

BAROMETRE DE LA PUBLICITE SUR LES LIEUX DE VENTE

PRODUITS DU TABAC ET DE LA NICOTINE

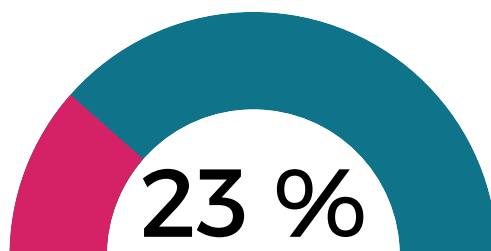
Les résultats présentés ci-dessous s'appuient sur **90 visites de 69 bureaux de tabac, 15 enseignes de vapotage et 1 autre lieu de vente (Enseigne de réparation de téléphonie)** entre octobre et décembre 2025 dans plusieurs villes françaises. Lors de ces observations sur site[1], sont plus particulièrement relevées les **infractions à la réglementation des publicités sur le lieu de vente**, en faveur des produits du tabac, du vapotage, et tout élément relatif aux autres produits de la nicotine (sachets, perles et bandelettes).

Sachets de nicotine : une commercialisation illégale chez les buralistes

89 % des buralistes visités proposent à la vente des sachets de nicotine, principalement des marques VELO (British American Tobacco), Nordic spirit (Japan Tobacco) et ZYN (Philip Morris, alors que ces produits ne sont pas autorisés sur le marché français. Malgré ce cadre, les fabricants déploient des stratégies marketing offensives, caractérisées par des produits fortement dosés en nicotine, des arômes aux dénominations attractives et des emballages rappelant l'univers de la confiserie, contribuant à leur attractivité auprès d'un public jeune.



[1] L'échantillon de lieux de vente observés ne prétend pas être représentatif de l'ensemble du réseau national. Il présente néanmoins une diversité géographique et commerciale qui permet d'illustrer de manière significative les stratégies marketing déployées par les fabricants dans des points de vente jugés stratégiques, notamment en matière de visibilité et de proximité avec des publics ciblés.



UN TIERS DES BURALISTES VISITÉS FONT DE LA PUBLICITÉ ILLICITE POUR LE TABAC CHAUFFÉ IQOS

Sur les 69 bureaux de tabac visités au cours de la période, **16 affichaient des publicités illicites pour le dispositif de tabac chauffé IQOS**, soit **23%** des débits concernés, un chiffre en baisse qui demeure conséquent. Au regard de la loi, **les produits IQOS ne peuvent faire l'objet d'aucune publicité**, y compris sur le lieu de vente. L'ensemble des procédés publicitaires relevés en faveur d'IQOS est donc illicite et ces publicités devraient être enlevées par les commerçants.

ARRIVÉE ET DIFFUSION CROISSANTE DE LA MARQUE DE VAPOTAGE JNR DANS LES LIEUX DE VENTE

Depuis plusieurs mois, les lieux de vente voient l'arrivée marquée d'une nouvelle marque de dispositifs de vapotage, JNR (Just No Reason), accompagnée d'une forte visibilité promotionnelle et de nombreuses offres commerciales. Présentée comme originaire des États-Unis, la marque décline une gamme étendue de cigarettes électroniques rechargeables ou semi-rechargeables, certains modèles ne pouvant être rechargés qu'un nombre limité de fois en e-liquide. Le design de ces produits se distingue par des visuels particulièrement colorés et attractifs, mobilisant des codes graphiques issus de la culture populaire et de l'univers des comics. Plusieurs références affichent des capacités très élevées, pouvant aller jusqu'à 33 000 bouffées, tandis que certains dispositifs intègrent des fonctionnalités numériques avancées, telles qu'un écran ou des assistants dits "intelligents" comme ChatGPT.



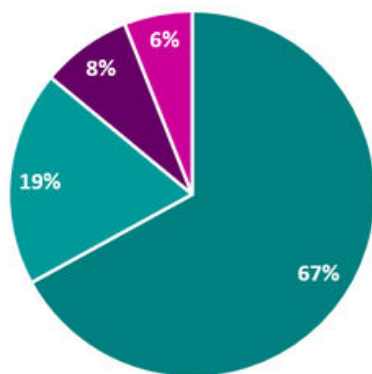
TABAC : CE QUE DIT LA LOI

Par principe, **il ne peut pas être fait de publicité, sous quelle que forme que ce soit, en faveur du tabac**. Les produits du tabac sont considérés comme tels même s'ils sont partiellement composés, de tabac. On entend donc par produits du tabac : les cigarettes, le tabac à rouler, le tabac à pipe, le tabac à pipe à eau, les cigares, les cigarillos, le tabac à mâcher, le tabac à priser, le tabac à usage oral ainsi que les nouveaux produits à base de tabac chauffé. À cela s'ajoutent les ingrédients comme le papier à rouler ou les filtres également inclus dans le champ de l'interdiction de toute publicité.

Jusque janvier 2016, il était possible de faire de la publicité pour les produits du tabac par le biais d'affichettes non visibles depuis l'extérieur des débits de tabac. Depuis lors, **la publicité pour le tabac est totalement interdite dans les lieux de vente** (cf article L 3512-4 du Code de la santé publique).

94 %

Les résultats montrent que la réglementation très stricte encadrant la publicité pour les produits du vapotage sur le lieu de vente **reste largement inappliquée**. En effet, 80 des 85 lieux de vente du panel visité avaient des publicités non conformes et illicites. Il s'agissait en effet de formats distincts d'une affichette et de publicités visibles de l'extérieur.



- Débits dont la publicité concernent les produits de fabricants de tabac et les fabricants indépendants
- Débits dont la publicité concernent les produits des fabricants indépendants
- Débits dont la publicité concernent les produits de fabricants de tabac
- Débits où aucune publicité n'a été relevée

MARQUES FAISANT LE PLUS DE PUBLICITES ILLICITES SUR LES LIEUX DE VENTE



Pour le douzième trimestre consécutif, British American Tobacco demeure le fabricant le plus fréquemment en infraction en matière de publicité en faveur des produits du vapotage sur les lieux de vente. Sa marque Vuse faisait l'objet de promotions illicites dans **46 commerces sur 85 visités**, soit 54 % des points de vente. Sa marque de sachets de nicotine Velo était également visible dans **42 commerces**, soit 49 % des cas.

Philip Morris France occupe quant à lui la troisième place, avec des publicités pour sa marque de cigarette électronique VEEV relevées dans **35 lieux**, soit 41% des lieux visités.

BRITISH AMERICAN TOBACCO : PERSISTANCE DE PRATIQUES PROMOTIONNELLES INTERDITES DANS LES POINTS DE VENTE

British American Tobacco poursuit des actions promotionnelles dans les points de vente, notamment via des tests gratuits de dispositifs de vapotage et des offres commerciales associées. Le fabricant a en revanche cessé la promotion de ses sachets de nicotine VELO, dans un contexte marqué par le rappel de l'illégalité de la commercialisation de ces produits. British American Tobacco a également fait évoluer sa communication vers une charte graphique plus sobre, à la suite de sa condamnation pour publicité illicite en faveur du vapotage, engagée par le CNCT sur son site Internet.



Ces pratiques de démarchage commercial et de promotion dans les lieux de vente de tabac restent strictement interdites par la législation française et illustrent des pratiques constantes de violation des textes en vigueur.

VAPOTAGE : CE QUE DIT LA LOI?

En matière de publicités, le principe qui prévaut est celui d'une interdiction généralisée de toute publicité, promotion en faveur des produits du vapotage. **Seules sont autorisées, à l'intérieur des lieux de vente, des affichettes relatives aux cigarettes électroniques et à leurs flacons de recharge, non visibles de l'extérieur** (Article L 3513-4 ; 3 CSP).

Ne sont donc pas autorisées les publicités sur le lieu de vente (PLV) telles que les présentoirs placés au niveau des caisses ou dans la vitrine, visibles de l'extérieur, écrans placés à l'extérieur, stickers présentant le produit, affiches de grande taille visibles de l'extérieur...).

PUBLICITÉS EMBLÉMATIQUES RELEVÉES SUR LES LIEUX DE VENTE

