

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 63 bureaux de tabac, 12 enseignes de vapotage et 2 autres lieux de vente (kiosque et GIFI)** entre janvier et mars 2024 dans 8 villes de France. Lors de ces observations sur site, 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 et billes).

DES COMMERCIAUX FONT TESTER DES PRODUITS DU VAPOTAGE DANS LES DEBITS

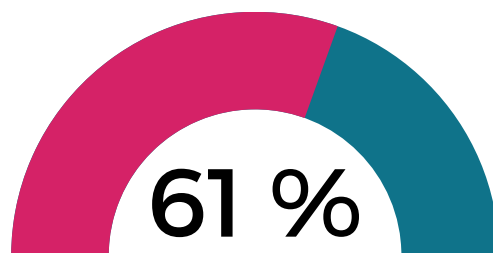
La présence de commerciaux des principaux fabricants de tabac a été relevée dans certains lieux de vente. Ces commerciaux proposent d'essayer gratuitement leurs produits du vapotage à l'intérieur des bureaux de tabac.

TABAC CHAUFFÉ : UNE MAJORITE DE BURALISTES RESTENT EN INFRACTION

Six buralistes sur dix continuent à faire de la publicité pour le dispositif de tabac chauffé IQOS. Ces derniers mettent en avant des meubles publicitaires pour la marque et ne respectent pas la neutralité des linéaires en mettant en avant les recharges de tabac Heets.



Les industriels du tabac, et en particulier British American Tobacco et Philip Morris France restent les plus actifs dans les lieux de vente à travers de **nombreuses publicités et offres promotionnelles pourtant prohibées**. Les deux fabricants instrumentalisent la notion de réduction des risques en affirmant que leurs produits (tabac chauffé, produits du vapotage et sachets de nicotine) sont **moins nocifs que les cigarettes manufacturées** et en ciblant un public jeune jusqu'alors non consommateur.



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

Sur les 63 bureaux de tabac visités sur la période, **39 affichaient des publicités illicites pour le dispositif de tabac chauffé IQOS**, soit 61% des débits concernés, un chiffre similaire à la précédente édition. 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.

IMPERIAL BRANDS DEPLOIE DES COMMERCIAUX DANS LES BUREAUX DE TABAC

En retrait ces derniers mois par rapport à ses concurrents Philip Morris France et British American Tobacco, Imperial Brands réaffirme sa présence dans les lieux de vente en **déployant des commerciaux qui font essayer gratuitement des produits du vapotage** de sa marque MyBlu à l'intérieur même du débit. Pourtant, il est interdit de consommer tout produit du tabac ou du vapotage dans le débit de tabac. Le fabricant propose également des offres promotionnelles (e-cigarette offerte lors de l'achat de recharges) et des produits gratuits. De plus, aucune preuve de la majorité du client n'est requise lors du test du produit.



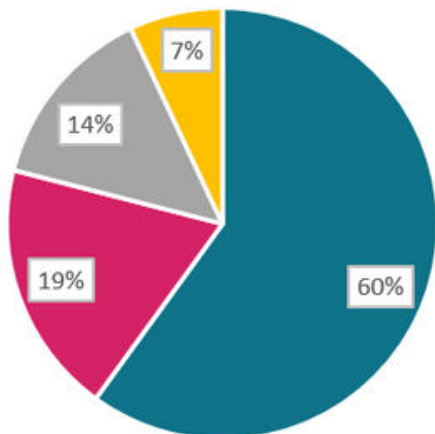
TABAC : CE QUE DIT LA LOI

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).

93 %

Les résultats montrent que la limitation très stricte de la publicité pour le vapotage sur le lieu de vente **reste largement inappliquée**. En effet 93% des lieux de vente du panel visité avaient des publicités non-conformes et illicites.



- Débts dont les PLV concernent les produits de vapotage des fabricants de tabac
- Débts dont les PLV concernent les produits de vapotage des fabricants indépendants
- Débts dont les PLV concernent les produits de vapotage des fabricants de tabac et indépendants
- Débts où aucune PLV n'a été relevée

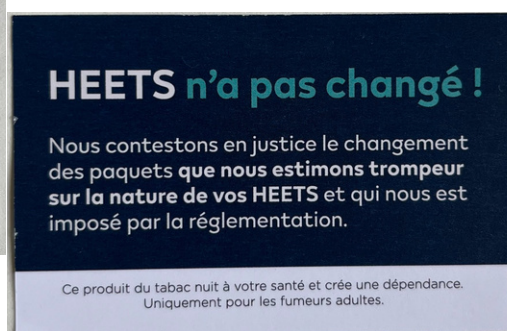
MARQUES FAISANT LE PLUS DE PUBLICITES ILLICITES SUR LES LIEUX DE VENTE



British American Tobacco reste, pour le huitième trimestre consécutif, **le fabricant commettant le plus d'infractions au niveau des publicités** en faveur des produits du vapotage dans les lieux de vente visités. Sa marque VUSE était en infraction dans **53 des 77 commerces** (69%) et sa marque de sachets de nicotine VELO dans **38 des 77 commerces** (49%) visités. Pour la première fois, le fabricant français E-CG arrive à la troisième place du podium avec des publicités relevées dans **36 des 77 lieux visités** (47%) pour ses e-liquides.

PHILIP MORRIS DÉPLOIE UNE CAMPAGNE DE LOBBYING CHEZ LES BURALISTES

Alors que la transposition de la directive européenne impose l'apposition d'avertissements sanitaires sur les paquets de tabac à chauffer, Philip Morris France s'est opposé à cette mesure, par un lobbying auprès des parlementaires, mais également en insérant dans les paquets de ses recharges de tabac HEETS, des messages avertissant le fumeur que la nature du produit n'a « pas changé ». Le cigaretteur communique par ailleurs sur, ce qu'il qualifie de « caractère trompeur de cette nouvelle réglementation ». En réalité, le fabricant continue de promouvoir son produit de tabac à chauffer en affirmant qu'il est moins nocif que les cigarettes manufacturées car ce dernier serait « sans combustion ». À cet égard, Philip Morris a remplacé sa dénomination « d'alternatives sans combustion » par « produits sans combustion » sur les lieux de vente.



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) présentées ici (présentoirs placés au niveau des caisses ou dans la vitrine, visibles de l'extérieur, écriteaux placés à l'extérieur, stickers présentant le produit, affiches de grande taille visibles de l'extérieur...).

PUBLICITÉS EMBLÉMATIQUES RELEVÉES SUR LES LIEUX DE VENTE

