

BAROMETRE DE LA PUBLICITE SUR LES LIEUX DE VENTE

PRODUITS DU TABAC ET DE LA NICOTINE

Les résultats présentés ci-dessous s'appuient sur **95 visites de 61 bureaux de tabac et 14 enseignes de vapotage différents** entre janvier et mars 2023 dans plusieurs villes de France. Lors de ces observations sur site, sont plus particulièrement relevées les **infractions relatives aux réglementations des publicités sur le lieu de vente (PLV)** en faveur des produits du tabac, du vapotage et des sachets de nicotine.

63% BURALISTES FONT DE LA PUBLICITE POUR DU TABAC

La majorité des débits contrôlés ne respecte toujours pas la **législation concernant l'interdiction de la publicité pour le tabac** (cf. la série de publicités illicites relevées ci-dessous et en page 2).

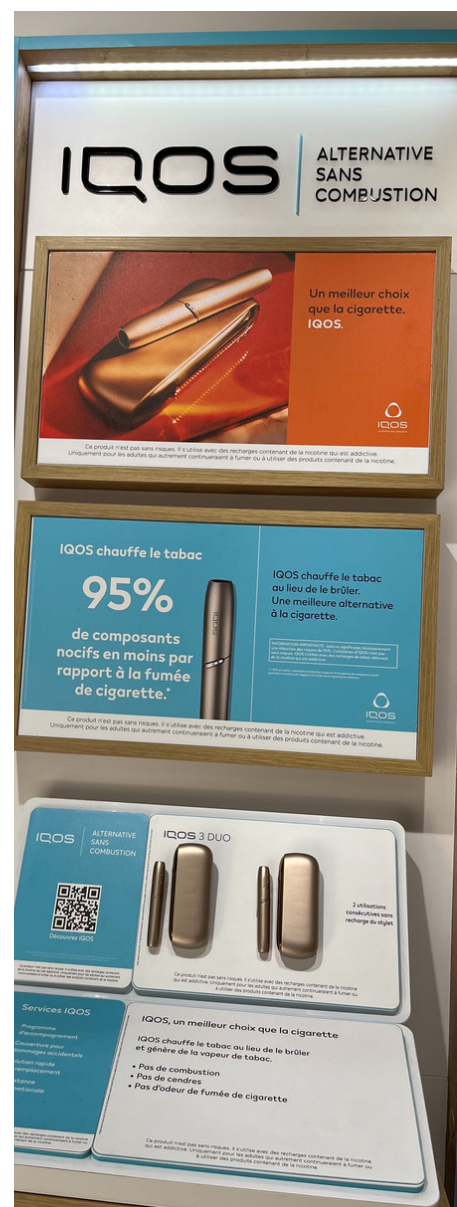
PHILIP MORRIS ELARGIT SON PORTEFEUILLE DE PRODUITS AVEC SA PUFF VEEBA

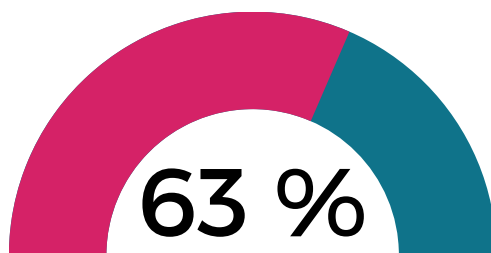
Philip Morris France a dévoilé en mars dernier sa nouvelle cigarette électronique jetable: la **VEEBA**. Cette dernière fait l'objet d'un marketing soutenu chez les buralistes, à travers de nombreuses nouvelles publicités illicites.



Dans la continuité des précédentes éditions du baromètre, le CNCT continue de relever **de nombreuses campagnes publicitaires d'ampleur et illicites en faveur du tabac chauffé et des produits du vapotage**, aussi bien chez les buralistes que dans les enseignes spécialisées de vapotage.

Les **puffs restent très populaires** puisque des actions de communication tendant à les mettre en avant ont été constatées dans **83% des lieux visités**. Aussi, de nouveaux produits ont fait leur apparition et se vendent dans de plus en plus de bureaux de tabac : les **sachets de nicotine**.





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

Sur les 61 bureaux de tabac visités sur la période, **39 affichaient des publicités illicites pour le dispositif de tabac chauffé IQOS**, soit 63% des débits concernés. 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 en faveur d'IQOS relevés sont **donc illicites et ces publicités devraient être enlevées par les commerçants**.

UNE PRÉSENCE D'IQOS MARQUÉE ET EXCLUSIVE CHEZ LES BURALISTES

Si une majorité de débits de tabac continue de faire illégalement la **promotion active du dispositif de tabac chauffé IQOS**, les campagnes marketing pour ce produit n'ont pas été renouvelées au premier trimestre 2023. Pour cause, Philip Morris France a agrandi son portefeuille de produits en mettant sur le marché **sa nouvelle cigarette électronique jetable : la VEEBA**. Le fabricant a progressivement ôté le terme « tabac » de ses communications avec son dispositif IQOS pour le remplacer par « **alternatives sans combustion** », permettant d'y intégrer ses deux produits de cigarette électronique. **Philip Morris commercialise ainsi ses trois produits sous l'appellation « alternatives sans combustion »** dans les lieux de vente en les présentant comme équivalents afin d'induire une confusion chez les consommateurs.



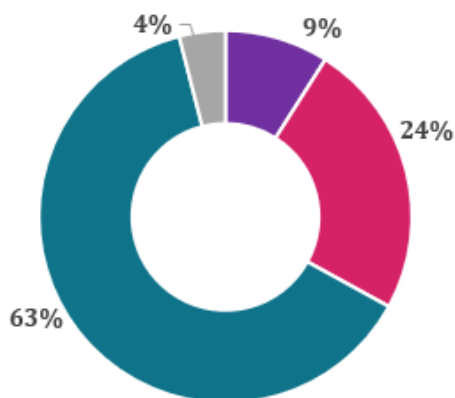
TABAC : CE QUE DIT LA LOI

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).

96 %

Sur les 75 lieux de ventes visités, **72 (soit 96% des débits concernés)** avaient des publicités illicites pour les produits du vapotage (produits de l'industrie du tabac et de fabricants indépendants confondus).



- PLV uniquement pour les produits de l'industrie du tabac
- PLV uniquement pour les produits de fabricants indépendants
- PLV pour les produits de fabricants de tabac et indépendants
- Aucune publicité relevée sur le lieu de vente

PUBLICITES ILLICITES POUR LE VAPOTAGE LES PLUS PRESENTES SUR LES LIEUX DE VENTE VISITES



British American Tobacco reste, pour le quatrième 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. Celles-ci concernent sa marque VUSE : **49 des 75 commerces (65%)** présentaient des publicités non conformes. Philip Morris est le deuxième fabricant à avoir commis le plus d'infractions au cours de la période étudiée en lien avec les publicités pour sa nouvelle cigarette électronique VEEV (uniquement vendue chez les buralistes dont **62% présentaient des publicités non conformes**). Quant à la marque "Wpuff" de Liquideo, **50% des commerces visités présentaient des publicités non conformes** pour cette marque.

DES PUBLICITÉS AXÉES MAJORITAIREMENT SUR LA DIVERSITÉ DES ARÔMES ET LES PRIX

Que ce soit pour les cigarettes électroniques jetables, à pods ou à système ouvert, que ce soit chez les buralistes ou les enseignes spécialisées de vapotage, une majorité des publicités pour les produits du vapotage ont pour thématique la **diversité des arômes** ou présentent des **offres promotionnelles** (rabais et tarifs dégressifs), ce qui est interdit.



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...).



BRITISH AMERICAN TOBACCO VEND SES SACHETS DE NICOTINE "VELO" EN FRANCE



Le fabricant de tabac British American Tobacco (BAT) a commencé à vendre sa marque de sachets "VELO" en France, d'abord sur Internet et plus récemment dans les bureaux de tabac.

BAT décrit VELO comme une **"alternative discrète sans tabac"** et insiste sur la possibilité de **consommer le produit n'importe où et n'importe quand**, contrairement aux autres produits du tabac et du vapotage.

Les sachets de nicotine profitent d'un flou juridique autour des nouveaux produits de la nicotine. En effet, les fabricants des produits du tabac et du vapotage ont l'obligation de déclarer certaines informations relatives à la composition, aux émissions, à la toxicité ou encore au volume de ventes de leurs produits avant de les commercialiser à l'**Agence Nationale Sécurité Sanitaire Alimentaire Nationale (ANSES)**. Ainsi, on retrouve l'ensemble des informations relatives aux produits du tabac et du vapotage sur le site de l'ANSES mais aucune sur les sachets de nicotine actuellement vendus en France.

Ces sachets de nicotine font partie des nouveaux produits sans fumée activement promus par l'industrie du tabac, dans un contexte où les cigarettes manufacturées sont en déclin.