13428>
- Hall, W., Stjepanović, D., Dawson, D. et Leung, J. (2023). The implementation and public health impacts of cannabis legalization in Canada: a systematic review. *Addiction*, 118(11), 2062-2072. <https://doi.org/10.1111/add.16274>
- Hathaway, A. D. et Erickson, P. G. (2003). Drug Reform Principles and Policy Debates: Harm Reduction Prospects for Cannabis in Canada. *Journal of Drug Issues*, 33(2), 465-495. <https://doi.org/10.1177/002204260303300209>
- Hawke, L. D., Wilkins, L. et Henderson, J. (2020). Early cannabis initiation: Substance use and mental health profiles of service-seeking youth. *Journal of Adolescence*, 83(1), 112-121. <https://doi.org/10.1016/j.adolescence.2020.06.004>
- Henriksen, L., Feighery, E. C., Schleicher, N. C., Cowling, D. W., Kline, R. S. et Fortmann, S. P. (2008). Is adolescent smoking related to the density and proximity of tobacco outlets and retail cigarette advertising near schools? *Preventive Medicine*, 47(2), 210-214. <https://doi.org/10.1016/j.ypmed.2008.04.008>
- Her, M., Giesbrecht, N., Room, R. et Rehm, J. (1999). Privatizing alcohol sales and alcohol consumption: evidence and implications. *Addiction*, 94(8), 1125-1139. <https://doi.org/10.1046/j.1360-0443.1999.94811253.x>
- Holder, H. D. et Wagenaar, A. C. (1990). Effects of the elimination of a state monopoly on distilled spirits' retail sales: a time-series analysis of Iowa. *British Journal of Addiction*, 85(12), 1615-1625. <https://doi.org/10.1111/j.1360-0443.1990.tb01651.x>
- Huras, A. (2021, 26 février). Cannabis NB sale in « final stages »: province. *Telegraph-Journal*, A1.
- Imtiaz, S., Nigatu, Y. T., Ali, F., Douglas, L., Hamilton, H. A., Rehm, J., Rueda, S., Schwartz, R. M., Wells, S. et Elton-Marshall, T. (2023). Cannabis legalization and cannabis use, daily cannabis use and cannabis-related problems among adults in Ontario, Canada (2001–2019). *Drug and Alcohol Dependence*, 244, 109765. <https://doi.org/10.1016/j.drugalcdep.2023.109765>
- Jansseune, L., Pardal, M., Decorte, T. et Parés Franquero, Ò. (2019). Revisiting the Birthplace of the Cannabis Social Club Model and the Role Played by Cannabis Social Club Federations. *Journal of Drug Issues*, 49(2), 338-354. <https://doi.org/10.1177/0022042618815690>
- Jesseman, R. et Payer, D. (2018). La décriminalisation : les options et les données probantes. *Centre canadien sur les dépendances et l'usage de substances*. <https://www.ccsa.ca/sites/default/files/2019-04/CCSA-Decriminalization-Controlled-Substances-Policy-Brief-2018-fr.pdf>

- Key, N. (2016, 28 avril). *Farms that Sell Directly to Consumers May Stay in Business Longer*. U.S. Department of Agriculture. <https://www.usda.gov/about-usda/news/blog/farms-sell-directly-consumers-may-stay-business-longer>
- Kilmer, B. (2014). Policy designs for cannabis legalization: starting with the eight Ps. *The American Journal of Drug and Alcohol Abuse*, 40(4), 259-261. <https://doi.org/10.3109/00952990.2014.894047>
- Knopf, J. W. (2006). Doing a Literature Review. *Political Science & Politics*, 39(1), 127-132. <https://doi.org/10.1017/S1049096506060264>
- Krauss, M. J., Sowles, S. J., Mylvaganam, S., Zewdie, K., Bierut, L. J. et Cavazos-Rehg, P. A. (2015). Displays of dabbing marijuana extracts on YouTube. *Drug and Alcohol Dependence*, 155, 45-51. <https://doi.org/10.1016/j.drugalcdep.2015.08.020>
- La Presse Canadienne. (2018, 26 octobre). Cannabis NB forcée de retirer certaines photographies sur son site web. *Acadie Nouvelle*, Actualités, 6.
- Lacelle, P. (2018, 16 février). Cannabis NB offrira environ 200 produits. *Acadie Nouvelle*, Actualités, 3.
- Lachance, A., Bélanger, R. E., Riva, M. et Ross, N. A. (2022). A Systematic Review and Narrative Synthesis of the Evolution of Adolescent and Young Adult Cannabis Consumption Before and After Legalization. *Journal of Adolescent Health*, 70(6), 848-863. <https://doi.org/10.1016/j.jadohealth.2021.11.034>
- Lange, J. E., Moyers, S. A. et Croff, J. M. (2023). Responsible Cannabis Sales: A Narrative Review Considering Interventions for Dispensary Staff to Address Cannabis Harms. *Public Administration Quarterly*, 47(3), 374-391. <https://doi.org/10.37808/paq.47.3.7>
- Lévesque, G. (2020, 13 novembre). *Quelle est la différence entre la légalisation d'une drogue et sa décriminalisation ?* État 21. <https://etat21.com/quelle-est-la-difference-entre-la-legalisation-dune-droque-et-sa-decriminalisation/>
- Lévesque, G. (2023). Making sense of *pot* : conceptual tools for analyzing legal cannabis policy discourse. *Critical Policy Studies*, 17(1), 4-23. <https://doi.org/10.1080/19460171.2022.2044874>
- Lévesque, G. et Benoit, M. (2020). Legalize or Prohibit It ? Quebec's Exceptionalism on Cannabis Regulation and the Framing of Evidence in Policymaking. *American Review of Canadian Studies*, 50(3), 371-385. <https://doi.org/10.1080/02722011.2020.1811588>
- Levine, H. G. (2003). Global drug prohibition: its uses and crises. *International Journal of Drug Policy*, 14(2), 145-153. [https://doi.org/10.1016/S0955-3959\(03\)00003-3](https://doi.org/10.1016/S0955-3959(03)00003-3)
- Lim, C. C. W., Leung, J., Chung, J. Y. C., Sun, T., Gartner, C., Connor, J., Hall, W., Chiu, V., Tisdale, C., Stjepanović, D. et Chan, G. (2021). Content analysis of cannabis vaping videos on YouTube. *Addiction*, 116(9), 2443-2453. <https://doi.org/10.1111/add.15424>
- Loi constituant la Société de gestion du cannabis*. LNB 2018 (c 3). <https://lois.gnb.ca/fr/document/lc/2018,%20c.3>

- Loi encadrant le cannabis*. RLRQ, c. C-5.3. <https://www.legisquebec.gouv.qc.ca/fr/pdf/lc/C-5.3.pdf>
- Loi sur la réglementation du cannabis*. LNB 2018 (c 2). <https://lois.gnb.ca/fr/document/lc/2018,%20c.2>
- Loi sur le cannabis*. LC 2018 (c 16). <https://laws-lois.justice.gc.ca/PDF/C-24.5.pdf>
- Loi sur le Fonds d'éducation et de sensibilisation en matière de cannabis*. LNB 2018 (c 4).
<https://lois.gnb.ca/fr/document/lc/2018,%20c.4?langCont=fr#>
- Loi sur les permis de détaillants de cannabis*. LNB 2022 (c 5). <https://lois.gnb.ca/fr/document/lc/2022-C.5-S.3>
- Lordon, A. (2021, 16 mars). Cannabis NB est maintenant rentable. *Acadie Nouvelle*, Mon opinion.
<https://www.acadienouvelle.com/mon-opinion/2021/03/16/cannabis-nb-est-maintenant-rentable/>
- Ludwig, M., Kräplin, A., Braun, B. et Kraus, L. (2013). Gambling experiences, problems, research and policy: gambling in Germany. *Addiction*, 108(9), 1554-1561. <https://doi.org/10.1111/j.1360-0443.2012.04025.x>
- Malinowska-Sempruch, K. et Lohman, D. (2022). From drug prohibition to regulation: a public health imperative. *The Lancet*, 400(10353), 645-646. [https://doi.org/10.1016/S0140-6736\(22\)01060-1](https://doi.org/10.1016/S0140-6736(22)01060-1)
- Marlatt, G. A. (1996). Harm reduction: Come as you are. *Addictive Behaviors*, 21(6), 779-788.
[https://doi.org/10.1016/0306-4603\(96\)00042-1](https://doi.org/10.1016/0306-4603(96)00042-1)
- Ministère de la Justice Canada. (2021, 7 juillet). *Légalisation et réglementation du cannabis*.
Gouvernement du Canada. <https://www.justice.gc.ca/fra/jp-cj/cannabis/>
- Ministère des Finances et du Conseil du Trésor. (2019, 14 novembre). *Demande de propositions lancée pour un modèle d'exploitant privé unique pour la vente du cannabis à des fins récréatives au Nouveau-Brunswick* [Communiqué]. Gouvernement du Nouveau-Brunswick.
<https://www2.gnb.ca/content/gnb/fr/nouvelles/communiqu.2019.11.0585.html>
- Morissette, N. (2024, 27 août). Changement de décor à la SQDC. *La Presse*, Entreprises.
<https://www.lapresse.ca/affaires/entreprises/2024-08-27/changement-de-decor-a-la-sqdc.php#:~:text=La%20SQDC%20a%20m%C3%A4me%20l,d'environ%201500%20pieds%20carr%C3%A9s>
- Nguyen, H. V., Bornstein, S., Gamble, J.-M., Mathews, M., Bishop, L. et Mital, S. (2020). Too young for Cannabis? Choice of minimum legal age for legalized non-medical Cannabis in Canada. *BMC Public Health*, 20(1), 557. <https://doi.org/10.1186/s12889-020-08639-z>
- Obinwa, U., Pasch, K. E., Jetelina, K. K., Ranjit, N., Perez, A., Perry, C. et Harrell, M. (2022a). A Simulation of the potential impact of restricting tobacco retail outlets around middle and high schools on tobacco advertisements. *Tobacco Control*, 31(1), 81-87. <https://doi.org/10.1136/tobaccocontrol-2020-055724>

- Obinwa, U., Pasch, K. E., Jetelina, K. K., Ranjit, N., Perez, A., Perry, C. L. et Harrell, M. (2022b). Restricting Tobacco Retail Outlets Around Middle and High Schools as a Way to Reduce Tobacco Marketing Disparities: A Simulation Study. *Nicotine & Tobacco Research*, 24(12), 1994-2002. <https://doi.org/10.1093/ntr/ntac150>
- Obradovic, I. (2021). From prohibition to regulation: A comparative analysis of the emergence and related outcomes of new legal cannabis policy models (Colorado, Washington State and Uruguay). *International Journal of Drug Policy*, 91, 102590. <https://doi.org/10.1016/j.drugpo.2019.11.002>
- Office québécois de la langue française. (2024). *Marchandisage*. Grand dictionnaire terminologique. <https://vitrinelinguistique.oqlf.gouv.qc.ca/fiche-gdt/fiche/8429373/marchandisage>
- Ontario Cannabis Store. (2025, 19 février). *Farmgate Stores You Can Visit in Ontario*. Ontario Cannabis Store. <https://ocs.ca/blogs/shopping-for-legal-cannabis/farmgate-stores-you-can-visit-in-ontario>
- Orenstein, D. G. et Glantz, S. A. (2018). Regulating Cannabis Manufacturing: Applying Public Health Best Practices from Tobacco Control. *Journal of Psychoactive Drugs*, 50(1), 19-32. <https://doi.org/10.1080/02791072.2017.1422816>
- Orenstein, D. G. et Glantz, S. A. (2020). Cannabis Legalization in State Legislatures: Public Health Opportunity and Risk. *Marquette Law Review*, 103(4), 1313-1400.
- OrganiGram Holdings Inc. (2017, 15 septembre). *OrganiGram devient l'un des premiers producteurs autorisés à signer un protocole d'entente avec l'autorité provinciale responsable de la distribution dans le marché du cannabis* [Communiqué]. Global Newswire. <https://www.globenewswire.com/news-release/2017/09/15/1138376/0/fr/OrganiGram-devient-l-un-des-premiers-producteurs-autoris%C3%A9s-%C3%A0-signer-un-protocole-d-entente-avec-l-autorit%C3%A9-provinciale-responsable-de-la-distribution-dans-le-march%C3%A9-du-cannabis.html>
- Örnberg, J. C. et Ólafsdóttir, H. (2008). How to sell alcohol? Nordic alcohol monopolies in a changing epoch. *Nordic Studies on Alcohol and Drugs*, 25(2), 129-153. <https://doi.org/10.1177/145507250802500205>
- Owusu-Bempah, A. et Luscombe, A. (2021). Race, cannabis and the Canadian war on drugs: An examination of cannabis arrest data by race in five cities. *International Journal of Drug Policy*, 91, 102937. <https://doi.org/10.1016/j.drugpo.2020.102937>
- Pacula, R. L., Kilmer, B., Wagenaar, A. C., Chaloupka, F. J. et Caulkins, J. P. (2014). Developing Public Health Regulations for Marijuana: Lessons From Alcohol and Tobacco. *American Journal of Public Health*, 104(6), 1021-1028. <https://doi.org/10.2105/AJPH.2013.301766>
- Pardal, M. et Wadsworth, E. (2023). Strictly regulated cannabis retail models with state control can provide lessons in how jurisdictions can regulate THC. *Addiction*, 118(6), 1005-1007. <https://doi.org/10.1111/add.16182>

- Park, D.-H., Lee, J. et Han, I. (2007). The Effect of On-Line Consumer Reviews on Consumer Purchasing Intention: The Moderating Role of Involvement. *International Journal of Electronic Commerce*, 11(4), 125-148. <https://doi.org/10.2753/JEC1086-4415110405>
- Patenaude, C., Brochu, S., Fallu, J.-S., Jutras-Aswad, D. et D'Arcy, L. (2018). Le marché légal du cannabis suite à sa légalisation au Canada : pistes de réflexion pour un encadrement efficace. *Canadian Journal of Public Health*, 109(2), 215-218. <https://doi.org/10.17269/s41997-018-0084-z>
- Pazienza, M., De Jong, M. et Schoenmaker, D. (2022). Clarifying the Concept of Corporate Sustainability and Providing Convergence for Its Definition. *Sustainability*, 14(13), 7838. <https://doi.org/10.3390/su14137838>
- PEI Cannabis Management Corporation. (2019). *2019 Annual Report*. Gouvernement de l'Île-du-Prince-Édouard. <https://cld.bz/sV3inhu/2/>
- Pusiak, R. J., Cox, C. et Harris, C. S. (2021). Growing pains: An overview of cannabis quality control and quality assurance in Canada. *International Journal of Drug Policy*, 93, 103111. <https://doi.org/10.1016/j.drugpo.2021.103111>
- Projet de loi 79 : loi concernant la vente au détail du cannabis*. (2021). 1^{re} session. 60^e législature. https://www.legnb.ca/content/house_business/60/1/bills/Bill-79.pdf
- Radio-Canada. (2018, 16 janvier). *Un 4e fournisseur de marijuana au Nouveau-Brunswick*. Radio-Canada. <https://ici.radio-canada.ca/nouvelle/1078309/nouveau-fournisseur-marijuana-nouveau-brunswick-marche-recreatif>
- Raiche-Nogue, P. (2019a, 15 avril). Cannabis: le marché noir n'a pas encore dit son dernier mot. *Acadie Nouvelle*, 3.
- Raiche-Nogue, P. (2019b, 7 mai). La popularité des extraits de CBD rend la vie dure à Cannabis NB. *Acadie Nouvelle*, Dossier, 3.
- Règlement général – Loi constituant la Société de gestion du cannabis*. D.C. 2018-216. <https://lois.gnb.ca/fr/pdf/rc/2018-59%20.pdf>
- Règlement général – Loi sur les permis de détaillants de cannabis*. D.C. 2022-185. <https://lois.gnb.ca/fr/pdf/rc/2022-40.pdf>
- Règlement sur le cannabis*. DORS/2018-144. <https://laws-lois.justice.gc.ca/PDF/SOR-2018-144.pdf>
- Rehm, J. et Fischer, B. (2015). Cannabis legalization with strict regulation, the overall superior policy option for public health. *Clinical Pharmacology & Therapeutics*, 97(6), 541-544. <https://doi.org/10.1002/cpt.93>
- Reiff Ellis, R. (2024, 17 avril). *Indica vs. Sativa: What's the Difference?* WebMD. <https://www.webmd.com/mental-health/addiction/indica-vs-sativa-whats-the-difference>
- Roe, G. (2005). Harm reduction as paradigm: Is better than bad good enough? The origins of harm reduction. *Critical Public Health*, 15(3), 243-250. <https://doi.org/10.1080/09581590500372188>

- Rogeberg, O., Bergsvik, D., Phillips, L. D., Van Amsterdam, J., Eastwood, N., Henderson, G., Lynskey, M., Measham, F., Ponton, R., Rolles, S., Schlag, A. K., Taylor, P. et Nutt, D. (2018). A new approach to formulating and appraising drug policy: A multi-criterion decision analysis applied to alcohol and cannabis regulation. *International Journal of Drug Policy*, 56, 144-152.
<https://doi.org/10.1016/j.drugpo.2018.01.019>
- Room, R. et Cisneros Örnberg, J. (2019). Government monopoly as an instrument for public health and welfare: Lessons for cannabis from experience with alcohol monopolies. *International Journal of Drug Policy*, 74, 223-228. <https://doi.org/10.1016/j.drugpo.2019.10.008>
- Rouhani, S., Zhang, L., Winiker, A. K., Sherman, S. G. et Bandara, S. (2024). Emerging models of de facto drug policy reforms in the United States. *Drug and Alcohol Dependence*, 260, 111341.
<https://doi.org/10.1016/j.drugalcdep.2024.111341>
- Roy-Comeau, M. (2019, 6 novembre). Les magasins illégaux font mal à Cannabis NB. *Acadie Nouvelle*, Actualités, 5.
- Saloner, B., McGinty, E. E., Beletsky, L., Bluthenthal, R., Beyrer, C., Botticelli, M. et Sherman, S. G. (2018). A Public Health Strategy for the Opioid Crisis. *Public Health Reports*, 133(1_suppl), 24S-34S.
<https://doi.org/10.1177/0033354918793627>
- Santé Canada. (2025, 14 mars). *Cultivateurs, transformateurs et vendeurs de cannabis autorisés en vertu de la Loi sur le cannabis*. Gouvernement du Canada. <https://www.canada.ca/fr/sante-canada/services/drogues-medicaments/cannabis/titulaires-licences-demandeurs-industrie/cultivateurs-transformateurs-vendeurs-autorises.html#wb-auto-6>
- Shover, C. L. et Humphreys, K. (2019). Six policy lessons relevant to cannabis legalization. *The American Journal of Drug and Alcohol Abuse*, 45(6), 698-706.
<https://doi.org/10.1080/00952990.2019.1569669>
- Single, E. (1995). Defining harm reduction. *Drug and Alcohol Review*, 14(3), 287-290.
<https://doi.org/10.1080/09595239500185371>
- Société de gestion du cannabis. (2024). *Rapport annuel 2022-2023*. Gouvernement du Nouveau-Brunswick. <https://www2.gnb.ca/content/dam/gnb/Gateways/ABCs/Annual-reports2/ftb-cmc-2022-2023-annual-report-f.pdf>
- Société des alcools du Québec. (2025). *Politique de modération de la SAQ*.
<https://www.saq.com/fr/politique-moderation>
- Société québécoise du cannabis. (2019). *Rapport annuel 2019*. Gouvernement du Québec.
<https://www.sqdc.ca/fr-CA/a-propos/acces-a-l-information/Publications>
- Spithoff, S., Emerson, B. et Spithoff, A. (2015). Cannabis legalization: adhering to public health best practice. *Canadian Medical Association Journal*, 187(16), 1211-1216.
<https://doi.org/10.1503/cmaj.150657>

- Statistique Canada. (2020). *Disponibilité des données de StatsCannabis : prix du cannabis déclarés par les répondants, quatrième trimestre de 2019*. Gouvernement du Canada. https://www150.statcan.gc.ca/n1/fr/daily-quotidien/200123/dq200123c-fra.pdf?st=Z05D807_
- Steinberg, J., Unger, J. B., Hallett, C., Williams, E., Baezconde-Garbanati, L. et Cousineau, M. R. (2020). A Tobacco Control Framework for Regulating Public Consumption of Cannabis: Multistate Analysis and Policy Implications. *American Journal of Public Health*, 110(2), 203-208. <https://doi.org/10.2105/AJPH.2019.305423>
- Stevens, A., Hughes, C. E., Hulme, S. et Cassidy, R. (2022). Depenalization, diversion and decriminalization: A realist review and programme theory of alternatives to criminalization for simple drug possession. *European Journal of Criminology*, 19(1), 29-54. <https://doi.org/10.1177/1477370819887514>
- StratCann. (2024a). *Industry Events*. StratCann. <https://stratcann.com/industry-events/>
- StratCann. (2024b). *Week in Weed – March 23, 2024*. StratCann. <https://stratcann.com/news/week-in-weed-march-23-2024/>
- Sung, M., Erkanli, A., Angold, A. et Costello, E. J. (2004). Effects of age at first substance use and psychiatric comorbidity on the development of substance use disorders. *Drug and Alcohol Dependence*, 75(3), 287-299. <https://doi.org/10.1016/j.drugalcdep.2004.03.013>
- Swedberg, R. (2018). How to use Max Weber’s ideal type in sociological analysis. *Journal of Classical Sociology*, 18(3), 181-196. <https://doi.org/10.1177/1468795X17743643>
- Telegraph-Journal. (2019a, 26 janvier). Lack of product hampers sales at Cannabis NB. *Telegraph-Journal*, A4.
- Telegraph-Journal. (2019b, 9 mai). Minister mulls cannabis NB shakeup. *Telegraph-Journal*, A1.
- Telegraph-Journal. (2019c, 22 mai). Pot suppliers miss targets: data. *Telegraph-Journal*, A1.
- Telegraph-Journal. (2019d, 14 septembre). Province quietly shopping Cannabis NB to private sector. *Telegraph-Journal*, A1.
- The Lancet Global Health. (2025). Harm reduction must replace punitive drug policies. *The Lancet Global Health*, 13(1), e1. [https://doi.org/10.1016/S2214-109X\(24\)00525-4](https://doi.org/10.1016/S2214-109X(24)00525-4)
- the oz. (2024). *2024’s Must-Attend Cannabis Events: Where Culture and Innovation Meet!* the ounce. <https://theounce.ca/cannabis-events/>
- Tweet, M. S., Nemanich, A. et Wahl, M. (2023). Pediatric Edible Cannabis Exposures and Acute Toxicity: 2017–2021. *Pediatrics*, 151(2), e2022057761. <https://doi.org/10.1542/peds.2022-057761>
- Wagenaar, A. C. et Holder, H. D. (1995). Changes in alcohol consumption resulting from the elimination of retail wine monopolies: results from five U.S. states. *Journal of Studies on Alcohol*, 56(5), 566-572. <https://doi.org/10.15288/jsa.1995.56.566>

- Waugh, A. (2021, 1^{er} décembre). « Private » Cannabis NB stores coming to province. *Telegraph-Journal*, A1.
- Whitehill, J. M., Trangenstein, P. J., Jenkins, M. C., Jernigan, D. H. et Moreno, M. A. (2020). Exposure to Cannabis Marketing in Social and Traditional Media and Past-Year Use Among Adolescents in States With Legal Retail Cannabis. *Journal of Adolescent Health*, 66(2), 247-254.
<https://doi.org/10.1016/j.jadohealth.2019.08.024>
- Wuttke, A., Schimpf, C. et Schoen, H. (2020). When the Whole Is Greater than the Sum of Its Parts: On the Conceptualization and Measurement of Populist Attitudes and Other Multidimensional Constructs. *American Political Science Review*, 114(2), 356-374.
<https://doi.org/10.1017/S0003055419000807>
- Zhu, F. et Zhang, X. (2010). Impact of Online Consumer Reviews on Sales: The Moderating Role of Product and Consumer Characteristics. *Journal of Marketing*, 74(2), 133-148.
<https://doi.org/10.1509/jm.74.2.133>