OCTOBRE - NOVEMBRE - DÉCEMBRE 2022

CNCT
COMITÉ NATIONAL CONTRE LE TABAGISME
Association reconnue d'utilité publique

N°4

BAROMETRE DE LA PUBLICITE SUR LES LIEUX DE VENTE

PRODUITS DU VAPOTAGE ET AUTRES PRODUITS DE LA NICOTINE

Les résultats présentés ci-dessous s'appuient sur 90 visites de **75 lieux de vente différents** (bureaux de tabac, enseignes de vapotage, enseignes de grande distribution) entre octobre et décembre 2022. 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 vapotage et des autres produits de la nicotine, notamment les sachets de nicotine qui ont récemment fait leur apparition dans les lieux de vente et qui seront suivis dans ce baromètre.

IMPERIAL BRANDS SE POSITIONNE SUR LE MARCHE DES PUFFS

Imperial Brands est le deuxième fabricant de tabac après BAT **à lancer une puff, la Blu Bar**, dont il fait une promotion agressive dans de nombreux lieux de vente, en violation de la réglementation en vigueur.

DEVELOPPEMENT DE NOUVEAUX MODELES DE PUFFS

Le marché des puffs continue à se développer avec l'arrivée de nouveaux modèles (puffs magnum de 5 000 bouffées ou des puffs lumineuses). **83%** des lieux de vente visités ont de la publicité illicite pour ces produits.

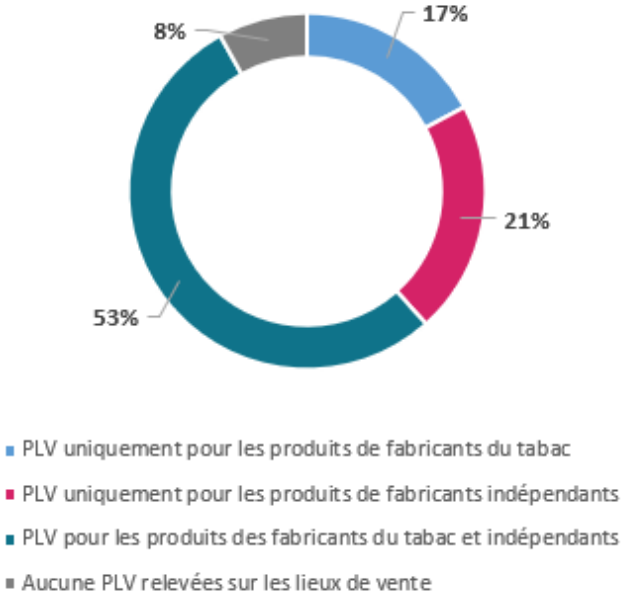
PRESENTOIR DE PUFFS CLASSÉES PAR ARÔMES - STRASBOURG

AFFICHE PUFF WAKA - DEBIT PARISIEN

PUFF LUMINEUSE DISPONIBLE DANS DE NOMBREUX POINTS DE VENTE

PUBLICITÉS ILLICITES POUR LES DISPOSITIFS MYBLU

Sur les 75 lieux de ventes visités, **69 avaient des publicités illicites pour les produits du vapotage** (produits de l'industrie du tabac et de fabricants indépendants confondus).



PUBLICITES ILLICITES LES PLUS PRESENTES SUR LES LIEUX DE VENTE VISITES

Pour le troisième trimestre consécutif, British American Tobacco est 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 : **50 des 75 commerces (67%)** 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 **67% présentaient des publicités non conformes**). Quant à la marque "Wpuff" de Liquideo, **33% des commerces visités présentaient des publicités non-conformes** pour cette marque.

COMMUNICATION AGRESSIVE POUR LE DISPOSITF DE VAPOTAGE VEEV DE PHILIP MORRIS

Depuis la mise sur le marché de la cigarette électronique VEEV de Philip Morris France (PMF) en juin 2022, le fabricant met en place des stratégies marketing agressives chez **les buralistes, principaux prescripteurs de la marque.** On retrouve des opérations de communication similaires à celles déployées pour promouvoir son dispositif de tabac chauffé IQOS (cf. Baromètre des produits du tabac). Sont ainsi à signaler outre des affiches non-conformes : la présence de commerciaux, de stands, d'offres promotionnelles, de vitrines publicitaires voire de mini-boutiques dédiées à la marque à l'intérieur des débits.

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…).

Ce document a été réalisé par le Comité national contre le tabagisme avec le soutien du FONDS DE LUTTE CONTRE LES ADDICTIONS.