

BAROMETRE DE LA PUBLICITE SUR LES LIEUX DE VENTE

PRODUITS DU TABAC ET DE LA NICOTINE

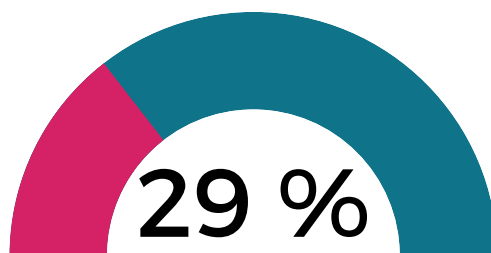
Les résultats présentés ci-dessous s'appuient sur **90 visites de 75 bureaux de tabac, 9 enseignes de vapotage et 2 autres lieux de vente (Gifi et MaxiBazar)** entre juillet et septembre 2025 dans plusieurs villes françaises. Lors de ces observations sur site[1], sont plus particulièrement relevées les **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 et billes).

NORDIC SPIRIT, LA MARQUE DE SACHETS DE NICOTINE DE JAPAN TOBACCO ARRIVE EN FRANCE

Après Philip Morris et ses sachets Zyn, récemment apparus en France, c'est désormais au tour de Japan Tobacco International (JTI) de se positionner sur le marché des produits oraux nicotinés en France avec **sa marque Nordic Spirit**, déclinée en trois taux de nicotine et trois saveurs. Lors des visites de terrain, près d'un point de vente sur quatre (23 %) présentait des publicités illicites pour ce produit également commercialisé de manière illégale. Cette tendance illustre la stratégie globale de l'industrie du tabac, qui cherche à diversifier son offre pour attirer de nouveaux consommateurs et maintenir la dépendance à la nicotine sous de nouvelles formes.



[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 75 bureaux de tabac visités au cours de la période, **22 affichaient des publicités illicites pour le dispositif de tabac chauffé IQOS**, soit **29%** des débits concernés, un chiffre en baisse qui demeure toujours trop important. 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.

JNR S'IMPOSE EN FRANCE AVEC SES DISPOSITIFS DE VAPOTAGE COLORÉS

Le fabricant chinois JNR (Just No Reason), spécialisé dans le vapotage, s'implante rapidement sur le marché français et dans les points de vente. La marque propose une large gamme de dispositifs, dont sa plus emblématique en France, la Falcon, disponible en plusieurs formats : des systèmes ouverts permettant la recharge en e-liquide, mais aussi des systèmes fermés préremplis (puffs), désormais interdits en France depuis février 2025. Ces produits se déclinent en une multitude de saveurs sucrées et fruitées, et restent accessibles en ligne, souvent accompagnés d'offres promotionnelles attractives visant à séduire de nouveaux utilisateurs.

Le design très coloré et ludique de ces dispositifs met en avant des faucons, des aliens ou encore le personnage du Joker, illustrant un marketing clairement orienté vers les jeunes.



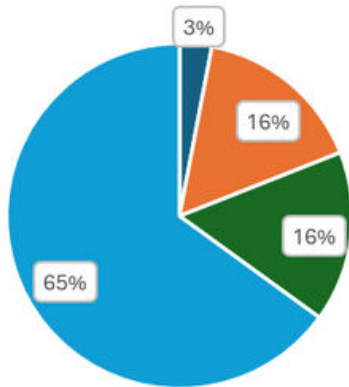
TABAC : CE QUE DIT LA LOI

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).

97 %

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, seuls 3 des 86 lieux de vente du panel visités respectent la réglementation en termes de publicité et n'avaient pas de publicités pour les produits du vapotage en dehors de l'affichette autorisée non visible de l'extérieur.



- Débets où aucune publicité n'a été relevée
- Débets faisant uniquement la promotion de produits de l'industrie du tabac
- Débets faisant uniquement la promotion de produits de fabricants indépendants
- Débets faisant la promotion des produits de l'industrie du tabac et des fabricants indépendants

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



Pour le onzième 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 **54 commerces sur 86 visités**, soit 60 % des points de vente. Sa marque de sachets de nicotine Velo était également visible dans **43 commerces**, soit 48% des cas.

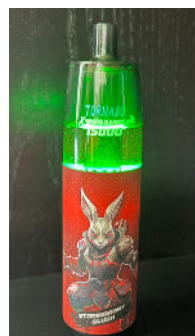
Le fabricant indépendant E-CG occupe quant à lui la troisième place, avec des publicités pour ses produits du vapotage relevées dans **37 lieux**, soit 41% des lieux visités.

WHITE RABBIT ÉTEND SA GAMME AVEC DE NOUVEAUX PRODUITS ORAUX ET VAPES ATTRACTIVES

Le fabricant français White Rabbit, déjà connu pour avoir commercialisé la poudre Sniffy en 2023, est désormais de plus en plus présent dans les points de vente avec une offre diversifiée de produits à base de nicotine ou de CBD. Son dernier lancement, les Nicostrip, sont de fines bandelettes aromatisées imprégnées de 2 mg de nicotine, à placer sur la langue. Ces produits sont interdits en France, au même titre que l'ensemble des produits oraux nicotinés (sachets, perles, etc.).



Parallèlement, White Rabbit commercialise également des vapes au design fantaisiste et lumineux, déclinées en une multitude d'arômes sucrés et fruités, qui participent à une stratégie marketing fortement inspirée des codes de la culture jeune.



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, 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

