

# REPORTAGE

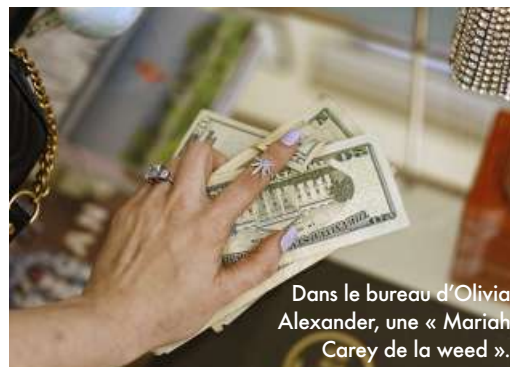
Cannabal City, à Los Angeles, un dispensaire géant de soins médicaux à base de marijuana.



## LES REINES DU CANNABUSINESS

LA RÉCENTE LÉGALISATION DU CANNABIS EN CALIFORNIE A OUVERT LA VOIE À UNE INDUSTRIE FLORISSANTE DANS LAQUELLE LES FEMMES ONT UNE PLACE DE CHOIX. REPORTAGE AU PAYS DE L'OR VERT.

PAR JACKY GOLDBERG PHOTOGRAPHE PATRICK FRASER



Dans le bureau d'Olivia Alexander, une « Mariah Carey de la weed ».

Le kit détente d'Olivia Alexander et ses vapo-teuses bling-bling.





**C'est une statistique étonnante de prime abord** : 36 % des postes de direction dans les entreprises américaines qui cultivent, testent ou commercialisent du cannabis seraient occupés par des femmes, selon une étude menée en 2015. Un chiffre qui monte jusqu'à 50 % dans les secteurs de l'industrie élaborant des aliments et produits dérivés de la plante, et à 63 % dans les laboratoires d'essais. Sachant que la moyenne générale de femmes cadres dirigeantes dans les entreprises de taille moyenne aux États-Unis est de seulement 22 %, il y a là un fait à creuser. Et, parmi ces start-up vertes, bon nombre ne cachent pas qu'elles visent en priorité un marché féminin. Quelque chose se passe de l'autre côté de l'Atlantique dont on n'a pas forcément conscience en France, où les débats sur la légalisation du cannabis sont encore timides.

Pour comprendre le phénomène, il faut se rendre en Californie. Après y avoir été autorisé dans un cadre thérapeutique (dès 1996), le cannabis y a été légalisé par référendum pour usage récréatif le 8 novembre dernier. L'État le plus peuplé d'Amérique devrait ainsi devenir la capitale de la « weed », détrônant le Colorado, qui a mis fin à la prohibition en 2014. Avec, à la clé, un marché de plusieurs milliards de dollars et des recettes fiscales à l'avenant. Emily Paxhia, P-DG du fonds d'investissement Poseidon Asset Management, dévolu aux entreprises liées au commerce de l'herbe, explique ainsi la féminisation de cette industrie : « Comme dans toute activité nouvelle, rien n'est figé et aucun plafond de verre n'existe encore. N'importe qui avec une bonne idée peut créer sa boîte. Par ailleurs, c'est un milieu naturellement progressiste et aventureux qui laisse davantage de place aux femmes. »

L'industrie du cannabis bénéficie également d'un changement d'image. « On a longtemps associé la plante au type stone affalé sur son canapé, à la productivité faible et à

la propreté douteuse, explique Pamela Hadfield, P-DG de HelloMD, une société qui propose des consultations médicales en ligne. Désormais, c'est un produit qui est entré dans la catégorie bien-être, et dont l'efficacité pour traiter certains symptômes (migraine, épilepsie, anxiété...) est bien documentée. Certaines variétés (dites indica) relaxent et endorment, d'autres (dites sativa) ont tendance à réveiller et stimulent la créativité et la sociabilité. » La weed à papa serait donc en train de disparaître au profit d'un produit plus sophistiqué et pas forcément centré sur la fumette : il existe de nos jours une infinité de modes de consommation, dont beaucoup s'adressent plus particulièrement aux femmes, du smoothie au cookie, du produit pour le bain à la vapoteuse (lire les portraits). « Nous avons des clientes de tout âge, de toutes origines sociales et avec des envies très différentes », se réjouit Berrin Noorata, directrice marketing de Marley Natural, entreprise sponsorisée par la famille du chanteur jamaïcain. Avec KiteClub, Ophir Adar propose, elle, un style de vie mêlant « élégance, contrôle et piquant » aux femmes CSP+ qui désirent un « petit boost dans la journée ». La stigmatisation tendrait ainsi à s'atténuer. « Il faut que ça reste un produit pour adulte, à la consommation mesurée, mais fumer un joint devrait être comme boire un verre de vin », plaide, pour sa part, Jane West, fondatrice de Women Grow, un réseau d'aide et d'information pour les nombreuses femmes souhaitant monter leur business dans ce secteur.

Un gros nuage menace cependant le ciel joliment enfumé de l'Amérique. Au niveau fédéral, en effet, le cannabis reste illégal aux États-Unis, mais toléré (lire l'encadré page suivante). Avec le président Donald Trump, tout pourrait changer... et le cannabis, partir du jour au lendemain en fumée. Ce qui n'empêche pas cinq femmes entrepreneures de croire dur comme fer au « miracle vert » et à l'avenir de cette industrie. Portraits.

## OLIVIA ALEXANDER LA DIVA DE LA WEED

Situé dans un petit pâté de maisons de Culver City, au sud de Los Angeles, son bureau ne paie pas de mine. Et il est interdit d'y fumer dans les parties communes qu'elle partage avec des psys. C'est pourtant bien là qu'Olivia Alexander, 28 ans, pilote son entreprise — une des plus en vue du cannabis. Cette femme qui revendique le glamour et l'excès se fait appeler Kush Queen (qui est aussi le nom de son produit phare : une vapoteuse recouverte de cristaux Swarovski). Originnaire d'un bled paumé de Louisiane, traînée dès l'âge de 2 ans par sa mère dans les concours de beauté, repérée par un agent à 6 ans et envoyée à L.A. pour devenir actrice, sous Prozac à 12 ans, Olivia nous explique comment le cannabis lui a sauvé la vie : « J'ai pu arrêter les anxiolytiques. Le cannabis me régule et paie mes traites ! » En plus de son commerce d'herbe, elle vient d'ouvrir une agence de com spécialisée, The Third Eye Agency. Son dernier coup ? Un kit détente qui contient un vaporisateur bien-être pour le bain, un carré de chocolat et un petit joint. ○ ○ ○

# REPORTAGE

LES REINES DU CANNABUSINESS

## MOLLY PECKLER L'ENTREMETTEUSE VERTE

À Huntington Beach, dans l'Orange County (banlieue très riche et conservatrice de Los Angeles), se tient en ce samedi de janvier un évènement d'un genre particulier : un « singles speakeasy », qu'on pourrait traduire par « rencontre clandestine de célibataires ». Ce qui se cache derrière les rideaux opaques de la galerie d'art louée par Molly Peckler n'a pourtant rien d'illégal, ni de très licencieux d'ailleurs. Quelques dizaines de cœurs esseulés s'y rencontrent comme dans n'importe quel bar ; sauf qu'ici, moyennant une participation (70 dollars) et un certificat médical (qu'on peut se procurer sur place, en jurant à un médecin, via Skype, qu'on a très très mal au dos), on peut consommer autant de cannabis que l'on veut. Sous toutes ses formes — joint, cigarette électronique, mocktail infusé, space donut — et en open bar ! Molly, ancienne entremetteuse professionnelle de 32 ans, explique qu'il n'y a « pas de meilleur lubrifiant social ». Lorsqu'elle n'organise pas de « weed dating », elle offre à ses clients des services individualisés de coaching en séduction. Sa société s'appelle Highly Devoted (« hautement dévoué »). Pour ceux qui n'ont pas peur du « high ».



Du joint médical aux produits dérivés, c'est open bar aux soirées « weed dating » de Molly Peckler.



## KAMALA MATHIS LA YOGI SOUS INFLUENCE

Pour se rendre à son fameux cours de yoga galactica, il faut serpenter dans les collines de Hollywood, jusqu'à arriver à l'Alchemy Castle, une demeure vaste quoiqu'un peu décatie, où Billy Wilder aurait presque pu filmer son « Boulevard du crépuscule ». C'est là que Kamala Mathis et son compagnon Siri Khalsa donnent rendez-vous, tous les mardis soir, à la soixantaine de clients venus apprécier les bienfaits du yoga sous influence. « Le cannabis nous ouvre des horizons cosmiques », explique cette ancienne danseuse de feu et adepte du Burning Man, âgée de 45 ans mais qui en paraît quinze de moins. Convaincue des valeurs médicinales de la plante, Kamala préfère tout de même séparer cette passion du reste de son activité professionnelle, de peur d'être stigmatisée : « J'ai une société d'événementiel, et tous mes clients ne sont pas à l'aise avec le cannabis. Je ne veux pas leur imposer ma philosophie de vie. »

## LE CANNABIS ET LA LOI AUX ÉTATS-UNIS

**La loi.** Le cannabis est classé depuis 1970 dans la liste 1 des substances dangereuses, comme l'héroïne, ce qui le rend illégal au niveau fédéral. En 2014, cependant, sous Obama, une directive, le Cole Memo, précise aux forces fédérales (police, justice) qu'elles ne doivent plus faire respecter cette loi (sans pour autant l'abroger), laissant à chaque État la prérogative de faire ce que bon lui semble en la matière. En somme, les lois existent mais ne sont pas appliquées.

**La situation État par État.** Depuis le 9 novembre 2016, le cannabis

est légal, au même titre que l'alcool, dans 9 États (dont la Californie, le Colorado et le Massachusetts) ; il est légal uniquement à des fins médicales dans 19 États (avec en réalité très peu de restrictions) ; parmi les autres, seuls 5 États pratiquent une prohibition active.

**Sous l'ère Trump.** Le Cole Memo peut être annulé d'un trait de plume par le nouveau Président. Le 23 février, le porte-parole de la Maison-Blanche a déclaré que l'usage récréatif serait à nouveau interdit par les forces fédérales. Une bataille juridique homérique s'annonce...

10 MARS 2017

PATRICK FRASER

# REPORTAGE

LES REINES DU CANNABUSINESS

10 MARS 2017



## CHERYL SHUMAN LA SOCIALITE ENFUMÉE

Dans le milieu, elle est connue comme le loup blanc. Fondatrice du mythique Beverly Hills Cannabis Club, cette blonde en stilettos s'est construit en dix ans à peine une sérieuse renommée, à la fois comme dealer des stars, organisatrice de soirées (le réveillon de Snoop Dogg est son dernier fait d'armes) et surtout comme intermédiaire, ou plutôt « business developer ». « J'étais la première femme sur ce marché, je connais tout le monde et je suis la meilleure pour lancer une marque », clame-t-elle. De son club à proprement parler, nous ne verrons rien, hélas (« mes clients sont célèbres et paient cher leur tranquillité »), et c'est dans un dispensaire\* avec lequel elle travaille qu'elle nous a donné rendez-vous. Elle y arrive en coupé Mercedes noir et, sitôt descendue, une cour masculine aux petits soins vient l'accueillir. De l'extérieur, le Cannabal City n'est qu'un banal entrepôt situé dans un ancien quartier industriel reconverti en paradis pour galeristes. Mais, une fois à l'intérieur, nous sommes conduits dans le saint des saints : la plantation indoor, avec lumière et irrigation artificielles. Cheryl y est traitée comme une reine. Avocate du cannabis médical depuis que celui-ci, affirme-t-elle, l'a sauvée d'un cancer il y a dix ans (« c'est maintenant prouvé par de nombreuses études que le CBD\*\* détruit les cellules cancéreuses »), elle est désormais hors du « green closet », ce placard de la honte des fumeurs de joints. Elle mène ainsi son bateau avec sa fille Aimee, et un sens indéniable du storytelling.

\* Nom donné aux entreprises autorisées à faire pousser et à commercialiser du cannabis médical.

\*\* Le CBD est l'un des 400 principes actifs du cannabis qui, contrairement à la THC, n'est pas psychotrope.

Cannabal City, Los Angeles.



De l'herbe à toutes les sauces.



La barre énergétique de Betty Khronic.



## BETTY KHRONIC LA FEMME À LA BARRE

Ce n'est pas la première association qui viendrait à l'esprit, pourtant, Betty Khronic croit dur comme fer à la possibilité de combiner sport et cannabis. Cette ancienne athlète cubano-floridienne de 28 ans a ainsi mis au point une barre énergétique on ne peut plus saine (bio, raw, vegan, sans additifs...) qui contient des extraits de cannabis. Serait-ce du dopage ? « Le cannabis permet de mieux récupérer et d'atténuer la douleur, donc éventuellement de booster ses capacités. Ce n'est pas dans un objectif de performance que j'ai conçu ce produit, mais plutôt de bien-être », argue-t-elle. L'agence antidopage américaine ne l'entend cependant pas de cette oreille et en a formellement interdit la consommation pendant les compétitions. Betty, de son vrai nom Katina, fut ainsi exclue, il y a quelques années, de la NCAA (la fédération du sport universitaire) à cause d'une photo où on la voyait fumer. Convaincue qu'il n'y a pas de mal à se soulager avec des produits 100 % naturels, elle milite donc pour une utilisation rationnelle du cannabis avec son slogan « Raise the bar higher » (élevez la barre plus haut). ■



PATRICK FRASER