

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, 10 enseignes de vapotage et 3 autres lieux de vente (kiosques et GIF)** entre octobre et décembre 2023 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).

APPOSITION D'AVERTISSEMENTS SANITAIRES SUR LE TABAC CHAUFFÉ

Depuis le 23 octobre 2023, les **avertissements sanitaires sont obligatoires** sur les recharges de tabac chauffé. Rendues moins visibles dans les linéaires, les recharges sont désormais mises en avant via des étiquettes sur les arômes disponibles.

LES SACHETS DE NICOTINE VELO OMNIPRESENTS DANS LES LIEUX DE VENTE

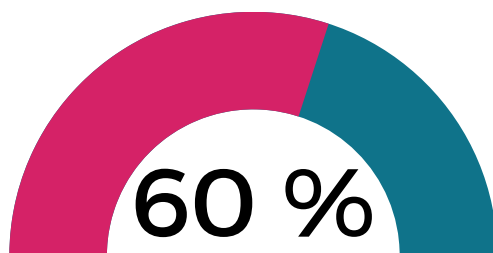
Plus de **60% des lieux de vente** visités vendent et font la promotion des sachets de nicotine VELO à travers de nombreuses PLV (écran animés, affiches, présentoirs), mettant toujours l'accent sur la **consommation discrète** du produit et ses nombreux arômes.



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

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, **38 affichaient des publicités illicites pour le dispositif de tabac chauffé IQOS**, soit 60% 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.

BRITISH AMERICAN TOBACCO RENFORCE SA PRÉSENCE DANS LES GARES ET AÉROPORTS

Le fabricant British American Tobacco (BAT) continue d'équiper les points Relay des gares et aéroports en France de **supports publicitaires illicites** (cf photos ci-dessous), faisant la promotion de ses dispositifs de vapotage (VUSE) et de ses sachets de nicotine (VELO).

Le fabricant place ses deux produits au même niveau de risque sanitaire avec un **argumentaire focalisé sur la notion de réduction des risques** et la possibilité de consommer les sachets de nicotine en tout lieu et à tout moment



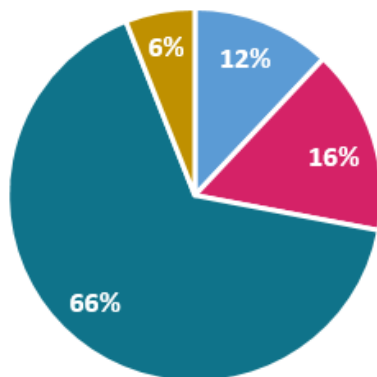
TABAC : CE QUE DIT LA LOI

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 publicité très encadrée pour le vapotage **reste largement inappliquée** puisque 94% des lieux de vente du panel visité avaient des publicités non-conformes et illicites.



- Débits dont les PLV concernent uniquement les produits du vapotage de l'industrie du tabac
- Débits dont les PLV concernent uniquement les produits du vapotage de fabricants indépendants
- Débits dont les PLV concernent à la fois les produits du vapotage de l'industrie du tabac et des fabricants indépendants
- Débits dans lesquels aucune PLV n'a été relevée.

PUFF 9K : DES CAPACITÉS DE LIQUIDE TOUJOURS PLUS IMPORTANTES

Uniquement disponibles sur Internet dans un premier temps, ces dispositifs à grande capacité (**9 000 / 10 000 bouffées** soit 20x plus que les premiers modèles de puffs) se retrouvent désormais dans les lieux de vente. Présentées dans des packagings colorés, des leds multicolores qui s'allument à mesure qu'on les consomme et des arômes attractifs, ces cigarettes électroniques jetables peuvent contenir jusqu'à **20mg/ml de nicotine**.

Pensées de manière à être **consommées facilement** et sur une **période rallongée**, ces produits posent un **risque important d'entrée dans l'addiction à la nicotine chez les adolescents**, principales cibles de ces dispositifs.



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



British American Tobacco reste, pour le septième 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 **55 des 76 commerces** (72%). **Philip Morris est le deuxième fabricant à avoir commis le plus d'infractions** pour ses deux produits du vapotage VEEV : la cigarette électronique à pods et sa cigarette électronique jetable avec 43% des lieux de vente visités qui présentaient des affiches publicitaires non-conformes. Pour la deuxième fois, la marque de puff **Elfbar (fabricant chinois IMIRACLE) rejoint les fabricants commettant le plus d'infractions** avec 33% des lieux de vente visités qui présentaient des publicités non-conformes.



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...).