

BAROMETRE DE LA PUBLICITE SUR LES LIEUX DE VENTE

PRODUITS DU VAPOTAGE

Les résultats présentés ci-dessous s'appuient sur les visites mensuelles de 82 lieux de vente différents (bureaux de tabac, enseignes de vapotage, kiosques, enseignes de grande distribution) entre juillet et septembre 2022. Ils relèvent plus particulièrement les infractions relatives à la réglementation stricte des publicités sur le lieu de vente (PLV) en faveur des produits du vapotage.

BRITISH AMERICAN TOBACCO SORT SA PUFF* VUSE

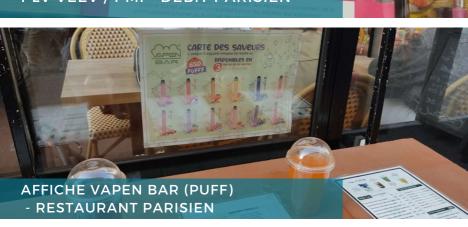
Surfant sur le succès des puffs, BAT a lancé sa cigarette électronique jetable (PUFF* Vuse) dont il fait une promotion agressive sur les lieux de vente en violation de la réglementation en vigueur.

PHILIP MORRIS FRANCE SE POSITIONNE SUR LA VAPE

Dernier des grands fabricants de tabac à se positionner sur le vapotage en France, Philip Morris (PMF) commercialise sa cigarette électronique VEEV chez les buralistes depuis juin 2022 aux côtés de son dispositif IQOS.



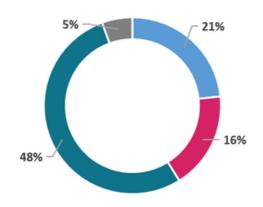








Sur les 82 lieux de ventes visités, **78 avaient** des publicités illicites pour les produits du vapotage (produits de l'industrie du tabac et de fabricants indépendants confondus). En hausse depuis le dernier baromètre (90%).



- PLV uniquement pour les produits de fabricants du tabac
- PLV uniquement pour les produits de fabricants indépendants
- PLV pour les produits des fabricants du tabac et indépendants
- Aucune PLV relevées sur les lieux de vente

Publicités illicites les plus présentes sur les lieux de vente



Pour le deuxième trimestre consécutif, BAT est le fabricant commentant le plus d'infractions pour les produits du vapotage sur les lieux de vente : 52 des 82 (64%) lieux de vente visités présentaient des publicités non conformes. Philip Morris est le deuxième fabricant à avoir commis le plus d'infraction au cours de la période étudiée en lien avec les publicités pour sa nouvelle cigarette électronique VEEV (44% des présentaient des publicités conformes). Quant à la marque d'Imperial Brands, 21% des débits visités présentaient des publicités non conformes pour cette marque.

L'INDUSTRIE DU TABAC TRES ACTIVE AUTOUR DU MARKETING POUR LES PRODUITS DU VAPOTAGE.

BAT et PMF investissent massivement les lieux de vente, en particulier au sein des débits de tabac pour la promotion illicite de leurs nouveaux modèles de produits du vapotage (PUFF* Vuse, VEEV). Ces publicités sont largement irrégulières. BAT a renforcé sa présence dans les Relay des gares et aéroports à travers des écrans animés (illicites). PMF, très présent chez les débitants de tabac, utilise sa cigarette électronique VEEV pour faire la promotion active de ses alternatives sans combustion (Cf. Baromètre pour les produits du tabac).

La vente et le marketing autour des puffs de fabricants indépendants se sont poursuivis au cours du trimestre avec de nouveaux modèles mis sur le marché et de nouveaux lieux de vente identifiés (restaurants). Les PLV se renouvellent cependant moins rapidement que celles des fabricants de tabac et les marques privilégient les offres promotionnelles pour vendre leurs produits.







CE QUE DIT



En matière de publicités, le principe qui prévaut est celui d'une interdiction généralisée de toute publicité, promotion en faveur des produits du **Seules** sont vapotage. autorisées, à l'intérieur des lieux de vente, des affichettes relatives cigarettes aux 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...).