

# Présentation du projet



**Karine Gallopel-Morvan**


**Maître de conférences habilité à  
diriger des recherches**

Responsable scientifique du projet



25 octobre 2010

# Publicité dans les débits: la loi est-elle respectée?

- 1. Définition PLV (Publicité dans les Lieux de Vente)
- 2. La loi en France ?
- 3. Objectifs du projet du  et méthodologies

# 1. Définition PLV



**Pub faite par les fabricants  
à l'intérieur des magasins  
par affichettes, vidéos,  
radio, etc. (Mercator, 2006)**

## 2. Publicité tabac dans les débits autorisée **sous certaines conditions** :

- SEULEMENT affichettes 60 x 80 cm
- STRICTEMENT informatives (produit + emballage + logo)
- NON visibles à l'extérieur du débit
- information sur l'aide à l'arrêt  
OBLIGATOIRE & couvrant au moins 25% de l'affichette

# Exemples de PLV tabac interdites en France



# 3. Objectifs du projet et méthodologies

(2007 – 2010)



- **Objectif 1:**

**La loi sur les PLV est-elle respectée ?**

- Réglementation est-elle appliquée ?
- Si non, nature & ampleur des infractions ?
- Marques de tabac concernées ?

- **Méthodologie 1 :**

- Technique du « client mystère »**

- Visites de 400 débits de tabac
- Enquêteur LH2 = client / grille à remplir
- Échantillon représentatif des débits de tabac en termes d'activité, de taille, de commune et de région
- *11 au 24 Février 2010*



- **Objectif 2:**

**La PLV des produits du tabac a-t-elle un impact sur les individus (jeunes) ?**

- **Méthodologie 2 :**

**Revue de la littérature**

- État des connaissances scientifiques (revues santé publique, marketing, etc.)
- *Août 2009 / août 2010*

- **Objectif 3:**

**Comment les PLV tabac détournent-elles la loi et quels sont les messages marketing véhiculés ?**

- **Méthodologie 3 :**

**Analyse approfondie de 14 PLV françaises**

- Nature de l'infraction ?
- Univers marketing évoqué (réf à d'autres univers produits) ?
- Ciblent les jeunes, les adolescents ?
- *Juin 2009 / mars 2010*

- **Objectif 4:**

**Quels sont les outils marketing utilisés par les cigarettiers pour inciter les buralistes à exposer les PLV dans leurs débits ?**

- **Méthodologie 4 :**

**« Pige » des revues destinées aux buralistes**

- Le Losange, la Revue des Tabacs
- Analyse des publicités (visuels, messages, etc.)
- *2007-2009*

- **Objectif 5:**

**Quels sont les perceptions, pratiques, opinion et impact perçue de la PLV des buralistes français ?**

- **Méthodologie 5 :**

- 12 entretiens approfondis avec buralistes
- Questionnaire envoyé par la poste sur un échantillon représentatif (soutien technique de la Direction Générale des Douanes et des Droits Indirects)
- *Nov. 2009 & juillet-août 2010*

- **Objectif 6:**

**Quelles sont les perceptions, pratiques et opinion des cigarettiers / PLV ?**

- **Méthodologie 6 :**

- Étude documentaire (revue pro, Internet)
- Questionnaire envoyé par la poste à tous les fabricants de tabac qui vendent en France
- *Sept. 2009 & mai 2010*

- **Objectif 7:**

**Existe-t-il des pays où la PLV est totalement interdite ?**

- **Méthodologie 7 :**

- Étude documentaire (revue, Internet)
- *Sept. 2009 & mai 2010*

# Résultats...

