

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 74 bureaux de tabac et 6 enseignes de vapotage et un autre lieu de vente (kiosque parisien)** entre octobre et décembre 2024 dans 3 grandes villes françaises. 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).

RENOUVELLEMENT DES PUBLICITES POUR LA E-CIG VEEV DE PHILIP MORRIS

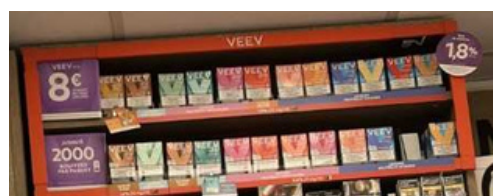
Depuis la rentrée 2024, Philip Morris déploie des encadrés VEEV en linéaires ainsi que des publicités dédiées à sa E-cigarette. Les commerciaux du fabricant sont également présents chez les buralistes pour faire essayer le produit.

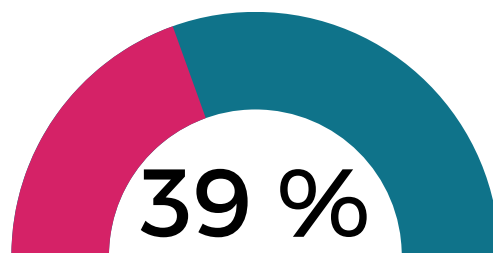
BRITISH AMERICAN TOBACCO OMNIPRESENT CHEZ LES BURALISTES

Les produits du vapotage de la marque VUSE et les sachets de nicotine de la marque VELO du fabricant sont omniprésents chez les buralistes. Ils sont promus à travers de nombreux écrans animés et affiches publicitaires illicites faisant la promotion directe des produits.



Comme son concurrent Philip Morris, le fabricant British American Tobacco présente conjointement ses produits (sa e-cig Vuse et ses sachets de nicotine Velo) "alternatives" au tabagisme, à risque réduit.





4 BURALISTES SUR 10 VISITÉS FONT DE LA PUBLICITÉ ILLICITE POUR LE TABAC CHAUFFÉ IQOS

Sur les 74 bureaux de tabac visités au cours de la période, **29 affichaient des publicités illicites pour le dispositif de tabac chauffé IQOS**, soit **39%** 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.

ÉCOULEMENT DES STOCKS DE PUFFS À PRIX RÉDUITS AVANT L'INTERDICTION

Anticipant l'interdiction à venir des puffs (sans date exacte à la rédaction de cet observatoire), les débitants proposent d'importantes offres promotionnelles - prix réduits, tarifs dégressifs - pour ces dispositifs afin d'écouler les stocks restants. **Ce type de procédé est illicite**, les produits du vapotage ne devant pas faire l'objet de telles réductions s'apparentant à des offres promotionnelles interdites. Début janvier 2025, Catherine Vautrin, Ministre du Travail, de la Santé, des Solidarités et des Familles de France, a appelé à une accélération de la procédure sur l'interdiction de la puff.



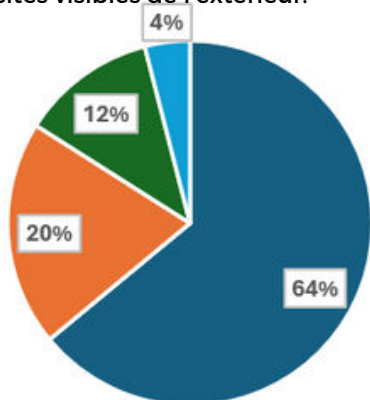
TABAC : CE QUE DIT LA LOI

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 %

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, 78 des 81 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.



- Débites dont les publicités concernent les produits de fabricants indépendants et de l'industrie du tabac
- Débites dont les publicités concernent les produits de fabricants de tabac
- Débites dont les publicités concernent les produits de fabricants indépendants
- Débites où aucune publicité n'a été relevée

4 SAVEURS UN 1 : LE NOUVEAU PRODUIT D'ELFBAR POUR CONTOURNER LA RÉGLEMENTATION

Initialement connue pour ses puffs jetables, la marque ELFBAR a mis au point une nouvelle cigarette électronique comprenant un système permettant de consommer 4 saveurs sur un même dispositif. Le produit accueille un réservoir 4 en1 capable de contenir jusqu'à 4 cartouches différentes. Ce système permet de changer de saveur à l'aide d'un système rotatif.

La e-cig comprend aussi deux modes de vape : le mode Turbo, avec des bouffées assez puissantes, et le mode Eco qui permet d'économiser relativement la batterie. La marque annonce que le mode Turbo peut délivrer jusqu'à 2400 bouffées, tandis que le mode Eco est capable d'en livrer jusqu'à 3600.

Ce type de dispositif permet de **contourner la réglementation** actuelle qui autorise uniquement des réservoirs/cartouches de 2ml pour les produits du vapotage, lorsque le liquide contient de la nicotine. La Elfbar 4in1 offre ainsi un dispositif contenant 8ml de e-liquide dans un seul produit.



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



British American Tobacco reste, pour le neuvième 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 promue de manière illicite dans **60 des 81 commerces visités** (74%) et sa marque de sachets de nicotine VELO dans **51 des 81 commerces** (63%) visités. Le fabricant Philip Morris France revient à la troisième place du podium avec des publicités relevées dans **36 des 81 lieux visités** (44%) pour sa cigarette électronique VEEV.



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

